

# LAPORAN PENELITIAN

*PRI-PNG-Pengembangan*

*Preserving ASEAN Culture in the Digital Age: Studi Pengalaman Multikultural Masyarakat Indonesia melalui Media Sosial dan Efeknya terhadap Etnosentrisme*



**UNIVERSITAS TERBUKA**

Tim Peneliti:

1. Dr. Irsanti Widuri Asih, S.Sos., M.Si. (Ketua)
2. Sakina Nusarifa Tantri, S.E., M.Sc. (Anggota)
3. Suci Rahmawati Prima, S.E., M.Ec.Dev. (Anggota)

**DILAKSANAKAN ATAS BIAYA:**

**DIPA UNIVERSITAS TERBUKA SESUAI SURAT PERJANJIAN  
PELAKSANAAN PENELITIAN NOMOR: B/799/UN31.LPPM/PT.01.03/2024  
TANGGAL 1 APRIL 2024**

**FAKULTAS HUKUM, ILMU SOSIAL, DAN ILMU POLITIK  
TAHUN 2024**

## BAB I PENDAHULUAN

Ketika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terjadi secara eksponensial, dunia terhubung semakin intensif hingga memunculkan fenomena globalisasi secara lebih masif. Marshal Mc Luhan (1964) telah memprediksi kondisi dunia saat ini sebagai *global village*. Salah satu imbas dari kondisi *global village* adalah terbentuknya masyarakat digital dengan penetrasi penggunaan teknologi yang sangat tinggi. Media sosial pun menjadi salah satu cara masyarakat digital berinteraksi pada skala global.

Globalisasi dikonseptualisasikan sebagai proses penciptaan jaringan di antara mereka yang terpisah jarak geografis yang dimediasi melalui berbagai aliran, termasuk manusia, informasi dan ide, serta modal dan barang. Globalisasi adalah proses yang mengikis batas nasional, mengintegrasikan ekonomi nasional, budaya, teknologi, tata pemerintahan, dan menghasilkan hubungan saling ketergantungan yang kompleks.

Berdasarkan KOF Swiss Economic Institute<sup>1</sup>, tiga dimensi globalisasi terdiri atas globalisasi ekonomi, globalisasi politik, dan globalisasi sosial. Globalisasi sosial dimaknai sebagai penyebaran ide, informasi, citraan, dan manusia. Indeks KOF Globalisasi adalah indeks tingkat globalisasi dari 122 negara. Indeks ini diciptakan oleh Axel Dreher di Konjunkturforschungsstelle ETH Zurich, di Swiss. Indeks KOF yang pertama kali diterbitkan pada tahun 2002 mengklasifikasikan globalisasi sosial dalam tiga kategori.

1. Kontak Personal: interaksi langsung di antara orang-orang yang tinggal di negara yang berbeda.
2. Aliran Informasi: aliran potensial ide dan citraan dari negara-negara berbeda.
3. Kedekatan Budaya: Dominasi orang yang berinteraksi dengan seseorang.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan tentang masalah globalisasi dan budaya, para periset tidak setuju tentang bagaimana globalisasi mengubah budaya di seluruh dunia (Mashida, 2012).

Globalisasi budaya dapat dikategorikan menjadi tiga perspektif, yaitu homogenisasi, polarisasi, dan hibridisasi (Holton, 2000). Tesis homogenisasi berpendapat bahwa globalisasi menghilangkan keragaman budaya lokal (Holton, 2002). Banyak penelitian menemukan bahwa globalisasi menciptakan budaya yang serupa di seluruh dunia, sehingga mengancam kelangsungan budaya lokal (Mashida, 2012: 439). Tesis hibridisasi menolak gagasan homogenisasi budaya karena mereka melihat bahwa globalisasi mempromosikan hibridisasi berbagai budaya. Mereka berpendapat bahwa perbedaan budaya tidak akan hilang bahkan di hadapan kekuatan globalisasi yang kuat. Pieterge (2004) berpendapat bahwa globalisasi menciptakan lingkungan di mana berbagai pengaruh budaya cenderung menyatu. Sedangkan akademisi dari tesis polarisasi berpendapat bahwa globalisasi dapat menyebabkan terjadinya

---

<sup>1</sup> <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>

ketegangan antarbudaya. Misalnya, Huntington (1993, 1996) yang berpendapat bahwa kontak erat antarbudaya dapat menyebabkan benturan peradaban. Menurut perspektif ini, karena setiap budaya berusaha melindungi kemurniannya, kita cenderung melihat konflik antarbudaya. Dengan cara ini, tesis polarisasi menyoroti kekuatan masing-masing. Karena kurangnya studi sistematis yang menganalisis hubungan antara globalisasi dan budaya, pemahaman kita tentang globalisasi masih tetap tidak lengkap. Untuk sepenuhnya memahami dampak globalisasi terhadap budaya, Machida (2012) melakukan analisis pada tingkat individu dengan merespons globalisasi pada etnosentrisme individu.

Etnosentrisme mengindikasikan perasaan individu terhadap budaya mereka sendiri dibandingkan dengan budaya lain dan diukur dengan dua pertanyaan:

1. Masyarakat kita tidak sempurna, tetapi budaya kita lebih unggul dari budaya lain.
2. Gaya hidup kita perlu dilindungi dari pengaruh asing.

Dari dua pertanyaan tersebut ketika ditanyakan didapatkan skor tinggi, maka hal ini menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat menuju etnosentrisme. Hasil riset Machida lainnya menunjukkan bahwa ketiga dimensi globalisasi memiliki dampak negatif yang signifikan pada etnosentrisme, yang mengindikasikan bahwa paparan terhadap globalisasi mengurangi etnosentrisme. Machida (2012) juga menemukan bahwa usia memiliki dampak positif pada etnosentrisme, yakni bahwa orang muda lebih menerima terhadap budaya lain, sedangkan pendidikan menunjukkan efek negatif pada etnosentrisme, bahwa pendidikan menginduksi sikap yang lebih toleran terhadap budaya lain. Selain itu, perempuan lebih cenderung memiliki etnosentrisme.

Menurut analisis multilevel, Machida (2012) menyimpulkan bahwa seiring orang terpapar tingkat pertukaran informasi antarmanusia dan pengaruh budaya yang lebih tinggi, mereka cenderung kurang etnosentrisme. Adapun dari aspek penetrasi ekonomi kapitalis, didapat hasil bahwa sistem ekonomi kapitalis mencerabut orang dari nilai-nilai tradisional, sehingga menyebarkan nilai-nilai serupa di seluruh dunia. Riset Machida tidak menunjukkan adanya dampak globalisasi politik pada etnosentrisme.

Meskipun Machida (2010) secara komprehensif menganalisis dampak globalisasi pada perasaan individu terhadap budaya mereka sendiri melalui konsep etnosentrisme, ada beberapa celah penelitian riset tersebut; pertama data yang digunakan oleh Machida adalah data sekunder yang dikumpulkan pada tahun 2002 dan 2007. Dengan demikian diperlukan investigasi baru dengan menggunakan data yang lebih mutakhir. Kedua, hanya data dari Indonesia (2002, 2007), Filipina (2002), dan Malaysia (2007) yang dianalisis. Data dari negara-negara Asia Tenggara lainnya seperti Thailand dan Vietnam diperlukan untuk lebih memahami dampak globalisasi terhadap budaya di wilayah Asia Tenggara yang kaya budaya.

Pengukuran globalisasi sosial tidak sepenuhnya mencakup aspek penggunaan media sosial. Penelitian ini fokus hanya pada dimensi sosial globalisasi untuk menyelidiki dampak penggunaan media sosial terhadap budaya.

## **Pertanyaan Penelitian**

1. Se jauh mana globalisasi sosial memengaruhi persepsi budaya di kalangan masyarakat Indonesia?
2. Se jauh mana individu dengan usia, jenis kelamin, dan pendidikan yang berbeda memaknai budaya mereka?
3. Apa pendapat atau tindakan atau upaya masyarakat dan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk mempertahankan budaya Indonesia?

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengelaborasi efek globalisasi sosial terhadap persepsi budaya di kalangan masyarakat Indonesia.
2. Menyelidiki efek variabel demografis individu (Usia, jenis kelamin, pendidikan) terhadap persepsi budaya di kalangan masyarakat Indonesia.
3. Menganalisis beragam upaya masyarakat dan pemangku kepentingan dalam mempertahankan budaya Indonesia.
4. Membuat model preservasi budaya Indonesia di era digital.

Penelitian ini adalah bagian dari penelitian penugasan yang merupakan salah satu program kerja sama di antara lima universitas terbuka di ASEAN yang tergabung dalam *Open Universities 5 (OU5)*, yaitu Universitas Terbuka (UT), Open University Malaysia (OUM), University Philippines of Open University (UPOU), dan Sukhothai Thammathirat Open University (STOU). Judul besar penelitian ini adalah *Preserving ASEAN Cultures in the Digital Age*. Untuk konteks Indonesia, tim peneliti mengambil judul Studi Pengalaman Multikultural Masyarakat Indonesia melalui Media Sosial dan Efeknya terhadap Etnosentrisme. Melalui judul ini, penelitian ini selain bertujuan pengumpulan data untuk nantinya akan digabungkan dengan hasil penelitian tim lain dari anggota OU5, juga sekaligus bertujuan menghasilkan model preservasi budaya Indonesia di era digital.

## **BAB II**

### **STUDI LITERATUR**

Globalisasi merujuk pada proses interaksi dan integrasi antara negara, perusahaan, dan individu di seluruh dunia. Fenomena ini melibatkan pertukaran ide, budaya, teknologi, dan ekonomi yang semakin meningkat antar berbagai bagian dunia. Globalisasi mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Globalisasi ditandai dengan perubahan yang melibatkan pertukaran informasi dan teknologi, perekonomian global, mobilitas tenaga kerja, budaya global dan interkoneksi politik. Menurut Agus, E., & Zulfahmi, Z. (2021) Globalisasi merupakan proses internasionalisasi semua hubungan dalam masyarakat modern. Sehingga menimbulkan dampak yang begitu besar dalam dimensi kehidupan manusia. Kurniawan (2019) menyatakan bahwa perubahan mungkin terjadi karena ada faktor-faktor baru yang lebih memuaskan sebagai pengganti faktor lama untuk menyesuaikan faktor-faktor lain yang sudah mengalami perubahan terlebih dahulu. Perubahan tersebut dapat dilihat dari budaya yang masuk dan budaya yang bertahan. Azima et.al (2021) menyatakan bahwa Budaya adalah panduan hidup yang diikuti oleh sebuah kelompok masyarakat sebagai pedoman dalam berperilaku atau bertindak. Oleh karena itu, budaya memiliki kecenderungan untuk menjadi suatu corak atau tradisi yang diwariskan secara turun-temurun di dalam masyarakat tersebut. Sebagai suatu pembaharuan, globalisasi datang dengan peluang dan tantangan. Termasuk didalamnya tantangan tergerusnya budaya dan kearifan lokal oleh budaya asing yang masuk tanpa filter dan adaptasi yang tepat. Proses transformasi ini dipercepat melalui media sosial dan media massa.

Media sosial merujuk pada platform-platform daring atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara daring. Platform ini memfasilitasi komunikasi dan keterlibatan antarindividu atau kelompok melalui berbagai format seperti teks, gambar, video, dan tautan. Pengguna media sosial dapat membuat profil pribadi, mengikuti atau berlangganan konten orang lain, dan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan interaktif di dalam jaringan daring ini. Contoh media sosial termasuk Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, dan TikTok. Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memungkinkan orang untuk terhubung, berbagi informasi, dan berpartisipasi dalam berbagai aspek kehidupan sosial secara daring. Penggunaan media social oleh masyarakat pada setiap kegiatan mulai menjadi gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan, sehingga berpengaruh banyak pada cara berinteraksi. Pengaruh media sosial terhadap interaksi sosial sangat signifikan dan dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Beberapa dampak utama media sosial terhadap interaksi manusia diantaranya adalah (1) peningkatan keterhubungan dimana media sosial memungkinkan orang untuk tetap terhubung dengan teman, keluarga, dan kenalan di seluruh dunia. Ini memberikan kesempatan untuk berkomunikasi dan mempertahankan hubungan, terutama dalam situasi di mana jarak fisik menjadi hambatan; (2) perubahan pola komunikasi, dimana media sosial dapat mengubah cara orang berkomunikasi. Pesan singkat, gambar, dan emoji sering digunakan sebagai bentuk ekspresi. komunikasi daring juga memungkinkan

pembicaraan dalam waktu nyata dan memfasilitasi pertukaran informasi secara cepat; (3) pengaruh pada gaya hidup, dimana media sosial dapat memengaruhi gaya hidup seseorang melalui eksposur terhadap tren, gaya hidup sehat, atau kebiasaan tertentu. Orang sering terinspirasi oleh apa yang mereka lihat di media sosial, yang dapat mempengaruhi keputusan dan pilihan mereka;(4) peningkatan kesadaran sosial dimana media sosial menjadi saluran utama untuk menyebarkan informasi sosial, termasuk isu-isu sosial, kemanusiaan, dan advokasi. orang dapat lebih mudah menyuarakan opini mereka, menyebarkan informasi, dan mendukung penyebab tertentu melalui platform ini; (5) peningkatan kebersamaan, dimana media sosial memungkinkan orang untuk berpartisipasi dalam kelompok atau komunitas yang memiliki minat atau tujuan yang sama, meskipun berada di lokasi yang berbeda. Ini menciptakan rasa kebersamaan dan keterlibatan dalam komunitas daring; (6) potensi isolasi sosial, meskipun media sosial dapat meningkatkan keterhubungan, ada juga potensi untuk isolasi sosial; (7) dampak pada hubungan pribadi, dimana media sosial dapat memengaruhi hubungan pribadi dengan membuka jendela ke dalam kehidupan pribadi orang lain. Hal ini dapat memperkuat atau merusak hubungan, tergantung pada bagaimana informasi tersebut diolah dan direspons. Dampak media sosial terhadap interaksi sosial bersifat kompleks dan dapat bervariasi antara individu dan kelompok. Penggunaan yang bijak dan kesadaran terhadap pengaruh media sosial dapat membantu menjaga keseimbangan positif dalam interaksi sosial terutama dalam masyarakat multikultural seperti Indonesia.

Multikultural merujuk pada adanya keberagaman budaya, etnis, agama, dan kelompok sosial dalam suatu wilayah atau masyarakat. Konsep multikultural mengakui bahwa masyarakat terdiri dari berbagai kelompok yang memiliki identitas, nilai, dan norma budaya yang berbeda. Dalam lingkungan multikultural, kesetaraan dihargai dan diupayakan, sementara keberagaman diakui sebagai kekayaan dan sumber kekuatan. Dengan kata lain, multikulturalisme mendorong pengakuan, penghargaan, dan penerimaan terhadap perbedaan-perbedaan yang ada dalam masyarakat. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti bahasa, adat istiadat, agama, kepercayaan, serta latar belakang etnis dan budaya lainnya. Tujuan dari pendekatan multikultural adalah membangun masyarakat yang inklusif, di mana setiap individu dan kelompok merasa dihargai dan memiliki kontribusi yang berarti. Multikulturalisme bukan hanya tentang koeksistensi kelompok-kelompok yang berbeda, tetapi juga tentang menghargai dan memperkaya satu sama lain melalui pertukaran budaya dan pengalaman. Pendekatan ini menekankan pentingnya dialog antarbudaya, saling pengertian, dan pembelajaran bersama untuk menciptakan masyarakat yang lebih harmonis dan adil. Menurut Apriliani, et.al (2023) dalam masyarakat multikultural yang kuat, keberagaman dianggap sebagai sumber kekuatan dan potensi untuk mencapai tujuan bersama. Dalam menghadapi realitas masyarakat multikultural, penting untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang keberagaman budaya, menghargai perbedaan, dan bekerja menuju pembangunan masyarakat yang inklusif, adil, dan harmonis. Namun terdapat isu lain terkait perspektif masyarakat dalam menghadapi globalisasi yaitu etnosentris.

Etnosentris adalah sikap atau kecenderungan di mana individu atau kelompok mengukur dan menilai norma, nilai, budaya, atau tindakan orang lain berdasarkan standar dari kelompok atau budaya mereka sendiri. Dalam konteks etnosentris, individu atau kelompok cenderung melihat budaya atau kelompoknya sebagai patokan standar yang superior, dan sering kali menilai budaya atau kelompok lain dengan perspektif yang subyektif dan bias.

Etnosentrisme dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti keyakinan bahwa budaya sendiri adalah yang terbaik, norma-norma kehidupan yang benar hanya ada dalam kelompok tertentu, atau bahkan menilai segala sesuatu berdasarkan kriteria dan nilai-nilai yang berasal dari budaya sendiri. Sikap etnosentris dapat menghambat pemahaman lintas-budaya dan kerja sama antar kelompok. Kesadaran terhadap keragaman budaya dan upaya untuk mengatasi etnosentrisme dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik antara kelompok-kelompok dengan latar belakang budaya yang berbeda.

Sikap etnosentris dapat muncul dalam berbagai bentuk dan tingkat intensitas. Beberapa bentuk umum dari sikap etnosentris meliputi: (1) stereotip yaitu membentuk pandangan umum atau gambaran yang sederhana dan sering kali tidak akurat terhadap kelompok budaya tertentu berdasarkan karakteristik tertentu. Stereotip dapat menciptakan generalisasi yang tidak adil dan menyederhanakan realitas keberagaman budaya; (2) prasangka yaitu memiliki pandangan atau penilaian negatif terhadap orang-orang dari kelompok budaya tertentu tanpa dasar yang valid. Prasangka dapat menghambat pemahaman yang sebenarnya tentang individu dan kelompok serta menciptakan ketidaksetaraan; (3) sempit pandang (Ethnocentrism) yaitu melihat budaya sendiri sebagai patokan untuk menilai atau mengukur semua bentuk kehidupan dan nilai-nilai budaya lain. Sempit pandang ini dapat mengarah pada anggapan bahwa budaya sendiri adalah yang paling baik atau paling benar; (4) diskriminasi yaitu bertindak atau membuat keputusan yang merugikan atau merendahkan individu atau kelompok berdasarkan faktor budaya, seperti warna kulit, bahasa, atau asal usul etnis; (5) xenophobia yaitu ketakutan atau kebencian terhadap orang asing atau kelompok budaya asing. Xenophobia dapat mengarah pada penolakan terhadap budaya atau kelompok yang dianggap asing; (6) ketidaksetaraan budaya yaitu mempertahankan ide bahwa satu budaya lebih maju atau lebih baik daripada budaya lain berdasarkan parameter tertentu, seperti perkembangan teknologi, sistem politik, atau cara hidup tertentu. Sikap-sikap ini dapat terwujud dalam tingkat yang berbeda-beda dari kesadaran diri etnosentris, di mana individu atau kelompok mungkin tidak menyadari secara eksplisit bahwa mereka memandang budaya mereka sebagai standar yang lebih tinggi. Kesadaran diri dan keterbukaan terhadap pemahaman lintas-budaya dapat membantu mengatasi sikap etnosentris.

### **Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian yang membahas tentang globalisasi dan etnosentris yang disajikan pada table berikut.

