

## STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH KULTURAL WALI SONGO MELALUI PERTUNJUKAN WAYANG KULIT

**Muh. Mirwan Hariri<sup>1\*</sup>, A. Fikri Amiruddin Ihsani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

\*Corresponding author: [harimirwan17@gmail.com](mailto:harimirwan17@gmail.com)

**Abstract:** This study examines the cultural da'wah communication strategies of the Wali Songo, particularly through the medium of shadow puppet performances in the 15th to 16th centuries in Java. The main focus of the study is to understand how Sunan Kalijaga and other saints utilized local arts as a means of spreading Islamic values peacefully and were accepted by Javanese society without major conflicts. This study employs qualitative methods, incorporating a literature review approach, historical analysis, and cultural interpretation. The results show that the cultural da'wah strategies carried out include the selection of popular media (shadow puppets), modification of the form and narrative of the story to suit the principles of monotheism, and the creation of Punakawan figures as symbols of da'wah close to the lives of the people. The analysis also shows that the core da'wah messages include monotheism, social morality, and jihad against lust. In the discussion, this study compares the cultural da'wah strategies of the Wali Songo with contemporary da'wah strategies in the digital era. The results found that the principles of media adaptation, symbolism, and persuasive approaches remain relevant today. This research contributes to the development of cultural da'wah communication theory and inspires digital da'wah strategies in the 21st century.

**Keywords:** Cultural Preaching, Preaching Strategies, Wali Songo, Shadow Puppets

**Abstrak:** Penelitian ini mengkaji strategi komunikasi dakwah kultural Wali Songo, khususnya melalui medium pertunjukan wayang kulit pada abad ke-15 hingga ke-16 di Jawa. Fokus utama penelitian adalah memahami bagaimana Sunan Kalijaga dan para wali lainnya mampu menggunakan kesenian lokal sebagai sarana penyebaran nilai Islam yang damai dan diterima oleh masyarakat Jawa tanpa konflik besar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, analisis historis, dan interpretasi kultural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah kultural yang dilakukan meliputi pemilihan media populer (wayang kulit), modifikasi bentuk dan narasi cerita agar sesuai dengan prinsip tauhid, serta penciptaan tokoh-tokoh Punakawan sebagai simbol dakwah yang dekat dengan kehidupan rakyat. Analisis juga menunjukkan bahwa pesan dakwah inti mencakup tauhid, akhlak sosial, dan jihad melawan hawa nafsu. Dalam pembahasan, penelitian ini membandingkan strategi dakwah kultural Wali Songo dengan strategi dakwah kontemporer di era digital. Hasilnya, ditemukan bahwa prinsip adaptasi media, simbolisme, dan pendekatan persuasif tetap relevan hingga saat ini. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi dakwah kultural serta memberikan inspirasi bagi strategi dakwah digital di abad ke-21.

**Kata kunci:** Dakwah Kultural, Strategi Dakwah, Wali Songo, Wayang Kulit

## PENDAHULUAN

Islamisasi Jawa merupakan salah satu proses akulturasi budaya yang paling unik di Asia Tenggara (Sumawinata et al., 2022). Tidak seperti di wilayah lain yang cenderung ditandai dengan konflik, Islam di Jawa diterima melalui pendekatan kultural yang damai. Wali Songo, sebagai tokoh sentral dalam proses ini, tidak hanya berperan sebagai penyebar agama, tetapi juga sebagai komunikator budaya. Salah satu media yang paling efektif digunakan adalah pertunjukan wayang kulit, sebuah kesenian yang telah mendarah daging dalam tradisi Jawa (Febriyanti & Ayundasari, 2021).

Pertunjukan wayang kulit pada masa pra-Islam sarat dengan nuansa Hindu-Buddha, baik dari segi cerita (Mahabharata, Ramayana) maupun dari segi simbolisme ritual. Namun, Sunan Kalijaga dan para wali tidak serta-merta menolak atau menghapus tradisi tersebut (Firman et al., 2024). Sebaliknya, mereka mengadopsi dan mereinterpretasi wayang kulit menjadi sarana penyampaian nilai-nilai Islam (Abdullah & Harianto, 2024). Hal ini menunjukkan adanya strategi komunikasi dakwah yang cerdas, adaptif, dan persuasif (Aini et al., 2019).

