

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI MUDA UNTUK MEMPROMOSIKAN WARISAN BUDAYA NUSANTARA DI ERA GLOBALISASI

¹ Manisza Ristian ² Ni Putu Trisna Darmayanti ³ Ni Luh Pande Ayu Tri Muliani ⁴Luh
Kadek Budi Martini

1Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Indonesia

2Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Indonesia

3Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Indonesia

4Sekolah Tinggi Bisnis Runata, Indonesia

* Corresponding Author: jrseruni@gmail.com

ABSTRAK

Di era digital saat ini media sosial memiliki peran penting. Melalui media sosial arus informasi tidak dapat di bendung yang dapat memberikan akses untuk budaya luar masuk ke Indonesia. Salah satu bentuk tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan budaya nusantara yaitu FOMO (Fear of Missing Out) merupakan sebuah fenomena masyarakat yang ikut-ikutan terhadap tren. Sehingga pentingnya penelitian ini dilakukan untuk meneliti kebermanfaatan media sosial dalam mempromosikan budaya nusantara ditengah derasnya arus globalisasi dan tentunya membutuhkan peran aktif dari generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode Narrative Review. Adapapun hasilnya yaitu, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana literasi digital dengan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu yang dapat dikemas melalui konten yang masih relevan dengan tren generasi muda saat ini dan sering kali mampu menarik perhatian lebih banyak orang dibandingkan media tradisional. Media sosial juga berperan sebagai sarana penyampaian opini melalui opini publik yang relevan yang sering kali menjadi viral, menarik perhatian masyarakat luas, media, bahkan pemerintah. Media sosial juga dapat berperan sebagai sarana mempromosikan Budaya Nusantara dengan platform digital yang dapat digunakan untuk berbagi konten menarik, seperti: video tutorial membuat, konten tari tradisional dalam format modern, dan resep masakan khas Nusantara. Sehingga peran dari generasi muda saat ini sangat penting karena mereka sudah mengenal teknologi dari kecil dan mengikuti perkembangan teknologi saat ini dinilai tidak terlalu susah apalagi mereka sudah sangat familiar dengan media sosial melalui konten sehingga segala informasi budaya dapat dengan mudah ditemukan dan diakses oleh generasi muda saat ini yang sangat menyukai kemudahan dan hal-hal yang instan.

Kata Kunci: Media Sosial, Kebudayaan, Globalisasi

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini revolusi teknologi telah mampu mematahkan jarak antar penggunanya, revolusi teknologi telah menjalar ke berbagai aspek kehidupan masyarakat, baik dari teknologi transportasi, komunikasi, bahkan

sampai pariwisata. Di era 1980an khususnya teknologi komunikasi masih sangat terbatas dan relatif membutuhkan waktu yang lama untuk menyebarkan informasi. Akan tetapi saat ini dengan kemajuan teknologi memungkinkan orang-orang menemukan informasi yang dibutuhkan dengan cepat dan melalui berbagai *platform* digital salah satunya media sosial. Media sosial adalah salah satu *platform* digital yang mampu menyebarkan informasi tercepat, sehingga dengan kemunculan media sosial dapat dikatakan bahwa dunia ada dalam genggaman dan melalui media sosial mampu membawa dunia menuju konsep "*global village*".

Saat ini dengan sosial media arus informasi tidak dapat di bendung yang secara tidak langsung dapat memberikan akses untuk budaya luar masuk ke Indonesia. Hal ini menyebabkan arus globalisasi membawa dampak yang signifikan terhadap budaya nusantara dan ditengah perubahan ini budaya nusantara menghadapi tantangan dalam mempertahankan keberadaannya. Salah satu bentuk tantangan yang dihadapi dalam mempertahankan budaya nusantara yaitu FOMO (*Fear of Missing Out*) yang mewabah dikalangan anak muda terutama generasi muda saat ini. FOMO (*Fear of Missing Out*) merupakan sebuah fenomena dimana masyarakat khususnya anak muda dari kelompok milenial dewasa sampai generasi Z berlomba-lomba untuk menikmati atau memiliki barang yang sedang tren atau viral secara global di media sosial agar tidak merasa tertinggal. Akibatnya budaya pop global seperti gaya hidup, musik, atau *fashion* lebih diutamakan daripada budaya nusantara. FOMO mendorong generasi muda untuk mengonsumsi konten yang sedang viral, yang sering kali berasal dari luar budaya Nusantara. Hal ini sejalan dengan teori Przbylski *et al* (Putri, 2016) yang menyatakan bahwa fomo sendiri adalah rasa gelisah dan khawatir jika ketinggalan peristiwa terkini sehingga menyebabkan masyarakat berlomba-lomba untuk mengikuti berbagai tren yang sedang terjadi.

