



Revitalisasi Ekonomi Kreatif Ondel-Ondel sebagai Ikon Budaya Betawi di Era Digital

Hanna Latifah¹, Zhenyar Alya², Adinda Sekar Kinanthi³, Nabila Fitria Ariyanti⁴,
Violandia Virda⁵, Diva Azka Karimah^{6*}

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,

Email: divaazka@upnvj.ac.id

Article Info

Article history:

Received June 15, 2026

Revised June 28, 2026

Accepted July 26, 2026

Keywords:

Ondel-Ondel, Creative Economy, Digitalization, Betawi Culture, MSME

ABSTRACT

Ondel-ondel, as a cultural icon of Betawi society, has developed not only as a traditional symbol but also as part of the creative economy ecosystem involving artisans, sellers, and local micro-enterprises. This development aligns with the growing trend of digitalization, which reshapes the ways cultural products are promoted, distributed, and consumed. This study aims to describe the dynamics of preserving and transforming ondel-ondel by integrating literature published between 2020–2025 and primary data obtained through interviews with cultural actors in Situ Babakan. A descriptive qualitative method was employed, while thematic analysis was used to examine issues of regeneration, commercialization, visual innovation, and the role of digital platforms in sustaining the industry. The findings show that although literature highlights weak regeneration and declining artistic standards due to street-performing practices, field data reveal that regeneration continues through informal learning and the creative initiatives of MSME artisans. Cultural entrepreneurs also use digitalization to expand market reach through social media and online sales, allowing cultural products to remain appealing to younger generations. Consumers perceive visual innovation and product variation, including miniature ondel-ondel souvenirs, as forms of adaptation that strengthen cultural education. The study concludes that the transformation of ondel-ondel is not only linked to cultural preservation but also to the strengthening of MSME-based creative industries through creative adaptation and strategic use of digital technology.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 15, 2026

Revised June 28, 2026

Accepted July 26, 2026

Kata kunci:

Ondel-Ondel, Ekonomi Kreatif, Digitalisasi, Budaya Betawi, UMKM

ABSTRAK

Ondel-ondel sebagai ikon budaya Betawi kini berkembang tidak hanya sebagai simbol tradisi, tetapi juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif yang melibatkan pengrajin, penjual, dan pelaku UMKM. Perkembangan ini berjalan berdampingan dengan tren digitalisasi yang mendorong perubahan cara promosi, distribusi, dan konsumsi produk budaya. Penelitian ini bertujuan menggambarkan dinamika pelestarian dan transformasi ondel-ondel melalui integrasi studi literatur 2020–2025 dan data primer hasil wawancara dengan pelaku budaya di Situ Babakan. Metode kualitatif deskriptif digunakan, sedangkan analisis tematik diterapkan untuk menelusuri isu regenerasi, komersialisasi, visualisasi, dan peran digital dalam keberlanjutan industri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun literatur menyoroti



lemahnya kaderisasi dan penurunan citra akibat praktik ngamen, temuan lapangan memperlihatkan proses regenerasi yang berlangsung melalui pembelajaran informal dan kreativitas pengrajin UMKM. Pelaku usaha juga memanfaatkan digitalisasi untuk memperluas jangkauan pasar melalui media sosial dan penjualan daring, sehingga produk budaya tetap diminati generasi muda. Konsumen menilai inovasi visual dan variasi produk, termasuk souvenir ondel-ondel mini, sebagai bentuk adaptasi yang memperkuat edukasi budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi ondel-ondel tidak hanya berkaitan dengan pelestarian nilai budaya, tetapi juga dengan penguatan ekonomi kreatif berbasis UMKM melalui adaptasi kreatif dan pemanfaatan digitalisasi.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Diva Azka Karimah

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: divaazka@upnvj.ac.id

PENDAHULUAN

Ondel-ondel adalah salah satu lambang budaya Betawi yang telah diakui secara luas sebagai representasi identitas masyarakat Jakarta. Kehadirannya tidak hanya menyimpan nilai sejarah dan budaya, tetapi juga memiliki prospek besar untuk dikembangkan sebagai elemen dalam industri kreatif. Meskipun demikian, di tengah gelombang modernisasi dan kemajuan teknologi, kelangsungan ondel-ondel dihadapkan pada berbagai hambatan, khususnya perubahan fungsi serta minimnya penerapan digitalisasi oleh para pengusaha kecil dan menengah (UMKM) yang berbasis pada budaya Betawi.

Sebagai simbol budaya Betawi, ondel-ondel diharapkan dapat berperan sebagai pendorong utama ekonomi kreatif yang lestari. Nilai sejarahnya, tampilan visual yang unik, serta kedalaman makna simbolisnya memberikan peluang besar untuk diubah menjadi produk seni, atraksi wisata, dan barang kreatif yang menarik bagi berbagai pihak. Dengan mengadopsi kemajuan teknologi digital, ondel-ondel sepatutnya mampu tampil lebih sesuai dengan zaman sekarang, menjadi sumber kebanggaan budaya sekaligus penyumbang kesejahteraan bagi komunitas Betawi dan UMKM setempat.

