

DIGITALISASI KEARIFAN LOKAL DALAM EKOSISTEM MEDIA SOSIAL: STRATEGI KOMUNIKASI BUDAYA UNTUK MEMPERKUAT IDENTITAS GENERASI Z

Sennahati¹, Muhammad Mansyur², A. Evi Elvira Adnan³, Rezki Nurramadhani⁴, Muh. Rayes Ibrahim⁵

^{1,2,3,4}Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Syekh Yusuf Al Makassar Gowa

⁵Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muslim Indonesia, Makassar

Email : sennahati@usy.ac.id, muhammad.mansyur1979@gmail.com, andievi89elviraadnan@gmail.com, ekky.dhani@gmail.com, rayes_ibrahim@umi.ac.id

ABSTRAK. Digitalisasi dan media sosial membuka peluang baru dalam pelestarian dan penyebaran kearifan lokal kepada Generasi Z. Namun, dominasi budaya global dan logika algoritma media sosial dapat menyebabkan penyederhanaan serta pergeseran makna budaya. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi digitalisasi kearifan lokal sebagai komunikasi budaya untuk memperkuat identitas Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka terhadap berbagai jurnal terkait kearifan lokal, media sosial, komunikasi budaya, dan identitas Generasi Z. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi kearifan lokal perlu dilakukan melalui storytelling, visualisasi kreatif, konten video pendek, serta pelibatan Generasi Z sebagai kreator dan pengguna aktif. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran budaya, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan konstruksi identitas budaya. Digitalisasi yang dilakukan secara kreatif, kontekstual, dan beretika dapat meningkatkan pengetahuan, apresiasi, rasa memiliki, dan partisipasi Generasi Z terhadap budaya lokal.

Kata kunci: digitalisasi, kearifan lokal, media sosial, Generasi Z, identitas budaya.

ABSTRACT. Digitalization and social media offer new opportunities for preserving and disseminating local wisdom to Generation Z. However, the dominance of global culture and the logic of social media algorithms can lead to the simplification and shifting of cultural meanings. This study aims to analyze strategies for digitizing local wisdom as a form of cultural communication to strengthen Generation Z's identity. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing a literature review of journals concerning local wisdom, social media, cultural communication, and Generation Z identity. The findings indicate that the digitalization of local wisdom should be pursued through storytelling, creative visualization, short-form video content, and the active involvement of Generation Z as both creators and users. Social media serves not only as a vehicle for cultural dissemination but also as a space for interaction and the construction of cultural identity. Digitalization carried out in a creative, contextual, and ethical manner can enhance Generation Z's knowledge, appreciation, sense of belonging, and participation regarding local culture.

Keywords : digitalization, local wisdom, social media, Generation Z, cultural identity

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh, memproduksi, dan menyebarluaskan informasi budaya. Kearifan lokal yang sebelumnya diwariskan melalui keluarga, komunitas, lembaga pendidikan, dan praktik sosial kini memiliki ruang baru untuk didokumentasikan dan dikomunikasikan melalui berbagai platform digital. Kondisi ini memberikan peluang besar bagi pelestarian budaya, khususnya dalam menjangkau generasi muda yang memiliki intensitas interaksi tinggi dengan teknologi dan media sosial. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang menjadi ruang representasi, pertukaran, dan pembentukan identitas budaya.

Kearifan lokal merupakan bagian penting dari identitas suatu masyarakat karena mengandung nilai, norma, pengetahuan, tradisi, simbol, bahasa, seni, serta praktik sosial yang diwariskan antargenerasi. Keberadaan kearifan lokal menjadi semakin penting di tengah arus globalisasi yang memungkinkan berbagai budaya dari seluruh dunia berinteraksi secara cepat. Di satu sisi, keterbukaan tersebut memberikan kesempatan bagi budaya lokal untuk dikenal secara lebih luas. Namun, di sisi lain, dominasi budaya global dan pola konsumsi media yang semakin cepat dapat menyebabkan generasi muda semakin jauh dari budaya lokalnya. Bahkan, budaya lokal berpotensi mengalami penyederhanaan, komersialisasi, atau pergeseran makna ketika ditampilkan dalam format digital yang berorientasi pada popularitas dan viralitas.