Bukti nyata dari perubahan ini yaitu gaya berpakaian, gaya hidup, musik, film, penggunaan bahasa, bahkan sampai pola konsumsi masyarakat mulai beralih ke makanan cepat saji yang ditawarkan oleh restoran bertaraf Internasional. Penggunaan bahasa daerah dan bahasa nasionalpun mulai ditinggalkan dan beralih dengan menggunakan bahasa asing yang dinilai lebih modern. Gaya berpakaian generasi muda saat ini juga sudah mulai mengadopsi gaya berpakaian

budaya asing yang dinilai lebih praktis. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhani *et al.*, 2022) juga menunjang fenomena ini yaitu dimana dalam hasil temuannya terdapat pengaruh signifikan dan positif FOMO terhadap pembelian impulsif pada masyarakat.

Dalam upaya mempromosikan budaya nusantara guna melestarikan keberadaannya, sosial media adalah sarana yang efektif karena melalui media sosial akan mampu menjangkau semua kalangan masyarakat. Berdasarkan data dari Hootsuite Data Digital Indonesia Tahun 2024 terdapat 212,9 juta pengguna internet yang ada di Indonesia, terdapat 167 juta masyarakat yang tercatat sebagai pengguna sosial media aktif dan sebanyak 58,9% pengguna internet di Indonesia menyatakan bahwa mereka mengakses media sosial untuk mengisi waktu luang. Orang-orang yang menggunakan media sosial kurang lebih menghabiskan waktu 3 jam 11 menit untuk mengakses sosial media. Berdasarkan data dari Hootsuite Data Digital Indonesia per Januari 2024 terdapat 60,6% masyarakat menggunakan internet untuk menonton video konten, tv dan film.

Tabel 1.1
Data Perbandingan Jenis Konten Di Media Sosial

No	Kategori Konten Budaya	Jumlah	Kategori Konten Lainnya	Jumlah
1	Tradisi & Upacara	5	Pendidikan dan Tips Belajar	5
2	Kuliner Tradisional	4	Teknologi Inovasi	4
3	Kerajinan Tangan	3	Lingkungan dan Alam	3
4	Tokoh Budaya	2	Kegiatan Kampus	6
5	Musik Tradisional	3	Motivasi dan Inspirasi	4
6	Festival Budaya	2	Wirausaha dan Ekonomi	3
7	Trivia Budaya	4	Kesehatan dan Gaya Hidup	4
Total		23	Total	29

Sumber : Tren Umum Konten Media Sosial 2024

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa saat ini konten di media sosial yang membahas terkait konten budaya memiliki jumlah lebih sedikit dari konten lainnya. Hal tersebut dikarenakan mulai bergesernya ketertarikan anak muda terhadap budaya nusantara yang beralih ke tontonan yang lebih modern. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Martini (2022) bahwa konten yang disediakan idealnya informatif dan mudah dikenali. Mempromosikan budaya nusantara melalui media sosial dinilai efektif, akan tetapi promosi budaya yang

dilakukan harus dikemas lebih kreatif, seperti membuat konten budaya nusantara yang lebih atraktif dan sesuai dengan standar tontonan generasi muda saat ini untuk meminimalisir perspektif mereka bahwa mengikuti budaya lokal sama dengan ketinggalan zaman. Selain itu, bersinergi dengan para *Influencer* dalam membentuk *tren*. Berkolaborasi dengan mereka untuk mempromosikan budaya lokal dapat membantu budaya nusantara tetap relevan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka pentingnya penelitian ini dilakukan untuk meneliti kebermanfaatan media sosial dalam upaya mempromosikan budaya nusantara ditengah derasnya arus globalisasi dan tentunya membutuhkan peran aktif dari generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Media Sosial