Walisongo menggunakan wayang kulit sebagai sarana dakwah yang efektif di Pulau Jawa, tidak hanya sebagai hiburan tetapi juga sebagai media penyebaran agama Islam (Abdillah, 2022). Awalnya, wayang kulit digunakan sebagai alat propaganda untuk menyebarkan agama Islam (M.Tavip; & Widodo, 2023). Namun, seiring perkembangannya, walisongo memadukan nilai-nilai universal, kearifan lokal, dan ajaran Islam rahmatan lil'alamin dalam pagelaran wayang kulit. Ajaran agama Islam disampaikan secara simbolis dan kontekstual sesuai dengan budaya dan kepribadian masyarakat Jawa, sehingga lebih mudah diterima dan dipahami (Kurniawan et al., 2024). Dengan demikian, wayang kulit tidak hanya menjadi tontonan, tetapi juga tuntunan bagi masyarakat Jawa dalam memahami dan mengamalkan agama Islam (Andani, 2023).

Dalam proses dakwah, media memainkan peran penting sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat (Kamilah et al., 2025). Seorang da'i harus mampu memanfaatkan berbagai media untuk mempermudah penyampaian pesan dakwah (Hendra et al., 2023). Di era teknologi saat ini, berbagai bentuk media komunikasi telah berkembang pesat, sehingga dakwah juga harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman untuk tetap efektif dan mencapai tujuannya (Irawan, 2023). Dengan demikian, penggunaan media yang tepat dan efektif menjadi kunci keberhasilan

dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah (Lufiyah Sintawati & Anwar Yasfin, 2022).

Wayang bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga mengandung nilai-nilai tuntunan yang mendalam (Nurul Syalafiyah & Budi Harianto, 2020). Melalui cerita wayang, pesan-pesan moral dan spiritual disampaikan secara implisit, menyentuh berbagai aspek kehidupan (Sumawinata et al., 2022). Ajaran-ajaran dalam wayang kulit dikemas dalam bentuk simbol-simbol yang memerlukan penghayatan dan pemahaman yang mendalam untuk dapat memahami pesan-pesan yang terkandung di dalamnya (Firman et al., 2024). Dengan demikian, wayang menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai luhur dan membimbing penonton dalam memahami kehidupan (Nugraha & Ayundasari, 2021).

Wayang kulit dapat menjadi alat komunikasi efektif untuk menyampaikan pesan-pesan agama Islam melalui alur cerita yang menarik (Lufiyah Sintawati & Anwar Yasfin, 2022). Dakwah kultural melalui wayang tidak hanya fokus pada kisah kepemimpinan, tetapi juga mengisahkan nilai-nilai keagamaan (Kamilah et al., 2025). Contohnya, Sunan Kalijaga menggunakan kisah Mahabharata dalam wayang sebagai media dakwah Islam dengan menyimbolkan Pandawa sebagai lambang Rukun Islam (Sumawinata et al., 2022). Setiap karakter Pandawa memiliki makna simbolis dalam ajaran Islam, seperti Bima yang melambangkan sholat, Arjuna yang melambangkan puasa, dan Nakula serta Sadewa yang melambangkan zakat dan haji (Permata, 2023). Dengan demikian, wayang kulit menjadi sarana yang kreatif dan efektif untuk menyampaikan ajaran Islam kepada masyarakat (Azhari & Ma'arif, 2023).