Kondisi nyata di lapangan menunjukkan bahwa potensi tersebut belum dieksploitasi secara maksimal. Banyak UMKM berbasis budaya Betawi masih ketinggalan dalam memanfaatkan digitalisasi, baik untuk promosi, pembuatan, maupun pengelolaan bisnis. Ondel-ondel sering kali hanya berfungsi sebagai atraksi jalanan tanpa manfaat ekonomi yang nyata, bahkan reputasinya cenderung menurun karena penggunaan yang tidak selaras dengan nilai budaya asli. Akibatnya, pengembangan ondel-ondel sebagai produk ekonomi kreatif belum memberikan kontribusi berarti terhadap kemakmuran para pengrajin dan pelaku usaha.

Kesenjangan antara potensi dan kenyataan ini menciptakan jurang yang cukup lebar. Di satu pihak, ada kesempatan besar untuk memajukan ondel-ondel melalui kreativitas inovatif dan perubahan digital. Di pihak lain, ada keterbatasan dalam pengetahuan, akses teknologi, dan strategi pemasaran yang dimiliki oleh UMKM. Selain itu, ketiadaan sistem pengelolaan budaya



yang terintegrasi membuat upaya pemulihan ondel-ondel tidak berjalan efektif. Jurang ini menunjukkan kebutuhan akan pendekatan yang lebih terstruktur untuk memaksimalkan fungsi ondel-ondel sebagai aset budaya dan ekonomi.

Oleh sebab itu, pemulihan ekonomi kreatif ondel-ondel di zaman digital merupakan hal yang mendesak dan tidak boleh diabaikan. Inisiatif ini bertujuan untuk memulihkan citra ondel-ondel sebagai lambang budaya Betawi yang berharga, sambil meningkatkan kompetitivitas produk kreatif berbasis budaya lokal melalui penggunaan teknologi digital. Penelitian atau analisis tentang pemulihan ini diharapkan dapat berkontribusi penting dalam merancang strategi pengembangan UMKM, memperluas promosi daring, serta menghasilkan inovasi produk yang tetap bertumpu pada nilai-nilai budaya. Dengan cara ini, ondel-ondel dapat menjadi ikon budaya yang dinamis, relevan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Betawi di era kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang dipadukan dengan penelaahan literatur secara kritis untuk memahami dinamika industri ondel-ondel dalam konteks budaya dan ekonomi kreatif. Pendekatan ini dipilih karena pelestarian ondel-ondel tidak hanya terkait teknik produksi, tetapi juga persepsi publik, perubahan fungsi budaya, dan interaksi para pelaku seni. Studi literatur dilakukan untuk meninjau hasil-hasil penelitian sebelumnya, sementara wawancara lapangan digunakan untuk menangkap realitas empiris langsung dari pelaku budaya. Dengan demikian, penelitian ini memperoleh gambaran yang lebih utuh mengenai tantangan dan peluang revitalisasi ondel-ondel dalam ekosistem budaya Jakarta.

Pengumpulan data dilakukan di Kampung Budaya Betawi Situ Babakan, Jakarta Selatan, yang menjadi pusat aktivitas seni dan tempat bertemunya pengrajin, penjual produk budaya, dan masyarakat sebagai konsumen. Lokasi ini juga merepresentasikan ruang hidup budaya Betawi sehingga memberikan konteks observasi yang relevan. Penelitian dilaksanakan pada 23 November 2025 melalui observasi kegiatan budaya serta wawancara singkat dengan pelaku usaha dan pengunjung. Pemilihan informan dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan keterlibatan mereka dalam produksi, penjualan, atau penggunaan produk ondel-ondel.

Data penelitian dihimpun melalui tiga teknik utama, yaitu studi literatur, wawancara semi-terstruktur, dan observasi langsung. Studi literatur digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan konsep, wacana pelestarian, serta temuan empiris sebelumnya. Wawancara dilakukan dengan pengrajin, penjual, dan konsumen untuk menggali pandangan mereka terkait kualitas produksi, nilai budaya, dan minat pasar. Observasi lapangan dilakukan untuk mencatat variasi produk, aktivitas penjualan, suasana budaya, dan interaksi sosial yang muncul. Teknik ini saling melengkapi sehingga data yang diperoleh lebih kaya dan terverifikasi.

Instrumen penelitian terdiri atas pedoman wawancara, lembar observasi, catatan lapangan, serta perangkat dokumentasi seperti perekam audio atau kamera. Peneliti berperan sebagai instrumen utama yang menginterpretasikan data dan menghubungkan temuan lapangan dengan literatur. Data dianalisis menggunakan tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan secara berulang. Reduksi dilakukan untuk mengelompokkan data sesuai tema,



penyajian dilakukan dalam bentuk narasi dan tabel analisis, sedangkan kesimpulan ditarik melalui proses verifikasi untuk memastikan interpretasi yang konsisten.

HASIL

Analisis Masalah pada Industri Ondel-ondel

Industri budaya ondel-ondel mengalami dinamika yang semakin kompleks seiring berkembangnya sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di perkotaan. Transformasi bentuk, fungsi, serta pola pemanfaatannya menunjukkan adanya perubahan yang tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan hiburan, tetapi juga oleh selera pasar dan pergeseran nilai budaya di masyarakat. Berbagai penelitian menyoroti bahwa perubahan-perubahan tersebut berdampak pada cara ondel-ondel dipersepsikan, dimaknai, dan dimanfaatkan dalam kehidupan sosial.

Berdasarkan temuan dari sejumlah jurnal dan kajian akademik, berikut ini merupakan masalah-masalah utama yang muncul dalam industri ondel-ondel saat ini.