(Siregar, 2022) Mendefinisikan media sosial sebagai media yang terhubung dengan internet yang dapat penggunaannya fungsikan untuk merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bersinergi, dan membangun komunikasi dengan pengguna media sosial lainnya dan membangun asosiasi sosial secara daring. Media sosial, memiliki 3 bentuk yang merujuk pada arti bersosial yaitu pengenalan, komunikasi dan kerjasama.

Media sosial juga diartikan sebagai sarana yang digunakan oleh konsumen untuk menyebarluaskan informasi berupa narasi, ilustrasi, musik, dan video kepada khalayak umum yang ada dalam ekosistem digital (Kotler & Keller, 2016).

(Nabila *et al.*, 2020) Menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah alat yang sistem kerjanya menggunakan bantuan teknologi yang mampu membuat komunikasi satu arah beralih menjadi dua arah dan penggunaannya dapat berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya. Selain itu media sosial juga sebagai media yang memungkinkan individu terhubung dan mengekspresikan dirinya dengan individu lainnya dengan bantuan internet.

Menurut (Ardiansyah, 2021) media sosial adalah layanan yang difungsikan untuk mempermudah interaksi dengan sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, keberadaan media sosial juga dimanfaatkan untuk membangun refleksi diri.

Kebudayaan

(Hanafie, 2016) Mendefinisikan bahwa kebudayaan adalah serangkaian norma atau tradisi, rencana dan strategi yang terdiri atas serangkaian pemahaman individu dan dipergunakan secara selektif untuk menghadapi lingkungan dan arus perubahannya sebagaimana tercermin dalam tingkah laku dan perbuatannya.

Kebudayaan merupakan sistem yang cukup rumit yang mencakup pembelajaran, kepercayaan, karya seni, moral, hukum, adat istiadat, keahlian, serta kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. (Tylor, 1994)

(Keesing, 1992) Mendefinisikan kebudayaan memiliki dua pendekatan yaitu, pendekatan adaptif dan pendekatan ideasional. Kebudayaan berdasarkan pendekatan adaptif merupakan pendekatan yang mengacu pada cara berfikir dan berperilaku. Menurut pendekatan ideasional kebudayaan hanya sebagai konteks pemikiran.

Globalisasi

Sistem dunia modern yang mendigital merupakan hasil kolaborasi antarnegara sehingga menciptakan adanya globalisasi. Globalisasi ini merupakan dampak yang signifikan dari aktivitas diberbagai negara yang mempengaruhi masyarakat ditingkat lokal ataupun global. Globalisasi merupakan fenomena rumit yang meliputi penyebaran ide, barang, dan jasa, serta memiliki implikasi sosial, ekonomi, dan politik yang mendalam pada negara-negara yang berinteraksi. Globalisasi merupakan fenomena yang meningkatkan interdependensi masyarakat global, namun juga menciptakan kesenjangan ekonomi dan sosial yang signifikan antara negara-negara industri yang maju dan negara-negara berkembang (Giddens, 1990).

Globalisasi, yang didefinisikan oleh Selo Soemardjan, mengacu pada proses integrasi global yang menciptakan sistem organisasi dan komunikasi yang homogen atau terhubung dengan berbagi kaidah yang sama, terutama ilmu pengetahuan, teknologi, dan media komunikasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode *narrative review*. *Narrative review* merupakan pendekatan pada penelitian yang dipakai untuk merangkum, mengkaji, dan mengkomunikasikan literatur yang relevan menggunakan topik eksklusif secara naratif, bukan melalui analisis statistik atau kuantitatif. Adapun tujuan dari *narrative review* yaitu untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai suatu peristiwa, teori, atau persoalan berdasarkan literatur yang ada. Menurut (Demiris, G. D. P. O. & Washington, 2019), langkah-langkah untuk metode *narrative review* yaitu melakukan pencarian jurnal yang sesuai kata kunci dan merangkum temuan dari jurnal dan mengkombinasikannya ke dalam tulisan yang dibuat.