No	Nama Penulis, Tahun, Judul Artikel/ Jurnal,	Isi
1	<p>Ni Made Ruastiti, I KomangSudirga, I GedeYudarta 2021 Cultural Enculturation Strategies For Bali Millennial Generations In The Digital Age Volume 7, Issue 6, 2021 <a href="https://repo.isi-dps.ac.id/4360/1/32.pdf">https://repo.isi-dps.ac.id/4360/1/32.pdf</a></p> <p>Ni Made, R., &amp; I Komang, S. (2021). Cultural Enculturation Strategies For Bali Millennial Generations In The Digital Age. <i>Multicultural Education</i>, 7(6).</p>	<p>Artikel ini membahas strategi pewarisan nilai budaya melalui seni pertunjukan untuk generasi milenial di Bali dalam era digital. Era digital dengan teknologi canggih, sistem terkomputerisasi, dan internet merupakan tantangan tersendiri bagi pelestarian budaya di Indonesia. Penelitian kualitatif ini dilakukan di Bali, pusat pariwisata berbasis budaya, dengan menggunakan observasi lapangan, studi literatur, dan wawancara mendalam dengan pelaku dan pengamat seni dan budaya Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai budaya Bali sangat penting bagi generasi milenial untuk memastikan kelangsungan tradisi budaya lokal, menjaga identitas budaya, dan memperkuat nilai-nilai budaya mulia sebagai karakter penerus bangsa. Pewarisan nilai budaya dilakukan melalui strategi informal, seperti melalui keluarga dan komunitas lokal, dan strategi formal, seperti inisiatif pemerintah dan lembaga terkait. Ditemukan bahwa pewarisan nilai budaya memerlukan partisipasi aktif dari keluarga dan komunitas lokal.</p>
2	<p>G Y K Pradana 2021</p> <p>Corona in Pupuh Ginada Dasar: A cultural response to crisis situations due to the Coronavirus pandemic</p> <p><a href="https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/724/1/012074/pdf">https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/724/1/012074/pdf</a></p>	<p>Jurnal ini membahas dampak pandemi COVID-19 di Bali, yang semakin diperparah oleh perubahan iklim. Penulis menemukan fenomena "Pupuh Ginada Dasar" dalam situasi pandemi Coronavirus. Pupuh Ginada Dasar diartikan sebagai jenis puisi Bali baru yang</p>



No	Nama Penulis, Tahun, Judul Artikel/ Jurnal,	Isi
	<p>Pradana, G. Y. K. (2021, April). Corona in Pupuh Ginada Dasar: A cultural response to crisis situations due to the Coronavirus pandemic. In <i>IOP Conference Series: Earth and Environmental Science</i> (Vol. 724, No. 1, p. 012074). IOP Publishing.</p>	<p>muncul selama perubahan musiman selama pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap makna "Corona" dalam Pupuh Ginada Dasar. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan Emik, penulis mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teori simbol dan teori resepsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Corona" dalam Pupuh Ginada Dasar dapat dipahami sebagai ekspresi kreativitas baru dalam menghadirkan puisi tersebut. Corona di Pupuh Ginada Dasar memiliki makna sebagai sumber bencana, sumber krisis keuangan, motivasi dalam mencari pekerjaan baru, motivasi dalam revitalisasi budaya, dan motivasi untuk mensosialisasikan pencegahan virus selama pandemi Coronavirus.</p>
3	<p>World Heritage and Cultural Diversity</p> <p>UNESCO and Digitalized Heritage: New Heritage – New Challenges</p> <p><a href="https://www-docs.b-tu.de/fg-interkulturalitaet/public/Publikationen/World%20Heritage%20Studies%20Series/buch4.pdf#page=69">https://www-docs.b-tu.de/fg-interkulturalitaet/public/Publikationen/World%20Heritage%20Studies%20Series/buch4.pdf#page=69</a></p> <p>Robertson-von Trotha, C., &amp; Hauser, R. (2010). UNESCO and digitalized heritage: New heritage–new challenges. <i>World Heritage and Cultural Diversity</i>, 69.</p>	<p>Penelitian ini menggarisbawahi kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman dan pelaksanaan program serta tanggung jawab lebih besar dalam melestarikan dan mengelola warisan digital dan program "Memory of the World" dari UNESCO.</p> <p>Penelitian ini menyoroti dilema dalam pemeliharaan dan transformasi warisan serta pentingnya refleksi bagi UNESCO dan Negara Anggota.</p> <p>Penelitian ini mengusulkan bahwa karena keterbatasan sumber daya</p>

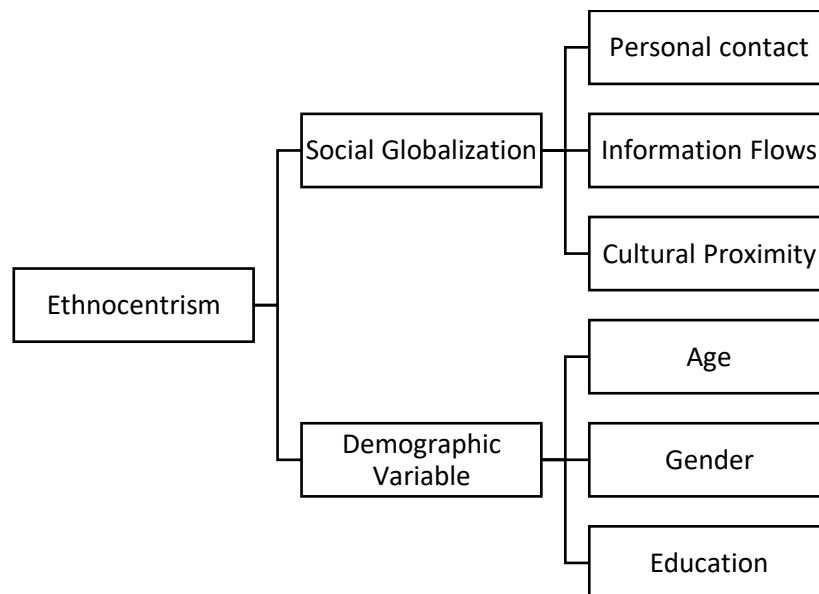
No	Nama Penulis, Tahun, Judul Artikel/ Jurnal,	Isi
		<p>finansial UNESCO, Negara Anggota seharusnya mengambil tanggung jawab lebih besar daripada sebelumnya. Rekomendasi melibatkan akses multibahasa terhadap objek digital dan kontekstualisasi yang memadai untuk pemahaman antarbudaya yang lebih baik</p>
4	<p>Challenges and opportunities faced by cultural heritage professionals in designing interactive exhibits</p> <p>Fiona McDermott, University of Limerick, Ireland Loraine Clarke, University of Strathclyde, UK Eva Hornecker, Bauhaus-Universität Weimar, Germany / University of Strathclyde, UK Gabriela Avram, University of Limerick, Ireland</p> <p>McDermott, F., Clarke, L., Hornecker, E., &amp; Avram, G. (2013). Challenges and opportunities faced by cultural heritage professionals in designing interactive exhibits. <i>Proceedings of NODEM</i>, 19-26.</p> <p><a href="https://sl.ut.ac.id/1tcn">https://sl.ut.ac.id/1tcn</a></p>	<p>Penelitian ini membahas usulan gerakan yang akan memberdayakan kurator, seniman, dan desainer dalam pemeliharaan, dan perubahan pameran yang dimaksudkan untuk membawa interaksi fisik ke pengalaman pengunjung, sambil secara bersamaan mengekspresikan nilai-nilai lembaga budaya.</p> <p>penelitian ini menyelidiki praktik kuratorial yang ada, mengungkap tantangan yang dihadapi saat menciptakan pameran interaktif, serta kesulitan terkait dengan akses, kepemilikan, partisipasi, kreativitas, dan kontrol terhadap pameran tersebut.</p> <p>Penelitian ini menguraikan potensi jalur yang sedang diteliti saat ini yang dapat membantu para profesional warisan budaya dalam merancang dan mengembangkan pameran interaktif. Mereka membahas implikasi desain yang harus dipertimbangkan dalam menciptakan platform perangkat keras dan perangkat lunak yang akan memungkinkan para profesional ini</p>

No	Nama Penulis, Tahun, Judul Artikel/ Jurnal,	Isi
		untuk menutup kesenjangan pengetahuan tersebut.
5	<p>Ade Tuti Turistiati , Agus Rusmana, Hanny Hafiar, Iwan Koswara</p> <p>Developing Intercultural Communication Competence (A Phenomenological Study on Alumni of the Ship for Southeast Asian Youth Program)</p> <p><a href="https://sl.ut.ac.id/1tcp">https://sl.ut.ac.id/1tcp</a></p> <p>Turistiati, A. T., Rusmana, A., Hafiar, H., &amp; Koswara, I. (2018). Developing intercultural communication competence (a phenomenological study on alumni of the ship for southeast asian youth program). In <i>The 2nd International Symposium on Social Science, Arts, and Humanities (SYSSARM 2019)</i>.</p>	<p>Penelitian ini membahas pentingnya kompetensi komunikasi antarbudaya di era globalisasi. Dalam lingkungan kerja yang semakin terglobalisasi, kemampuan berkomunikasi antarbudaya menjadi sangat penting. Individu yang bekerja di institusi atau perusahaan multinasional semakin berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang-orang dari latar belakang budaya yang berbeda. Benturan budaya akibat kurangnya kompetensi komunikasi antarbudaya dapat menyebabkan kegagalan bisnis atau bahkan karier yang stagnan bagi karyawan.</p> <p>Pentingnya kompetensi komunikasi antarbudaya diakui oleh alumni Program Pemuda Asia Tenggara dan Jepang (SSEAYP) dari Indonesia yang bekerja di organisasi atau perusahaan multinasional atau lembaga yang melakukan komunikasi antarbudaya dalam operasional mereka. Penelitian ini dilakukan untuk memahami lebih dalam tentang pengalaman komunikasi antarbudaya para alumni SSEAYP. Metode penelitian fenomenologi digunakan dengan mewawancarai individu untuk mengungkap pengalaman pribadi mereka. Empat tema utama ditemukan: 1) motif para alumni SSEAYP dari Indonesia bergabung dengan SSEAYP, 2) makna dan konsep diri positif para alumni</p>

No	Nama Penulis, Tahun, Judul Artikel/ Jurnal,	Isi
		SSEAYP dari Indonesia, 3) pengembangan kompetensi komunikasi antarbudaya para alumni SSEAYP dari Indonesia.

Untuk membedakan dengan penelitian terdahulu maka penelitian ini lebih fokus dan menekankan pembahasan pada dimensi sosial globalisasi untuk menyelidiki dampak penggunaan media sosial terhadap budaya. Pengambilan data dilakukan pada tiga wilayah berbeda yang representatif dengan budaya yang mencolok. Sehingga diharapkan dapat menjadi *novelty* dalam penelitian ini karena dapat memotret perspektif masyarakat Indonesia terhadap budaya asing atau globalisasi pada lokus yang berbeda. Beberapa variabel demografis juga dikaji untuk memperoleh gambaran karakteristik responden yang beragam. Untuk menguatkan analisis maka penelitian juga melibatkan perspektif pemangku kepentingan untuk melihat upaya yang telah dilakukan dalam mempertahankan budaya Indonesia.

### Kerangka Penelitian



### Hipotesis

Paparan media sosial sebagaimana diukur oleh dimensi globalisasi sosial dari globalisasi berkaitan negatif dengan etnosentrisme.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan dengan *mixed method*, yaitu penggabungan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan untuk menguji pengaruh *Social Globalization* dan *Demographic Variable* terhadap *Ethnocentrism*. Sementara itu, metode kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam terkait *ethnocentrism* pada responden yang diuji. Subjek dalam penelitian ini terdiri dari 500 orang (untuk studi kuantitatif) dengan rentang usia 15 – 60 tahun. Pemilihan sampel baik untuk studi kuantitatif maupun kualitatif dilakukan menggunakan teknik *purposive convenience sampling*, yaitu memilih sampel berdasarkan karakteristik, pengetahuan, pengalaman, atau kriteria tertentu dengan merekrut sampel karena mereka tersedia, bersedia, atau mudah diakses. Adapun cara pengambilan sampel dilakukan sebagai berikut:

1. Studi kuantitatif

Peneliti melakukan pengambilan sampel dengan menugaskan seorang petugas di 39 UT Daerah. Masing-masing petugas di UT Daerah mengumpulkan sebanyak 10 orang mahasiswa dan 10 orang non mahasiswa (acak) untuk dijadikan sebagai responden penelitian. Dengan jumlah tersebut, diharapkan jumlah sampel secara keseluruhan dapat mencapai lebih dari 500 responden. Selain dengan responden yang sudah mengisi survey, juga dilakukan studi kualitatif menggunakan metode wawancara yang akan dilakukan dengan informan dari Dinas Kebudayaan Provinsi Yogyakarta, Bali, dan Sulawesi Selatan sebagai representasi tiga provinsi dengan upaya pemertahanan budaya Indonesia dengan praktik baik.

2. Studi kualitatif

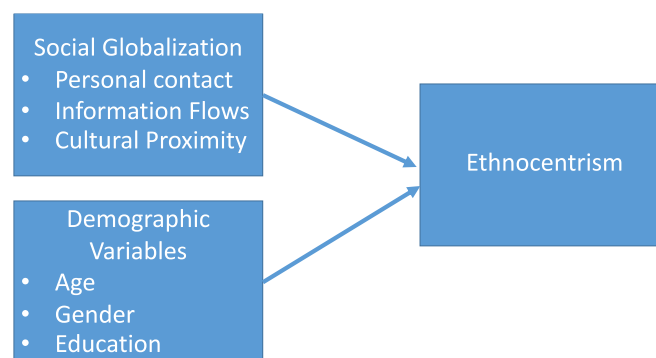
Penelitian kualitatif akan menggunakan teknik wawancara untuk mendalami pendapat informan tentang tindakan untuk mempertahankan budaya Indonesia di tengah fenomena tingginya interaksi masyarakat Indonesia dengan dunia global melalui media sosial. Jumlah responden yang diwawancara akan mengikuti kebutuhan data riset. Dalam menentukan responden wawancara, peneliti memilih berdasarkan hasil dari Focus Group Discussion (FGD). FGD dilakukan dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek) untuk mendiskusikan masalah etnosentrisme. Hasil dari diskusi ini digunakan untuk menentukan fokus budaya di daerah mana yang akan dieksplorasi menggunakan studi kualitatif, sehingga peneliti dapat memperoleh responden wawancara yang sesuai. Setelah menentukan fokus budaya yang dieksplorasi, peneliti melakukan wawancara dengan Dinas Pendidikan Kebudayaan setempat, anggota komunitas budaya, dan juga warga setempat. Jumlah responden yang diharapkan minimal 20 orang untuk masing-masing daerah.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer untuk studi kuantitatif dikumpulkan menggunakan survey yang kuesionernya didistribusikan melalui

petugas survey yang berada di 39 UT Daerah. Sementara itu, data primer untuk studi kualitatif dikumpulkan melalui mekanisme FGD, wawancara, observasi, dan studi dokumentasi.

1. FGD dilakukan dengan tujuan: 1) menentukan 3 (tiga) daerah yang representatif untuk dieksplorasi nilai-nilai budayanya. Ketiga daerah tersebut berasal dari wilayah barat, tengah, dan timur Indonesia; 2) Jenis budaya yang cocok untuk diteliti dalam kaitannya dengan pelestarian budaya, etnosentrisme, dan pengaruh digitalisasi; 3) Isu-isu dan permasalahan terkini terkait pelestarian budaya, etnosentrisme, dan pengaruh digitalisasi. FGD dilakukan dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemdikbudristek).
2. Teknik wawancara dilakukan untuk mengeksplorasi opini tentang pelestarian budaya ketika berinteraksi dengan media sosial. Wawancara dilakukan dengan Dinas Pendidikan Kebudayaan di wilayah yang dipilih, anggota komunitas budaya, dan juga warga setempat.
3. Observasi dilakukan untuk mengamati kebudayaan dan bagaimana warga masyarakat bisa melestarikan budaya tersebut di era digital.
4. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan berbagai jenis dokumen, foto, dan bukti-bukti fisik yang berkaitan dengan pelestarian budaya.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (untuk studi kuantitatif) dan pedoman wawancara (untuk studi kualitatif). Kuesioner disusun menggunakan skala Likert. Model penelitian digambarkan pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Model Penelitian

Globalisasi sosial akan diukur melalui tiga aspek:

1. Kontak Personal: interaksi langsung antara orang yang tinggal di negara yang berbeda.
2. Aliran Informasi: potensi aliran ide dan citraan dari negara-negara berbeda.
3. Kedekatan Budaya: Dominasi orang yang berinteraksi dengan seorang mahasiswa.  
Lihat dokumen terlampir.

Etnosentrisme

Etnosentrisme mengindikasikan perasaan individu terhadap budaya mereka sendiri dibandingkan dengan budaya lain dan akan diukur dengan dua pertanyaan:

1. Rakyat kita tidak sempurna, tetapi budaya kita lebih unggul dari budaya lain.
2. Gaya hidup kita perlu dilindungi dari pengaruh asing.

Pertanyaan ini menggunakan skala Likert. Nilai tinggi menunjukkan kecenderungan yang lebih kuat menuju etnosentrisme.

**Tabel 1.** Definisi operasional variabel dan Pertanyaan Kuesioner

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Definisi operasional</b>	<b>Pertanyaan</b>
<i>Social Globalization</i>	<i>Personal contact</i>	<i>direct interaction among people living in different countries</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Have you ever used social media to interact with other people in different countries?</i></li> <li>• <i>How often do you engage with contents created by foreign people through social media?</i></li> <li>• <i>How often do you talk/chat with foreign people through social media?</i></li> <li>• <i>Do you have the following social media accounts?</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Instagram</i></li> <li>• <i>Twitter</i></li> <li>• <i>Youtube</i></li> <li>• <i>Netflix Subscribe</i></li> <li>• <i>Snapchat</i></li> <li>• <i>Wechat</i></li> <li>• <i>TikTok</i></li> </ul> </li> <li>• <i>Are you following these people on your social media?</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Foreign friend</i></li> <li>• <i>Foreign influencer</i></li> <li>• <i>Foreign musician</i></li> <li>• <i>Foreign actress/actor</i></li> <li>• <i>Foreign activist</i></li> <li>• <i>Foreign politician</i></li> <li>• <i>Foreign billionaire</i></li> <li>• <i>Foreign Chef</i></li> <li>• <i>Foreign artist (e.g., painter)</i></li> </ul> </li> <li>• <i>I have made unsuccessful attempts to reduce the time I interact with my favourite social networking site</i></li> </ul>
	<i>Information flows</i>	<i>potential flow of idea and images from different countries</i>	
	<i>Cultural proximity</i>	<i>a feeling of cultural closeness or similarity, perceived in specific things like humor, gender images, dress, style, lifestyle, knowledge about other lifestyles, ethnic types, religion, and values that seem familiar or comfortable.</i>	

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>I think that I am addicted to my favorite social networking site</i></li> <li>• <i>Using my favorite social networking site sometimes interfered with other activities</i></li> <li>• <i>Arguments have sometimes arisen at home because of the time I spend on my favorite social networking site.</i></li> </ul>
<i>Ethnocentrism</i>	<i>Ethnocentrism</i>	<i>individual's feeling toward their own culture relative to other culture</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Our people are not perfect, but our local culture is superior to others</i></li> <li>• <i>Our way of life needs to be protected against foreign influences</i></li> <li>• <i>I will be concerned if my local culture is displaced by other culture</i></li> </ul>
	<i>Age</i>	<i>Age measured in years</i>	<i>Open question</i>
	<i>Gender</i>	<i>Jenis kelamin</i>	<i>Male/Female</i>
	<i>Education</i>	<i>Level of education</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>High school</i></li> <li>• <i>Undergraduate</i></li> <li>• <i>Master's Degree</i></li> <li>• <i>Ph.D.</i></li> </ul>

Pertanyaan-pertanyaan pada instrumen penelitian kuantitatif diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur, sementara uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengukur pada waktu yang berbeda. Untuk menguji validitas, digunakan acuan bahwa nilai R hitung > R tabel. Sementara itu, reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha (instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.6).

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kualitatif yaitu pertanyaan wawancara, dilakukan pendefinisian operasional dan pemilihan indikator yang baik dan benar. Pengujian validitas dilakukan dengan melakukan diskusi dengan petugas survey, sehingga validitas hasil wawancara bisa terkonfirmasi. Untuk memastikan pengujian validitas dilakukan dengan baik, digunakan lembar pengkodean (*coding sheet*). *Coding sheet* berisi pertanyaan-pertanyaan wawancara yang dijawab oleh beberapa orang yang ditunjuk oleh petugas dari UT Daerah secara independen dan tidak ada pengaruh atau tekanan tertentu dalam pengisian. Sementara itu, reliabilitas instrumen diuji untuk menguji *coding sheet* tersebut, apakah menghasilkan temuan yang sama ketika dilakukan oleh beberapa orang yang berbeda.