Persoalan tersebut menjadi semakin relevan dalam konteks Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan digital dan memiliki karakter komunikasi yang cenderung visual, singkat, interaktif, serta berbasis jaringan. Generasi Z bukan hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk memproduksi, menginterpretasikan, memodifikasi, dan menyebarluaskan konten melalui media sosial. Oleh karena itu, strategi pelestarian budaya tidak cukup dilakukan dengan menempatkan generasi muda sebagai penerima informasi budaya. Mereka perlu dilibatkan sebagai pencipta dan penyebarluasan pesan budaya dalam bahasa komunikasi yang sesuai dengan karakter media digital.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang bagi generasi muda untuk mengekspresikan identitas budaya sekaligus menjadi ruang terjadinya perubahan dan negosiasi makna budaya. Media sosial berperan dalam ekspresi identitas budaya generasi muda, tetapi juga menghadirkan tantangan berupa homogenisasi budaya dan komersialisasi identitas. (Febrianty Y et al., 2023) menegaskan bahwa kearifan lokal memiliki peranan penting dalam membangun identitas budaya dan kebangsaan sehingga perlu diperkenalkan serta diwariskan kepada generasi muda. Sementara itu, Dharojah et al. (2025) menunjukkan bahwa karakter komunikasi Generasi Z yang singkat, visual, dan interaktif membutuhkan strategi komunikasi kearifan lokal yang dikemas dalam bentuk digital seperti video pendek, storytelling visual, dan berbagai bentuk konten kreatif.

Konteks tersebut sangat relevan bagi Indonesia yang memiliki keragaman budaya yang sangat besar, termasuk Sulawesi Selatan dengan kekayaan budaya Bugis, Makassar, Toraja, dan berbagai komunitas budaya lainnya. Nilai seperti *siri' na pacce*, *sipakatau*, *sipakalebbi*, tradisi lisan, bahasa daerah, kesenian, arsitektur, kuliner, kerajinan, serta berbagai bentuk pengetahuan lokal merupakan sumber identitas yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan dalam ekosistem media digital. Penelitian Rosdiana et al., (2026) menunjukkan bahwa konten TikTok mengenai budaya lokal Sulawesi Selatan merepresentasikan berbagai unsur seperti pakaian adat, tarian, bahasa daerah, dan musik lokal serta berperan dalam konstruksi identitas Generasi Z. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang baru bagi representasi dan penguatan budaya lokal, meskipun proses digitalisasi juga dapat menyebabkan seleksi, penyederhanaan, dan estetisasi budaya agar sesuai dengan karakter platform dan tuntutan viralitas.

Tantangan utama digitalisasi kearifan lokal bukan sekadar bagaimana membuat budaya lokal hadir di media sosial, tetapi bagaimana mengomunikasikan budaya tersebut secara kreatif, kontekstual, menarik, dan tetap mempertahankan nilai serta keasliannya. Digitalisasi perlu dipahami bukan hanya sebagai proses memindahkan budaya ke dalam bentuk digital, tetapi sebagai proses transformasi komunikasi yang memungkinkan nilai budaya dipahami, diapresiasi, didiskusikan, dan dipraktikkan oleh generasi muda. Strategi seperti *cultural storytelling*, visualisasi kreatif, video pendek, infografis, podcast, animasi, *motion graphic*, serta teknologi interaktif seperti *augmented reality* dapat menjadi sarana untuk menjembatani kearifan lokal dengan karakter komunikasi Generasi Z.

Diperlukan kajian yang secara khusus membahas bagaimana digitalisasi kearifan lokal dapat dikembangkan sebagai strategi komunikasi budaya dalam ekosistem media sosial. Permasalahan utama yang dikaji adalah bagaimana kearifan lokal dapat ditransformasikan ke dalam bentuk komunikasi digital yang sesuai dengan karakter Generasi Z, bagaimana karakteristik media sosial memengaruhi representasi dan penyebaran budaya lokal, serta bagaimana strategi komunikasi tersebut dapat berkontribusi terhadap penguatan identitas budaya generasi muda. Atas dasar permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis digitalisasi kearifan lokal dalam ekosistem media sosial, mengidentifikasi strategi komunikasi budaya yang relevan bagi Generasi Z, serta merumuskan pendekatan komunikasi yang dapat meningkatkan pengetahuan, apresiasi, rasa memiliki, dan partisipasi generasi muda terhadap budaya lokal.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi budaya, media sosial, digitalisasi budaya, dan identitas generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas budaya, pelaku industri kreatif, pendidik, dan *content creator* dalam mengembangkan strategi komunikasi budaya yang kreatif, partisipatif, dan berkelanjutan. Digitalisasi kearifan lokal tidak hanya diarahkan agar budaya menjadi dikenal atau viral di media sosial, tetapi lebih jauh mampu menjadikan budaya sebagai sumber pengetahuan, kebanggaan, rasa memiliki, dan identitas bagi Generasi Z.

