

UPAYA PELESTARIAN BUDAYA ASLI INDONESIA MELALUI FENOMENA FOMO GENERASI Z DI MEDIA SOSIAL TIKTOK MENUJU INDONESIA EMAS

Ni Putu Putri Karuni 1,2, Ni Putu Eka Cahyani1,3, Gede Agung Artha Deva Jayadhi
Narayana 1,4*

123 Universitas Udayana, Indonesia

*Corresponding author: putukaruni7@gmail.com

Abstrak

Era globalisasi menyebabkan dunia seperti tidak ada batasnya karena kemudahan dalam komunikasi dan penyebaran informasi. Interaksi yang sering dilakukan di era sekarang melalui media sosial. Salah satu media sosial yang digemari adalah tiktok, dengan mayoritas penggunanya yaitu Generasi Z atau dikenal dengan sebutan Gen Z. Tiktok dikemas praktis dan menarik sehingga mampu membuat betah Gen Z untuk membuka media sosial ini yang menimbulkan suatu fenomena yang disebut FoMO (Fear of Missing Out). FoMO merupakan kondisi dimana Gen Z takut tertinggal informasi atau terkesan tidak Update, maka mereka akan selalu mengikuti tren-tren di Tiktok. Perhatian Gen Z yang terfokus pada tiktok dapat menggerus budaya asli Indonesia karena kurangnya minat dan informasi untuk mengetahui hingga melestarikannya. Kondisi ini berdampak buruk pada cita-cita negara menuju Indonesia emas tanpa budaya asli Indonesia yang menjadi ciri khas bangsa yang harus dilestarikan dari generasi ke generasi. Perlu dicarikan solusi agar masalah ini dapat ditanggulangi, maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan solusi masalah pelestarian budaya asli Indonesia di era globalisasi ini. Pengaruh perkembangan teknologi tidak dapat dipungkiri adanya serta tidak bisa mengesampingkan budaya yang semestinya dilestarikan. Agar kedua unsur ini dapat disatukan menjadi solusi maka perlu unsur pembantu lainnya. Penulis menemukan solusi yaitu dengan memanfaatkan media sosial Tiktok dan fenomena FoMO Gen Z yang melekat pada masing-masing insan. Sehingga pelestarian budaya asli indonesia menuju indonesia emas sangat memerlukan peranan GenZ.

Kata-kata kunci: Tiktok, Gen Z, Fenomena FoMO, Budaya asli Indonesia

Pendahuluan

Perkembangan populasi di dunia yang terus meningkat melahirkan beberapa pembagian generasi dan salah satunya adalah Generasi Z atau lebih dikenal dengan Gen Z. Yang dimaksud dengan Gen Z adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1995-1997 untuk batas awal sampai tahun 2010-2013 untuk batas akhir dari tahun kelahirannya. Gen Z dapat disebut sebagai *digital native* karena sejak lahir mereka hidup di dalam dunia digital itu sendiri. Dewasa ini, Gen Z menjadi generasi yang memiliki peran penting dalam kemajuan zaman terutama era globalisasi. Gen Z adalah generasi pertama yang sejak kecil sudah mengenal teknologi. Teknologi-teknologi tersebut dapat berupa komputer, telepon pintar, bahkan penggunaan akses internet seperti media sosial. Lahir dan tumbuh berdampingan dengan kemajuan zaman dan teknologi menyebabkan Gen Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi ini memiliki karakteristik ingin selalu terkoneksi dengan internet setiap saat, membuat konten dan membagikannya kepada orang lain serta sangat aktif di jejaring sosial. Generasi ini adalah generasi yang hidup di lingkungan yang kompleks dan tidak pasti, dengan segala sesuatu dalam kehidupan mereka disentuh oleh teknologi dan informasi.