**Tabel 2. Coding Sheet Wawancara**

Pertanyaan	Ya	Tidak
1.		
2.		
3.		

Dalam membaca hasil *coding sheet*, Holsti (1963) memberikan rumus sebagai berikut:

$$R = \frac{2(C1,2)}{C1+C2}$$

C1, 2 = Jumlah kategori hasil penilaian yang disetujui (dianggap sama) oleh semua koder.

C1, C2= Jumlah seluruh katagori yang digunakan oleh semua koder.

Suatu instrumen wawancara dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai R mendekati 1. Uji reliabilitas pada penelitian ini juga dilakukan dengan cara menggunakan pertanyaan yang sama untuk semua narasumber dan dijawab satu persatu sehingga jawaban yang diberikan merupakan pengalaman sendiri dan hasil pemikiran anggota itu sendiri serta tidak dipengaruhi oleh orang lain.

Analisis data untuk menguji hipotesis dilakukan menggunakan dua metode, yaitu:

1. Analisis regresi

Regresi dilakukan untuk uji kuantitatif, yaitu untuk menguji hipotesis penelitian. Sebelum regresi dilakukan, data harus diuji menggunakan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat dalam pengujian regresi. Model regresi yang baik harus lolos uji asumsi klasik. Terdapat 4 uji statistik yang umum digunakan yaitu uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnoff. Selanjutnya dilakukan uji autokorelasi dengan metode run-test. Sedangkan uji multikolinearitas dilakukan dengan menguji kolinearitas untuk regresi berganda. Terakhir dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Park.

Setelah uji asumsi klasik memenuhi syarat, maka dilakukan analisis regresi. Analisis regresi dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam keenam hipotesis pada penelitian ini. Hipotesis penelitian terdukung apabila koefisien regresinya memiliki nilai yang sesuai dengan arah pengaruh (positif/negatif) dan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0.05.

2. Analisis konten

Analisis konten secara kontekstual diinterpretasikan sebagai analisis deduktif atau terarah (*directed content analysis*). Analisis konten bertujuan untuk memaknai secara komprehensif konten yang diteliti dengan titik fokus pada makna kunci atau esensial yang koheren dengan pertanyaan, tujuan dan kerangka konsep penelitian (Assarroudi et al., 2018). Analisis konten dilakukan dengan menyusun transkrip wawancara yang kemudian dideskripsikan dan dijadikan dasar untuk membuat kesimpulan.

### **Timeline**

Penelitian ini akan dilaksanakan selama satu tahun di tahun 2024. Proposal disusun pada awal tahun, yaitu bulan Januari dan setelah proposal disetujui pada bulan Maret 2024, langkah berikutnya adalah tim peneliti akan menyusun instrumen penelitian, baik untuk tujuan pengambilan data kuantitatif berupa kuesioner serta untuk pengambilan data kualitatif berupa panduan wawancara. Data akan diambil dalam dua tahap sesuai kondisi di lapangan. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data yang diikuti dengan pengambilan kesimpulan penelitian. Setelah seluruh proses penelitian selesai dilaksanakan, tim peneliti akan menyusun laporan penelitian paralel dengan pembuatan artikel jurnal dan model preservasi budaya Indonesia di era digital.

No	Kegiatan	2024											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Penyusunan proposal	■											
2.	Pengusulan proposal		■										
3.	Penyusunan instrumen			■									
4.	Uji coba instrumen			■									
5.	Pengambilan data tahap 1				■								
6.	Pengolahan data tahap 1					■							
7.	Pengambilan data tahap 2						■						
8.	Pengolahan data tahap 2							■					
9.	Analisis data keseluruhan								■	■			
10.	Penyusunan draf laporan										■		
11.	Penyusunan laporan akhir											■	
12.	Pembuatan artikel												■

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti telah diuraikan di bagian pendahuluan, penelitian ini adalah penelitian kolaborasi yang melibatkan lima negara di kawasan ASEAN, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Dengan pengambilan dan analisis data yang dilakukan oleh setiap negara, maka pada level ASEAN, berikut adalah hasil analisis dari gabungan data di lima negara tersebut.

Temuan ini memberikan gambaran signifikan mengenai hubungan antara globalisasi sosial dan etnosentrisme di lima negara ASEAN, serta dampak faktor demografis, yaitu gender, pendidikan, dan usia.

### 4.1 Analisis Reliabilitas

Tabel 4.1: Globalisasi media sosial, kecanduan media sosial, etnosentrisme, literasi media sosial, dan kecerdasan budaya.

	Social media globalization			Social Media Addiction	Ethnocentrism	Social Media Literacy	Cultural Intelligence
	Personal Contact	Information Flow	Cultural Proximity				
Indonesia	.630			.704	.568	.823	.878
Malaysia	.552	.436	.871	.770	.713	.866	.893
Philippines	.431	.558	.847	.704	.511	.869	.88
Thailand	.541	.618	.831	.713	.684	.916	.933
Vietnam	.555	.528	.831	.889	.795	.922	.973
<b>Total</b>	<b>.510</b>	<b>.550</b>	<b>.840</b>	<b>.753</b>	<b>.682</b>	<b>.928</b>	<b>.929</b>

#### 1. Globalisasi Media Sosial

Dimensi globalisasi media sosial mencakup kontak personal, arus informasi, dan kedekatan budaya.

- *Cultural Proximity* (Kedekatan Budaya) memiliki skor tertinggi dibandingkan dua dimensi lainnya di semua negara, dengan rata-rata total 0.840. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial lebih efektif dalam menciptakan kedekatan budaya di kawasan Asia Tenggara dibandingkan menciptakan kontak langsung atau arus informasi yang intens.
- *Personal Contact* (Kontak Personal) memiliki skor rata-rata terendah (0.510), yang berarti kontak langsung melalui media sosial relatif lebih lemah dibandingkan dimensi lainnya.

Negara dengan skor tertinggi:

- Indonesia mencatat skor tertinggi dalam *Personal Contact* (0.630).
- Malaysia memiliki nilai tertinggi dalam *Cultural Proximity* (0.871).

#### 2. Kecanduan Media Sosial

- Skor rata-rata total *Social Media Addiction* adalah 0.753, dengan Vietnam mencatat skor tertinggi (0.889).
- Data ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Vietnam cenderung lebih intens, yang mungkin terkait dengan pola penggunaan media sosial yang lebih tinggi di sana.

Negara dengan skor terendah:

- Filipina dan Indonesia sama-sama mencatat skor lebih rendah (0.704), menunjukkan tingkat kecanduan media sosial yang relatif lebih rendah dibandingkan negara lain.

### 3. Etnosentrisme

- Etnosentrisme memiliki rata-rata total 0.682, dengan skor tertinggi di Vietnam (0.795) dan skor terendah di Filipina (0.511).
- Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada keterbukaan budaya melalui media sosial, etnosentrisme tetap menjadi faktor yang signifikan, terutama di Vietnam.

### 4. Literasi Media Sosial

- Skor rata-rata total *Social Media Literacy* adalah 0.928, yang merupakan nilai tertinggi dibandingkan dimensi lainnya. Ini menunjukkan tingkat kesadaran dan keterampilan pengguna dalam memanfaatkan media sosial di Asia Tenggara sangat tinggi.
- Thailand mencatat skor tertinggi (0.916), sedangkan Indonesia memiliki nilai yang sedikit lebih rendah (0.823).

### 5. Kecerdasan Budaya

- Skor rata-rata total *Cultural Intelligence* adalah 0.929, yang hampir setara dengan *Social Media Literacy*, menunjukkan pengguna media sosial di kawasan ini memiliki tingkat pemahaman budaya yang sangat baik.
- Vietnam mencatat skor tertinggi (0.973), menunjukkan kecenderungan untuk lebih memahami budaya lain melalui media sosial.
- Indonesia memiliki skor sedikit lebih rendah (0.878) dibandingkan negara lain, tetapi masih termasuk tinggi.

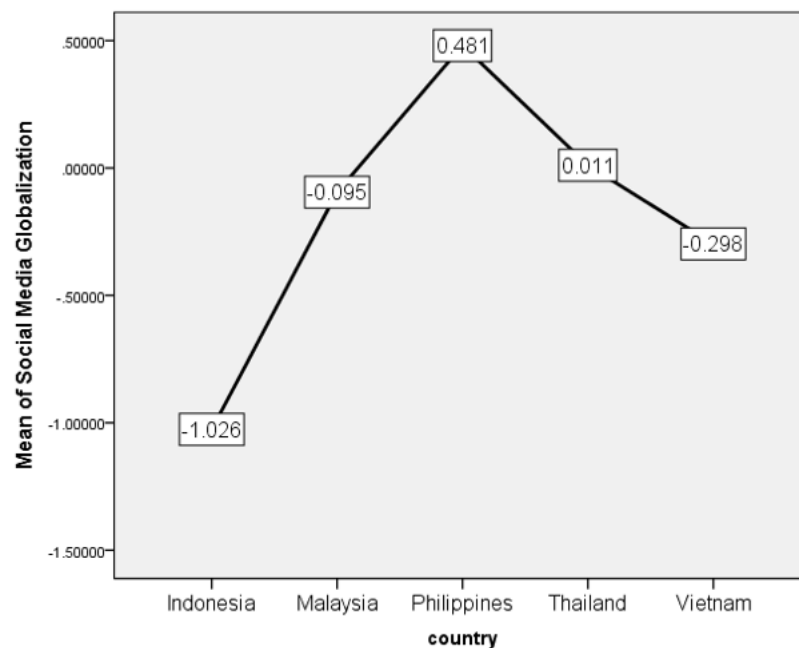
Secara Umum, data-data di atas menunjukkan hal sebagai berikut.

1. *Cultural Proximity*, *Social Media Literacy*, dan *Cultural Intelligence* menunjukkan skor rata-rata yang sangat tinggi, yang menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam mendekatkan budaya dan meningkatkan literasi pengguna.
2. *Personal Contact* menunjukkan skor rata-rata terendah, menandakan bahwa interaksi langsung melalui media sosial kurang dominan dibandingkan aspek lain.
3. Vietnam konsisten mencatat skor tertinggi dalam banyak dimensi (*Social Media Addiction*, *Ethnocentrism*, *Social Media Literacy*, dan *Cultural Intelligence*), menunjukkan pengaruh media sosial yang besar di negara ini.

## 4.2 Globalisasi Media Sosial Berdasarkan Kelompok Gender

Temuan terkait globalisasi media sosial berdasarkan kelompok gender menunjukkan adanya perbedaan dalam cara laki-laki dan perempuan terlibat dengan globalisasi sosial. Hal ini

menjadi area penting untuk memahami nuansa bagaimana kelompok demografis yang berbeda berinteraksi dengan konten global.



Gambar 4.1: Rata-rata Globalisasi Media Sosial Berdasarkan Negara

Gambar 4.1 menunjukkan grafik garis yang merepresentasikan rata-rata globalisasi media sosial di lima negara ASEAN: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Berikut adalah interpretasi datanya:

Sumbu Y (Rata-rata Globalisasi Media Sosial):

- Sumbu Y mewakili skor rata-rata globalisasi media sosial untuk setiap negara. Globalisasi media sosial mengacu pada sejauh mana individu di negara-negara ini terpapar dan berinteraksi dengan budaya global melalui media sosial.

Sumbu X (Negara):

- Sumbu X mencantumkan negara-negara yang terlibat dalam penelitian: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam.

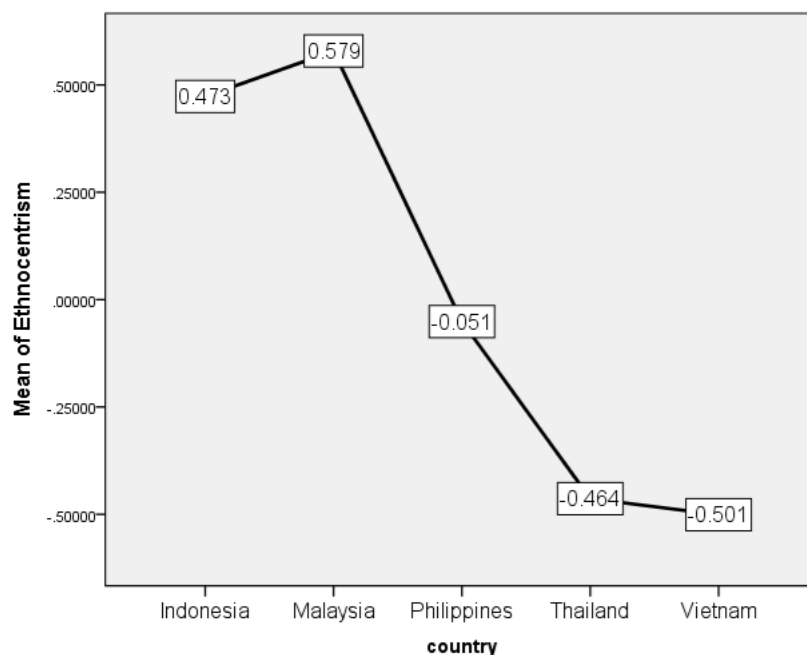
Titik Data:

- Setiap titik data pada grafik menunjukkan nilai rata-rata globalisasi media sosial untuk negara tertentu. Nilai rata-rata berkisar dari sekitar -1,026 di Indonesia hingga 0,481 di Filipina.
- Nilai negatif dan positif pada sumbu Y menunjukkan bahwa tingkat globalisasi media sosial bervariasi antar negara. Nilai negatif menunjukkan bahwa tingkat globalisasi media sosial berada di bawah rata-rata keseluruhan (atau titik referensi), sedangkan nilai positif menunjukkan bahwa tingkat globalisasi media sosial berada di atas rata-rata.

Grafik di atas menunjukkan rata-rata globalisasi media sosial di lima negara Asia Tenggara: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Berikut analisisnya:

1. Indonesia (-1.026)  
Indonesia memiliki nilai rata-rata globalisasi media sosial paling rendah dibandingkan negara lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia cenderung lebih terlokalisasi atau kurang menunjukkan keterlibatan dalam konteks global dibandingkan negara lain di Asia Tenggara.
2. Malaysia (-0.095)  
Malaysia memiliki nilai yang sedikit lebih tinggi dari Indonesia tetapi masih berada di bawah nol. Ini menandakan bahwa tingkat globalisasi media sosial di Malaysia juga rendah, meskipun tidak serendah di Indonesia.
3. Filipina (0.481)  
Filipina mencatat nilai rata-rata tertinggi dalam globalisasi media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di negara ini lebih terhubung secara global. Filipina mungkin memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dalam jaringan global atau konsumsi konten media sosial yang lebih beragam secara internasional.
4. Thailand (0.011)  
Thailand memiliki nilai yang mendekati nol, menunjukkan bahwa tingkat globalisasi media sosial di negara ini berada di tingkat moderat. Thailand berada di tengah-tengah antara negara-negara dengan keterlibatan lokal dan global.
5. Vietnam (-0.298)  
Vietnam memiliki nilai yang lebih rendah dari Malaysia dan Thailand, tetapi lebih tinggi dari Indonesia. Ini menunjukkan bahwa tingkat globalisasi media sosial di Vietnam relatif rendah, namun tidak se-ekstrem Indonesia.

Data-data tersebut menunjukkan dinamika kelima negara ASEAN terkait globalisasi media sosial. Filipina adalah negara dengan tingkat globalisasi media sosial tertinggi dalam grafik ini, mungkin karena penggunaan media sosial yang sangat aktif dan fokus pada jaringan internasional. Indonesia, sebaliknya, menunjukkan tingkat globalisasi media sosial yang paling rendah, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti preferensi konten lokal, kebijakan media sosial, atau keterbatasan bahasa. Pola ini dapat merefleksikan perbedaan budaya, kebijakan digital, dan aksesibilitas di setiap negara. Studi lebih lanjut dapat mengeksplorasi alasan spesifik di balik tingkat globalisasi media sosial ini, seperti perilaku pengguna, preferensi platform, atau jenis konten yang dikonsumsi.



Gambar 4.2: Rata-rata Etnosentrisme Berdasarkan Negara

Gambar 4.2 menunjukkan grafik garis yang merepresentasikan rata-rata etnosentrisme di lima negara ASEAN: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Berikut adalah interpretasi datanya:

Sumbu Y (Rata-rata Etnosentrisme):

- Sumbu Y mewakili skor rata-rata etnosentrisme untuk setiap negara. Etnosentrisme mengacu pada sejauh mana individu di negara-negara ini percaya bahwa budaya mereka lebih unggul dibandingkan budaya lain, serta preferensi mereka terhadap budaya lokal dibandingkan budaya asing.

Sumbu X (Negara):

- Sumbu X mencantumkan negara-negara yang terlibat dalam penelitian: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam.

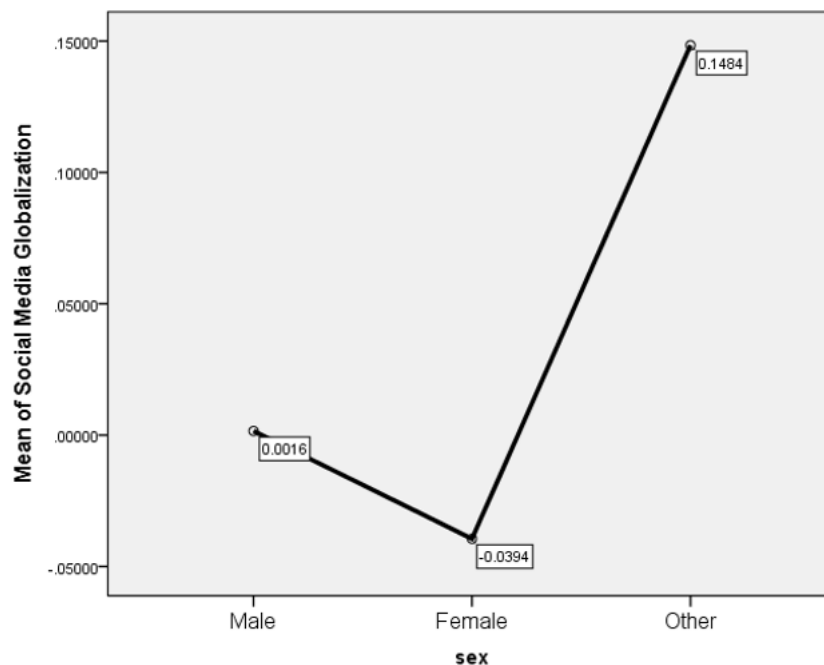
Interpretasi Berdasarkan Negara:

1. Indonesia (0,473) - Indonesia memiliki skor rata-rata yang relatif tinggi untuk etnosentrisme, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memiliki sikap etnosentris yang kuat, lebih menyukai budaya mereka sendiri dibandingkan budaya asing.
2. Malaysia (0,579) - Malaysia memiliki skor tertinggi, menunjukkan bahwa etnosentrisme sangat kuat di Malaysia dibandingkan negara-negara lain. Ini mengimplikasikan preferensi yang kuat terhadap budaya lokal dan tingkat superioritas budaya yang lebih tinggi.
3. Filipina (-0,051) - Filipina memiliki skor rata-rata yang mendekati nol, menunjukkan bahwa tingkat etnosentrisme relatif rendah. Hal ini dapat mencerminkan pandangan yang lebih seimbang antara budaya lokal dan asing, dengan sedikit sikap superioritas budaya.