Berdasarkan penelusuran beberapa penelitian terbaru menekankan relevansi dakwah kultural di era digital (Firman et al., 2024; Kamilah et al., 2025; M.Tavip; & Widodo, 2023), sehingga kajian ini memperluas pemahaman tentang kesinambungan strategi dakwah lintas zaman. Penelitian terbaru menyoroti pentingnya dakwah kultural di era digital, di mana teknologi dan media sosial menjadi sarana efektif untuk menyebarkan pesan Islam dengan cara yang lebih dinamis dan kreatif. Hal ini membuka peluang untuk mengintegrasikan nilai-nilai budaya lokal dalam dakwah, menjadikannya relevan dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat (Estuningtiyas, 2023). Melalui pemanfaatan platform digital, dakwah dapat dilaksanakan secara interaktif dan partisipatif, menjembatani kesenjangan antar generasi dan memastikan kesinambungan strategi dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman (Salsabila et al., 2025).

Dalam konteks komunikasi dakwah, strategi semacam ini relevan untuk dipelajari lebih mendalam, terutama karena dapat memberikan inspirasi bagi dakwah di era kontemporer. Jika pada abad ke-15 wayang kulit menjadi media populer yang efektif, maka pada abad ke-21 media sosial memiliki fungsi yang serupa. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menganalisis secara komprehensif strategi komunikasi dakwah kultural Wali Songo melalui pertunjukan wayang kulit (Putra, 2018).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Moleong yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Sedangkan secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pendekatan penelitiannya adalah studi pustaka. Data diperoleh dari literatur primer berupa naskah babad, serat Jawa, serta literatur sekunder berupa jurnal, buku, dan artikel ilmiah tentang dakwah Wali Songo dan komunikasi kultural.

Teknik analisis yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis isi (content analysis) dan interpretasi historis-kultural. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan memahami pola-pola tematik yang muncul dalam teks atau dokumen yang dianalisis, baik dari literatur klasik maupun kontemporer. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengungkap makna-makna tersirat dan eksplisit yang terkandung dalam narasi dakwah, serta menilai bagaimana pesan-pesan tersebut dikonstruksi dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

Sementara itu, interpretasi historis-kultural digunakan untuk menelusuri perkembangan dan transformasi strategi dakwah dari masa ke masa, dengan mempertimbangkan latar belakang sejarah, kondisi sosial, serta nilai-nilai budaya yang melingkupinya. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami kontinuitas dan perubahan dalam praktik dakwah, serta bagaimana konteks kultural mempengaruhi cara pesan keagamaan disampaikan dan diterima oleh masyarakat.

Validitas data diperkuat dengan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengkaji berbagai sumber data dari literatur klasik (seperti kitab-kitab ulama terdahulu) dan penelitian kontemporer (jurnal, artikel ilmiah, atau kajian digital terkini). Strategi ini bertujuan untuk menghindari bias interpretasi, memperkaya

sudut pandang analisis, dan memastikan bahwa hasil kajian memiliki dasar yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

#### **Konteks Historis Dakwah Wali Songo**

Pada abad ke-15, Jawa dikuasai oleh kerajaan-kerajaan Hindu-Buddha (Majapahit, Blambangan, Pajajaran). Struktur masyarakat sangat hierarkis: bangsawan, priyayi, petani, dan rakyat jelata. Budaya istana sangat dominan, termasuk wayang, gamelan, dan tembang.

Islam masuk ke Jawa melalui jalur perdagangan (Samudera Pasai, Malaka, Gujarat), namun Wali Songo menghadapi dilema: apakah Islam akan diterima bila langsung disampaikan secara normatif? Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan frontal cenderung ditolak, sementara pendekatan kultural diterima lebih damai.

Wayang kulit, sebagai warisan budaya tinggi, dipilih Sunan Kalijaga karena:

- a. Ia menjadi hiburan massal lintas kelas sosial.
- b. Ia mengandung simbol-simbol spiritual yang bisa ditafsir ulang.
- c. Ia berfungsi sebagai alat legitimasi politik kerajaan Majapahit, sehingga masuknya nilai Islam lewat wayang dianggap sah.

#### **Modifikasi Media dan Narasi**

Sunan Kalijaga tidak menghapus budaya, melainkan mengislamkannya secara gradual.