Tabel 1. Inti Masalah Industri Ondel-ondel

No	Jenis Masalah	Sumber	Inti Permasalahan
1.	Krisis regenerasi & kurangnya perhatian pada sanggar	(Ardiansyah, 2021)	Regenerasi lemah, sanggar tidak dibina, minat generasi muda rendah.
2.	Orientasi pendapatan harian pelaku ngamen	(BBC News, 2024)	Pelaku fokus pendapatan harian menyebabkan kualitas seni rendah.
3.	Kualitas produksi tidak seragam (musik tidak Betawi, tidak berpasangan)	(Entas, D., Putri, N.M.D.R., Suheryadi, H. and Aliff, M., 2022)	Pelaku ngamen memakai musik seadanya, kostum seadanya, tidak mengikuti pakem.
4.	Kekurangan Inovasi Visual & Pemanfaatan Edukatif	(Fatmawati, A. W., Alifa, N. P., Wulandari, F., and Gumala, Y. 2024)	Potensi edukatif warna primer pada ondel-ondel tidak dimanfaatkan karena stagnasi visual yang membuatnya kurang menarik bagi generasi muda.
5.	Komodifikasi oleh pariwisata/event	(Djunaid, I.S., 2023)	Ondel-ondel dijadikan komoditas hiburan, makna sakral memudar.
6.	Citra negatif akibat ngamen di ruang public	(David, R., Fitrayadi, D.S. and Bahrudin, F.A., 2024)	Penggunaan tanpa kontrol formal menyebabkan publik melihat sebagai hiburan murah dan menurunkan citra tradisional.
7.	Minimnya kebijakan & perlindungan regulasi	(Umam, S.C. and Sayogie, F., 2025)	Perda ada, tapi tidak ada pendanaan, pelatihan, dan mekanisme pengawasan.
8.	Tekanan estetika pasar & tuntutan modern (<i>instagramable</i>)	(Machdori, M., Maknun, T. and Iswary, E., 2022)	Modifikasi kostum & musik untuk selera pasar mengaburkan identitas budaya.

(Sumber: Diolah oleh Penulis 2025)



Regenerasi pelaku seni ondel-ondel menghadapi hambatan serius karena minimnya transfer keterampilan dari generasi tua kepada generasi muda (Ardiansyah, 2021). Sanggar-sanggar tradisional tidak memiliki dukungan pendanaan, fasilitas pelatihan, dan program kaderisasi yang terstruktur sehingga keberlanjutan seni ini semakin rapuh. Pemerintah pun dinilai belum memberikan perhatian memadai terhadap penguatan sanggar formal yang menjadi pusat pelestarian budaya Betawi. Akibatnya, standar artistik dan nilai ritual yang seharusnya diwariskan secara konsisten menjadi tidak terjaga.

Masalah berikutnya muncul dari maraknya praktik ngamen yang berorientasi pada pendapatan harian sehingga aspek artistik sering diabaikan. Dalam BBC News (2024) banyak kelompok menampilkan ondel-ondel tidak berpasangan, menggunakan musik seadanya, dan mengenakan kostum yang tidak sesuai estetika Betawi. Praktik ini membuat citra ondel-ondel bergeser menjadi sekadar alat mencari uang, bukan warisan budaya yang dijaga. Perubahan persepsi ini turut memperlemah posisi ondel-ondel dalam struktur kebudayaan masyarakat urban.

Rendahnya standar kualitas pertunjukan pada kelompok jalanan juga menjadi permasalahan signifikan karena pertunjukan sering dilakukan tanpa mengikuti pakem tradisional. Ondel-ondel yang tampil tanpa pasangan, dengan iringan musik non-Betawi, atau kostum seadanya menunjukkan lemahnya standar artistik yang seharusnya dijaga (Entas et al., 2022). Situasi ini tidak hanya mengurangi kualitas pertunjukan, tetapi juga mengaburkan identitas visual dan musikal ondel-ondel di mata publik. Ketidaksesuaian ini membuat masyarakat sulit membedakan antara bentuk asli dan bentuk komersial yang menyimpang.

Fatmawati et al. (2024) menjelaskan stagnasi visual pada ondel-ondel juga menjadi masalah lain yang kini semakin relevan di era digital. Palet warna tradisional seperti merah, biru, kuning, dan oranye dianggap monoton oleh generasi muda yang terbiasa dengan estetika visual modern yang lebih variatif. Padahal, warna-warna primer tersebut memiliki potensi besar sebagai media edukasi karena efektif untuk stimulasi kognitif dan kreativitas anak. Kurangnya inovasi visual membuat peluang edukatif ini belum dimanfaatkan dalam produk turunan seperti boneka mini, buku cerita, atau konten digital budaya.

Komodifikasi budaya turut mendorong perubahan makna ondel-ondel dari simbol ritual menjadi komoditas hiburan. Perubahan ini memang membuka peluang ekonomi bagi sektor pariwisata dan industri kreatif, tetapi berisiko menghilangkan makna sakral yang melekat pada ondel-ondel. Komunitas Betawi sering menilai komersialisasi berlebihan sebagai bentuk pengaburan nilai budaya yang seharusnya dilestarikan. Menurut Djunaid (2023), kondisi ini menuntut strategi yang mampu menyeimbangkan nilai ekonomi dan nilai budaya secara proporsional.