4. Thailand (-0,464) - Thailand memiliki skor negatif, menunjukkan tingkat etnosentrisme yang rendah. Masyarakat Thailand mungkin lebih terbuka terhadap budaya lain dan kurang cenderung menganggap budaya mereka sendiri sebagai yang paling unggul.
5. Vietnam (-0,501) - Vietnam memiliki skor rata-rata terendah, menunjukkan bahwa etnosentrisme paling tidak menonjol di sini. Hal ini dapat mencerminkan pandangan budaya yang lebih global atau inklusif di kalangan masyarakat Vietnam.

Grafik ini menunjukkan variasi signifikan dalam etnosentrisme di berbagai negara ASEAN. Malaysia menonjol dengan tingkat etnosentrisme tertinggi, diikuti oleh Indonesia. Sebaliknya, Thailand dan Vietnam menunjukkan tingkat etnosentrisme yang lebih rendah, mencerminkan sikap budaya yang lebih terbuka dan inklusif. Filipina berada di tengah, tetapi cenderung ke tingkat etnosentrisme yang lebih rendah.

Temuan ini memberikan implikasi dalam memahami bagaimana negara-negara di ASEAN memandang budaya mereka sendiri relatif terhadap budaya lain. Tingginya etnosentrisme dapat dikaitkan dengan faktor seperti identitas nasional, konteks historis, atau tingkat paparan terhadap pengaruh global. Sebaliknya, rendahnya etnosentrisme dapat mencerminkan paparan budaya global yang lebih tinggi, yang mungkin dipengaruhi oleh media sosial, pendidikan, dan interaksi internasional. Data ini menyediakan dasar untuk mengeksplorasi dinamika budaya yang terjadi dalam wilayah tersebut.



Gambar 4.3: Rata-rata Globalisasi Media Sosial Berdasarkan Gender



Perbedaan gender dalam penggunaan media sosial dan paparan terhadap budaya global dapat secara signifikan memengaruhi sejauh mana individu mengembangkan sikap etnosentris. Dari data di atas dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut.

1. Nilai Rata-rata:

- Laki-laki: Nilai rata-rata untuk kategori laki-laki adalah 0,0016, yang sangat mendekati nol.
- Perempuan: Nilai rata-rata untuk kategori perempuan adalah -0,0394, menunjukkan asosiasi yang sedikit negatif terhadap globalisasi media sosial.
- Lainnya: Nilai rata-rata untuk kategori "Lainnya" adalah 0,1484, yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki dan perempuan.

2. Tren:

- Terdapat penurunan nilai rata-rata dari laki-laki ke perempuan, di mana perempuan menunjukkan sedikit asosiasi negatif.
- Nilai rata-rata meningkat tajam pada kategori "Lainnya," menunjukkan tingkat keterlibatan atau asosiasi yang jauh lebih tinggi dengan globalisasi media sosial.

3. Interpretasi:

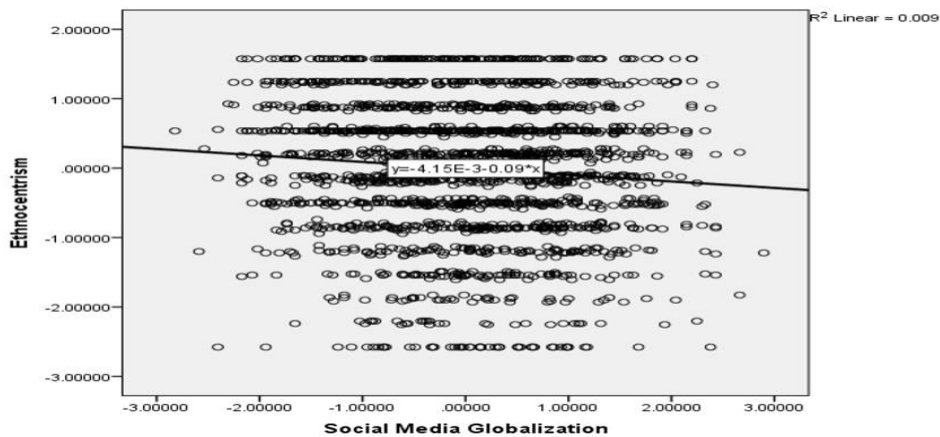
- Kategori "Lainnya" mungkin merepresentasikan individu yang lebih aktif atau lebih terlibat dalam platform media sosial yang bersifat global.
- Nilai negatif pada kategori perempuan menunjukkan bahwa mereka mungkin memiliki tingkat keterlibatan atau asosiasi yang relatif lebih rendah terhadap globalisasi media sosial dibandingkan dengan laki-laki dan kategori "Lainnya."

4. Implikasi:

- Data ini menunjukkan adanya perbedaan dalam cara berbagai kategori jenis kelamin berinteraksi atau memandang media sosial dalam konteks globalisasi.

Hasil ini berbanding terbalik dengan riset lain yang menunjukkan bahwa gender memainkan peran penting dalam keterlibatan media sosial, di mana perempuan sering menggunakan media sosial untuk interaksi sosial dan membangun komunitas, yang dapat meningkatkan paparan mereka terhadap konten budaya yang beragam (Wiederhold, 2020). Hal ini dapat berarti bahwa perempuan lebih banyak terpapar konten budaya yang beragam, sehingga berpotensi mengurangi kecenderungan etnosentris dibandingkan laki-laki.

#### 4.3 Analisis Regresi: Dampak Globalisasi Media Sosial terhadap Etnosentrisme



Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.004	.022		-.187	.851
Social Media Globalization	-.094	.022	-.093	-4.211	.000

a. Dependent Variable: Ethnocentrism

Gambar 4.4: Analisis Regresi

Gambar 4.4 menunjukkan hubungan antara globalisasi media sosial (sumbu X) dan etnosentrisme (sumbu Y). Berikut adalah cara memahami data ini:

Sumbu X (Globalisasi Media Sosial):

- Sumbu X merepresentasikan tingkat globalisasi media sosial, yang mengukur sejauh mana individu dalam penelitian ini terlibat dengan atau terpapar budaya global melalui media sosial, dengan nilai berkisar antara -3 hingga 3.

Sumbu Y (Etnosentrisme):

- Sumbu Y menggambarkan tingkat etnosentrisme, yang mengukur sejauh mana individu lebih menyukai budaya mereka sendiri dibandingkan budaya lain, dengan nilai berkisar antara -3 hingga 2.

Setiap lingkaran atau titik dalam *scatterplot* merepresentasikan individu atau data observasi, yang memplot tingkat globalisasi media sosial terhadap tingkat etnosentrisme. Distribusi titik-titik ini menunjukkan sebaran dan densitas data, mengindikasikan bagaimana globalisasi media sosial berhubungan dengan berbagai tingkat etnosentrisme dalam sampel.

Garis Regresi:

Garis lurus yang melintasi titik-titik data adalah garis regresi yang menunjukkan tren umum atau hubungan antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Persamaan pada grafik ( $y = -4.15E-3 - 0.09*x$ ) merepresentasikan hubungan matematis antara kedua variabel.

Kemiringan negatif (-0,09) menunjukkan bahwa ketika globalisasi media sosial meningkat, etnosentrisme cenderung sedikit menurun.

Nilai  $R^2$  ( $R^2$  Linear = 0.009):

Nilai  $R^2$ , atau koefisien determinasi, adalah 0.009. Nilai ini menunjukkan seberapa baik garis regresi sesuai dengan data. Dalam kasus ini,  $R^2$  sebesar 0.009 mengindikasikan bahwa globalisasi media sosial hanya menjelaskan kurang dari 1% variasi dalam etnosentrisme.

Hubungan Negatif:

Kemiringan negatif garis regresi menunjukkan adanya hubungan invers yang lemah antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Artinya, individu yang lebih terpapar budaya global melalui media sosial cenderung memiliki tingkat etnosentrisme yang sedikit lebih rendah.

Efek Lemah:

Namun, hubungan ini sangat lemah, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai  $R^2$  sebesar 0.009. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada tren umum penurunan etnosentrisme seiring meningkatnya globalisasi media sosial, hubungan ini tidak kuat atau meyakinkan. Variabel lain yang tidak diperhitungkan dalam model sederhana ini kemungkinan memiliki dampak yang lebih besar terhadap etnosentrisme.

Sebaran Data:

*Scatterplot* menunjukkan distribusi data yang luas, dengan banyak individu memiliki tingkat globalisasi media sosial dan etnosentrisme yang rendah hingga sedang, tetapi dengan variabilitas yang signifikan. Sebaran ini menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas atau konsisten untuk sebagian besar individu, yang mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel ini kompleks dan dipengaruhi oleh banyak faktor.

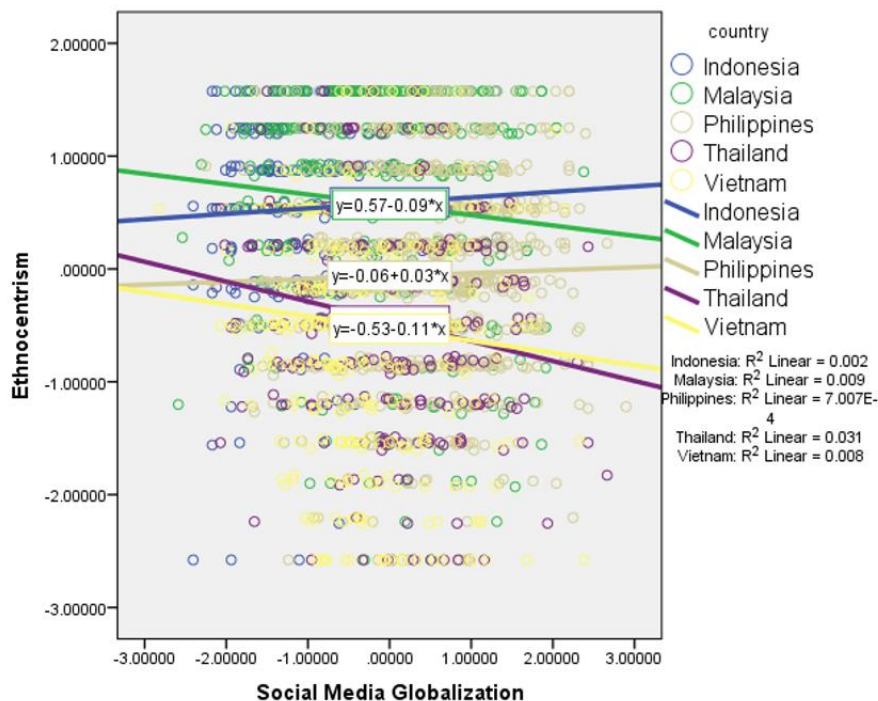
*Scatterplot* mengindikasikan bahwa meskipun ada kecenderungan peningkatan globalisasi media sosial yang terkait dengan penurunan etnosentrisme, hubungan ini lemah dan hanya menjelaskan sedikit variasi dalam etnosentrisme. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor lain di luar globalisasi media sosial kemungkinan memiliki peran yang lebih signifikan dalam membentuk sikap etnosentris. Hal ini menunjukkan kompleksitas sikap budaya dan perlunya model yang lebih komprehensif yang mencakup berbagai variabel untuk lebih memahami faktor-faktor yang memengaruhi etnosentrisme.

Hasil Regresi:

Analisis regresi mengungkapkan efek negatif yang signifikan dari globalisasi media sosial terhadap etnosentrisme ( $\beta = -0.093$ ,  $t = -4.211$ ,  $p < 0.0001$ ). Temuan ini tetap konsisten setelah mengontrol efek usia, menunjukkan bahwa eksposur yang lebih besar terhadap budaya global melalui media sosial berkaitan dengan tingkat etnosentrisme yang lebih rendah.

Hubungan negatif antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme sejalan dengan teori bahwa peningkatan eksposur terhadap budaya yang beragam dapat meningkatkan keterbukaan budaya dan mengurangi etnosentrisme (Pew Research Center, 2023). Kekuatan hubungan ini, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien  $\beta$ , menunjukkan bahwa meskipun efeknya signifikan secara statistik, dampaknya mungkin tidak besar. Hal ini menyiratkan bahwa faktor lain, seperti nilai-nilai pribadi, pendidikan, dan pengalaman antarbudaya langsung, mungkin memainkan peran yang lebih besar dalam membentuk sikap etnosentris. Studi ini juga mengontrol variabel usia, yang merupakan variabel pembaur penting. Individu yang lebih muda, yang biasanya lebih aktif di media sosial dan lebih terpapar budaya global, mungkin secara alami menunjukkan etnosentrisme yang lebih rendah. Efek negatif yang konsisten meskipun sudah mengontrol variabel ini memperkuat argumen bahwa globalisasi media sosial sendiri berkontribusi pada pengurangan sikap etnosentris.

Namun, studi ini dapat diperluas lebih lanjut dengan memasukkan variabel demografis lain seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan tempat tinggal (perkotaan-pedesaan), yang juga dapat memengaruhi hubungan antara globalisasi sosial dan etnosentrisme. Selain itu, mempertimbangkan peran algoritma media sosial yang mungkin memperkuat keyakinan yang ada daripada menantangnya dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang temuan ini (Kitchens, Johnson, & Gray, 2020).



Gambar 4.5: Analisis Regresi

Gambar ini menunjukkan diagram pencar dengan beberapa garis regresi yang terpasang, yang merepresentasikan hubungan antara globalisasi media sosial (sumbu X) dan etnosentrisme (sumbu Y) di lima negara ASEAN: Indonesia, Malaysia, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Berikut analisis data tersebut.

Sumbu X (Globalisasi Media Sosial):

- Sumbu X merepresentasikan tingkat globalisasi media sosial, yang kemungkinan mengukur seberapa besar individu di negara-negara ini terpapar atau terlibat dengan budaya global melalui media sosial. Nilai pada sumbu ini berkisar antara sekitar -3 hingga 3.

Sumbu Y (Etnosentrisme):

- Sumbu Y merepresentasikan tingkat etnosentrisme, yang mengukur seberapa kuat individu lebih memilih budaya mereka sendiri dibandingkan budaya lain. Nilai pada sumbu ini berkisar antara sekitar -3 hingga 2.

Setiap lingkaran pada diagram pencar (scatterplot) merepresentasikan satu pengamatan individu, yang menunjukkan tingkat globalisasi media sosial mereka terhadap tingkat etnosentrisme mereka.

Lingkaran-lingkaran ini diberi kode warna berdasarkan sebagai berikut.

- Biru: Indonesia
- Hijau: Malaysia
- Ungu: Filipina
- Kuning: Thailand
- Coklat/Kuning: Vietnam

Terdapat beberapa garis regresi dalam diagram pencar ini, yang masing-masing merepresentasikan tren untuk setiap negara. Garis-garis ini menunjukkan hubungan umum antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme di dalam masing-masing negara.

Persamaan yang ditampilkan pada grafik menunjukkan gradien (*slope*) dan titik potong (*intercept*) dari garis regresi untuk setiap negara tertentu:

- Indonesia (Garis Biru):  $y = 0,57 - 0,09x$
- Malaysia (Garis Hijau):  $y = -0,06 + 0,03x$
- Thailand (Garis Ungu):  $y = -0,53 - 0,11x$

Nilai  $R^2$  (Koefisien Determinasi):

Nilai  $R^2$  untuk setiap negara tercantum dalam legenda:

- Indonesia:  $R^2 = 0,002$
- Malaysia:  $R^2 = 0,009$
- Filipina:  $R^2 = 7,007 \times 10^{-4}$
- Thailand:  $R^2 = 0,031$
- Vietnam:  $R^2 = 0,008$

Interpretasi:

1. Indonesia (Garis Biru,  $R^2 = 0,002$ ):

Garis regresi untuk Indonesia memiliki kemiringan negatif kecil (-0,09), yang menunjukkan hubungan terbalik yang sangat lemah antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Namun, nilai  $R^2$  yang sangat rendah (0,002) menunjukkan bahwa hubungan ini hampir tidak signifikan, dengan globalisasi media sosial hanya menjelaskan 0,2% dari variansi dalam etnosentrisme.

2. Malaysia (Garis Hijau,  $R^2 = 0,009$ ):

Garis regresi untuk Malaysia memiliki kemiringan positif kecil (0,03), yang menunjukkan hubungan positif yang sangat lemah antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Seperti Indonesia, nilai  $R^2$  yang sangat rendah (0,009) menunjukkan bahwa hubungan ini tidak signifikan, dengan globalisasi media sosial hanya menjelaskan kurang dari 1% dari variansi dalam etnosentrisme.

3. Filipina (Garis Ungu,  $R^2 = 7,007 \times 10^{-4}$ ):

Garis regresi untuk Filipina hampir datar, yang menunjukkan bahwa hampir tidak ada hubungan antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Nilai  $R^2$  yang hampir nol menunjukkan bahwa globalisasi media sosial tidak memiliki daya penjas terhadap etnosentrisme di negara ini.

4. Thailand (Garis Kuning,  $R^2 = 0,031$ ):

Garis regresi untuk Thailand memiliki kemiringan negatif yang lebih curam (-0,11), menunjukkan hubungan terbalik yang lebih kuat antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme dibandingkan negara lain. Namun, nilai  $R^2$  tetap rendah (0,031), menunjukkan bahwa meskipun hubungan ini sedikit lebih kuat, globalisasi media sosial hanya menjelaskan 3,1% dari variansi dalam etnosentrisme.

5. Vietnam (Garis Coklat,  $R^2 = 0,008$ ):

Garis regresi untuk Vietnam mirip dengan Indonesia, dengan kemiringan negatif kecil. Nilai  $R^2$  yang sangat rendah (0,008) menunjukkan hubungan yang sangat lemah, di mana globalisasi media sosial hanya menjelaskan kurang dari 1% dari variansi dalam etnosentrisme.

#### Hubungan Lemah di Seluruh Negara:

Data menunjukkan hubungan yang umumnya lemah antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme di semua negara yang diteliti. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa globalisasi media sosial bukanlah prediktor kuat etnosentrisme, dan faktor lain kemungkinan memiliki peran yang lebih signifikan dalam memengaruhi sikap etnosentris.

#### Variabilitas Antar-Negara:

Perbedaan dalam kemiringan garis regresi menunjukkan bahwa arah dan kekuatan hubungan antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme sedikit berbeda di tiap negara. Sebagai

contoh, Malaysia menunjukkan hubungan positif yang lemah, sedangkan Thailand menunjukkan hubungan negatif yang lebih kuat.

Korelasi yang lemah ini menunjukkan bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mendorong etnosentrisme di negara-negara ini. Globalisasi media sosial sendiri tampaknya bukan penentu signifikan dari sikap etnosentris, dan variabel lain seperti identitas budaya, pendidikan, dan pengalaman pribadi mungkin lebih berpengaruh.

Diagram pencar ini menyoroiti kompleksitas dinamika budaya di negara-negara ASEAN dan menunjukkan bahwa model sederhana mungkin tidak sepenuhnya menangkap nuansa bagaimana globalisasi memengaruhi sikap budaya.

#### 4.4 Nilai R-squared dan Kesesuaian Model

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.248	.113		-2.192	.029
	Male	.017	.049	.008	.350	.726
	Bachelor	.240	.056	.105	4.323	.000
	Single	-.125	.058	-.059	-2.150	.032
	age	.008	.003	.098	3.332	.001
2	(Constant)	-2.674	.154		-17.374	.000
	Male	-.003	.044	-.001	-.070	.944
	Bachelor	.293	.050	.129	5.843	.000
	Single	-.144	.052	-.068	-2.756	.006
	age	.009	.002	.102	3.770	.000
	culint	.019	.003	.183	6.100	.000
	mlit	.047	.011	.121	4.143	.000
	addict	.076	.006	.269	12.673	.000
3	(Constant)	-2.806	.153		-18.378	.000
	Male	.007	.043	.003	.164	.870
	Bachelor	.201	.051	.088	3.946	.000
	Single	-.119	.052	-.056	-2.301	.022
	age	.007	.002	.077	2.886	.004
	culint	.022	.003	.202	6.814	.000
	mlit	.059	.011	.152	5.215	.000
	addict	.073	.006	.258	12.321	.000
	Social Media Globalization	-.165	.022	-.163	-7.603	.000

R<sup>2</sup> = .021  
R<sup>2</sup> = .206, R<sup>2</sup> change = .185  
R<sup>2</sup> = .229, R<sup>2</sup> change = .023

a. Dependent Variable: Ethnocentrism

Gambar 4.6: Analisis Regresi

Gambar ini menunjukkan tabel koefisien regresi dan nilai R<sup>2</sup> yang sesuai untuk tiga model berbeda dalam memprediksi etnosentrisme. Berikut cara menginterpretasikan data tersebut:

- Variabel Dependen: Variabel dependen dalam semua model adalah etnosentrisme.
- Variabel Independen: Variabel independen mencakup faktor demografis dan sosial seperti jenis kelamin (laki-laki), tingkat pendidikan (sarjana), status perkawinan (lajang), usia, kecerdasan budaya (culint), literasi media (mlit), kecanduan media sosial (addict), dan globalisasi media sosial.