Globalisasi adalah suatu proses integrasi internasional yang terjadi karena pertukaran pandangan dunia, produk, pemikiran, dan aspek-aspek kebudayaan (Setiadi, dkk, 2011: 686). Globalisasi menyebabkan segala hal terasa semakin dekat, dengan kata lain globalisasi mengacu pada interaksi antara seseorang di suatu tempat dengan orang lain di belahan dunia yang lain yang semakin mudah dan cepat. Globalisasi menyebabkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat, sehingga menjadikan internet sebagai media komunikasi dan informasi yang sangat diminati di masyarakat. Perkembangan penggunaan media internet sebagai media informasi dan komunikasi pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan muncul istilah telepon pintar atau *smartphone*. Munculnya *smartphone* ini, menyediakan lebih banyak fasilitas yang dapat digunakan sebagai media komunikasi dan berinteraksi dengan orang-orang yang ada di belahan dunia lain. Media interaksi tersebut berupa internet dan mediasosial yang tentunya dapat memudahkan penggunaanya dalam mendapatkan informasi sekaligus hiburan dari penjuru dunia tanpa harus terbatas oleh jarak dan waktu. Media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan dirinya, berkolaborasi, berbagi, dan berinteraksi dengan pengguna lain untuk membentuk ikatan sosial secara virtual. Selain itu penggunaan media sosial dianggap sebagai salah satu wadah yang dapat membantu penemuan identitas diri terutama untuk Gen Z yang dewasa ini perlu diarahkan dalam penggunaan media sosial agar berdampak positif terhadap masa depannya. Internet dan media sosial juga menjadi media untuk menampilkan tren masa kini yang sedang berkembang.

Dewasa ini, media sosial sangat banyak jenisnya, mulai dari media sosial seperti Instagram, Line, Facebook, Twitter, Snapchat, Tiktok dan Youtube. Namun, media sosial yang paling berpengaruh dan banyak digunakan saat ini adalah Tiktok. Media sosial Tiktok merupakan sebuah media audio visual yang banyak diakses setiap harinya oleh masyarakat terutama Gen Z.. Tiktok menjadi situs jejaring sosial yang menampilkan dan membuat video-video berdurasi pendek yang di dalamnya juga terdapat fitur-fitur yang cukup menarik seperti efek dan musik sebagai latar suara. Sehingga Gen Z tidak lepas dari penggunaan Tiktok bahkan mendominasi kegiatan mereka. Akibatnya, karena pengaruh teknologi dan internet khususnya media sosial Tiktok ini, memberikan dampak kepada Gen Z yaitu berupa kecanduan internet hingga menimbulkan fenomena *FoMO*. *FoMO* atau *Fear of Missing Out* merupakan kondisi seseorang takut dikatakan tidak *update*, tidak gaul, dan takut tertinggal berita yang kekinian. *FoMO* didefinisikan sebagai kecemasan sosial yang diikuti dengan ciri-ciri untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain (Przybylsky, 2013). *FoMO* adalah bentuk dari kecemasan sosial yang ada karena dari perkembangan media sosial (JWT Intelegence, 2013). Fenomena ini menyebabkan Gen Z tidak ingin melewati satupun notifikasi yang masuk dalam *smartphone* mereka. Rasa ingin tahu yang tinggi mengakibatkan kegelisahan apabila mereka terlambat mengetahui informasi terbaru dan tren masa kini.

FoMO terhadap konten yang ada dalam media sosial khususnya Tiktok, mengakibatkan perhatian Gen Z lebih sering terfokus pada apa yang sedang menjadi tren. Tren dalam Tiktok pun tidak jarang menyimpang dari budaya Indonesia seperti cara berpakaian, bersikap, tutur kata, dan lainnya yang mengakibatkan budaya asli Indonesia dikesampingkan. Dengan kata lain budaya asli Indonesia seperti musik tradisional, tari daerah, lagu daerah, busana tradisional dan masih banyak lagi jenisnya, jarang dapat menarik minat Gen Z untuk mengetahui dan mempelajarinya. Lambat laun kebiasaan Gen Z sebagai generasi penerus bangsa yang hanya mengikuti tren budaya luar akan membawa dampak bagi kebudayaan yang menjadi kebanggaan bangsa akan tergerus dan hilang karena tidak diteruskan dan dilestarikan. Negara Indonesia sendiri mempunyai cita-cita untuk menuju Indonesia emas pada tahun 2045. Indonesia emas maksudnya adalah pada tahun 2045 nanti, Indonesia akan berusia 100 tahun yang mana merupakan usia emas, sehingga ditargetkan di masa itu Indonesia sudah menjadi negara maju dan telah sejajar dengan negara adidaya. Berkaitan dengan hal tersebut, Gen Z berperan penting sebagai generasi penerus bangsa dalam mewujudkan cita-cita negara Indonesia untuk menuju Indonesia emas. Tidak hanya sadar dan meningkatkan kualitas diri, tetapi harus dapat menyeimbangi dengan pengetahuan tentang budaya asli Indonesia. Oleh karena itu, penulis mencoba untuk memberikan solusi agar kebudayaan asli Indonesia bisa tetap dilestarikan oleh Gen Z dengan media yang digemari yakni media sosial Tiktok serta memanfaatkan kebiasaan