Citra ondel-ondel semakin tergerus ketika praktik ngamen yang tidak terkontrol membuatnya dipandang sebagai alat mencari nafkah semata. Ketika nilai budaya tidak ditonjolkan, publik semakin sulit melihat ondel-ondel sebagai representasi identitas Betawi (David et al., 2024). Penurunan wibawa budaya ini menghambat pengembangan potensi ekonomi kreatif berbasis budaya seperti pertunjukan profesional atau festival seni. Akibatnya, ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan sulit terbentuk.



Permasalahan semakin kompleks karena kebijakan pelestarian budaya belum berjalan efektif meskipun telah ada Perda Budaya Betawi. Umam & Sayogie (2025) menjelaskan kurangnya pendanaan, pelatihan, dan mekanisme pengawasan membuat upaya pelestarian tidak menyentuh kelompok pelaku seni secara menyeluruh. Kondisi ini membuat banyak kelompok masih bergantung pada pertunjukan jalanan dan rentan terhadap perubahan pasar. Studi geografi sosial menunjukkan bahwa lemahnya regulasi turut mempercepat perubahan fungsi ondel-ondel dari ritual ke hiburan komersial.

Tekanan pasar dan tuntutan estetika modern mendorong modifikasi kostum, gaya pertunjukan, hingga bentuk visual ondel-ondel agar lebih menarik bagi wisatawan dan generasi muda. Menurut Machdori et al. (2022) modifikasi ini dapat memperluas jangkauan audiens, tetapi juga berpotensi mengaburkan makna budaya asli jika dilakukan tanpa pelibatan komunitas tradisional. Penelitian semiotik menunjukkan bahwa perubahan visual sering kali mencerminkan negosiasi makna yang tidak selalu sejalan dengan nilai tradisional. Apabila tidak dikendalikan, distorsi budaya dapat semakin memperlemah identitas ondel-ondel di ruang publik.

PEMBAHASAN

Untuk memahami sejauh mana temuan literatur tersebut terjadi di lapangan, wawancara dilakukan kepada tiga narasumber di Situ Babakan: seorang pengrajin, penjual ondel-ondel, dan konsumen. Setiap narasi memberikan gambaran nyata tentang bagaimana para pelaku budaya menavigasi perubahan di tengah tekanan pasar dan perkembangan estetika modern. Dari keseluruhan wawancara tersebut, isu regenerasi menjadi tema yang paling sering muncul dan langsung berkaitan dengan temuan teoretis tentang melemahnya kaderisasi pelaku seni. Literatur memang menyebutkan bahwa kaderisasi lemah, tetapi pengrajin justru menggambarkan situasi yang lebih dinamis. Bu Yati, pengrajin ondel-ondel, menjelaskan:

“Anak muda masih tertarik belajar membuat ondel-ondel, meski pelatihan formal jarang tersedia. Kami tetap mempertahankan warna tradisional cerah dan menyesuaikan desain sesuai permintaan pasar.” (Bu Yati, Pengrajin)

Kemudian ia menambahkan:

“Pelatihan formal jarang tersedia, kami lebih banyak belajar dari pengalaman langsung dan mencoba-coba.” (Bu Yati, Pengrajin)

Hal tersebut menunjukkan bahwa regenerasi tidak sepenuhnya stagnan. Alur pembelajaran berlangsung secara informal, berbasis praktik langsung, dan ditopang oleh kreativitas pengrajin. Meski tidak ditunjang program pelatihan resmi, pola ini memungkinkan ondel-ondel tetap bertahan dan relevan. Selain persoalan regenerasi, wawancara juga menunjukkan adanya dinamika lain yang selaras dengan temuan literatur, terutama terkait perubahan fungsi ondel-ondel di ruang publik. Literatur menilai praktik ngamen sebagai faktor utama penurunan citra artistik. Namun perspektif pelaku usaha memberi nuansa berbeda. Ibu Asti, penjual ondel-ondel, mengatakan:



“Sebagian ondel-ondel memang digunakan di jalan untuk hiburan, tapi sanggar kami tidak menggunakannya untuk ngamen. Penyesuaian desain lebih ke acara resmi atau permintaan khusus.” (Ibu Asti, Penjual)

Ia juga menyinggung meningkatnya permintaan pada momen acara budaya:

“Acara seperti HUT Jakarta biasanya meningkatkan penjualan. Banyak anak muda juga tertarik beli untuk pajangan atau souvenir.” (Ibu Asti, Penjual)

Pernyataan ini memperlihatkan bahwa praktik ngamen tidak merepresentasikan keseluruhan industri. Sebagian pelaku justru menjaga estetika formal dan mengutamakan fungsi budaya, memperkuat citra ondel-ondel dalam acara resmi. Setelah persoalan citra pertunjukan, dinamika estetika visual juga muncul sebagai isu penting dalam industri ondel-ondel. Selanjutnya, stagnasi visual dianggap sebagai kendala dalam industri ini. Namun dari sisi konsumen, inovasi justru dipahami sebagai bentuk adaptasi. Bu Neni berpendapat:

“Modernisasi warna atau gaya estetika bukan pengurangan nilai budaya, tapi wujud kreativitas dan perkembangan zaman.” (Bu Neni, Konsumen)

Ia kemudian menambahkan:

“Ondel-ondel mini sebagai souvenir membantu memperkenalkan budaya kepada generasi muda. Nilai tradisi tetap kami hargai.” (Bu Neni, Konsumen)