#### Model dan Koefisien

##### 1. Model 1:

- Variabel yang Dimasukkan: Jenis kelamin (laki-laki), pendidikan (sarjana), status pernikahan (belum menikah), dan usia.
- $R^2 = 0,021$ : Model ini menjelaskan 2,1% varians dalam etnosentrisme, yang merupakan jumlah yang sangat kecil, menunjukkan bahwa variabel-variabel ini memiliki daya jelaskan yang terbatas untuk memprediksi etnosentrisme.
- Prediktor Signifikan:
  - Sarjana (Pendidikan): Koefisiennya adalah 0,240 dengan Beta standar 0,105, menunjukkan bahwa individu dengan gelar sarjana memiliki tingkat etnosentrisme yang sedikit lebih tinggi. Efek ini signifikan secara statistik ( $p = 0,000$ ).
  - Belum Menikah (Status Pernikahan): Koefisiennya adalah -0,125 dengan Beta standar -0,059, menunjukkan bahwa individu yang belum menikah memiliki tingkat etnosentrisme yang sedikit lebih rendah. Efek ini juga signifikan secara statistik ( $p = 0,032$ ).
  - Usia: Koefisiennya adalah 0,008 dengan Beta standar 0,098, menunjukkan bahwa individu yang lebih tua cenderung memiliki tingkat etnosentrisme yang sedikit lebih tinggi. Efek ini signifikan secara statistik ( $p = 0,001$ ).

## 2. Model 2:

- Variabel Tambahan: Menambahkan kecerdasan budaya (culint), literasi media (mlit), dan kecanduan media sosial (addict) ke model sebelumnya.
- $R^2 = 0,206$ , Perubahan  $R^2 = 0,185$ : Model ini menjelaskan 20,6% varians dalam etnosentrisme, dengan variabel tambahan memberikan kontribusi signifikan terhadap daya jelaskan model (perubahan  $R^2$  sebesar 0,185). Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tambahan ini merupakan prediktor penting etnosentrisme.
- Prediktor Signifikan:
  - Kecerdasan Budaya (culint): Koefisiennya adalah 0,079 dengan Beta standar 0,183, menunjukkan bahwa kecerdasan budaya yang lebih tinggi terkait dengan tingkat etnosentrisme yang lebih tinggi ( $p = 0,000$ ).
  - Literasi Media (mlit): Koefisiennya adalah 0,052 dengan Beta standar 0,121, menunjukkan bahwa literasi media yang lebih tinggi juga terkait dengan etnosentrisme yang lebih tinggi ( $p = 0,000$ ).
  - Kecanduan Media Sosial (addict): Koefisiennya adalah 0,076 dengan Beta standar 0,269, menunjukkan bahwa tingkat kecanduan media sosial yang lebih tinggi sangat terkait dengan etnosentrisme yang lebih tinggi ( $p = 0,000$ ).

## 3. Model 3:

- Variabel Tambahan: Globalisasi media sosial ditambahkan ke model.
- $R^2 = 0,229$ , Perubahan  $R^2 = 0,023$ : Model akhir ini menjelaskan 22,9% varians dalam etnosentrisme, dengan tambahan globalisasi media sosial memberikan kontribusi tambahan sebesar 2,3% terhadap daya jelaskan model.
- Prediktor Signifikan:



- Globalisasi Media Sosial: Koefisiennya adalah -0,165 dengan Beta standar -0,163, menunjukkan bahwa globalisasi media sosial yang lebih tinggi terkait dengan etnosentrisme yang lebih rendah ( $p = 0,000$ ). Hal ini menunjukkan bahwa paparan budaya global melalui media sosial dapat mengurangi etnosentrisme.

Poin Utama:

- Nilai  $R^2$ : Nilai  $R^2$  menunjukkan proporsi varians dalam etnosentrisme yang dijelaskan oleh masing-masing model. Kenaikan dari 0,021 pada Model 1 menjadi 0,229 pada Model 3 menunjukkan bahwa penambahan variabel secara signifikan meningkatkan daya jelaskan model, meskipun model akhir hanya menjelaskan 22,9% varians, mengindikasikan bahwa faktor lain yang tidak dimasukkan juga penting dalam menentukan etnosentrisme.
- Globalisasi Media Sosial: Koefisien negatif untuk globalisasi media sosial pada Model 3 sangat penting. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan yang lebih besar dengan budaya global melalui media sosial dapat mengurangi etnosentrisme. Temuan ini signifikan secara statistik dan konsisten dengan teori bahwa paparan terhadap budaya yang beragam dapat mendorong keterbukaan budaya dan mengurangi kepercayaan pada superioritas budaya.
- Prediktor Signifikan Lainnya:
  - Kecerdasan Budaya: Menariknya, kecerdasan budaya yang lebih tinggi terkait dengan tingkat etnosentrisme yang lebih tinggi, yang mungkin tampak berlawanan dengan intuisi. Hal ini mungkin menunjukkan bahwa mereka yang lebih sadar akan budaya yang berbeda juga lebih sadar akan perbedaan tersebut, yang dapat memperkuat rasa superioritas budaya.
  - Kecanduan Media Sosial: Hubungan positif yang kuat antara kecanduan media sosial dan etnosentrisme mungkin mengindikasikan bahwa mereka yang lebih kecanduan media sosial lebih rentan terhadap ruang gema (*echo chambers*) atau kurang kritis terhadap beragam konten yang mereka temui.

Analisis Kritis:

Nilai  $R^2$  yang relatif rendah menunjukkan bahwa meskipun model ini menjelaskan beberapa varians dalam etnosentrisme, sebagian besar tetap tidak dijelaskan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain, kemungkinan bersifat budaya, sosial, atau psikologis, memainkan peran signifikan dalam membentuk sikap etnosentris yang tidak tercakup dalam model ini.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengungkap faktor-faktor lain yang memengaruhi sikap ini, sehingga memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan antara globalisasi dan sikap budaya.

Pada konteks Indonesia, dari paparan analisis kuantitatif di atas, dapat disimpulkan poin-poin sebagai berikut:

1. Masyarakat Indonesia memiliki faktor personal contact tertinggi untuk globalisasi sosial media, bersama Filipina memiliki tingkat adiksi sosial media terendah di antara ke 5 negara ASEAN, tingkat etnosentrisme relative rendah, memiliki Tingkat literasi media sosial yang rendah dan kecerdasan kultural yang juga terendah.
2. Indonesia memiliki nilai rata-rata globalisasi media sosial paling rendah dibandingkan negara lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di Indonesia cenderung lebih terlokalisasi atau kurang menunjukkan keterlibatan dalam konteks global dibandingkan negara lain di Asia Tenggara.
3. Indonesia memiliki skor rata-rata yang relatif tinggi untuk etnosentrisme, menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia cenderung memiliki sikap etnosentris yang kuat, lebih menyukai budaya mereka sendiri dibandingkan budaya asing.
4. Garis regresi untuk Indonesia memiliki kemiringan negatif kecil (-0,09), yang menunjukkan hubungan terbalik yang sangat lemah antara globalisasi media sosial dan etnosentrisme. Namun, nilai  $R^2$  yang sangat rendah (0,002) menunjukkan bahwa hubungan ini hampir tidak signifikan, dengan globalisasi media sosial hanya menjelaskan 0,2% dari variansi dalam etnosentrisme. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa globalisasi media sosial bukanlah prediktor kuat etnosentrisme, dan faktor lain kemungkinan memiliki peran yang lebih signifikan dalam memengaruhi sikap etnosentris.

## **Analisis Kualitatif**

### **Kebijakan Pemerintah**

Data pertama yang dianalisis adalah hasil wawancara dengan Sekretaris Jenderal Direktorat Kebudayaan Kemendikbudristek, Bapak Fitra Arda. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mengelaborasi kebijakan pemerintah terkait preservasi budaya tradisional untuk melihat apa saja strategi yang dilakukan pemerintah untuk mempertahankan budaya tradisional Indonesia yang dikontekstualisasikan dengan kondisi Masyarakat saat ini yang semakin terdigitalisasi dan eksposur budaya luar di era media sosial.

Terkait **pelestarian kebudayaan tradisional, Bapak Fitra Arda menjabarkan bahwa** kecepatan modernisasi di Indonesia sepertinya berbanding lurus dengan kecepatan mudarnya tradisi. Perkembangan teknologi modern misalnya tidak terbatas pada penggunaan alat dan metode baru tapi juga telah membawa perubahan pola pikir dan kebiasaan. Gejala ini tidak hanya terjadi di daerah perkotaan tapi juga sudah masuk ke daerah perdesaan. Tidak banyak desa dan komunitas yang mampu mempertahankan tradisi sebagai kemudi dalam kehidupan mengingat ketergantungan terhadap pola kehidupan modern sudah sedemikian jauh. Akibatnya masyarakat tidak memiliki ketahanan budaya dan kemampuan untuk menseleksi unsur kehidupan modern yang sesuai dengan tingkat perkembangannya.

Berkaitan dengan itu, yakni dengan mencermati berbagai permasalahan dan juga bagaimana untuk meningkatkan upaya Pemajuan Kebudayaan, maka pemerintah telah menetapkan

tujuh langkah strategis utama (satu sama lain saling berkaitan), yang selanjutnya dijabarkan ke dalam beberapa butir turunan yang lebih praktis yaitu:

1. Menyediakan ruang bagi keragaman ekspresi budaya dan mendorong interaksi untuk memperkuat kebudayaan yang inklusif.
- 2. Melindungi dan mengembangkan nilai, ekspresi, dan praktik kebudayaan tradisional untuk memperkaya kebudayaan nasional.**
3. Mengembangkan dan memanfaatkan kekayaan budaya untuk memperkuat kedudukan Indonesia di dunia internasional.
4. Memanfaatkan objek pemajuan kebudayaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
5. Memajukan kebudayaan yang melindungi keanekaragaman hayati dan memperkuat ekosistem.
6. Reformasi kelembagaan dan penganggaran kebudayaan untuk mendukung agenda pemajuan kebudayaan.
7. Meningkatkan peran pemerintah sebagai fasilitator pemajuan kebudayaan.

Terkait langkah-langkah strategis yang dilakukan pemerintah, maka upaya selanjutnya yang dilakukan adalah **Melindungi dan Mengembangkan Nilai, Ekspresi, dan Praktik Kebudayaan Tradisional untuk Memperkaya Kebudayaan Nasional**

Agenda strategis ini dijalankan dengan memperhatikan tiga proses berikut ini:

- 1. Meningkatkan perlindungan terhadap nilai, ekspresi, dan praktik kebudayaan tradisional, yang diupayakan melalui kegiatan berikut.**
  - Melakukan pendokumentasian, revitalisasi dan repatriasi serta restorasi nilai, ekspresi dan praktik kebudayaan tradisional dalam kerangka Sistem Data Kebudayaan Terpadu yang terus-menerus diperbarui.
  - Memperkenalkan nilai, ekspresi dan praktik kebudayaan tradisional ke dalam kurikulum pendidikan, kegiatan belajar di satuan pendidikan, dan dalam kehidupan sehari-hari.
  - Mengoptimalkan pemanfaatan teknologi modern untuk mengembangkan kebudayaan tradisional sehingga tetap relevan mengikuti perkembangan zaman.
- 2. Memperkuat kedudukan dan memberdayakan lembaga, komunitas dan masyarakat yang berpegang pada nilai tradisi dan kepercayaan lokal.**
  - Menegakkan hak-hak masyarakat adat, komunitas tradisi dan penghayat kepercayaan agar dapat berperan dalam kehidupan berbangsa dan bernegara dan khususnya dalam pemajuan kebudayaan.
  - Memfasilitasi keterlibatan masyarakat adat, komunitas tradisi dan penghayat kepercayaan dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan, terutama yang berkenaan dengan nilai budaya mereka.

- Memperkuat satuan atau kawasan kebudayaan tradisional, seperti desa adat dan kraton, sebagai situs pemajuan kebudayaan.

### **3. Mempromosikan nilai, ekspresi dan praktik kebudayaan tradisional yang berkontribusi bagi pengayaan kebudayaan nasional.**

- Memilah dan menetapkan serta mempromosikan nilai, ekspresi dan praktik kebudayaan tradisional yang memiliki arti penting secara nasional.
- Menyelenggarakan kegiatan seperti festival, pameran dan pawai budaya di tingkat nasional secara berkala yang secara khusus mengangkat nilai, ekspresi dan praktik kebudayaan tradisional.

Untuk melestarikan kebudayaan tradisional, **Direktorat Kebudayaan menetapkan** rencana strategis berikut.

1. Mewujudkan pengelolaan kekayaan budaya yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat
2. Mewujudkan Pelindungan Warisan Budaya yang memperkaya kebudayaan nasional
3. Mewujudkan Keragaman Ekspresi Budaya untuk Memperkuat Kebudayaan Inklusif
4. Meningkatkan akuntabilitas layanan dan pengelolaan anggaran pendidikan, kebudayaan, riset, dan teknologi
5. Meningkatkan pelaksanaan reformasi birokrasi Kemendikbudristek terkait dengan kebudayaan tradisional

**Terkait program inventarisasi, dokumentasi, dan digitalisasi kebudayaan tradisional,** kegiatan ini dilakukan oleh Direktorat Pelindungan Kebudayaan dan seluruh Unit Pelaksana Teknis Kebudayaan yakni Balai Pelestarian Kebudayaan yang terbagi ke dalam 23 di Indonesia dengan programnya Pelindungan cagar budaya dan Objek Pemajuan Kebudayaan.

Kegiatan inventarisasi terdiri atas tahapan pencatatan dan pendokumentasian; penetapan; dan pemutakhiran data. Di dalamnya tentu juga termasuk kebudayaan tradisional. Demikian juga kegiatan digitalisasinya, seperti digitalisasi naskah kuno, tari, film, pengetahuan tradisional seperti pengobatan, dan melakukan juga produksi konten yang berkaitan dengan kebudayaan tradisional yang pada gilirannya diinformasikan melalui media kebudayaan seperti youtube budaya saya, Indonesiana TV dan lain-lain.

#### **1. Apakah Direktorat Kebudayaan merancang kegiatan pencatatan dan pendaftaran elemen budaya sebagai Warisan Budaya Takbenda di UNESCO.**

Kegiatan **pencatatan dan pendaftaran elemen budaya sebagai Warisan Budaya Takbenda di UNESCO** dilakukan oleh Direktorat Pelindungan Kebudayaan. Tidak saja warisan budaya Takbenda yang dilakukan pencatatan dan penetapan dan pemutakhiran, untuk kemudian di

ajukan ke Unesco, tetapi juga warisan budaya kebendaan yakni Cagar Budaya. Untuk kegiatan ini Ditjen Kebudayaan membentuk Tim Ahli Penetapan Warisan budaya baik benda dan takbenda untuk menopang upaya pengajuan untuk warisan dunia.

Untuk tujuan tersebut ditjen Kebudayaan melalui Direktorat Pelindungan Kebudayaan menyusun langkah-langkah pengajuan tersebut dengan membuat dokumen naskah dominasi dengan melibatkan berbagai pihak.



Setelah adanya penetapan secara nasional inilah, baru dilakukan pengajuan sebagai warisan budaya unesco sesuai dengan aturan dan prosedur yang telah ditetapkan Unesco sendiri.

Kegiatan **melatih masyarakat dan pelajar tentang kebudayaan tradisional** dilakukan oleh Direktorat Pembinaan Tenaga dan Lembaga Kebudayaan dengan berbagai program. Seperti pelatihan dan workshop membuat batik, tenun, jamu tradisional, tari tradisional dan musik tradisional, dll. Ada juga kegiatan Gerakan Seniman Masuk Sekolah (GSMS), Belajar Bersama Maestro (BBM), program Presisi yakni kegiatan pembelajaran berbasis kontekstual di lingkungan sekolah, sekolah lapang berbasis Masyarakat adat, dll. Selain itu terdapat juga Kegiatan Desa Pemajuan Kebudayaan yakni melatih Masyarakat setempat untuk menemukan sumberdaya dan masalah tentang kebudayaan di desa mereka masing-masing, yang kemudian untuk bisa dikembangkan dan dimanfaatkan.

**Program integrasi kebudayaan tradisional dalam kurikulum pendidikan** menjadi bagian dari kebijakan pengarusutamaan kebudayaan melalui pendidikan. Gerakan Seniman masuk sekolah (GSMS), disamping memadukan kurikulum berbasis kebudayaan, juga merupakan mengatasi kekurangan guru bidang kebudayaan di sekolah-sekolah (yang selama ini banyak diampu oleh guru mata pelajaran lain yang kebetulan bisan seni/nyanyi). Kemudian Program Belajar sama Maestro juga merupakan bagian dari maksud tersebut.

Di samping itu sudah ada juga Peraturan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2016 Tentang Layanan Pendidikan Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa Pada Satuan Pendidikan.

Ditjen Kebudayaan memiliki pendanaan berupa program berkaitan dengan pelestarian kebudayaan, namun untuk riset saat ini dilakukan oleh BRIN.

Kegiatan tersebut seperti, Pekan Kebudayaan Nasional, Pameran bersama tentang kopi dan rempah di Qatar, Paris tentang Tenun, event Kenduri Swarna Bhumi di Jambi, Gelanggang Arang di Sumatera Barat, dan lain-lain yang dilaksanakan oleh Balai Pelestarian Kebudayaan di daerahnya masing-masing.

Program tersebut juga didukung melalui Dana Abadi Kebudayaan (Dana Indonesiana) dengan berbagai kategori yang khususnya diarahkan untuk memperbanyak akses masyarakat pada pendanaan negara untuk upaya Pemajuan Kebudayaan.