Langkah awal dalam penelitian ini yaitu penentuan topik. Topik yang dibahas dalam penelitian ini yaitu melestarikan budaya nusantara melalui media sosial, yang selanjutnya mencari literatur atau referensi terkait yang relevan dengan menggunakan bantuan layanan dari Google Cendekia untuk mencari artikel ilmiah atau jurnal. Kemudian menyusun dan menjabarkan temuan-temuan dari literatur yang telah diseleksi. Temuan-temuan tersebut selanjutnya diinterpretasikan dalam penelitian ini dengan konsep bagaimana melestarikan budaya nusantara melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial Sebagai Sarana Literasi Digital

Arus globalisasi menyebabkan banyaknya perilaku masyarakat mulai bergeser, mulai dari cara berkomunikasi, berinteraksi, bahkan sampai cara mengakses pembelajaran. Pergeseran ini terjadi sejak bermunculannya media sosial dan mudahnya masyarakat mengakses internet. Kemudahan mengakses internet khususnya di Indonesia mulai efektif dilakukan sejak pandemi Covid-19, yang dimana segala jenis kegiatan dilakukan dalam bentuk daring, dan kebiasaan tersebut terus dilakukan sampai pasca pandemi. Dengan berbagai perkembangan yang terjadi di media sosial menyebabkan media sosial mampu menjadi sarana literasi dan edukasi secara digital. Manfaat dari adanya literasi digital yaitu, membantu dalam penggunaan kosa kata, memaksimalkan kinerja otak, mengakses

informasi baru secara cepat dan tepat, menambah kemampuan interpersonal, mampu menangkap makna informasi dengan cepat, meningkatkan komunikasi, dan meningkatkan kemampuan kognitif (Sumiati & Wijonarko, 2020).

Media sosial menjadi alat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap berbagai isu. Misalnya, aktivis lingkungan menggunakan media sosial untuk mengedukasi masyarakat tentang perubahan iklim. Konten seperti infografik, video pendek, atau opini personal sering kali mampu menarik perhatian lebih banyak orang dibandingkan media tradisional. Dalam hal ini, media sosial berfungsi sebagai media penyebaran nilai-nilai budaya yang merasuki kehidupan setiap individu dan lingkungan di sekitarnya (Oktavianti & Loisa, 2017). Dengan adanya manfaat dari media sosial sebagai sarana literasi dan edukasi sesuai dengan hasil kajian yang dilakukan oleh (Sumiati & Wijonarko, 2020) maka generasi muda yang berkualitas saat ini harus mampu menjadi garda terdepan dalam melestarikan budaya nusantara dengan cara melakukan edukasi budaya secara digital. Edukasi digital yang dapat dilakukan oleh generasi muda untuk melestarikan budaya yaitu membuat konten budaya nusantara yang memadukan antara tren terkini dengan budaya nusantara yang tentunya konten yang dipublikasikan masih menonjolkan dan masih kental dengan nilai-nilai budaya dan masih relevan dengan selera generasi muda saat ini.

Media Sosial Sebagai Sarana Penyampaian Opini

Media sosial menjadi bagian yang sangat melekat pada generasi muda. Dengan kemajuan teknologi, platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook memungkinkan mereka untuk terhubung, berbagi, dan memperoleh informasi dengan cepat. Namun, pemanfaatannya memiliki dua sisi, yaitu manfaat positif dan risiko negatif. Mungkin banyak orang yang menggunakan Instagram, Facebook, Twitter, atau platform lainnya untuk membangun bisnis mereka. Namun, dalam dua tahun terakhir, muncul aplikasi bernama Tik Tok yang sebagian besar dikembangkan oleh Generasi Z untuk mewujudkan ide-ide mereka. Dengan aplikasi Tik Tok ini, pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain di kolom komentar. Dengan menyediakan efek-efek yang unik dan memikat serta berbagai latar belakang musik, pengguna dapat terlibat dengan berbagai

gaya atau tarian. Selain itu, masih banyak fitur lain yang mendorong kreativitas pengguna untuk menjadi kreator konten (Martini et al., 2022). Berikut ini adalah pembahasan mengenai bagaimana media sosial dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian opini:

Media sosial memungkinkan setiap orang, tanpa memandang status sosial, usia, atau latar belakang, untuk menyampaikan pendapatnya. Hal ini menciptakan ruang demokratis yang memungkinkan semua suara terdengar. Misalnya, dengan hanya membuat unggahan atau utas (*thread*), seseorang dapat berbicara tentang isu-isu penting seperti politik, lingkungan, atau budaya. Opini yang disampaikan melalui media sosial dapat tersebar dengan sangat cepat melalui fitur berbagi, *retweet*, atau tagar (*hashtag*). Kampanye atau opini publik yang relevan sering kali menjadi viral, menarik perhatian masyarakat luas, media, bahkan pemerintah. Contohnya adalah gerakan #MeToo yang dimulai dari media sosial dan berhasil mendorong perubahan dalam skala global.

Meskipun memberikan kemudahan, media sosial juga memiliki beberapa tantangan: (1) Polarisasi Opini: Media sosial sering kali memperkuat perbedaan pendapat yang tajam, menciptakan polarisasi di masyarakat. (2) Disinformasi: Opini yang disampaikan tanpa dasar yang kuat dapat memicu penyebaran berita palsu atau misinformasi. (3) *Cyberbullying* dan Intimidasi: Penyampaian opini yang kontroversial sering kali direspons dengan serangan verbal atau intimidasi di dunia maya.

Agar opini yang disampaikan dapat diterima dengan baik, diperlukan beberapa strategi: (1) Kredibilitas informasi: pastikan opini didukung oleh fakta yang valid dan sumber yang terpercaya. (2) Bahasa yang santun: Gunakan bahasa yang sopan dan tidak provokatif untuk menghindari konflik. (3) Penggunaan tagar yang tepat: tagar yang relevan dapat membantu meningkatkan jangkauan opini yang disampaikan. (4) Konten visual yang menarik: infografik atau video dapat membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif.

Banyak opini di media sosial yang telah berhasil mendorong perubahan kebijakan atau perilaku masyarakat. Media sosial meningkatkan partisipasi masyarakat dalam diskusi tentang isu-isu penting. Media sosial sering menjadi sarana bagi kelompok yang sebelumnya kurang mendapat ruang untuk

menyuarakan pendapat mereka. Maraknya berbagai konsekuensi bagi pengguna media sosial yang mengharuskan mereka untuk selalu tetap berhati-hati, dalam artian media sosial memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk setiap pengguna media sosial untuk menyuarakan pendapat mereka secara bebas (Watie, 2016).

Agar media sosial dapat digunakan sebagai sarana penyampaian opini yang sehat, literasi digital menjadi sangat penting. Untuk meminimalisir dampak negatif dari media sosial TikTok, literasi digital sangat diperlukan (Rahardaya & Irwansyah, 2021). Keberadaan ekosistem digital memberikan pengaruh yang positif untuk pertumbuhan ekonomi digital dan komunikasi digital (Arianto, 2021). Masyarakat perlu diajarkan cara berpikir kritis terhadap informasi yang diterima dan bertanggung jawab atas opini yang disampaikan. Media sosial merupakan sarana yang kuat untuk menyampaikan opini dan mempengaruhi perubahan sosial. Saat ini, media sosial digunakan tidak hanya untuk berhubungan dengan orang lain, tetapi juga untuk menyebarkan ide dan opini (Arianto, 2021). Namun, penggunaannya harus disertai dengan tanggung jawab dan kesadaran akan dampak yang mungkin diakibatkan. Dengan pemanfaatan yang cerdas, media sosial dapat menjadi media untuk menciptakan dialog yang konstruktif dan membangun setiap insan yang lebih baik.