Hal ini menunjukkan keterbukaan konsumen terhadap modifikasi estetika selama tetap menghormati tradisi. Temuan lapangan ini memperluas pemahaman literatur bahwa inovasi visual tidak selalu mengaburkan makna budaya misalnya dalam beberapa kasus, inovasi justru menjadi sarana edukatif. Selain persoalan visual, wawancara juga menunjukkan bahwa isu citra yang banyak dibahas dalam penelitian turut muncul di lapangan, meski dengan konteks yang lebih seimbang. Ibu Asti menegaskan:

“Kami menyesuaikan desain agar tetap menarik bagi anak muda, tapi nilai tradisi tetap kami jaga.” (Ibu Asti, Penjual)

Penyesuaian estetika dilakukan bukan sekadar untuk mengikuti pasar, tetapi sebagai strategi mempertahankan relevansi budaya. Kondisi ini selaras dengan literatur yang menyebutkan adanya negosiasi makna antara tradisi dan komersialisasi, namun pelaku lapangan menegaskan bahwa nilai budaya tidak sepenuhnya hilang. Setelah persoalan citra dan komodifikasi, dinamika estetika juga muncul sebagai aspek lain yang ikut memengaruhi bentuk dan tampilan ondel-ondel. Tekanan estetika modern yang disebutkan dalam kajian akademik juga dirasakan oleh pengrajin. Bu Yati menjelaskan:

“Kami tetap mempertahankan warna cerah sebagai identitas budaya, tapi terkadang menyesuaikan desain agar lebih menarik bagi anak muda.” (Bu Yati, Pengrajin)

Pernyataan ini menggambarkan adanya upaya menemukan titik keseimbangan antara mempertahankan identitas tradisional dan mengikuti perkembangan selera pasar. Adaptasi kreatif semacam ini memperkuat kesimpulan bahwa perubahan tidak selalu berarti degradasi budaya.

Temuan lapangan memperlihatkan bahwa realitas industri ondel-ondel jauh lebih dinamis dibandingkan gambaran dalam literatur, terutama karena regenerasi tetap berlangsung melalui proses belajar langsung meski tanpa dukungan pelatihan resmi. Di sisi lain, praktik



ngamen ternyata tidak mencerminkan keseluruhan industri, sebab sebagian pelaku tetap menjaga estetika formal dan mempertahankan fungsi budaya dalam berbagai acara resmi. Konsumen pun menunjukkan penerimaan terhadap inovasi visual, memandangnya sebagai bentuk adaptasi yang membantu memperluas edukasi budaya dan menarik minat generasi muda. Secara keseluruhan, para pelaku seni menegosiasikan tradisi dan modernitas melalui adaptasi yang terukur, sehingga perubahan yang terjadi tidak selalu berujung pada degradasi budaya.

Analisis SWOT pada Industri Ondel-Ondel

Kondisi industri ondel-ondel yang sarat tantangan membutuhkan pendekatan analitis yang mampu memetakan situasi secara menyeluruh. Beragam permasalahan yang telah diidentifikasi sebelumnya menunjukkan bahwa perkembangan ondel-ondel tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti regenerasi, kualitas pertunjukan, dan inovasi visual, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti komodifikasi budaya, tekanan pasar, dan lemahnya regulasi. Untuk memahami posisi ondel-ondel di tengah ekosistem budaya dan ekonomi kreatif modern, diperlukan analisis SWOT yang mampu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang membentuk dinamika industri ini. Melalui pemetaan ini, strategi revitalisasi dapat dirumuskan secara lebih terarah dan relevan dengan kebutuhan pelestarian budaya Betawi di era digital.

1. *Strength*

Tabel 2. Analisis Kekuatan Industri Ondel-Ondel

<i>Strength</i>	Penjelasan
Ondel-ondel sebagai ikon budaya Betawi	Memiliki nilai historis, simbol identitas, dan pengakuan luas sebagai representasi budaya Jakarta.
Warna tradisional kaya makna edukasi	Warna primer (merah–biru–kuning) memiliki nilai edukatif untuk stimulasi kognitif dan kreativitas anak.
Nilai ritual & makna budaya yang kuat	Masih memiliki akar tradisi yang jelas sehingga mudah diangkat dalam narasi pelestarian budaya.

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2025)

2. *Weakness*

Tabel 3. Analisis Kelemahan Industri Ondel-Ondel Berdasarkan Weakness

<i>Weakness</i>	Penjelasan
Krisis regenerasi sanggar	Minimnya kaderisasi, pelatihan, dan pembinaan generasi muda.
Praktik ngamen berorientasi pendapatan	Fokus pada pendapatan harian menurunkan kualitas artistik dan nilai budaya.
Kualitas pertunjukan rendah dan tidak seragam	Banyak tampil tanpa pasangan, musik seadanya, dan kostum tidak sesuai pakem tradisional.



Stagnasi visual (warna monoton)	Warna tradisional tidak dikembangkan sehingga kurang menarik bagi generasi muda visual digital.
Penurunan wibawa budaya di ruang publik	Praktik jalanan membuat ondel-ondel dianggap alat cari uang, bukan simbol budaya.
Modifikasi tidak terkontrol	Banyak perubahan visual & kostum yang mengaburkan makna budaya asli.

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2025)

3. *Opportunities*

Tabel 4. Analisis Peluang Industri Ondel-Ondel Berdasarkan Opportunities

<i>Opportunities</i>	Penjelasan
Modernisasi & digitalisasi budaya	Animasi, konten digital, VR, dan platform media bisa mengangkat kembali ondel-ondel.
Media edukasi berbasis warna	Warna primer kuat → potensial untuk buku edukasi, animasi anak, mainan edukatif.
Pasar pariwisata budaya	Festival, event daerah, dan program pariwisata membuka ruang pertunjukan formal.
Ekspansi UMKM kreatif	Souvenir, boneka mini, <i>e-commerce</i> , NFT dan brand lokal memperluas pasar produk ondel-ondel.