**Program hibah atau beasiswa untuk individu atau kelompok yang berkontribusi dalam pelestarian budaya** dilakukan melalui Beasiswa Pelaku Budaya baik Degree maupun Non Degree ( Dalam negeri dan Luar negeri S1, S2, dan S3). Adapun **kegiatan promosi budaya melalui festival, pameran, dan pertunjukan seni, yang dilaksanakan secara periodik dan kontinu terdiri atas:**

- PKN (Pekan Kebudayaan Nasional) dua tahun sekali

- Kenduri Swarna Bhumi bekerjasama dengan Pemerintah daerah di Provinsi Jambi, yang dilaksanakan tiga tahun berturut-turut, setelah itu harapannya pemda bisa mandiri.
- Gelanggang Arang bekerjasama dengan Pemerintah daerah di Provinsi Sumatera Barat, yang dilaksanakan tiga tahun berturut-turut, setelah itu harapannya pemda bisa mandiri.
- Program Muhibah Jalur Rempah yakni melalui pelayaran berkeling Indonesia dan Negara lain dengan menggunakan kapal Dewa Ruci Angkatan Laut. Program ini menyinggahan berbagai pelabuhan penting dalam kegiatan rempah pada masanya, dengan melibatkan anak-anak muda yang diseleksi seluruh Indonesia untuk ikut berlayar dan akan menjadi agen-agen perubahan dalam bidang Rempah. Kegiatan ini dalam rangka menguatkan kembali pusat-pusat rempat dan menghidupkan atau membudidayakan kembali jenis-jenis tanaman rempah, yang pada saat ini sangat dibutuhkan oleh dunia luar utamanya untuk kecantikan, pengobatan (*wellness*). Juga dalam upaya kita untuk mengajukan Jalur Rempah sebagai Warisan Dunia Unesco tahun 2025.
- Festival di Luar negeri yang bergantian setiap tahunnya yang melibatkan para diaspora Indonesia, seperti di Qatar, Perancis, Vanuatu, Jepang, Korea, dll

**Terkait strategi penggunaan media cetak, elektronik, dan digital untuk menyebarkan informasi tentang kebudayaan tradisional, Fitra Arda menyatakan hal tersebut** sangat berkaitan dengan Strategi agenda ke 4 yakni ***Memfaatkan Obyek Pemajuan Kebudayaan untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat***. Agenda strategis ini akan dijalankan dengan memperhatikan proses berikut ini:

- Melakukan investasi jangka panjang untuk memajukan kebudayaan secara menyeluruh dengan terutama mengoptimalkan teknologi informasi dan komunikasi.
- Memperkuat platform teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan dan pemanfaatan obyek pemajuan kebudayaan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
- Memberikan prioritas pada daya budi (*value creation*) dibandingkan budi daya (*value extraction*).
- Meningkatkan kapasitas pelaku budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif, serta pelaku diplomasi budaya khususnya dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

Kegiatan dilaksanakan hampir oleh semua Satuan Kerja yang ada dibawah Direktorat Jenderal Kebudayaan diantaranya dilaksanakan oleh Direktorat Perfilman, Musik dan Media, Direktorat Pengembangan dan Pembinaan Kebudayaan, Direktorat Pembinaan Tenaga dan Lembaga, serta Unit Pelaksana Teknis Balai Media Kebudayaan yang menaungi Televisi Kebudayaan yakni **Indonesiana TV**, dan lain-lain.

Pada umumnya kegiatan kebudayaan termasuk kebudayaan tradisional bekerjasama dengan komunitas budaya dan asosiasi yang bergerak dibidang kebudayaan. Seperti dengan Lembaga adat, Musik Tradisi, Silat Tradisional. Paguyuban penghayat, Dewan Kesenian, Lembaga pelestari Cagar budaya. Demikian juga dengan Asosiasi Ikatan Ahli Arkeologi, Masyarakat

Sejarawan Indonesia, Asosiasi Tradisi Lisan, Asosiasi Antropologi Indonesia, Ikatan Arsitek Indonesia, dan lain-lain

**kerja sama dengan organisasi internasional dan negara lain dalam bidang kebudayaan** berkaitan dengan strategi 3 dalam Upaya pemajuan kebudayaan yaitu ***Mengembangkan dan Memanfaatkan Kekayaan Budaya untuk Memperkuat Kedudukan Indonesia di Dunia Internasional.***

Agenda strategis ini akan dijalankan dengan memperhatikan dua proses berikut ini:

**A. Memfasilitasi pemanfaatan obyek pemajuan kebudayaan untuk memperkuat promosi Indonesia di dunia internasional.**

- Memfasilitasi penciptaan karya baru dan produk ekonomi kreatif yang memanfaatkan obyek pemajuan kebudayaan dan memiliki daya saing di dunia internasional.
- Memperkuat nation branding Indonesia dengan memanfaatkan obyek pemajuan kebudayaan secara kreatif.
- Meningkatkan promosi pariwisata berbasis kebudayaan.
- Memfasilitasi pelaku usaha kecil dan menengah serta koperasi yang memanfaatkan obyek pemajuan kebudayaan untuk berperan di dunia internasional.

**B. Meningkatkan dan memperkuat diplomasi budaya Indonesia.**

- Menambah jumlah Rumah Budaya Indonesia dan mengoptimalkan fungsinya sebagai pusat kegiatan dan penyebarluasan budaya Indonesia di kawasan yang strategis.
- Menyediakan pendidikan dan pelatihan di bidang kebudayaan serta memfasilitasi kegiatan diaspora Indonesia sebagai duta budaya Indonesia di luar negeri.

Kegiatan ini dilakukan dengan membangun kerjasama dengan negara lain, seperti Jepang, Korea, Perancis, Belanda, dan lain-lain. Demikian juga dengan lembaga internasional seperti UNESCO, PMI Internasional, Polisi Internasional (kaitan perdagangan benda budaya), dll.

Program tersebut seperti Kerja sama penguatan riset dan publikasi internasional terkait Jalur Rempah, Kolaborasi pengembangan ICH, Pengembangan *Center for Human Evolution, Adaptation, and Dispersal in Southeast Asia* (CHEADSEA), Joint Works baik di luar maupun dalam negeri, Rumah Budaya Indonesia atau Indonesia Corner, Pameran Bersama untuk Perluasan coverage Indonesiana TV di luar Negeri yang meliputi Peningkatan kesadaran publik, baik diaspora Indonesia maupun masyarakat di negara setempat, akan Indonesiana TV serta Potensi pelibatan diaspora Indonesia dalam pembuatan konten-konten untuk Indonesiana TV.

**Upaya pengembangan metode baru dalam pelestarian dan revitalisasi kebudayaan dilakukan** melalui penguatan terhadap bagaimana mempertemukan warisan budaya dengan Kemajuan Teknologi, seperti alih wahana, produksi konten berbasis budaya. Juga seperti memperbanyak ruang-ruang keterlibatan generasi muda dalam pemajuan Kebudayaan seperti Kemah Budaya Kaum Muda (KBKM) adalah platform kerja budaya bagi anak muda (18-25 tahun) yang tertarik dan merasa tertantang untuk menciptakan aplikasi dan prakarya yang



dapat menjawab berbagai masalah dalam pemajuan Kebudayaan melalui pendekatan STEAM (*Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics*), serta Kerjasama dengan berbagai Lembaga/asosiasi seperti dengan PDPTJI (persatuan Dokter Pengembang Obat Tradisional dan Jamu Indonesia), Asosiasi Kota Kreatif, dan lain-lain.

**Untuk antisipasi yang dilakukan melihat potensi terdegradasinya rasa cinta kebudayaan tradisional sebagai imbas globalisasi** tidak saja menjadi tanggungjawab Ditjen Kebudayaan, melainkan juga harus keterlibatan berbagai pihak. Gotongroyong tentu menjadi kata kunci untuk mengatasi kondisi tersebut. Kita terus menguatkan berbagai program dan kerjasama serta koordinasi dengan berbagai kementerian lembaga, seperti kominfo, pemuda olag raga, pariwisata, UMKM, PUPR, Kumham, Bapenas, Kementerian Agama, Asosiasi, Perguruan Tinggi, Media, swasta, demikian juga dengan pemerintah daerah dan komunitas masyarakat dll.

**Kebijakan terkait fenomena digitalisasi masyarakat dan upaya pelestarian kebudayaan tradisional dilakukan melalui** investasi jangka panjang untuk memajukan kebudayaan secara menyeluruh dengan terutama mengoptimalkan teknologi informasi dan komunikasi. Secara spesifik, kebijakan tersebut mencakup hal-hal berikut ini.

- Memperkuat platform teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan dan pemanfaatan obyek pemajuan kebudayaan di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.
- Memberikan prioritas pada daya budi (value creation) dibandingkan budi daya (value extraction).
- Meningkatkan kapasitas pelaku budaya, pariwisata dan ekonomi kreatif, serta pelaku diplomasi budaya khususnya dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

Untuk menguatkan upaya pemajuan kebudayaan dan mencari solusi terhadap berbagai permasalahan kebudayaan maka Ditjen Kebudayaan membuat arah kebijakan baru untuk mewujudkan peran Kebudayaan dalam Pembangunan serta Upaya Hidup Berkelanjutan melalui jalan Kebudayaan yakni:

- Memegang **prinsip pengarusutamaan**; bahwa Kebudayaan bukanlah satu sektor di antara banyak sektor pembangunan, melainkan sebuah metode untuk menyelenggarakan pembangunan.
- **Mengakui peran Masyarakat**: Bahwa masyarakat sebagai pemilik dan penggerak kebudayaan nasional. Sedangkan pemerintah berperan sebagai fasilitator: mendorong prakarsa publik, bukan bergerak menciptakan kebudayaan sendiri
- **Penguatan ekosistem budaya**; Kebijakan budaya harus didesain dengan memperhatikan kekhasan ekosistem budaya di setiap kawasan dan sektor.

Untuk perbaikan tata Kelola dalam pemajuan Kebudayaan Ditjenbud juga telah merubah paradigma kebijakan yaitu;

## Perubahan Paradigma di Ditjen Bud dalam Pemajuan Kebudayaan saat ini :

	Paradigma Lama	Paradigma Baru
Proses perencanaan kebijakan kebudayaan nasional	<i>Top-down</i> (berlandaskan Rencana Strategis yang disusun Direktorat Jenderal)	<i>Bottom-up</i> (berlandaskan PPKD yang disusun masyarakat dan pemangku kepentingan)
Peran pemerintah	Eksekutor (merancang sendiri, mengkurasi sendiri, melaksanakan sendiri)	Fasilitator (mendukung masyarakat untuk merancang, mengkurasi, dan melaksanakan inisiatif budaya)
Sasaran intervensi kebijakan	Perwakilan setiap cabang budaya seturut disiplin keilmuan budaya (kesenian, sejarah, arkeologi, antropologi, dll.)	Ekosistem kebudayaan (keseluruhan proses perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan yang menunjang keberlanjutan setiap praktik/ekspresi budaya)
Sifat bantuan ke masyarakat	Aksidental, tersebar di berbagai unit dengan prosedur berlainan, dan diseleksi berdasarkan diskresi setiap pimpinan birokrasi (yang rawan konflik kepentingan dan pengaruh selera pribadi)	Terprogram, terkonsolidasi dalam mekanisme satu pintu, dan diseleksi oleh wakil pemangku kepentingan sendiri secara profesional
Hubungan antar-kegiatan	Terpisah-pisah dan terfragmentasi sesuai yurisdiksi unit kerja, seringkali tanpa hubungan satu sama lain	Terhubung dan terkoordinasi dalam satu rangkaian kegiatan dan dipanen dalam kegiatan puncak (seperti PKN)
Corak kinerja birokrasi	Cenderung menjalankan program rutin dan minim inovasi layanan	Birokrasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan pemangku kepentingan dan banyak inovasi layanan (seperti BLU, reorganisasi direktorat dan UPT)
Corak kebijakan penganggaran	Cenderung bergantung sepenuhnya pada pendanaan sendiri sesuai alokasi dalam APBN	Mendorong kemitraan dengan sumber pendanaan lain (swasta, organisasi masyarakat sipil (LSM), Pemda maupun K/L lain)
Pelindungan terhadap keragaman ekspresi budaya	Cenderung kurang tanggap karena ketidakersambungan antar-pengambil kebijakan (seperti dengan K/L lain dan kepolisian)	Menjamin perlindungan komprehensif terhadap keragaman ekspresi (seperti Tim Koordinasi Layanan Advokasi Bagi Penghayat Kepercayaan dan Masyarakat Adat)

Saat ini Ditjenbud juga melaksanakan dan mengajak seluruh lembaga terkait dan pemerintah daerah untuk Bersama-sama melaksanakan apa kita sebut program minimum:

## 10 Program Minimum

(yang esensial bagi berlangsungnya pemajuan kebudayaan di luar program rutin)

Peran	Fokus Kebijakan	Program Mininum
Aktivasi peran pemerintah sebagai fasilitator	Meningkatkan kualitas tata kelola layanan kebudayaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Dana Indonesiana (FBK, Beasiswa Pelaku Budaya, Pemanfaatan Dana Abadi Kebudayaan)</li> <li>Perencanaan budaya partisipatoris (PPKD, DPKD, Strategi Kebudayaan, RIPK)</li> <li>Badan Layanan Umum (BLU) Budaya</li> <li>Sistem Layanan Advokasi Penghayat Kepercayaan dan Masyarakat Adat</li> <li>Pelumbungan Inisiatif Budaya (Pekan Kebudayaan Nasional)</li> <li>Pemberdayaan Pengetahuan Lokal Berbasis Diversitas Biokultural (Desa Pemajuan Kebudayaan, Jalur Rempah, Sekolah Lapang Kearifan Lokal)</li> <li>Pengarusutamaan Kebudayaan melalui Pendidikan (GSMS, KBKM, PRESISI, MSIB Kebudayaan)</li> <li>Peningkatan Kapasitas Tata Kelola Budaya (platform Indonesiana, penataan asosiasi profesi, LMKI dan sertifikasi profesi)</li> <li>Penguatan Ekosistem Film (Indonesiana Film, Kompro, beberapa lab lain, Sinema Mikro, Pengarsipan)</li> <li>Intervensi Strategis Cagar Budaya (Revitalisasi Kawasan Muaro Jambi, repatriasi benda cagar budaya)</li> </ol>
	Membuka akses dan menjamin pemerataan kesempatan	
	Meningkatkan partisipasi pemangku kepentingan dalam pengambilan kebijakan	
Penguatan ekosistem kebudayaan	Mendorong inovasi dalam pemajuan kebudayaan	
	Meningkatkan kapasitas pemangku kepentingan	
	Menjamin kebebasan berekspresi dan inklusivitas	

### Perspektif Masyarakat terhadap Globalisasi dan Etnosentrisme

Globalisasi telah menjadi fenomena dalam kehidupan masyarakat modern, terutama di kalangan Generasi Z yang tumbuh di era digital. Robertson (1992) memaknai globalisasi sebagai proses yang melibatkan penyempitan dunia dan peningkatan kesadaran akan dunia

secara keseluruhan, yang menciptakan dinamika interaksi antara budaya global dan lokal. Proses ini memunculkan tantangan terhadap identitas budaya lokal karena budaya global, yang sering kali didominasi oleh negara-negara dengan pengaruh ekonomi dan budaya yang kuat, dapat mendominasi ruang kultural di berbagai negara (Tomlinson, 1999). Globalization involves an increasing exchange of ideas, culture, technology, and economy across different parts of the world. Globalization encompasses various aspects of life, including economic, political, social, and cultural dimensions. It is characterized by changes involving the exchange of information and technology, the global economy, labor mobility, global culture, and political interconnection.

According to Agus, E., & Zulfahmi, Z. (2021), globalization is the process of internationalizing all relationships in modern society, leading to significant impacts on various dimensions of human life. Kurniawan (2019) states that changes may occur because new factors that are more satisfying replace older ones to align with other factors that have already changed. These changes can be seen in the cultures that are introduced and those that endure. Azima et.al (2021) state that culture is a way of life followed by a group of people as a guide for behavior or actions. Therefore, culture tends to become a pattern or tradition passed down through generations within that society. As a form of renewal, globalization comes with opportunities and challenges, including the challenge of eroding local culture and wisdom by foreign cultures that enter without proper filtering and adaptation. This transformation process is accelerated through social media and mass media.

Melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, generasi muda di seluruh dunia terhubung dengan beragam budaya asing, yang seringkali mengakibatkan adopsi nilai-nilai dan gaya hidup global (Boyd & Ellison, 2007). Social media refers to online platforms or applications that allow users to create, share, and interact with content online. These platforms facilitate communication and engagement between individuals or groups through various formats such as text, images, videos, and links. Social media users can create personal profiles, follow or subscribe to others' content, and participate in various interactive activities within these online networks. The use of social media in every activity has become an inseparable lifestyle, significantly influencing interaction patterns. Dalam konteks ini, Generasi Z di Indonesia tidak terkecuali; mereka sering kali terpapar pada budaya populer asing seperti Korea dan Jepang, yang memiliki daya tarik besar di kalangan anak muda (Kim, 2013). Namun, di tengah derasnya arus globalisasi ini, muncul pertanyaan tentang bagaimana identitas budaya lokal, dalam hal ini budaya Indonesia, dipertahankan dan dimaknai oleh generasi muda.

Eksposur Gen Z dengan dengan berbagai fenomena globalisasi dapat dianalisis melalui perspektif multikulturalisme. Multiculturalism refers to the presence of diverse cultures, ethnicities, religions, and social groups within a region or society. This concept recognizes that a society is composed of various groups with different cultural identities, values, and norms.

In a multicultural environment, equality is valued and sought after, while diversity is recognized as a strength and source of power. In other words, multiculturalism promotes the recognition, appreciation, and acceptance of differences within society. This includes aspects such as language, customs, religion, beliefs, and other ethnic and cultural backgrounds. The goal of a multicultural approach is to build an inclusive society where every individual and group feels valued and contributes meaningfully. Multiculturalism is not just about the coexistence of different groups but also about enriching one another through cultural exchange and shared experiences. This approach emphasizes the importance of intercultural dialogue, mutual understanding, and collective learning to create a more harmonious and just society.

According to Apriliani et al. (2023), in a strong multicultural society, diversity is seen as a source of strength and potential for achieving common goals. In facing the reality of a multicultural society, it is crucial to have a deep understanding of cultural diversity, respect differences, and work towards building an inclusive, just, and harmonious society. However, another issue related to societal perspectives in the face of globalization is ethnocentrism.

Satu konsep yang bertolak belakang dengan semangat multikulturalisme yang memberi ruang-ruang akan adanya perbedaan identitas budaya, nilai, dan norma adalah etnosentrisme. Etnosentrisme merupakan kecenderungan seseorang untuk menilai budaya lain berdasarkan standar dan nilai-nilai budayanya sendiri. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh sosiolog William Graham Sumner pada awal abad ke-20. Seseorang yang etnosentris cenderung melihat budaya mereka sebagai yang paling benar, baik, dan unggul, sementara budaya lain dianggap lebih rendah atau salah. Etnosentrisme sering kali menghasilkan stereotip, prasangka, dan diskriminasi terhadap kelompok budaya lain, karena ada kecenderungan untuk menganggap budaya sendiri sebagai pusat dari segala sesuatu. Di satu sisi, etnosentrisme dapat menjadi mekanisme pertahanan bagi budaya lokal untuk bertahan dari pengaruh budaya asing. Namun, di sisi lain, jika tidak dikelola dengan baik, etnosentrisme dapat berujung pada penolakan terhadap unsur-unsur positif dari budaya global yang sebenarnya dapat memperkaya budaya lokal (Neuliep, 2018).

Berbeda dengan etnosentrisme yang cenderung bersifat irasional, kita juga perlu melihat konsep nasionalisme, sebagai bentuk kecintaan dan loyalitas terhadap negara dan budaya nasional, yang juga memainkan peran penting dalam konteks ini. Di era globalisasi, nasionalisme tidak hanya berfungsi sebagai penanda identitas nasional tetapi juga sebagai bentuk resistensi terhadap homogenisasi budaya global (Smith, 1991). Bagi Generasi Z Indonesia, nasionalisme bisa menjadi alat untuk menegosiasikan identitas mereka di tengah pengaruh budaya asing. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Generasi Z di Indonesia menavigasi kontestasi antara budaya lokal dan global, dengan fokus pada bagaimana mereka memaknai identitas budaya mereka di era media sosial yang didominasi oleh pengaruh global.

Penelitian ini juga akan mengkaji sejauh mana etnosentrisme dan nasionalisme berperan dalam menjaga identitas budaya lokal di kalangan Generasi Z, serta bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan dan mengglobalkan budaya Indonesia.

Riset ini adalah riset kualitatif yang bertujuan mengelaborasi pengalaman multikultural Generasi Z Indonesia. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam. Informan dipilih secara intentif, yaitu Generasi Z Indonesia (lahir di antara tahun 1997 – 2012) dengan interaksi yang cukup intens melalui media sosial dengan berbagai influencer yang berasal dari negara lain. Validitas data dilakukan dengan metode triangulasi karena peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan pihak pemerintah, yaitu dari Direktorat Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, baik pada level nasional maupun Provinsi, dan informan dari komunitas kebudayaan di sejumlah daerah.

