

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana seorang pelaku usaha di Desa Penglipuran mempertahankan keberlangsungan usahanya melalui strategi komunikasi identitas. Fokus utama diarahkan pada Mbok Aris, seorang pelaku usaha lokal yang sukses mengembangkan usahanya dari penyewaan pakaian adat menambah ke jasa fotografi, tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus instrumental. Teori Komunikasi Identitas dari Michael Hecht digunakan sebagai pisau analisis, yang mencakup empat dimensi utama yaitu identitas *personal*, *enactment*, relasional, dan komunal. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mbok Aris secara konsisten membangun identitas dirinya sebagai pelaku budaya yang mampu beradaptasi dengan perkembangan pariwisata. Ia menampilkan sikap terbuka dalam berinteraksi dengan wisatawan, menjaga relasi hangat dengan pelanggan, serta tetap mendapatkan dukungan dari masyarakat adat setempat. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika komunikasi identitas di lingkungan desa wisata adat dan dapat menjadi acuan praktis bagi pelaku usaha lain yang ingin berkembang dengan tetap mempertahankan akar budaya lokal.

Kata Kunci: Identitas Komunikasi, Desa Adat, Pelaku Usaha Lokal, Pariwisata Budaya, Studi Kasus