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2025)

4. *Threats*

Tabel 5. Analisis Tantangan Industri Ondel-Ondel Berdasarkan Threats

<i>Threats</i>	Penjelasan
Komodifikasi budaya berlebihan	Risiko hilangnya nilai sakral dan autentisitas karena orientasi profit.
Lemahnya regulasi & pengawasan budaya	Perda belum berjalan efektif karena tidak ada pembinaan, pendanaan, dan kontrol kualitas.
Tekanan estetika modern & selera pasar	Tuntutan “ <i>instagramable</i> ” memicu modifikasi yang mengikis identitas asli.
Dominasi hiburan modern	Persaingan dengan konten digital lain yang lebih menarik bagi generasi muda.

(Sumber: Diolah oleh Penulis, 2025)

Setelah pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman melalui tabel SWOT, langkah berikutnya adalah menganalisis hubungan antar unsur tersebut untuk merumuskan



strategi revitalisasi yang efektif. Analisis SO dan WT diperlukan untuk melihat bagaimana kekuatan internal dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang eksternal, serta bagaimana kelemahan internal dapat diminimalkan agar tidak semakin diperburuk oleh ancaman dari luar. Pendekatan ini membantu menghasilkan strategi yang lebih terarah, realistis, dan sesuai dengan kondisi aktual industri ondel-ondel di era digital. Dengan demikian, analisis SO dan WT menjadi dasar penting dalam merumuskan langkah-langkah revitalisasi yang berkelanjutan.

1. Analisis *Strength-Opportunity* (SO)

Kekuatan budaya ondel-ondel, seperti kedudukannya sebagai ikon Betawi dan warna tradisional yang memiliki potensi edukatif, dapat dioptimalkan dengan memanfaatkan peluang modernisasi digital dan perkembangan media edukasi. Potensi warna primer yang kuat secara kognitif dapat dikembangkan melalui animasi anak, buku pembelajaran, atau mainan edukatif yang menghubungkan nilai budaya dengan kebutuhan belajar generasi modern. Selain itu, digitalisasi melalui media sosial, platform video, atau VR dapat memperkuat citra ondel-ondel sebagai bagian dari pariwisata budaya yang relevan dengan tren masa kini. Penguatan narasi budaya melalui teknologi memungkinkan ondel-ondel tetap mempertahankan autentisitas sembari memperluas jangkauan audiens secara global.

1. Analisis *Weakness-Threat* (WT)

Berbagai kelemahan internal seperti krisis regenerasi, rendahnya kualitas pertunjukan, dan maraknya praktik ngamen semakin diperparah oleh ancaman eksternal berupa komodifikasi berlebihan dan lemahnya regulasi budaya. Ketika modifikasi visual tidak terkontrol dan pertunjukan jalanan mendominasi, nilai budaya ondel-ondel semakin tergerus oleh tuntutan pasar yang mengedepankan hiburan cepat. Situasi ini menuntut pembenahan menyeluruh pada aspek pembinaan, pengawasan, dan standarisasi kualitas pertunjukan agar identitas budaya tidak semakin kabur. Tanpa intervensi regulatif dan revitalisasi internal, ancaman dari hiburan modern dan tekanan estetika akan semakin memperlemah posisi ondel-ondel di ruang publik.

Strategi Revitalisasi Ondel-ondel Berbasis Ekonomi Kreatif dan Digitalisasi

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dijabarkan pada bagian sebelumnya, strategi revitalisasi ondel-ondel dirumuskan untuk memaksimalkan kekuatan internal, memanfaatkan peluang eksternal, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang muncul dalam industri budaya Betawi. Penyusunan strategi ini mempertimbangkan kondisi aktual pelaku seni, dinamika pasar, serta tantangan modernisasi yang memengaruhi keberlangsungan ondel-ondel di era digital. Dengan pendekatan tersebut, strategi revitalisasi diharapkan dapat memberikan arah yang lebih terstruktur bagi pengembangan ondel-ondel sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Rangkaian strategi berikut disusun agar dapat diimplementasikan secara kolaboratif oleh pelaku seni, pemerintah, dan masyarakat.

Strategi SO berfokus pada pemanfaatan kekuatan budaya ondel-ondel, terutama statusnya sebagai ikon Betawi, untuk menangkap peluang modernisasi dan pengembangan media edukatif. Keunikan warna-warna tradisional yang dimiliki ondel-ondel dapat dieksplorasi dalam pengembangan produk kreatif ramah anak, seperti animasi, buku cerita, mainan edukatif, dan merchandise budaya yang mendukung pembelajaran visual (Hanipudin &



Munahasah, 2024). Penerapan pendekatan edukasi visual ini sejalan dengan praktik transformasi wayang yang berhasil menjadi media pembelajaran anak, sehingga ondel-ondel memiliki peluang untuk mengikuti pola yang sama. Pemanfaatan kekuatan identitas budaya secara kreatif membuat ondel-ondel memiliki nilai tambah di pasar modern.