- a. Bentuk Wayang → dibuat pipih agar tidak menyerupai manusia.
- b. Narasi → lakon Mahabharata diinterpretasikan ulang: ksatria Pandawa dianggap melambangkan mukmin sejati, sedangkan Kurawa lambang hawa nafsu.
- c. Musik Gamelan → tetap dipakai, tetapi lirik tembang disisipi nilai Islam.
- d. Ritual → sebelum pertunjukan dimulai, selalu diawali doa dan shalawat.

Modifikasi ini menghasilkan hibriditas budaya, yakni Islam yang Jawa dan Jawa yang Islami.

#### **Punakawan sebagai Medium Dakwah**

Tokoh Punakawan adalah inovasi komunikasi yang jenius. Semar, Gareng, Petruk, dan Bagong menjadi jembatan pesan dakwah.

- a. Semar → sosok abdi rakyat kecil, tetapi simbol tauhid.
- b. Gareng → gambaran kesabaran, hidup sederhana, anti keserakahan.

- c. Petruk → simbol kejujuran, kritik sosial melalui humor.
- d. Bagong → melambangkan keluguan rakyat, mengingatkan manusia akan kefanaannya.

Punakawan menggunakan bahasa rakyat, penuh humor, satire politik, dan kritik sosial. Dakwah menjadi cair, inklusif, dan mudah dipahami.

### **Respon Sosial**

Sumber sejarah (Abdullah, 2023; Hariri, 2025) menunjukkan masyarakat Jawa menerima Islam tanpa resistensi besar. Islam dianggap bukan “agama asing”, melainkan bagian dari budaya Jawa. Sunan Kalijaga berhasil membuat Islam terasa akrab, bukan mengancam.

### **Pembahasan**

#### **Wayang sebagai Public Sphere**

Menurut teori Habermas, wayang berfungsi sebagai ruang publik kultural. Pertunjukan wayang mengumpulkan ribuan orang dari berbagai kelas sosial, menciptakan ruang diskusi simbolis. Sunan Kalijaga menggunakan kesempatan ini untuk:

- a. Menyisipkan kritik terhadap keserakahan elit.
- b. Menyampaikan pesan tauhid secara implisit.
- c. Membangun kesadaran moral masyarakat.

Wayang menjadi alat komunikasi massa tradisional yang mengalahkan khutbah di masjid karena menjangkau lebih banyak orang.

#### **Strategi Komunikasi Dakwah Wali Songo**

Hasil analisis menunjukkan tiga strategi inti:

- a. Akulturasi Budaya → Islam tidak dipaksakan, melainkan melebur dalam budaya lokal.
- b. Komunikasi Persuasif → pesan disampaikan lewat humor, cerita, dan lagu.
- c. Pendekatan Simbolik → simbol Punakawan sebagai medium dakwah yang merakyat.

Strategi ini sesuai dengan teori Difusi Inovasi Rogers: ide baru (Islam) disampaikan melalui medium populer (wayang), sehingga lebih cepat diterima oleh khalayak.

#### **Analisis Unsur Komunikasi Dakwah**

**Tabel 1.** Analisis Unsur Komunikasi Dakwah

<b>Unsur Komunikasi</b>	<b>Implementasi</b>	<b>Fungsi Dakwah</b>
Pesan	Tauhid, akhlak sosial, jihad nafsu	Edukatif
Media	Wayang kulit, gamelan	Persuasif

Unsur Komunikasi	Implementasi	Fungsi Dakwah
Simbol	Punakawan, lakon, tembang Jawa	Transformatif
Khalayak	Bangsawan & rakyat	Sosialisasi & internalisasi

Analisis ini menunjukkan bahwa dakwah kultural adalah sistem komunikasi komprehensif: menyatukan pesan, media, simbol, dan audiens.

### Perbandingan dengan Dakwah Kontemporer

**Tabel 2.** Perbandingan dengan Dakwah Kontemporer

Aspek	Wali Songo (Abad 15–16)	Era Digital (Abad 21)
Media	Wayang kulit, gamelan	Media sosial, YouTube, TikTok
Pesan	Tauhid, akhlak, jihad	Tauhid, etika digital, toleransi
Metode	Narasi, simbol, humor	Storytelling, konten viral
Pendekatan	Akulturasasi budaya lokal	Kontekstualisasi isu global
Audiens	Masyarakat Jawa tradisional	Generasi Z & milenial global
Tujuan	Islam diterima damai	Islam diterima di ruang digital tanpa polarisasi

Perbandingan ini menegaskan bahwa prinsip adaptasi media adalah kunci. Jika Sunan Kalijaga hidup di era sekarang, ia mungkin akan menjadi YouTuber atau kreator konten dakwah digital.