dan kondisi FoMO mereka yang takut tertinggal informasi, sehingga pada akhirnya dapat menuju Indonesia emas dengan tetap mempertahankan budaya asli Indonesia.

Metode

Artikel ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Dimana peran peneliti adalah sebagai instrumen kunci dalam mengumpulkan data dan menafsirkan data. Metode pengumpulan data menggunakan pengamatan langsung pada media yang relevan dan interaksi yang terjadi di dalamnya serta dengan studi kepustakaan mencari referensi literatur yang relevan dalam penulisan artikel ini. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan memaknai fenomena sosial yang ada atau yang terjadi dalam kenyataan sebagai ciri khas penelitian kualitatif yang pada akhirnya memunculkan suatu solusi terhadap permasalahan yang ada.

Hasil dan Pembahasan

Fenomena FoMO Gen Z pada Media Sosial Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi buatan Tiongkok yang mulai diluncurkan pada September 2016 yang saat ini menjadi media sosial kegemaran semua generasi, terutama Gen Z. Tiktok hadir sebagai pembaruan cara bersosial media menjadi lebih menyenangkan. Pengguna aplikasi ini dibuat nyaman hingga lupa waktu, mereka dapat bebas memilih berbagai musik dan menggunakan filter yang beragam serta dapat membuat konten *lipsync* sambil menari sesuai trennya, ditambah algoritme *For Your Page* (FYP) yang membuat semua orang dapat menonton konten dan berpartisipasi membuat konten yang dapat dilihat semua orang, terlepas dari jumlah pengikut yang dimiliki. Secara tidak langsung, Tiktok memberikan jawaban kepada penggunanya mengenai apa yang harus mereka tonton dan dengan cara yang sama Tiktok juga membantu menjawab mengenai apa yang harus mereka *posting*. Tiktok seperti merangkap beberapa *platform* besar menjadi satu yang membuatnya semakin unik dan digemari. Tiktok layaknya dapat dikatakan seperti Youtube yang konsisten dalam konten berbentuk video, Tiktok juga seperti Twitter dan Facebook yang menu utamanya langsung menuju beranda orang-orang, namun di Tiktok dinamakan sebagai menu *For Your Page* (FYP) yang mudah untuk dinikmati. Algoritme Tiktok seperti Netflix yaitu algoritme rekomendasi konten bukan melalui *Friends* atau *Followers*. Sehingga dengan mudah pengguna Tiktok ini melihat konten-konten dari orang lain dan menimbulkan keinginan untuk membuat dan membagikannya sendiri. Maka dari itu hal ini saling berhubungan dan membuat banyak tren di Tiktok yang selalu ramai diikuti penggunanya karena perasaan takut tertinggal. Hal ini mengakibatkan tidak akan ada habisnya konten yang ada di Tiktok. Bahkan aplikasi-aplikasi lainnya yang

masuk ke dalam kategori media sosial, seperti Instagram dan Youtube mulai meniru bentuk tampilan dari Tiktok. Hal ini terjadi tidak lepas karena mudahnya menikmati video-video durasi pendek dengan berbagai fitur yang ada dan mudah untuk digunakan.