Generasi Z, atau Gen Z, merujuk pada kelompok demografi yang lahir sekitar pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Mereka tumbuh besar di era digital dan memiliki akses ke teknologi seperti internet, media sosial, dan perangkat pintar sejak usia dini. Ini membedakan mereka dari generasi sebelumnya, seperti Generasi Y (Millennials) dan Generasi X. Generasi Z dikenal sebagai *digital natives*, yang artinya mereka sangat terbiasa dengan teknologi dan internet, bahkan mengandalkan perangkat digital untuk hampir semua aspek kehidupan sehari-hari (Prensky, 2001).

Sebagai digital native, teknologi digital bagi Gen Z telah menjadi keseharian mereka. IDN Media melalui lembaga risetnya IDN *Research Institute* bekerja sama dengan *Populix* dalam laporannya yang bertajuk "Indonesia Gen Z Report 2022" mengungkapkan bahwa mayoritas Gen Z mengakses media sosial lebih dari tiga jam dalam sehari<sup>2</sup>.

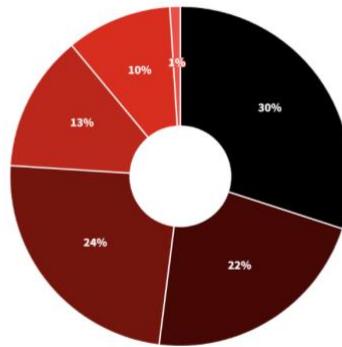
---

<sup>2</sup> <https://goodstats.id/article/melihat-rerata-screen-time-gen-z-indonesia-dalam-bermedsos-berapa-lama-dalam-sehari>

### Screen Time Gen Z Indonesia dalam Menggunakan Media Sosial dalam Sehari

Menurut Rilis "Indonesia Gen Z Report 2022" oleh IDN Media

■ >3 Jam ■ 2-3 Jam ■ 1-2 Jam ■ 31-60 Menit ■ 15-30 Menit ■ Kurang dari 15 Menit



GoodStats

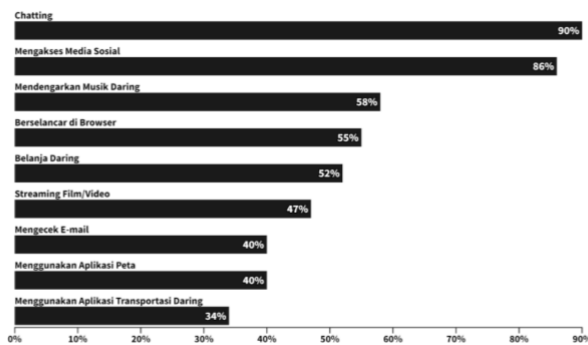
Sumber: IDN Media

Screen time media sosial Gen Z Indonesia | GoodStats

Apa saja yang dilakukan oleh Gen Z ketika mereka membuka *gadget* dan masuk ke dunia digital? Data yang sama memperlihatkan bahwa 86% Gen Z ketika *online* digunakan untuk mengakses media sosial.

### Apa yang Mayoritas Gen Z Indonesia Lakukan Ketika "Online"?

Menurut Rilis "Indonesia Gen Z Report 2022" oleh IDN Media



GoodStats

Sumber: IDN Media

Aktivitas rutin Gen Z ketika online | GoodStats

Tidak berbeda dengan data riset di atas, ketiga informan riset ini, yaitu Irsan, Kim, dan Bintang, memang memiliki interaksi yang intens dengan media sosial. Rata-rata mereka memiliki lebih dari 3 media sosial. "Saya punya hampir semua media sosial, ada X, Instagram, Facebook, TikTok, bahkan Reddit, dari China yang di Indonesia aksesnya harus pakai VPN. Bahkan saya sudah kenal Friendster media sosial awal-awal dulu sekali. Ini karena kakak saya itu *programmer*, jadi saya sudah kenal dengan media-media seperti itu sejak dulu. Saya juga waktu *blackberry messenger* lagi trend, termasuk juga path, *line*, kakaotalk itu saya sudah pakai" [Bintang, 20, wawancara tanggal 24 Agustus 2024].

Sama seperti Bintang, Informan ke 2, yaitu Irsan (27) juga mengaku memiliki hampir semua akun media sosial, antara lain X, Instagram, TikTok, Facebook, dan berbagai *messenger*, seperti Line, Whatsapp, dan telegram.

Adapun informan ke 3 bernama Kim (22) lebih banyak menggunakan Instagram, dengan alasan akses kuota dianggap paling hemat. Namun Kim juga mengaku memiliki akun TikTok dan beberapa *messenger*, seperti Whatsapp dan telegram.

Gen Z memang lebih sering menggunakan media sosial dan platform digital untuk mendapatkan informasi dibandingkan dengan media tradisional (Anderson & Jiang, 2018). Mereka lebih menyukai konten yang berbentuk visual dan bersifat interaktif.

Terkait konten yang kerap diakses melalui akun media sosial mereka, ketiga informan memiliki preferensi yang berbeda-beda. Bintang yang merupakan mahasiswa semester 1 di sebuah PTN mengaku sebagai pecinta budaya Jepang. Ia banyak mengikuti akun-akun media sosial yang terkait manga, yaitu kartun Jepang.

“Saya itu kartunis neptoon dan suka manga, Jejepanganlah Bu. Saya juga menghasilkan karya di situ. Kebetulan saya *cosplayer* juga. Selain kartun Jepang, saya juga suka music Bu yang *underground*. Saya tergabung di fandom musisi underground ini juga Bu karena banyak kegiatan positif yang bisa saya ikuti, seperti penggalangan dana dan lainnya. Tapi ini fandom lokal sih Bu.” [Bintang, 20, wawancara tanggal 24 Agustus 2024].

Berbeda dengan Bintang yang menggemari segala hal terkait budaya Jepang, Kim adalah seorang KPopper. Ia mengaku sangat menyukai band-band dari Korea Selatan, baik girlband maupun boyband. Ia banyak mengikuti akun-akun media sosial artis KPop Jepang.

“Kalau saya lebih ke drama untuk saat ini, drakor. Saya suka download drakor Bu. Saya suka ngikutin segala info tentang drama Korea. Ada Dispatch, akun ini seperti paparazinya artis-artis Korea. Jadi saya selalu ikuti gossip-gossip tentang artis Korea dari akun ini. Juga gaya hidup di Korea Selatan itu saya ngikutin seperti apa trendnya dan saya ikuti untuk event-event seperti cosplay.” [Kim, 22, wawancara tanggal 24 Agustus 2024].

Adapun informan ke 3, Irsan, menyatakan bahwa ia kerap mengikuti informasi tentang gaya hidup para selebritas dan influencer dengan mengikuti akun-akun sosial media mereka, terutama akun Instagram.

“Saya harus cari bahan siaran Bu, jadi saya rajin mengikuti apa sih yang lagi trend di dunia, misalnya tentang kesehatan, musik, film, tentang trend gaya hidup. Tapi say acari informasinya dari media mainstream, seperti VOA, CNBC, seperti itu Bu.” [Irsan, 27, wawancara tanggal 24 Agustus 2024].

Penelitian ini menemukan bahwa informan yang merupakan bagian dari Generasi Z di Indonesia cenderung lebih menggemari budaya asing, seperti budaya Korea dan Jepang, karena mereka menganggap budaya tersebut lebih menarik dibandingkan budaya Indonesia. Ketertarikan ini bukan hanya dipengaruhi oleh daya tarik intrinsik dari budaya asing, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti pengaruh keluarga, kurangnya eksposur terhadap budaya nasional di lingkungan pendidikan, dan pola kerja algoritma media sosial.

Salah satu informan menyatakan, "Budaya Korea lebih modern dan menarik dibandingkan dengan budaya kita. Musik, fashion, dan dramanya jauh lebih keren." [Kim, 22, wawancara tanggal 24 Agustus 2024].

Pernyataan ini sejalan dengan teori globalisasi sosial yang dikemukakan oleh Tomlinson (1999), yang menyatakan bahwa globalisasi membawa serta budaya global yang memiliki daya tarik komersial dan estetika yang tinggi, yang dapat menggeser perhatian dari budaya lokal yang dianggap kurang menarik atau ketinggalan zaman. Dalam konteks ini, budaya Korea dan Jepang tidak hanya menjadi bentuk hiburan, tetapi juga simbol modernitas yang diidamkan oleh generasi muda.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor keluarga memiliki peran signifikan dalam membentuk preferensi kultural informan. Beberapa informan mengungkapkan bahwa keluarga mereka secara tidak langsung mendorong mereka untuk mengadopsi budaya asing dengan cara mengabaikan atau bahkan menolak ciri-ciri budaya lokal. Seorang informan menceritakan, "Orang tua saya sering menyuruh saya untuk menghilangkan logat daerah saya agar lebih terlihat modern dan tidak kampungan." Hal ini mencerminkan konsep etnosentrisme yang dikembangkan oleh Sumner (1906), di mana keluarga bertindak sebagai agen sosial yang mendoktrinasi nilai-nilai tertentu, yang dalam hal ini mengarah pada penolakan terhadap identitas budaya lokal. Keluarga, dalam upaya untuk beradaptasi dengan nilai-nilai global, sering kali mendorong anak-anak mereka untuk meninggalkan identitas lokal mereka demi memenuhi standar global yang dianggap lebih unggul.

Selain itu, kurangnya eksposur terhadap budaya nasional di sekolah-sekolah juga berkontribusi pada kecenderungan generasi muda untuk lebih menyukai budaya asing. Salah satu informan menyatakan bahwa materi pelajaran tentang budaya Indonesia di sekolah sangat minim dan tidak menarik. "Di sekolah, kami hanya belajar sedikit tentang budaya kita sendiri, dan itu pun terasa membosankan," ungkapnya. Ini menunjukkan bahwa sistem pendidikan belum sepenuhnya berhasil dalam menanamkan rasa cinta terhadap budaya nasional, yang seharusnya menjadi salah satu benteng terakhir dalam menghadapi arus globalisasi. Menurut Robertson (1992), globalisasi tidak hanya menciptakan keterhubungan global tetapi juga dapat mengikis identitas lokal jika tidak diimbangi dengan upaya pendidikan yang kuat dalam melestarikan dan mempromosikan budaya nasional.



Faktor lain yang berkontribusi signifikan terhadap kecenderungan informan untuk lebih menyukai budaya asing adalah pola kerja algoritma media sosial. Algoritma ini dirancang untuk menyajikan konten yang relevan dengan minat pengguna berdasarkan aktivitas mereka sebelumnya. Salah satu informan mencatat, "Saya lebih sering melihat konten tentang budaya Korea dan Jepang di feed media sosial saya, jadi saya lebih familiar dengan itu daripada dengan budaya Indonesia." Algoritma media sosial memperkuat eksposur terhadap budaya asing yang sudah diminati oleh informan, sekaligus membatasi akses mereka terhadap informasi menarik mengenai budaya lokal Indonesia. Hal ini berkontribusi pada terbentuknya bias budaya di mana generasi muda lebih terekspos dan lebih tertarik pada budaya global yang sering muncul di media sosial mereka.

Dalam konteks ini, teori tentang media sosial oleh Boyd dan Ellison (2007) menunjukkan bahwa platform ini tidak hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga berfungsi sebagai kurator budaya, yang memengaruhi preferensi kultural pengguna. Pola kerja algoritma yang mengutamakan keterlibatan (engagement) mengakibatkan pengulangan eksposur terhadap konten budaya asing yang diminati, sehingga semakin menguatkan preferensi terhadap budaya tersebut. Sebaliknya, kurangnya konten budaya lokal yang menarik di platform ini menyebabkan generasi muda merasa budaya mereka sendiri kurang relevan atau menarik.

Namun demikian, di tengah dominasi budaya asing dan pengaruh keluarga yang mendorong adopsi nilai-nilai global, para informan masih menunjukkan adanya nasionalisme, meskipun dalam bentuk yang lebih adaptif. Meskipun mereka menyukai budaya asing, mereka tetap memiliki rasa cinta terhadap Indonesia dan berharap agar Indonesia dapat bersaing di tingkat global dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan budaya lokal. Ini sejalan dengan pandangan Smith (1991) bahwa nasionalisme di era globalisasi tidak harus berarti penolakan terhadap budaya asing, tetapi dapat diartikan sebagai upaya untuk menjaga dan mengembangkan identitas nasional dalam kancah global.

Penelitian ini mengindikasikan adanya kontestasi antara budaya lokal dan global di kalangan Generasi Z Indonesia. Keterpaparan terhadap budaya asing melalui media sosial, pengaruh keluarga, serta sistem pendidikan yang kurang mendukung, membuat generasi muda lebih cenderung mengadopsi budaya global. Namun, meskipun demikian, masih ada harapan dan potensi bagi Indonesia untuk mengembangkan strategi yang menarik guna mengglokalkan budaya lokalnya dengan memanfaatkan teknologi digital, sebagai upaya untuk menyeimbangkan pengaruh global dan menjaga identitas nasional.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Generasi Z di Indonesia cenderung lebih menggemari budaya asing, terutama budaya Korea dan Jepang, karena mereka menganggap budaya tersebut lebih menarik dibandingkan budaya lokal. Faktor utama yang mempengaruhi kecenderungan ini meliputi daya tarik intrinsik budaya asing, pengaruh keluarga yang

mendorong adopsi nilai-nilai global, kurangnya eksposur terhadap budaya nasional di sekolah, dan pola kerja algoritma media sosial yang memperkuat eksposur terhadap budaya asing.

Algoritma media sosial memainkan peran penting dengan secara selektif menampilkan konten budaya asing yang sesuai dengan minat pengguna, yang pada akhirnya membatasi akses mereka terhadap informasi menarik mengenai budaya lokal Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi kurator budaya yang dapat membentuk preferensi kultural generasi muda.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa Generasi Z masih menunjukkan rasa cinta terhadap budaya Indonesia dan memiliki harapan agar budaya nasional dapat bersaing di tingkat global. Mereka menyadari pentingnya strategi yang menarik untuk mempromosikan budaya Indonesia di era digital sebagai bentuk resistensi terhadap homogenisasi budaya global.

Simpulan ini menekankan pentingnya upaya bersama antara keluarga, institusi pendidikan, dan teknologi digital untuk melestarikan dan menggloalkan budaya Indonesia di tengah arus globalisasi. Hanya dengan pendekatan yang holistik, Indonesia dapat mempertahankan identitas budayanya sekaligus menjadi pemain yang signifikan di panggung budaya global.

### **Hasil Bali**

Bali menjadi provinsi yang dipilih untuk riset ini karena keunggulannya sebagai provinsi dengan preservasi budaya yang baik. Hasil wawancara dengan salah satu pelaku kebudayaan Bali, yaitu Anak Agung Istri Dian Diatmika Swari pemilik dan Guru Tari Sanggar Sekar Manggis Yayasan Sentir Bali. Dalam wawancara yang dilakukan di sanggar miliknya di Puri Siangan, Kabupaten Gianyar menyatakan bahwa upaya yang dilakukan berfokus pada seni pertunjukan tari. Dimana beliau telah mewarisi sanggar tari dibawah kepemimpinan Yayasan Sentir Bali yang telah berbadan hukum. Menurut Gung Dian, seni tari tidak hanya melibatkan tari itu sendiri tetapi juga melibatkan penggunaan alat musik tradisional, pakaian tradisional, tata rias, ornament, aksesoris dan bahasa/dialek daerah. Berbagai kegiatan upacara keagamaan selalu memberi ruang untuk penari menunjukkan bakat dan juga menjaga budaya dari generasi ke generasi. Menurut Gung Dian ada beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjaga kelestarian budaya, diantaranya keinginan dan minat pada seni budaya harus ditekankan sejak dini. Baik dilakukan di sekolah, sanggar maupun komunitas melalui kurikulum pendidikan. Gung Dian juga berpendapat perlu berkolaborasi dengan pemerintah dan komunitas dalam mempromosikan tari Bali ke kancah nasional maupun internasional. Mengikuti perkembangan teknologi dalam hal cara belajar, menggunakan media social seperti youtube dll, Inovasi dan modernisasi dapat dilakukan pada kostum, properti, dan beberapa gerakan untuk menarik minat anak muda, namun tetap menghormati esensi tradisional yang diwariskan. Dokumentasi tari Bali dalam bentuk

buku, film, dan karya ilmiah menjadi salah satu cara pelestarian yang penting. Guru tari Bali bekerja sama dengan akademisi dan peneliti untuk menyusun referensi lengkap mengenai tari Bali agar mudah diakses oleh masyarakat luas.

Wawancara dengan Ketua Majelis Pertimbangan dan Pembinaan Kebudayaan (Listibiya) Badung, I Gusti Ngurah Artawan di Puri Dauh Carangsari, Kabupaten Badung memberi hasil bahwa Pulau Bali telah diwariskan oleh habit, nilai religiusitas yang luar biasa oleh para leluhur. Sehingga selain keindahan alamnya, budaya adalah hal yang menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Ketua Listibiya Badung (Lembaga Pelestarian Seni dan Budaya Bali) memiliki pandangan yang kuat dan positif tentang pelestarian budaya Bali. Beberapa pandangan utamanya meliputi:

- **Budaya sebagai Identitas dan Warisan.** Ketua Listibiya menegaskan bahwa budaya Bali adalah identitas dan warisan yang harus dijaga. Seni, adat, dan tradisi Bali dianggap sebagai kekayaan yang memiliki nilai filosofis dan spiritual tinggi, sehingga penting untuk diwariskan dengan utuh kepada generasi selanjutnya.
- **Penyelenggaraan Acara Seni dan Budaya.** Ketua Listibiya mendukung penuh penyelenggaraan acara seni, festival, dan pementasan yang menampilkan berbagai bentuk kesenian tradisional Bali, seperti tari, musik gamelan, dan drama tradisional. Kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan budaya Bali kepada wisatawan tetapi juga menguatkan jati diri masyarakat Bali terhadap warisan budayanya.
- **Adaptasi Tanpa Kehilangan Esensi.** Ketua Listibiya juga memandang bahwa budaya Bali dapat berkembang sesuai zaman namun tanpa menghilangkan nilai aslinya. Inovasi dan adaptasi dalam bentuk seni dapat diterima selama tidak merusak esensi dan makna filosofis dari budaya itu sendiri. Misalnya, penggunaan elemen modern dalam kostum atau pertunjukan dapat dilakukan, tetapi nilai tradisional harus tetap dijaga.
- **Pentingnya Kerjasama dengan Pemerintah.** Pelestarian budaya Bali, menurut Ketua Listibiya, harus didukung penuh oleh pemerintah daerah. Kerjasama ini mencakup penyediaan anggaran untuk acara budaya, dukungan regulasi, dan pengembangan pusat-pusat kesenian. Ia menekankan pentingnya regulasi yang melindungi warisan budaya Bali serta insentif untuk seniman lokal agar tetap produktif.

Salah satu pengalaman menarik yang diceritakan oleh ketua Listibiya adalah bahwa beliau pernah memiliki satu murid mancanegara yang berasal dari Jepang dan belajar tari Bali. Hingga kini pelajar tersebut berhasil membuka sanggar tari Bali di negara Jepang dan menarik banyak peminat yang merupakan warga asli Jepang. Hal ini mengindikasikan bahwa budaya kita tidak hilang ditengah gempuran budaya asing, justru dapat berkembang dan dikenal lebih luas di tangan orang-orang yang tepercaya

## Hasil Yogyakarta

Kegiatan kesenian yang telah ditekuni oleh Bapak Dr. Dewanto Sukistono S.Sn.,M.Sn. dilakukan secara turun-temurun dari keluarga. Secara umum, semua jenis kesenian pernah ditekuni, termasuk di antaranya seni tradisional (dalang/perwayangan), karawitan, musik, sampai seni rupa. Kegiatan seni ditekuni sejak kecil sampai kuliah. Sejak menjadi dosen, kegiatan seni semakin jarang dilakukan karena lebih berfokus pada kegiatan akademik di kampus.