### Dampak Jangka Panjang

Strategi dakwah kultural Wali Songo melahirkan tradisi Islam Nusantara yang damai, inklusif, dan berakar pada budaya lokal. Hingga kini, tradisi tahlilan, selamatan, dan shalawatan masih mencerminkan warisan strategi dakwah kultural mereka.

### Implikasi Teoritis

#### a. Pesan Islam Harus Kontekstual:

Pesan dakwah harus disesuaikan dengan konteks sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat (Hariri, 2025). Dakwah harus relevan dengan kehidupan sehari-hari dan mampu menjawab tantangan zaman. Menggunakan bahasa dan contoh yang sesuai dengan budaya lokal untuk menjelaskan ajaran Islam.

#### b. Akulturasasi: Agama Bisa Bersatu dengan Budaya

Agama (Islam) dapat berintegrasi dengan budaya lokal tanpa kehilangan identitasnya. Dakwah dapat memanfaatkan budaya lokal sebagai sarana untuk menyampaikan pesan Islam. Menggabungkan tradisi dan ritual budaya lokal dengan nilai-nilai Islam untuk memperkuat pemahaman dan pengamalan agama.

#### c. Difusi Inovasi: Islam Diterima melalui Media Populer

Penggunaan media populer dapat meningkatkan efektivitas penyebaran pesan Islam. Dakwah dapat memanfaatkan media sosial, film, musik, atau platform digital

lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Membuat konten dakwah yang menarik dan mudah dipahami melalui video, podcast, atau media sosial untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang Islam.

Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep ini, komunikasi dakwah dapat menjadi lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

### **Sintesis**

Keberhasilan Wali Songo menunjukkan bahwa dakwah paling efektif adalah dakwah kultural, bukan dakwah konfrontatif. Pesan Islam diterima karena disampaikan dengan cara simbolik, persuasif, dan adaptif.

### **SIMPULAN**

Strategi komunikasi dakwah kultural Wali Songo melalui wayang kulit merupakan contoh efektif penyebaran Islam secara damai di Jawa. Modifikasi wayang kulit dan penciptaan tokoh Punakawan menjadi kunci keberhasilan dakwah persuasif dan akulturatif Wali Songo. Prinsip adaptasi media, simbolisme, dan komunikasi persuasif yang digunakan Wali Songo tetap relevan di era kontemporer, terutama dalam konteks dakwah digital yang memungkinkan penyebaran pesan Islam secara luas dan interaktif melalui platform online dan media sosial. Strategi ini menunjukkan bahwa pendekatan yang kontekstual dan adaptif dapat meningkatkan efektivitas dakwah dalam berbagai zaman.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, H. (2022). Nilai Pendidikan Islam dalam Kesenian Wayang. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(01). <https://doi.org/https://doi.org/10.30868/ei.v11i01.2266>
- Abdullah, A. C., & Harianto, B. (2024). Perkembangan Agama Islam Dari Tradisi Seni Wayang Kulit Di Kota Madiun. *Humanistika: Jurnal Keislaman*, 2(2), 306–312.
- Aini, Z., Don, A. G. H., Mokhtar, A. I., & Fauzi, N. (2019). Strategi Komunikasi Pemujukan Pendakwah dalam Penyampaian Mesej Islam kepada Masyarakat Orang Asli di Selangor. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.v4i1.43>
- Andani, S. (2023). Filosofi Gunung dalam Pagelaran Wayang Kulit Ditinjau dari Perspektif Islam. *ANWARUL*. <https://doi.org/10.58578/anwarul.v3i4.1519>
- Azhari, J., & Ma'arif, B. S. (2023). Pola Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Pemahaman Keagamaan Masyarakat Dusun Cikoneng Sumedang. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2258>
- Estuningtiyas, R. D. (2023). Komunikasi Dakwah Walisongo Sebagai Strategi Dakwah