Selain inovasi edukatif, strategi SO juga melibatkan penguatan digitalisasi melalui pengembangan platform resmi sanggar dan UMKM ondel-ondel. Pemanfaatan situs web, e-commerce, dan manajemen katalog digital terbukti dapat memperluas jangkauan pasar pelaku kreatif, sebagaimana ditunjukkan oleh UMKM batik yang berhasil menembus pasar nasional melalui sistem informasi digital (Segara et al., 2024). Pendekatan ini memungkinkan ondel-ondel dipromosikan melalui kanal yang lebih modern dan profesional, sehingga posisi budaya ini di ranah ekonomi kreatif semakin kuat. Digitalisasi juga membuka peluang baru untuk layanan pemesanan pertunjukan, kelas budaya, dan produksi konten kreatif secara lebih terstruktur.

Strategi WT difokuskan pada pengurangan kelemahan internal dan penanganan ancaman eksternal yang berpotensi menggerus nilai budaya ondel-ondel. Lemahnya standar kualitas pertunjukan, kurangnya regenerasi, serta meningkatnya praktik ngamen tanpa aturan memerlukan program sertifikasi sanggar untuk memastikan standar teknis, estetika, dan nilai budaya tetap terjaga (Ardiansyah, 2021). Sertifikasi ini harus disertai bantuan pendanaan, alat musik tradisional, serta pelatihan produksi agar pelaku seni tidak lagi bergantung pada pendapatan harian yang tidak stabil. Dengan penguatan kapasitas sanggar, kualitas pertunjukan dapat meningkat dan ancaman komersialisasi berlebihan dapat diminimalisir.

Selain itu, strategi WT mencakup penguatan regulasi dan kebijakan yang lebih tegas untuk mengontrol penggunaan ondel-ondel di ruang publik. Implementasi Perda Budaya Betawi perlu diperbarui agar mencakup mekanisme pengawasan, pendanaan pelestarian, serta pedoman pementasan yang mencegah modifikasi berlebihan yang menggerus nilai budaya. Kebijakan efektif ini telah diterapkan pada berbagai produk budaya lain melalui program pendampingan UMKM tradisional, yang terbukti mampu memperkuat kualitas dan daya saing budaya lokal (DPR RI, 2025). Dengan pendekatan regulatif yang lebih kuat, ancaman komodifikasi berlebihan dapat diatasi tanpa menghambat kreativitas pelaku seni.

Strategi revitalisasi berikutnya berkaitan dengan inovasi visual dan diversifikasi produk kreatif yang terinspirasi dari keberhasilan kerajinan tradisional lain dalam beradaptasi dengan pasar modern. Studi ekonomi kreatif menunjukkan bahwa kerajinan tradisional mampu menarik minat generasi muda melalui eksplorasi warna, desain kontemporer, dan pengemasan ulang produk menjadi souvenir dan dekorasi modern (Wiranti, 2024). Dengan menerapkan pendekatan serupa, ondel-ondel dapat dikembangkan ke dalam bentuk boneka mini edukatif, kain motif ondel-ondel, merchandise ilustratif, hingga animasi digital dengan gaya modern. Diversifikasi ini memungkinkan ondel-ondel memiliki nilai tambah tanpa melepas identitas budaya Betawi.

Strategi tambahan mencakup penguatan pendidikan budaya sebagai langkah jangka panjang untuk membangun kesadaran generasi muda. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi publik terhadap ondel-ondel menjadi negatif ketika seni ini diposisikan pada ruang yang tidak semestinya, sehingga pendidikan budaya perlu dimasukkan dalam kurikulum muatan lokal, ekstrakurikuler, dan kegiatan kunjungan sanggar (Susilawati & Kurnia, 2024). Pelibatan



generasi muda sebagai duta budaya digital juga penting, sebab mereka berpotensi menjadi penggerak konten kreatif dan inovasi budaya. Pendekatan pendidikan ini memastikan bahwa revitalisasi tidak hanya mengandalkan pasar, tetapi juga ditopang oleh generasi yang memahami nilai budayanya.

Dalam lingkup media dan teknologi, strategi terakhir adalah pemanfaatan media lokal dan pendekatan counter-culture untuk memperkuat identitas ondel-ondel di tengah derasnya arus konten global. Media lokal seperti situs resmi budaya Betawi, kanal YouTube edukatif, dan pertunjukan virtual dapat digunakan untuk mempromosikan ondel-ondel sekaligus mengoreksi distorsi makna yang berkembang di masyarakat (Umam & Sayogie, 2025). Penguatan narasi budaya melalui media lokal ini membantu menjaga eksistensi ondel-ondel sebagai ikon budaya yang bermartabat, bukan sekadar alat hiburan jalanan. Pengelolaan media yang terstruktur juga membuka peluang pemasaran global bagi produk budaya turunan ondel-ondel.

Harapan Narasumber

Berdasarkan wawancara dengan pengrajin, penjual, dan konsumen di Situ Babakan, harapan utama mereka berfokus pada penguatan kualitas dan keberlanjutan ondel-ondel sebagai budaya Betawi. Pengrajin menekankan perlunya dukungan nyata melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitas sanggar yang memadai, karena proses belajar pembuatan ondel-ondel masih berlangsung secara mandiri tanpa standar produksi yang jelas. Mereka berharap adanya pembinaan yang terarah agar regenerasi berjalan dan kualitas karya tetap terjaga.