KAJIAN TEORITIS

Untuk memahami bagaimana strategi komunikasi budaya dalam memperkuat identitas generasi z melalui digitaliasi kearifan lokal dalam ekosistem media sosial diperlukan landasan teoritis yang memperkuat variabel-variabel kunci berikut :

Kearifan Lokal dan Identitas Budaya

Kearifan lokal merupakan bagian penting dari kehidupan masyarakat karena mengandung pengetahuan, nilai, norma, praktik, dan pengalaman yang berkembang secara historis melalui proses interaksi antargenerasi. Kearifan tersebut lahir dari pengalaman masyarakat dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan dan lingkungan di sekitarnya, kemudian diwariskan sebagai pedoman dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, kearifan lokal tidak hanya dapat dipahami sebagai peninggalan budaya masa lalu, tetapi juga sebagai sistem pengetahuan yang memiliki fungsi dalam membentuk cara berpikir, bersikap, dan bertindak suatu masyarakat.

Kearifan lokal juga memiliki cakupan yang lebih luas daripada sekadar produk budaya yang dapat dilihat secara fisik. Pakaian adat, rumah tradisional, kerajinan, makanan, kesenian, dan artefak budaya merupakan bentuk material dari kearifan lokal, sementara nilai, norma, tradisi lisan, bahasa, etika sosial, serta filosofi kehidupan merupakan dimensi nonmaterial yang memberikan makna terhadap berbagai produk tersebut. Dengan demikian, pelestarian kearifan lokal tidak cukup dilakukan melalui pelestarian benda atau bentuk fisiknya, tetapi juga harus mempertahankan pengetahuan dan nilai yang terkandung di dalamnya.

Dalam perspektif identitas budaya, kearifan lokal berfungsi sebagai salah satu sumber pembentukan rasa memiliki terhadap kelompok sosial tertentu. Pengetahuan mengenai sejarah, bahasa, tradisi, nilai, dan simbol budaya memungkinkan individu mengenali asal-usul serta membangun hubungan emosional dengan komunitasnya. (Wajihuddin et al., 2026) menegaskan bahwa kearifan lokal memiliki peranan dalam membangun identitas budaya dan kebangsaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan kearifan lokal memiliki hubungan erat dengan proses pembentukan identitas individu maupun kelompok.

Dalam konteks generasi muda, keberlanjutan kearifan lokal menghadapi tantangan akibat perubahan sosial, globalisasi, dan perkembangan teknologi komunikasi. Generasi muda memiliki akses yang semakin luas terhadap berbagai budaya global, tetapi pada saat yang sama dapat mengalami jarak dengan budaya lokal apabila proses pewarisan tidak berlangsung secara efektif. Hilangnya pengetahuan mengenai kearifan lokal berpotensi menyebabkan melemahnya rasa memiliki dan keterhubungan generasi muda terhadap identitas budayanya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru yang mampu mempertemukan nilai budaya lokal dengan pola komunikasi generasi digital.

Digitalisasi Kearifan Lokal

Digitalisasi kearifan lokal merupakan proses transformasi pengetahuan, nilai, simbol, praktik, dan ekspresi budaya ke dalam berbagai format digital. Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi budaya lokal untuk tidak hanya didokumentasikan, tetapi juga dikomunikasikan, dipelajari, dikembangkan, dan disebarluaskan melalui berbagai platform digital. Digitalisasi memungkinkan budaya yang sebelumnya hanya dapat ditemukan dalam ruang geografis dan komunitas tertentu untuk hadir dalam ruang digital yang memiliki jangkauan lebih luas.

Transformasi tersebut dapat dilakukan melalui berbagai bentuk media kreatif, seperti fotografi digital, videografi, animasi, ilustrasi, podcast, *motion graphic*, infografis, komik digital, *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR), dan konten media sosial. Setiap media memiliki karakteristik yang berbeda dalam menyampaikan pesan budaya. Fotografi dan videografi dapat digunakan untuk mendokumentasikan praktik budaya, animasi dan ilustrasi dapat menghidupkan kembali cerita rakyat, podcast dapat digunakan untuk menyampaikan tradisi lisan, sedangkan *motion graphic* dan infografis dapat menjelaskan simbol serta filosofi budaya secara visual. Sementara itu, AR dan VR membuka peluang bagi terciptanya pengalaman budaya yang lebih interaktif dan imersif.