Terdapat berbagai jenis media sosial mulai dari Facebook, Twitter, Line, Instagram, Youtube, dan Tiktok. Media sosial Facebook memiliki pengguna yang paling banyak, namun lebih sering digunakan oleh Generasi X, sedangkan Generasi Z cenderung mendominasi jumlah pengguna aplikasi Tiktok. Persentase pengguna Tiktok dengan usia 10-19 tahun ada sebanyak 32.5%. Sementara itu, ada 29.5% pengguna Tiktok yang berusia 20-29 tahun. Selanjutnya, sebanyak 16.4% pengguna berusia 30-39 tahun. Persentase untuk pengguna 40-49 tahun adalah 13.9% dan pengguna yang berusia 50 tahun ke atas adalah sebanyak 7.1%. Tiktok didominasi oleh para Gen Z alias anak-anak muda dengan rentang usia 9 hingga 24 tahun. Dari keseluruhan pengguna Tiktok, 60% di antaranya dikuasai oleh Gen Z. Tidak dapat dipungkiri bahwa semua pengguna Tiktok sangat gemar menggunakan aplikasi yang satu ini (dipstrategy.co.id, Akses 25 Desember 2022). Berkembangnya teknologi seperti adanya aplikasi Tiktok memberikan dampak yang besar bagi Gen Z sebagai pengguna terbanyak sesuai dengan datayang ada. Tiktok dengan tampilan yang praktis, memberikan kenyamanan hingga kecanduan dalam menggunakannya. Dengan algoritme FYP, menyebabkan tren-tren dari seluruh dunia dapat disaksikan dan diikuti. Sehingga terdapat keinginan dalam diri para Gen Z untuk berlomba-lomba menjadi eksis mengikuti trenkekinian. Dalam perkembangannya, kecanduan media sosial khususnya Tiktok menimbulkan fenomena baru yang dinamakan sebagai FoMO atau *Fear of Missing Out*. FoMo diartikan sebagai kondisi seseorang takut dikatakan tidak *update*, takut tertinggal berita yang kekinian, dan ketakutan kehilangan momen berharga individu lain, yang mana individu tersebut tidak ada di dalamnya. Kondisi FoMO ini membuat tren-tren di Tiktok tidak pernah habis dan selalu *update*. Satu video yang menjadi tren di Tiktok dapat tersebar luas, sebagai akibat dari kondisi FoMO yang dimiliki oleh Gen Z.

Tren yang selalu diikuti Gen Z di Tiktok, mayoritas bernuansa budaya barat seperti *dance* yang di modifikasi, penggunaan *sound* berbahasa Inggris hingga mempromosikan idola luar negeri mereka dengan membuat video yang telah diedit sebelumnya. Kegemaran mereka dalam melakukan hal ini secara terus menerus akan menjadi kebiasaan dan menggerus budaya asli Indonesia. Mengapa budaya asli Indonesia dapat tergerus dengan tren-tren Tiktok saat ini? Bagaimana tidak, melihat dari aktifnya kegiatan Gen Z di Tiktok menjadikan waktu untuk mereka mempelajari budaya asli Indonesia tidak banyak. Jangankan mempelajari budaya, Gen Z saat ini dikhawatirkan tidak mengetahui budaya asli Indonesia apa saja, karena aktivitas mereka di media sosial yang terus menerus mendapatkan informasi atau belajar hal

yang lain. Meskipun ada konten Tiktok yang mengusung tema budaya, konten tersebut tidak mendapat banyak respon dari Gen Z sehingga jarang masuk FYP Tiktok mereka. Oleh karena itu, Tiktok ini dapat membawa dampak positif dan negatif secara bersamaan. Kesadaran Gen Z juga sangat penting dalam menggunakan media sosial ini, untuk menyaring budayaluar yang tidak sesuai dengan budaya asli Indonesia.

Pemanfaatan Fenomena FoMO dan Tiktok dalam Melestarikan Budaya

Kondisi FoMO Gen Z menjadi solusi untuk tetap melestarikan budaya asli Indonesia di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Kondisi FoMO yang melekat pada Gen Z sulit untuk dihilangkan sehingga dapat digunakan sebagai upaya untuk melestarikan budaya asli Indonesia. Mengapa fenomena FoMO dapat menjadi upaya pelestarian budaya asli Indonesia? Tentu saja dengan memanfaatkan kondisi Gen Z yang takut dikatakan tidak *update*, takut tertinggal berita yang kekinian. Kondisi FoMO ini membuat tren-tren di Tiktok tidak pernah habis dan selalu update. Satu video yang menjadi tren di Tiktok menjadi jauh jangkauan tersebarnya, sebagai akibat dari kondisi FoMO yang dimiliki oleh Gen

Z. Dengan cara ini, Gen Z memiliki peran yang besar dalam pelestarian budaya karena berperan langsung dan berdampak pada generasi lainnya, baik generasi sebelum Gen Z serta generasi setelah Gen Z. Oleh karena itu, apabila pemanfaatan fenomena FoMO Gen Z untuk melestarikan budaya asli Indonesia berhasil, maka cita-cita negara Indonesia menuju Indonesia emas dengan balutan budaya yang tetap kuat dapat tercapai.