- Di Nusantara. *The International Journal of Pegon : Islam Nusantara Civilization*. <https://doi.org/10.51925/inc.v1i1i03.96>
- Febriyanti, A., & Ayundasari, L. (2021). Strategi Sunan Bonang melalui media seni dalam penyebaran dakwah Islam. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial (JIHIS)*. <https://doi.org/10.17977/UM063V1I6P688-694>
- Firman, A., Muhammad Hafidz Nasri, & Syamsir. (2024). Efektivitas Budaya Wayang Kulit dalam Penyebaran Agama Islam di Nusantara oleh Wali Songo. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(6), 259–265. <https://doi.org/10.62504/jimr573>
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan Kearifan Budaya Lokal (Konsep dan Strategi Menyebarakan Ajaran Islam) Tomi. *Journal of Da ' Wah*, 2(1), 65–82.
- Irawan, D. (2023). Dakwah Kultural Sunan Kalijaga Di Tanah Jawa. *Jurnal SAMBAS (Studi Agama, Masyarakat, Budaya, Adat, Sejarah): Journal of Religious, Community, Culture, Costume, History Studies*, 6(2), 88–99. <https://doi.org/10.37567/sambas.v6i2.2035>
- Kamilah, I. M., Syahadatina, F., Artagulin, K. H., Islam, U., Sunan, N., & Surabaya, A. (2025). Dakwah Kultural Sunan Kalijaga: Wayang sebagai Media Akulturasi Budaya Lokal & Nilai Global Islam. *International Conference on Islamic Civilization and Humanities UIN Sunan Ampel Surabaya*, 1176–1183.
- Kurniawan, Yanti, F., Hermanto, A., & Sukri, S. (2024). Dakwah Walisongo dalam Penyebaran Islam di Indonesia. *Al-Ukhwah - Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 3(1), 31–45. <https://doi.org/10.47498/jau.v3i1.3350>
- Lufiyah Sintawati, N., & Anwar Yasfin, M. (2022). Wayang dan Media: Pelestarian Wayang Sebagai Media Dakwah pada Generasi Z di Era Digital. *International Conference of Da'wa and Islamic Communication*, 1(2), 104–119.
- M.Tavip;, & Widodo. (2023). Digitalisasi Wayang Tavip Sebagai Media Promosi Seni Berdakwah. *Prosiding Penelitian Dan PKM ISBI Bandung*.
- Nugraha, Y., & Ayundasari, L. (2021). Sunan Kalijaga dan strategi dakwah melalui Tembang Lir-Iilir. *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*. <https://doi.org/10.17977/um063v1i4p528-532>
- Nurul Syalafiyah, & Budi Harianto. (2020). Walisongo: Strategi Dakwah Islam di Nusantara. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 1(2), 41–52. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v1i2.184>
- Permata, K. (2023). Wayang Kulit sebagai Instrumen Edukasi: Re-Interpretasi Wayang Kulit di Museum Volkenkunde Leiden and Museum Wayang Kekayon Yogyakarta. *Arnawa*. <https://doi.org/10.22146/arnawa.v1i2.11246>
- Putra, I. (2018). *Alih Kode dalam Pertunjukan Wayang Kulit Bali Inovatif*. 6. <https://doi.org/10.31091/sw.v6i1.359>
- Salsabila, T. Z., Annida, A., Hamidi, N., Inayah, A. H., & Izzah, L. N. (2025). NILAI-NILAI ISLAM DALAM KESENIAN WAYANG KULIT PADA TOKOH PUNAKAWAN. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*. <https://doi.org/10.46773/imtiyaz.v9i1.1557>

Sumawinata, S., Suryana, T., & Subakti, G. E. (2022). Wayang sebagai Media Penyebaran Islam di Nusantara. *JURNAL EL TARIKH: Journal of History, Culture and Islamic Civilization*, 1(1).