Namun, digitalisasi kearifan lokal tidak seharusnya berhenti pada proses dokumentasi. Dokumentasi memang merupakan tahap penting untuk merekam dan mengarsipkan budaya, tetapi keberadaan arsip digital tidak secara otomatis menghasilkan pemahaman dan keterlibatan generasi muda. Oleh sebab itu, digitalisasi perlu dilihat sebagai proses komunikasi yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu **Dokumentasi** → **Interpretasi** → **Partisipasi**. Dokumentasi merupakan proses merekam budaya dalam bentuk digital, interpretasi merupakan proses menerjemahkan nilai dan makna budaya ke dalam bahasa komunikasi yang sesuai dengan karakter media digital, sedangkan partisipasi merupakan keterlibatan generasi muda dalam memproduksi, mendistribusikan, dan mereproduksi pesan budaya.

Konsep tersebut menempatkan digitalisasi sebagai proses transformasi yang tidak hanya mempertahankan keberadaan budaya, tetapi juga memungkinkan terjadinya proses adaptasi budaya dalam lingkungan kontemporer. Tantangan utamanya adalah menjaga keseimbangan antara kreativitas digital dengan autentisitas budaya. Transformasi visual, narasi, maupun simbol budaya perlu mempertahankan konteks dan nilai dasarnya agar digitalisasi tidak menyebabkan penyederhanaan atau perubahan makna. Dengan demikian, teknologi digital seharusnya diposisikan sebagai sarana untuk menjembatani warisan budaya dengan generasi digital, bukan sebagai pengganti nilai budaya itu sendiri.

Media Sosial sebagai Ruang Komunikasi Budaya

Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dari media konvensional karena memungkinkan terjadinya interaktivitas dan partisipasi secara luas. Pengguna tidak lagi hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi dapat sekaligus menjadi produsen dan distributor informasi. Dalam konteks komunikasi budaya, karakteristik tersebut menciptakan peluang bagi masyarakat untuk memproduksi dan menyebarkan pesan budaya melalui berbagai bentuk konten, seperti video, fotografi, ilustrasi, podcast, dan narasi digital.

Komunikasi budaya dalam media sosial berlangsung melalui proses **Produksi → Distribusi → Interaksi → Interpretasi → Reproduksi**. Sebuah konten budaya dapat diproduksi oleh kreator, kemudian didistribusikan melalui jaringan pengguna dan mekanisme algoritma platform. Setelah memperoleh perhatian pengguna, konten tersebut dapat menghasilkan komentar, tanda suka, pembagian, kritik, maupun bentuk respons lainnya. Pengguna kemudian memberikan interpretasi berdasarkan pengalaman dan pengetahuannya, bahkan dapat memproduksi kembali konten tersebut dalam bentuk yang berbeda. Proses ini menunjukkan bahwa pesan budaya dalam media sosial bersifat dinamis dan terus mengalami perkembangan.

Karakter tersebut menjadikan media sosial sebagai ruang negosiasi makna budaya. Makna suatu budaya tidak selalu berhenti pada pesan yang dirancang oleh kreator atau pemilik budaya, tetapi dapat mengalami proses penafsiran dan pembentukan kembali ketika berinteraksi dengan audiens. Pengguna dapat memberikan perspektif baru, menghubungkan budaya dengan pengalaman kontemporer, ataupun mengembangkan konten budaya melalui kreativitas mereka. Dengan demikian, komunikasi budaya di media sosial tidak lagi bersifat linear, tetapi berlangsung secara dialogis dan multidirectional.

Media sosial memberikan peluang bagi generasi muda untuk mengakses keragaman budaya, tetapi sekaligus menghadirkan tantangan berupa homogenisasi budaya dan komersialisasi identitas. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki dua sisi dalam komunikasi budaya. Di satu sisi, media sosial dapat memperluas visibilitas dan akses terhadap budaya lokal; di sisi lain, budaya dapat mengalami penyederhanaan atau dikemas semata-mata berdasarkan logika popularitas dan komersialisasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai ruang komunikasi budaya perlu memperhatikan aspek edukasi, konteks budaya, autentisitas, dan partisipasi masyarakat.