Fitur yang dimiliki Tiktok merupakan sarana yang dapat dipergunakan untuk pelestarian budaya asli Indonesia di era perkembangan teknologi yang sangat pesat. Beberapa fitur yang dimiliki Tiktok yaitu fitur *sound* atau musik, efek dan *hashtag* atau tagar (#). Ketiga fitur ini dapat menjadi pengantar informasi berbalut budaya asli Indonesia kepada pengguna Tiktok terkhusus Gen Z sebagai pengguna Tiktok yang mendominasi saat ini. Fitur ini merupakan alat bantu untuk penyebaran informasi berbalut kebudayaan asli Indonesia, untuk subjek yang melakukan penyebaran informasi serta objek yang ditargetkan adalah Gen Z itu sendiri. Gen Z di era globalisasi ini sudah jarang yang memiliki minat untuk melestarikan budaya, sehingga lambat laun dapat menggerus kebudayaan asli Indonesia. Gen Z setidaknya mengetahui terlebih dahulu budaya-budaya yang ada seperti musik tradisional contohnya gamelan, angklung, dan kecapi; tari daerah contohnya tari jaipong dan tari saman; lagu daerah contohnya angin mamiri dan manuk dadali. Gen Z yang telah mengetahui apa saja budaya negara Indonesia tercinta, maka akan timbul ketertarikan untuk mempelajari salah satu atau beberapa budaya yang ada karena tidak dapat dipungkiri bahwa budaya Indonesia memiliki keunikan dan ciri khasnya masing-masing yang dapat menarik hati seseorang untuk mempelajarinya. Lalu bagaimana caranya? Caranya dengan memanfaatkan media sosial yang paling digemari Gen Z

dan mempergunakan fitur yang ada serta didukung dengan fenomena FoMO pada tiap individu Gen Z.

Sound adalah fitur yang dimiliki Tiktok untuk mempermudah penggunaannya menambahkan musik sesuai keinginan untuk konten yang dibuat. Konten yang menggunakan *sound* yang sama dengan konten lainnya akan dikelompokkan menjadi satu. Pengguna Tiktok yang menekan opsi *sound* akan menemukan konten-konten yang mempergunakan *sound* tersebut. Fitur ini mempermudah penggunaannya untuk mengeksplorasi konten dengan *sound* yang mereka inginkan. Keadaan ini dapat dimanfaatkan oleh Gen Z dengan cara menggunakan *sound* lagu daerah atau musik daerah dengan tujuan melestarikan budaya asli Indonesia. Menariknya lagi, pengguna Tiktok dapat mengunggah video dengan *sound* mereka sendiri tanpa menggunakan *sound* yang ada di Tiktok karena *sound* lagu daerah dan musik daerah cukup terbatas. Gen Z dapat mengeksplorasi sendiri musik daerah mereka ataupun bakat bernyanyi lagu daerah. Kemudian konten tersebut diunggah ke Tiktok dan otomatis akan menjadi fitur *sound* sendiri. Disinilah fenomena FoMO dan kecepatan teknologi bermanfaat pada penyebaran informasi, konten yang diunggah akan ramai karena ciri khas yang ditonjolkan adalah budaya dengan dikemas menarik oleh Gen Z sehingga Gen Z lainnya akan meniru dengan ikut membuat konten sejenis. Secara tidak langsung mereka akan menggunakan *sound* yang telah digunakan sebelumnya agar konten yang mereka unggah dikelompokkan langsung oleh Tiktok.