Media Sosial Sebagai Sarana Mempromosikan Budaya Nusantara

Era globalisasi membawa tantangan dan peluang besar bagi promosi warisan budaya Nusantara. Di satu sisi, globalisasi mempermudah penyebaran informasi lintas batas negara, memungkinkan budaya lokal dikenal dunia. Namun, di sisi lain, arus budaya asing yang begitu kuat berpotensi menggerus identitas budaya lokal jika tidak digunakan dengan baik. Maka, promosi warisan budaya Nusantara menjadi krusial untuk menjaga keunikan dan kekayaan tradisi bangsa Indonesia.

Promosi budaya penting di era globalisasi (1) untuk melestarikan identitas nasional tari, musik tradisional, pakaian adat, kuliner, dan kerajinan tangan merupakan bagian penting dari identitas nasional. Promosi budaya menjadi upaya melestarikan kekayaan ini agar tidak punah atau tergantikan oleh budaya asing. (2) Budaya lokal yang dipromosikan ke kancah internasional dapat meningkatkan

citra positif Indonesia sebagai negara yang kaya akan tradisi dan keberagaman. Hal ini juga dapat membuka peluang kerja sama di bidang budaya, pariwisata, dan ekonomi kreatif. (3) Arus globalisasi membawa budaya populer dari luar negeri yang sering kali mendominasi perhatian generasi muda. Dengan promosi yang tepat, warisan budaya Nusantara dapat tetap relevan dan menarik bagi mereka.

Strategi promosi warisan budaya nusantara yaitu (1) media sosial menjadi media yang paling layak untuk mempromosikan budaya di era globalisasi. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook dapat digunakan untuk berbagi konten menarik, seperti: video tutorial membuat batik, konten tari tradisional dalam format modern, resep masakan khas Nusantara. (2) budaya tradisional dapat diperkenalkan kepada generasi muda melalui integrasi dengan seni modern, seperti musik, film, atau *fashion*. Misalnya, desainer Indonesia sering memadukan motif batik atau songket dalam busana modern yang ditampilkan di ajang internasional. (3) festival budaya, baik di tingkat lokal maupun internasional, menjadi cara efektif untuk memperkenalkan keunikan budaya Nusantara. Contoh: Festival Batik Internasional, Pekan Kebudayaan Nasional, atau promosi gamelan di luar negeri. (4) di era digital, pelestarian budaya perlu dilakukan dengan membuat arsip digital. Contohnya, dokumentasi cerita rakyat, ensiklopedia online mengenai seni tradisional, hingga aplikasi pembelajaran alat musik tradisional seperti gamelan atau angklung. Promosi budaya Nusantara dapat diperkuat melalui pariwisata budaya. Destinasi seperti Yogyakarta, Bali, atau Toraja menjadi contoh sukses daerah yang menjadikan warisan budaya sebagai daya tarik utama. Pemerintah perlu berperan aktif melalui kebijakan promosi budaya, seperti mendukung seniman lokal, memberikan hibah budaya, hingga mengintegrasikan pendidikan seni tradisional dalam kurikulum sekolah. Di sisi lain, komunitas budaya juga berperan dalam pelestarian dan promosi di tingkat lokal.

Generasi muda adalah kunci keberhasilan promosi budaya Nusantara. Mereka dapat berkontribusi melalui: membuat konten kreatif yang mengangkat budaya lokal, seperti *vlog* perjalanan budaya, video tarian, atau ilustrasi digital pakaian adat. Aktif mempromosikan budaya lokal melalui media sosial atau blog.

Mengikuti dan mendukung acara budaya lokal, baik sebagai peserta maupun penyelenggara.

Tantangan Promosi Warisan Budaya yaitu (1) minimnya minat generasi muda, budaya tradisional sering kali dianggap kurang menarik dibandingkan budaya populer asing. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendekatan kreatif agar budaya tradisional terasa relevan. (2) kurangnya pendanaan, promosi budaya memerlukan dana yang besar untuk pelaksanaan acara, pembuatan konten, hingga publikasi internasional. (3) kompetisi dengan budaya global, dominasi budaya asing seperti K-pop atau Hollywood membuat budaya lokal perlu berinovasi agar tidak kalah bersaing.