Dari sisi penjual dan konsumen, muncul harapan agar pemasaran dan inovasi visual dapat mengikuti tren tanpa meninggalkan nilai tradisional. Mereka menilai acara budaya, promosi resmi, dan dukungan UMKM sangat penting untuk memperluas pasar produk turunan ondel-ondel. Secara keseluruhan, para narasumber menginginkan sinergi antara pelaku seni, pelaku usaha, komunitas, dan pemerintah agar ondel-ondel tetap hidup, relevan, dan mampu berkembang sebagai bagian dari ekonomi kreatif Betawi di era digital.

KESIMPULAN

Industri ondel-ondel menghadapi tantangan serius, mulai dari krisis regenerasi hingga kualitas pertunjukan yang tidak seragam, sehingga posisinya sebagai simbol budaya Betawi kian terancam. Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan ondel-ondel terletak pada nilai historis dan potensinya dalam edukasi budaya, namun kelemahan seperti stagnasi visual dan komodifikasi berlebihan membuka ruang bagi hilangnya makna sakral. Meski begitu, peluang revitalisasi masih besar melalui peningkatan kapasitas sanggar, pembaruan regulasi, dan pemanfaatan digitalisasi untuk memperluas edukasi serta produk kreatif. Dengan kolaborasi antara pemerintah, komunitas, dan UMKM, ondel-ondel berpeluang tetap hidup dan berkembang sebagai identitas budaya Jakarta sekaligus sumber ekonomi kreatif yang berkelanjutan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, L. (2021) “Persepsi abang none Jakarta terhadap fenomena ondel-ondel ngamen di Jakarta,” *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(1). Available at: <https://doi.org/10.25139/jkp.v5i1.3273>.
- BBC News (2024) *Seni Ondel-Ondel Kian Terpinggirkan di Jakarta: Tradisi atau Sekadar Hiburan Jalanan?*, *BBC News Indonesia*. Available at: <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cwyleell4k5o>. Diakses tanggal 18 November 2025.
- David, I., Fitrayadi, D.S. and Bahrudin, F.A. (2024) “Conservation Efforts of Betawi Community Traditions in the Modern Era (Descriptive Study of the Betawi Cultural Institution in Daerah Khusus Ibukota Jakarta Region),” *Jurnal Pendidikan Amarta*, 3(1), pp. 88–91.
- Djunaid, I.S. (2023) “Komodifikasi Ondel-Ondel sebagai Tradisi Budaya Betawi di Kemayoran Jakarta Pusat,” *Jurnal Pesona Hospitality*, 16(1). Available at: <https://jurnal.pertiwi.ac.id/index.php/pesonahospitality/article/view/119>
- DPR RI (2025) *Isu Sepekan – Puslit, Juni 2025, Edisi III*. Available at: https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---III-PUSLIT-Juni-2025-235.pdf. Diakses tanggal 18 November 2025.
- Entas, D., Putri, N.M.D.R., Suheryadi, H. and Aliff, M. (2022) “Degradasi Budaya Betawi pada Atraksi Ondel-Ondel Jalanan,” *Tourism Scientific Journal*, 7(2), pp. 242–251. Available at: <https://doi.org/10.32659/tsj.v7i2.183>.
- Fatmawati, A.W. *et al.* (2024) “MEMBENTUK KARAKTER SISWA SEKOLAH DASAR MELALUI BUDAYA ONDEL ONDEL BETAWI,” *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), pp. 11835–11842. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jrpp.v7i3.31424>.
- Hanipudin, S. and Munahasah, A. (2024) “Penanaman Karakter Bagi Anak Usia Dini Melalui Cerita Wayang,” *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(1), pp. 207–213. Available at: <http://abdimasku.lppm.dinus.ac.id/index.php/jurnalabdimasku/article/view/1738>.
- Machdori, M., Maknun, T. and Iswary, E. (2022) “Ngarak Barong, Tradisi Lebaran Betawi dan Strategi Pemertahanan Budaya Masyarakat Etnis Betawi di Kampung Sawah Bekasi: Kajian Semiotika,” *Jurnal Ilmu dan Budaya*, 43(2), p. 229. Available at: <https://doi.org/10.47313/jib.v43i2.1749>.
- Segara, A.J.T. ., Bahtiar, A. R. ., Suryaningtiyas, Y. D. ., Haya, H. A. A. ., & Kamil, R. D. (2024) “Sustainable Digital Business Expansion Pada Industri Kreatif Batik Banyumas Melalui Sistem Informasi Berbasis Website,” *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(6), pp. 11970–11976. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/cdj.v5i6.39044>.
- Susilawati, E. and Kurnia, H. (2024) “Nilai Kearifan Lokal pada Kesenian Budaya Ondel-ondel di Tanah Betawi (Studi Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta),” *Jurnal Ilmu Sosial dan Budaya Indonesia*, 2(2), pp. 67–74. Available at: <https://doi.org/10.61476/dyfl18680>.



- Umam, S.C. and Sayogie, F. (2025) “Dari Penolak Bala Hingga Pengamen Jalanan: Pergeseran Eksistensi Ondel-Ondel Perspektif Mulla Sadra Dan Baudrillard,” *Nazharat: Jurnal Kebudayaan*, 31(1), pp. 1–8. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/nazharat.v31i1.181>.
- Wiranti, I.W. (2024) “Urgensi Pengaturan Budaya Reyog Ponorogo Perspektif Hukum Kritis Dan Fiqh Siyasah,” *El-Dusturie*, 3(1), pp. 81–99. Available at: <https://doi.org/10.21154/eldusturie.v2i2.9496>.