Pedalangan termasuk warisan budaya khususnya di DIY. Para dalang biasanya menekuni dunia ini karena mengikuti jejak orang tua atau kakeknya. Bapak Dr. Dewanto Sukistono S.Sn.,M.Sn. sendiri adalah seorang anak dari dalang, yang mulai mempelajari dunia pedalangan sejak berumur 5 (lima) tahun. Namun, beliau tidak melanjutkan kegiatan pedalangan tersebut karena lebih menekuni dunia akademik.

Dalam menekuni dan melakukan kegiatan kebudayaan, para personil harus betul-betul saling memahami dan saling mengisi. Di satu sisi, ada seniman yang mencari jalan pintas dengan memasukkan unsur-unsur yang tidak sesuai dengan etika, misalnya penampilan-penampilan, pakaian, dan gurauan yang tidak sopan. Hal-hal tersebut tentu berpotensi menurunkan citra para seniman. Asosiasi Persatuan Pedalangan Indonesia (PEPADI) selama ini didominasi oleh seniman yang kurang memiliki kemampuan untuk berorganisasi, sehingga jika menemui masalah, pengurus PEPADI tidak dapat memberikan solusi yang efektif. Tantangan lain adalah pada saat ini terdapat pergeseran nilai budaya, yang dahulu dalang adalah kegiatan yang sarat akan filosofi dan bukan menjadi pekerjaan, sekarang dijadikan mata pencaharian dan bahkan dapat dijadikan untuk sarana berpolitik.

Dana dari pemerintah diperoleh dari Dana Keistimewaan (Danais), yang jumlahnya cukup besar untuk penyelenggaraan event-event atau festival kebudayaan, termasuk di dalamnya ada event pertunjukan wayang kulit.

Dana yang diberikan dari Danais sangat efektif untuk upaya pelestarian budaya di DIY. Hampir setiap minggu ada pertunjukan wayang yang bisa dinikmati dan hingga saat ini masih sangat banyak anak-anak dan pemuda-pemudi yang tertarik untuk menikmati pertunjukan tersebut. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya animo anak-anak dan remaja pada saat ada pertunjukan atau festival pewayangan yang diselenggarakan di Yogyakarta. Namun, hal ini perlu diimbangi dengan nilai-nilai yang ditanamkan di dalam keluarga.

Perkembangan media sosial saat ini tidak begitu berpengaruh pada pelestarian budaya di Yogyakarta karena minat/animo masyarakat masih tinggi di sebagian besar wilayah kota Yogya saat ada acara-acara kebudayaan, khususnya acara wayang. Meskipun demikian, budaya kesenian tradisional memang harus berinovasi dari segi format pertunjukannya supaya dapat diterima oleh berbagai kalangan khususnya anak muda. Contohnya, ada pertunjukan wayang yang dilakukan di cafe atau di tempat-tempat lain yang disukai anak

muda. Selain itu, pertunjukan wayang juga mulai dilakukan bersamaan dengan penampilan campursari, yang sebelumnya tidak pernah dilakukan oleh dalang terdahulu. Inovasi seperti ini pada mulanya menimbulkan kontroversi karena dianggap menyalahi “pakem” dalam budaya pedalangan, tetapi mau tidak mau harus dilakukan karena budaya itu harus tetap ada, sehingga perlu dilakukan perubahan agar tetap lestari dari zaman ke zaman.

Sekarang, hampir semua dalang sudah menggunakan socmed agar masyarakat dapat menikmati pertunjukan wayang yang ditayangkan secara live, bahkan hampir semua dalang memiliki tim live streaming masing-masing. Publikasi sudah dilakukan secara masif untuk menampilkan pertunjukan wayang di youtube ataupun media sosial lain. Namun, faktanya, banyak orang yang tidak puas hanya menonton di media sosial dan belum memiliki kesempatan untuk melihat secara langsung. Hal ini dikarenakan masyarakat tetap menganggap bahwa pertunjukan wayang akan terasa sangat berbeda jika dinikmati secara langsung, bukan melalui media sosial.

Terpaan media sosial tidak menjadi ancaman bagi budaya khususnya dunia pewayangan, karena dalang-dalang muda saat ini sudah banyak yang melek teknologi informasi, sehingga dapat menggunakan media sosial sebagai sarana penyebarluasan kesenian wayang di kalangan anak muda. Selain itu, juga inovasi-inovasi yang saat ini dimunculkan di dunia pewayangan membuat wayang memiliki segmen penikmatnya masing-masing dan tidak akan kehilangan minat masyarakat. Budaya akan fleksibel mengikuti perkembangan zaman sehingga tidak masalah dengan adanya terpaan sosial media.

Ada perbedaan pandangan, kalau jadi dalang itu didikannya keras. Tidak boleh menggunakan nama besar bapaknya. Dididik dengan keras agar jangan sampai sama dengan orang tua supaya dia sendiri punya ciri khas masing-masing. Yang menarik tidak ada satupun anak dalang terkenal yang dididik langsung oleh orang tuanya.

Pendidikan budaya yang berkaitan dengan wayang masih dapat ditemukan di mana-mana, bahkan, dalam salah satu mata pelajaran tentang budaya lokal yang diajarkan di sekolah, terdapat kegiatan yaitu “wayang masuk sekolah”. Kegiatan ini dilakukan di jam khusus agar murid-murid dan guru-guru di sekolah dapat belajar tentang wayang. Hal tersebut menjadi bagian yang menjadikan kelestarian wayang masih terjaga.

Selain itu, muncul inovasi “Wayang Urban” untuk menjembatani kaum muda yang jauh dari wayang. Wayang urban ini ditampilkan dengan inovasi dan format baru dengan mengundang artis pada pagelaran wayang agar memiliki daya tarik bagi kaum muda.

### **Model Preservasi Budaya Tradisional Indonesia di Tengah Globalisasi oleh Media Sosial Pendekatan Holistik untuk Preservasi Budaya**

Berdasarkan data penelitian dan wawancara, berikut adalah model preservasi budaya tradisional Indonesia di tengah globalisasi, dengan mengintegrasikan peran teknologi digital, pendidikan, keluarga, dan komunitas budaya.

### **1. Kebijakan Pemerintah**

- Revitalisasi budaya lokal yang hampir punah melalui kolaborasi dengan komunitas adat.
- Digitalisasi arsip budaya untuk akses generasi muda.
- Peningkatan kapasitas pelaku budaya dalam menggunakan teknologi.
- Promosi budaya tradisional melalui festival dan diplomasi budaya di luar negeri.
- Pemanfaatan budaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui ekonomi kreatif.

### **2. Pendidikan dan Literasi Budaya**

#### **a. Integrasi Kurikulum Berbasis Budaya**

- Mengembangkan kurikulum sekolah yang lebih interaktif dan berorientasi pada apresiasi budaya lokal.
- Kegiatan seperti lokakarya seni, kunjungan ke sanggar budaya, atau program pertukaran budaya dalam negeri dapat membantu meningkatkan pemahaman siswa terhadap budaya tradisional.

#### **b. Pemanfaatan Media Digital di Pendidikan**

- Membuat platform e-learning khusus untuk budaya Indonesia, misalnya aplikasi yang mengajarkan bahasa daerah, cerita rakyat, atau seni tradisional dengan cara gamifikasi.

### **3. Peran Keluarga sebagai Agen Sosialisasi Budaya**

#### **a. Penguatan Identitas Budaya di Rumah**

- Keluarga diharapkan berperan dalam mengenalkan budaya lokal melalui penggunaan bahasa daerah, cerita tradisional, atau kegiatan bersama seperti memasak makanan khas.

#### **b. Menghentikan Stigma Terhadap Budaya Lokal**

- Edukasi bagi orang tua untuk mengapresiasi dan mendorong anak-anak agar bangga dengan identitas lokal mereka, seperti logat daerah atau pakaian tradisional.

### **4. Komunitas Budaya dan Kolaborasi Antar Pemangku Kepentingan**

#### **a. Penguatan Sanggar dan Komunitas Seni**

- Sanggar seni seperti Sanggar Sekar Manggis di Bali dapat menjadi pusat pelestarian budaya melalui kegiatan rutin, seperti pertunjukan tari atau workshop kerajinan tradisional.

#### **b. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Akademisi**

- Pemerintah perlu menyediakan dana dan insentif bagi komunitas budaya untuk terus berkembang.
- Akademisi dapat membantu mendokumentasikan budaya dalam bentuk penelitian, buku, atau film dokumenter.

**c. Promosi Budaya di Kancah Internasional**

- Mengikuti pameran budaya internasional atau memanfaatkan duta budaya digital untuk memperkenalkan tradisi Indonesia di luar negeri.

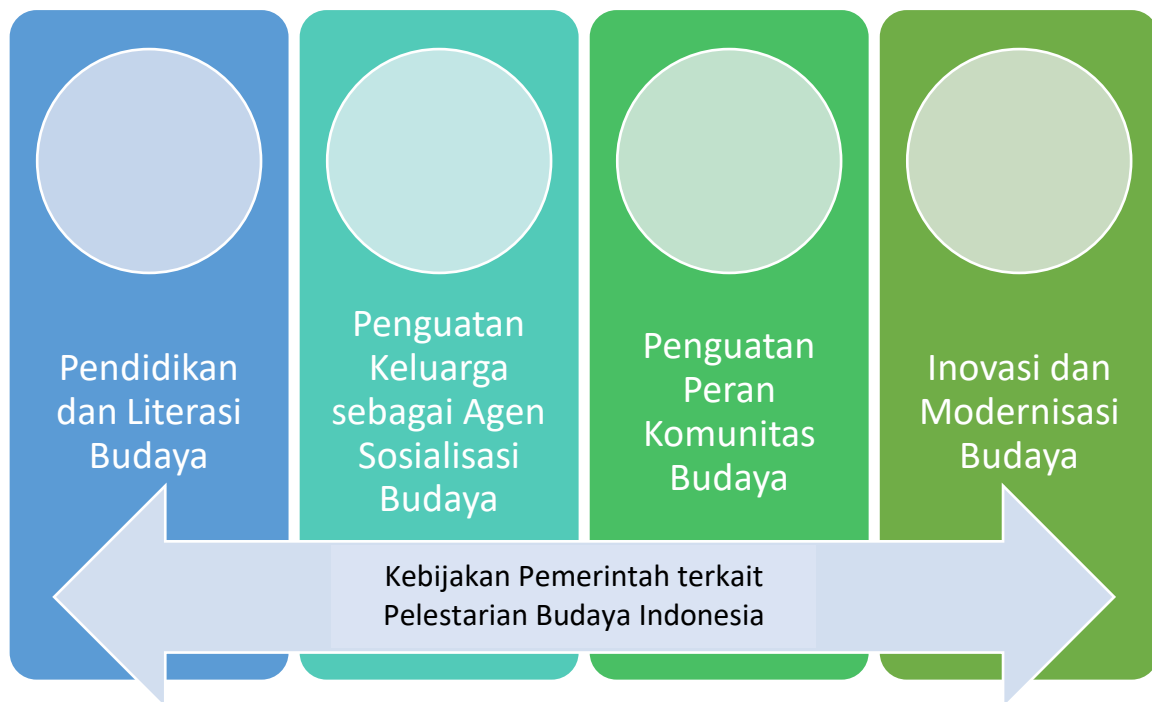
**5. Inovasi dan Modernisasi Budaya**

**a. Kreasi Baru yang Tetap Menghormati Tradisi**

- Mengembangkan variasi kostum, alat musik, atau gerakan tari yang lebih modern untuk menarik minat generasi muda.
- Contoh: Modifikasi gamelan dengan instrumen digital untuk menciptakan genre musik hybrid.

**b. Dokumentasi dan Digitalisasi Budaya**

- Mendokumentasikan seni tradisional dalam bentuk digital, seperti ebook, aplikasi AR/VR, atau museum virtual.





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **Kesimpulan**

Globalisasi membawa tantangan besar bagi pelestarian budaya tradisional Indonesia, terutama karena generasi muda semakin terpapar pada budaya asing yang dianggap lebih menarik dan relevan dengan kehidupan mereka. Namun, tantangan ini dapat diubah menjadi peluang melalui pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan budaya lokal. Media sosial memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan budaya tradisional, menciptakan daya tarik baru, dan memperkuat identitas budaya lokal jika digunakan dengan strategi yang tepat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia masih memiliki minat terhadap budaya tradisional, tetapi mereka membutuhkan pendekatan yang lebih relevan dan modern dalam penyajiannya. Kolaborasi dengan influencer, pengemasan konten yang menarik, serta pemanfaatan tren digital seperti video pendek di platform TikTok dan Instagram terbukti dapat menarik perhatian mereka. Sayangnya, banyak komunitas seni tradisional belum memiliki literasi digital yang memadai untuk memanfaatkan peluang ini. Literasi digital menjadi elemen kunci dalam memperkuat kemampuan komunitas budaya untuk menjaga eksistensi budaya tradisional di tengah arus globalisasi.

#### **Rekomendasi**

Berdasarkan temuan ini, ada beberapa langkah strategis yang dapat diambil untuk memaksimalkan pelestarian budaya tradisional melalui media sosial. Pertama, penting untuk meningkatkan literasi digital bagi komunitas seni dan budaya tradisional. Pelatihan yang mencakup pengeditan konten, strategi pemasaran digital, dan teknik kolaborasi dengan influencer perlu diberikan oleh pemerintah, lembaga pendidikan, maupun organisasi budaya. Dengan keterampilan ini, komunitas seni dapat memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif untuk mempromosikan budaya mereka.

Kedua, pengembangan konten kreatif harus menjadi fokus utama. Budaya tradisional perlu dikemas dengan cara yang menarik dan relevan, misalnya melalui video pendek yang memadukan tarian tradisional dengan musik modern, cerita visual yang menggambarkan sejarah dan filosofi budaya, serta kampanye atau tantangan viral di media sosial. Selain itu, melibatkan generasi muda sebagai kreator konten dan duta budaya dapat menjadi strategi yang efektif. Mereka dapat menjembatani budaya tradisional dengan audiens yang lebih luas melalui cara komunikasi yang sesuai dengan tren masa kini.

Tidak kalah penting, dukungan dari pemerintah dan sektor swasta harus ditingkatkan. Pemerintah dapat memberikan dukungan berupa pendanaan, infrastruktur digital, dan kebijakan yang mendukung pelestarian budaya. Di sisi lain, sektor swasta dapat berkontribusi melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang berfokus pada kampanye budaya lokal.

Terakhir, pendidikan formal juga memegang peranan penting. Kurikulum pendidikan dapat memasukkan materi budaya tradisional dengan pendekatan yang interaktif, seperti kunjungan virtual ke sanggar budaya atau proyek seni berbasis digital. Langkah ini tidak hanya akan memperkuat pemahaman generasi muda terhadap budaya lokal tetapi juga mendorong mereka untuk merasa bangga dan terlibat aktif dalam pelestariannya.

Dengan mengintegrasikan strategi-strategi ini, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk melestarikan dan memperkuat identitas budaya tradisional Indonesia di tengah dinamika globalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus, E., & Zulfahmi, Z. (2021). Pengaruh Globalisasi Terhadap Nilai Nasionalisme Generasi Muda. *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 2(1), 26-33.
- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (2022). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). "Teens, Social Media & Technology 2018." *Pew Research Center*.
- Azima, N. S., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pengaruh Masuknya Budaya Asing Terhadap Nasionalisme Bangsa Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7491-7496.
- Babbie, E. (2021). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.
- Bethlehem, J. (2010). *Selection bias in web surveys*. *International Statistical Review*, 78(2), 161-188. <https://doi.org/10.1111/j.1751-5823.2010.00112.x>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). *Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix*. *Psychological Bulletin*, 56(2), 81-105. <https://doi.org/10.1037/h0046016>
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2013). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Routledge.
- Couper, M. P. (2017). *New developments in survey data collection*. *Annual Review of Sociology*, 43, 121-145. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-060116-053613>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- de Vries, D. A., Möller, A. M., Wieringa, M. S., Eigenraam, A. W., & Hamelink, K. (2018). Social comparison as the thief of joy: Emotional consequences of viewing strangers' Instagram posts. *Media Psychology*, 21(2), 222-245. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1267647>
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. *Duke University Press*.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). *Comparison of convenience sampling and purposive sampling*. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1-4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>

- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). *The value of online surveys: A look back and a look ahead*. *Internet Research*, 28(4), 854-887. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2018-0089>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2022). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson.
- Hassan, S., Shiu, E., Walsh, G., Hastings, G., & Harris, F. (2016). Cross-national differences in consumer ethnocentrism: A multilevel analysis with 21 countries. *International Marketing Review*, 33(3), 438-456. <https://doi.org/10.1108/IMR-03-2014-0092>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). The Guilford Press.
- Holton, R. (2000). Globalization's Cultural Consequences. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 570(1), 140-152. <https://doi.org/10.1177/000271620057000111>
- Huntington, S.P. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York City, Simon & Schuster.
- Kim, Y. (2013). K-pop, fandom, and globalization: A cross-cultural analysis of the spread of Korean popular music. *International Journal of Communication*, 7, 220-239.
- Kitchens, B., Johnson, S. L., & Gray, P. (2020). Understanding echo chambers and filter bubbles: The impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption. *Management Information Systems Quarterly*, 44(4), 1619-1650. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2020/16371>
- Kumar, R. (2019). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners* (5th ed.). SAGE Publications.
- Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of survey research methods*. SAGE Publications.
- Machida, S. (2012). Does Globalization Render People More Ethnocentric? Globalization and People's Views on Cultures. *The American Journal of Economics and Sociology*, 71(2), 436-469. <http://www.jstor.org/stable/23245230>
- Manago, A. M. (2017). Identity development in the digital age: The case of social media. *Emerging Adulthood*, 5(5), 309-319. <https://doi.org/10.1177/2167696817714417>
- Marber, P. (2004). Globalization and Its Contents. *World Policy Journal*, 21(4), 29-37. <http://www.jstor.org/stable/40209933>
- Myllylahti, M. (2020). Paying attention to attention: A conceptual framework for studying news media revenue models related to social media. *Digital Journalism*, 8(5), 567-579. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1750656>

- Neuliep, J. W. (2018). *Intercultural Communication: A Contextual Approach*. Sage Publications.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Oh, S. S., Ahn, J., & Kim, B. (2022). Social media addiction and perceived social media influences among teenagers: The mediating role of peer norms and social comparison. *Computers in Human Behavior*, 129, 107146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107146>
- Pereira, F., Moura, A. F., & Abrantes, J. L. (2021). Social media and cultural identity: Exploring the relationship between Instagram use and cultural values. *Journal of Global Information Management (JGIM)*, 29(3), 44-58. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2021070103>
- Pew Research Center. (2023). *The global rise of ethnocentric attitudes: An analysis of social media influence*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/global/2023/global-rise-ethnocentric-attitudes-social-media>
- Prensky, M. (2001). "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Ritzer, G., & Dean, P. (2019). *Globalization: A basic text* (3rd ed.). Wiley Blackwell.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Sage.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. Jossey-Bass.
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). *Consumer ethnocentrism: Construction and validation of the CETSCALE*. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289. <https://doi.org/10.2307/3151638>
- Smith, A. D. (1991). *National Identity*. University of Nevada Press.
- Sumner, W. G. (1906). *Folkways: A study of the sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals*. Ginn and Company.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Pearson.
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2010). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. SAGE Publications.
- Thompson, J. B. (2018). *The media and modernity: A social theory of the media*. Stanford University Press.
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and Culture*. University of Chicago Press.

- Wiederhold, B. K. (2020). Social media use: A critical analysis of its impact on well-being. *Cyberpsychology, Behaviour, and Social Networking*, 23(5), 277-279. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29183.bkw>
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspectives on Psychological Science*, 7(3), 203-220. <https://doi.org/10.1177/1745691612442904>
- Yang, S., Lin, C., Carlson, J. R., & Ross Jr, W. T. (2022). Social media and user satisfaction: Ethnocentrism as a moderator. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, 102776. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102776>