Fitur efek pada Tiktok sering digunakan pengguna karena sangat menarik dan memberikan detail tambahan untuk konten yang dibuat. Dalam membuat konten Tiktok Gen Z sering menggunakan efek-efek yang terdapat di aplikasi ini agar konten yang dibuat menjadi lebih bervariasi dan kreatif. Penggunaan fitur efek dapat menjadi salah satu gerakan pengenalan budaya asli Indonesia dengan cara menggunakan efek yang bertemakan budaya. Gen Z merupakan generasi kreatif dan selalu melakukan inovasi dapat membuat efek yang di upload ke Tiktok dengan bantuan aplikasi tambahan yang disarankan. Gen Z dapat membuat efek yang menarik sehingga akan banyak dipakai oleh pengguna Tiktok lainnya. Contoh efek yang dapat dibuat antara lain efek busana daerah, efek latar rumah adat, efek riasan khas daerah, ataupun efek yang memberikan pengetahuan tentang budaya asli Indonesia. Efek yang memberikan pengetahuan ini dapat berupa kuis yang memberikan pertanyaan-pertanyaan seputar budaya asli Indonesia. Tentunya selain memberi edukasi kepada Gen Z juga memberi hiburan yang menyenangkan dan membangkitkan semangat.

Hashtag atau tagar adalah fitur Tiktok yang memiliki fungsi untuk mengelompokkan konten-konten penggunaannya menjadi beberapa kelompok sesuai dengan *hashtag* yang dipergunakan. Dengan algoritme Tiktok yaitu berupa rekomendasi untuk mendapatkan jumlah tayangan atau penonton yang banyak sering menggunakan *hashtag*. Suatu tren yang ramai di Tiktok memiliki *hashtag*-nya sendiri. Pengguna

yang membuat konten mengenai tren tersebut, akan menggunakan *hashtag* yang berhubungan agar kontennya masuk pada kelompok tren tersebut dan mendapatkan jumlah penonton yang banyak. *Hashtag* dapat digunakan oleh Gen Z yang memiliki ketertarikan melestarikan budaya asli Indonesia. Gen Z di era globalisasi ini masih ada yang berada di lingkungan kental akan budaya dan pelestariannya masih diterapkan. Media sosial Tiktok menjadi wadah pengembangan dan penyaluran minat bakat Gen Z dalam pelestarian budaya. Fitur *hashtag* ini sangat bermanfaat untuk pengelompokan konten mengenai budaya asli Indonesia agar pengguna Tiktok lainnya yang tertarik terhadap satu konten lalu mencari tahu konten-konten lainnya tentang budaya, akan sangat mudah dengan adanya *hashtag*. Mereka akan hanyut dalam konten budaya asli Indonesia yang beragam dalam *hashtag* yang ada. Hal ini membawa pengaruh bagi pengguna Tiktok terutama Gen Z, yang sebelumnya hanya sebagai penonton atau penikmat budaya maka lambat laun akan tergerak sebagai pelestari budaya yang ada.

Ketiga fitur Tiktok tersebut dapat digabungkan menjadi satu untuk menghasilkan konten mengenai kebudayaan asli Indonesia yang menarik dan banyak dijangkau oleh Gen Z di Tiktok. Penyebarluasan konten budaya asli Indonesia juga tidak lepas dari pengaruh fenomena FoMO yang melekat pada Gen Z yang mempercepat proses edukasi budaya asli Indonesia. Gen Z tidak ingin tertinggal dan mempunyai ambisi yang besar untuk meniru apa yang sedang tren. Hal ini dapat menyebabkan budaya asli Indonesia akan dikenal dengan cepat serta dipelajari oleh Gen Z untuk memenuhi ambisi mereka. Tentu keadaan ini membawa dampak yang besar akan pelestarian budaya Indonesia, secara tidak langsung budaya asli Indonesia telah masuk dalam keseharian Gen Z melalui media sosial Tiktok. Gen Z akan menormalisasikan budaya Indonesia sebagai bagian dari tren dan meninggalkan anggapan bahwa budaya asli Indonesia tidak cocok di era modernisasi. Oleh karena itu, kedepannya budaya asli Indonesia memiliki porsi yang seimbang dengan tren modern yang ada.