Generasi Z sebagai *Digital Cultural Participant*

Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki kedekatan kuat dengan teknologi digital dan media sosial. Dalam ekosistem tersebut, mereka tidak seharusnya hanya ditempatkan sebagai target audiens yang menerima pesan budaya. Generasi Z memiliki kemampuan untuk mengakses, menafsirkan, menciptakan, mendistribusikan, dan mengembangkan kembali berbagai bentuk pesan budaya. Oleh karena itu, posisi mereka perlu diarahkan dari sekadar audience menjadi *digital cultural participant*, yaitu partisipan aktif dalam proses komunikasi dan keberlanjutan budaya di ruang digital.

Sebagai *cultural consumer*, Generasi Z mengakses berbagai bentuk budaya melalui media sosial, mulai dari kesenian, bahasa daerah, kuliner, pakaian adat, cerita rakyat, hingga tradisi masyarakat. Selanjutnya, sebagai *cultural interpreter*, mereka dapat memberikan interpretasi terhadap budaya berdasarkan pengalaman dan perspektif mereka. Peran tersebut menunjukkan bahwa generasi muda tidak hanya menerima pengetahuan budaya secara pasif, tetapi ikut membangun pemaknaan terhadap budaya dalam konteks kehidupan kontemporer.

Generasi Z juga dapat berperan sebagai *cultural creator* dengan menghasilkan berbagai konten digital yang mengangkat kearifan lokal. Mereka dapat menggunakan fotografi, videografi, ilustrasi, animasi, podcast, *motion graphic*, vlog, maupun video pendek untuk memperkenalkan budaya kepada masyarakat luas. Sebagai *cultural distributor*, mereka dapat

memperluas jangkauan pesan budaya melalui aktivitas berbagi, *repost*, komentar, *duet*, *stitch*, dan berbagai bentuk interaksi digital. Lebih jauh, mereka dapat menjadi *cultural ambassador* dengan memperkenalkan budaya lokal kepada masyarakat di luar komunitasnya, bahkan kepada audiens global.

Perubahan posisi tersebut menunjukkan adanya pergeseran model komunikasi budaya. Model konvensional dapat digambarkan sebagai **Budayawan → menyampaikan → Generasi Z**, yang menempatkan budayawan sebagai sumber pesan dan generasi muda sebagai penerima. Sementara itu, model digital berkembang menjadi **Budayawan ↔ Kreator ↔ Generasi Z ↔ Komunitas**. Model kedua memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah, kolaborasi, interpretasi, dan reproduksi pesan budaya secara lebih terbuka.

Model komunikasi tersebut juga memungkinkan terjadinya **co-creation of culture**, yaitu proses penciptaan dan pengembangan pesan budaya secara bersama-sama. Budayawan menyediakan pengetahuan dan konteks budaya, kreator menerjemahkannya ke dalam bentuk komunikasi digital, Generasi Z menginterpretasikan dan mengembangkan pesan, sementara komunitas memberikan respons, validasi, dan koreksi terhadap representasi budaya tersebut. Dengan demikian, Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen budaya, tetapi menjadi aktor yang berperan dalam menjaga keberlanjutan dan mengembangkan identitas budaya di lingkungan digital.

Berdasarkan kajian tersebut, dapat dipahami bahwa digitalisasi kearifan lokal membutuhkan perubahan paradigma dari “budaya disampaikan kepada generasi muda” menjadi “budaya dikomunikasikan bersama generasi muda”. Pergeseran tersebut penting karena keberlanjutan identitas budaya pada era digital tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menyimpan dan mendokumentasikan budaya, tetapi juga oleh kemampuan generasi muda untuk memahami, menginterpretasikan, menciptakan, dan mereproduksi budaya dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, Generasi Z dapat menjadi aktor strategis dalam menjadikan media sosial sebagai ruang penguatan identitas budaya sekaligus ruang inovasi budaya yang tetap berakar pada kearifan lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (*literature review*). Penelitian bertujuan mengkaji digitalisasi kearifan lokal dalam ekosistem media sosial sebagai strategi komunikasi budaya untuk memperkuat identitas Generasi Z.

Sumber data berupa artikel jurnal ilmiah yang relevan dengan kearifan lokal, komunikasi budaya, media sosial, TikTok, Generasi Z, identitas budaya, dan transformasi digital. Literatur dipilih berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian dan digunakan sebagai dasar dalam mengidentifikasi konsep, temuan, serta pola hubungan antara budaya lokal, media digital, dan generasi muda.