Promosi warisan budaya Nusantara di era globalisasi adalah langkah penting untuk menjaga identitas bangsa sekaligus memperkenalkan kekayaan Indonesia kepada dunia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, melibatkan generasi muda, serta mendukung kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat, budaya Nusantara dapat terus hidup dan berkembang. Budaya yang dipertahankan bukan hanya menjadi warisan, tetapi juga aset yang memperkuat posisi Indonesia dalam percaturan global.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa arus globalisasi tidak dapat kita abaikan, tetapi alangkah baiknya kalau kita bisa menyesuaikan. Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat dan untuk mengikuti arus tersebut jika hanya mengandalkan generasi milenial ataupun di atasnya, Indonesia tidak akan mampu menyeimbangi kondisi global saat ini. Oleh karena itu, peran dari generasi muda saat ini sangat penting karena mereka sudah mengenal adanya teknologi dari kecil dan mengikuti perkembangan teknologi atau tren saat ini dinilai tidak terlalu susah apalagi generasi muda saat ini sudah sangat familiar dengan media sosial. Dengan perkembangan media sosial saat ini generasi muda harus bijak menggunakannya dan harus mampu menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan Budaya Nusantara melalui konten terkini yang masih relevan dengan generasi muda. Pemanfaatan media sosial dalam mempromosikan Budaya Nusantara tidak hanya melalui konten yang relevan

tetapi dapat juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi budaya secara digital dan penyampaian opini, sehingga segala informasi budaya dapat dengan mudah ditemukan dan diakses oleh generasi muda saat ini yang sangat menyukai kemudahan dan hal-hal yang instan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan artikel ini. Berkat adanya bantuan dari berbagai pihak, artikel ini dapat diselesaikan dengan maksimal walaupun masih terdapat kekurangan-kekurangan. Semoga dengan disusunnya artikel ini dapat berguna bagi masyarakat dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, & M. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing*. Cv. Cendekia Press.
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 5(2), 233–250. <https://doi.org/10.22437/titian.v5i2.15309>
- Demiris, G. D. P. O. & Washington, K. T. (2019). *Defining and Analyzing the Problem*. In: *Behavioral Intervention Research in Hospice and Palliative Care*. 27–39. <https://link.europarl.europa.eu/resource/w8ib-Y3mJSw>
- Giddens, A. (1990). *No Title The Consequences of Modernity*. Polity Press.
- Hanafie, S. R. D. R. (2016). *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Andi Offset.
- Keesing, M. R. (1992). *Antropologi Budaya : Suatu Perspektif Kontemporer*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management* (Edisi 15). Harlow : Pearson Education Limited.
- Martini, L. K. B., Suardhika, I. N., & Dewi, L. K. C. (2022). Tik Tok As a Promotional Media To Influence Consumer Purchase Decisions. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(1), 170–180. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.020.01.17>
- Nabila, R., Annisa, A., Budiman, F., Fitriyani, E., & Trishananto, Y. (2020). *How to Increase Customer Retention on Central Java MSMEs?* <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301186>
- Oktavianti, R., & Loisa, R. (2017). Penggunaan Media Sosial Sesuai Nilai Luhur Budaya di Kalangan Siswa SMA. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 3(1), 86. <https://doi.org/10.22146/jpkm.26925>
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up* ..., 1. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/348%0Ahttps://journ>

al.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/348/317

- Rahardaya, A. K., & Irwansyah, I. (2021). Studi Literatur Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Literasi Digital Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 308–319. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.248>
- Ramadhani, Y., Ds, R., & Halidy, A. El. (2022). Pengaruh FoMO, Kesenangan Berbelanja dan Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di E-Commerce Shopee Pada Waktu Harbolnas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 1–11.
- Sumiati, E., & Wijonarko. (2020). Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat Dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19. *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3(2), 65–80.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 1, 71–82. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i1.102>
- Tylor, E. B. (1994). *Intisari Kebudayaan dan Kebudayaan adat Istiadat*.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>