Gen Z yang berwawasan budaya akan mengantarkan cita-cita Indonesia menuju Indonesia emas pada tahun 2045. Indonesia emas 2045 ini menargetkan Indonesia sudah bisa sejajar dengan negara maju lainnya di dunia. Gen Z diharapkan mampu mewujudkan Indonesia emas dengan cara meningkatkan kualitas diri, baik dalam bidang politik, ekonomi, budaya, dan khususnya teknologi. Disamping itu, Gen Z memiliki peran besar untuk mempertahankan budaya asli Indonesia di tengah arus globalisasi yang membawa budaya-budaya luar melalui teknologi itu sendiri. Gen Z harus bisa memanfaatkan keadaan mereka yang kecanduan internet hingga membawa dampak FoMO untuk melestarikan dan menyebarkan informasi tentang budaya asli Indonesia. Sehingga dengan kesadarannya sendiri, Gen Z mampu menjelma sebagai generasi yang menjadi tulang punggung untuk menuju Indonesia emas, yang tidak hanya baik dari segi kualitas diri tetapi tetap memperhatikan, mempertahankan, dan

melestarikan budaya asli Indonesia.

Kesimpulan

Kesimpulan dari artikel ini adalah peran Generasi Z sebagai *digital natives* yang sudah terpapar teknologi sejak lahir, terlebih penggunaan media sosial khususnya Tiktok sangat penting untuk menuju Indonesia emas. Tiktok menjadi media yang paling difokuskan karena penggunaannya didominasi oleh Gen Z. Penggunaan media sosial menimbulkan fenomena FoMO di kalangan penggunanya terlebih lagi Gen Z yang memiliki karakteristik ingin selalu terhubung dengan internet. Namun, dampak FoMO ini tidak akan selalu buruk apabila ditujukan untuk suatu hal yang positif. Dalam hal ini Gen Z dituntut untuk berperan lebih dalam mengoptimalkan penggunaan Tiktok, dengan memanfaatkan perasaan takut tertinggal atau kondisi FoMO yang mereka miliki serta fitur-fitur Tiktok dalam rangka melestarikan budaya asli Indonesia. Gen Z harus berlomba-lomba menjadi pelopor untuk menciptakan tren baru, membuat dan membagikan konten yang berhubungan dengan budaya asli Indonesia untuk menyebarkan informasi mengenai budaya itu sendiri. Dengan demikian, akan mengurangi masuknya budaya-budaya luar yang bertentangan dengan budaya asli Indonesia. Sehingga untuk menuju Indonesia emas tahun 2045, Gen Z akan menjadi generasi yang berkualitas dalam segala bidang termasuk teknologi dengan tetap berwawasan budaya dan turut melestarikan budaya asli Indonesia.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan artikel ilmiah ini dengan tepat waktu. Penulis juga berterima kasih kepada dirinya sendiri karena sudah berusaha maksimal dalam menyusun serta menulis artikel ilmiah ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Dewa Gede Pradnya Yustiawan.SH.,MH selaku dosen pendamping. Penulis juga berterima kasih orangtua penulis karena dukungan yang telah diberikan.

Daftar Pustaka Sumber artikel jurnal :

Akbar, R.S., Aulya, A., Apsari, A. dan Sofia, L. 2018. Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FOMO) Pada Remaja Kota Samarinda. *Psikostudia: Jurnal Psikologi* 2(7) : 38-47

Firamadhina, F.I.R. dan Krisnani, H. Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tik Tok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme.

Social Work Jurnal 2(10) : 199-208

Imaddudin. 2020. Fear Of Missing Out (FOMO) dan Konsep Diri Generasi-Z: Ditinjau Dari Aspek Komunikasi. *Journalism, Public Relation and Media Communication Studies Journal* 1(2): 24-39.

Safitri, U. dan Naini, A.M.I. Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Generasi Z Di Masa Pandemi Covid-19. URL: <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0217095.pdf>. Diakses tanggal 25 Desember 2022.

Zulkifli, A. 2021. Pengaruh Sosial Media Tiktok terhadap Nasib Kebudayaan Nasional. *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya* 2(2) : 34-47

Sumber proceeding :

Hasudungan, A.N. dan Kurniawan, Y. 2018. Meningkatkan Kesadaran Generasi Emas Indonesia Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Melalui Inovasi Digital Platform www.indonesia2045.org, Proceeding, Jombang: Seminar Nasional Multidisiplin 2018, ISSN : 2654-3184. 51-58

Sumber Website :

Wisnuadi, Krisno. 2022. Data Statistik Jumlah Pengguna Tiktok Aktif April 2022 Lengkap. URL : <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-tiktok-april-2022-lengkap/> . Diakes tanggal 25 Desember 2022.