Analisis literatur dilakukan melalui empat tahap, yaitu **(1) identifikasi**, dengan menentukan literatur yang relevan; **(2) kategorisasi**, dengan mengelompokkan literatur berdasarkan tema kearifan lokal, media sosial, komunikasi budaya, Generasi Z, dan identitas budaya; **(3) analisis**, dengan membandingkan temuan penelitian terdahulu dan mengidentifikasi pola yang muncul; serta **(4) sintesis**, dengan mengintegrasikan hasil kajian untuk merumuskan strategi komunikasi budaya dan model konseptual digitalisasi kearifan lokal.

Karena penelitian menggunakan studi pustaka, hasil penelitian bersifat konseptual dan interpretatif, sehingga tidak dimaksudkan untuk melakukan generalisasi statistik terhadap seluruh Generasi Z. Hasil kajian diharapkan menjadi landasan konseptual bagi penelitian empiris mengenai pemanfaatan media sosial dalam pelestarian kearifan lokal dan penguatan identitas budaya generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial sebagai Ruang Baru Pelestarian Budaya

Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial telah membuka ruang baru bagi pelestarian dan penyebaran budaya lokal. Berbagai bentuk budaya yang sebelumnya hanya dapat ditemukan dalam lingkungan komunitas kini dapat dihadirkan dalam ruang digital dengan format yang lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat modern. Tarian tradisional, misalnya, dapat dikemas menjadi video TikTok; cerita rakyat dapat dikembangkan menjadi podcast; motif tradisional dapat diterjemahkan menjadi desain digital; bahasa daerah dapat dikemas dalam konten edukasi; makanan tradisional dapat diperkenalkan melalui video tutorial; sedangkan filosofi budaya dapat divisualisasikan melalui *motion graphic*. Transformasi tersebut memungkinkan kearifan lokal menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda.

Meskipun demikian, peningkatan visibilitas budaya di media sosial tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan pemahaman terhadap makna budaya. Suatu budaya dapat menjadi viral karena memiliki daya tarik visual atau mengikuti tren tertentu, tetapi belum tentu dipahami secara utuh oleh audiens. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan digitalisasi budaya tidak cukup diukur berdasarkan jumlah *views*, *likes*, atau *shares*. Digitalisasi perlu mengintegrasikan tiga aspek utama, yaitu **visibility, understanding, dan participation**. Budaya harus terlihat, dipahami, dan pada akhirnya melibatkan audiens dalam proses pelestariannya.

Representasi Budaya Lokal di TikTok

TikTok menjadi salah satu ruang penting dalam representasi budaya lokal karena memiliki karakteristik visual, singkat, interaktif, dan berbasis partisipasi pengguna. Penelitian (Rohmah, 2025) dalam konteks Sulawesi Selatan menunjukkan bahwa budaya lokal direpresentasikan melalui berbagai simbol visual dan verbal, seperti pakaian adat, tarian, bahasa daerah, dan musik lokal. Representasi tersebut menunjukkan bahwa budaya lokal masih dapat dikomunikasikan melalui media digital dengan cara yang relevan dengan perkembangan zaman.

Namun, proses adaptasi budaya ke dalam TikTok juga menghasilkan dilema antara konteks budaya dan daya tarik media sosial. Konten budaya perlu dikemas secara menarik agar mampu memperoleh perhatian audiens, tetapi penyederhanaan yang berlebihan dapat menyebabkan hilangnya konteks dan makna budaya. Dengan demikian, strategi komunikasi budaya perlu menerapkan prinsip **“modern dalam kemasan, tetapi tetap autentik dalam nilai.”** Kreativitas digital seharusnya digunakan untuk memperkuat penyampaian pesan budaya, bukan menggantikan atau menghilangkan nilai yang terkandung di dalamnya.

Cultural Storytelling sebagai Strategi Komunikasi

Hasil kajian menunjukkan bahwa *storytelling* merupakan strategi yang efektif untuk menjembatani kearifan lokal dengan pengalaman Generasi Z. Budaya akan lebih mudah dipahami ketika disampaikan melalui pengalaman manusia, konflik, nilai, dan persoalan kehidupan yang dekat dengan audiens. Dengan demikian, kearifan lokal tidak hanya disampaikan dalam bentuk definisi atau penjelasan teoritis, tetapi dihadirkan melalui cerita yang memiliki relevansi dengan kehidupan kontemporer.

Sebagai contoh, konsep **sipakatau, sipakalebbi, dan sipakainge** dalam budaya Bugis-Makassar dapat dikomunikasikan melalui cerita kehidupan mahasiswa. Alih-alih hanya menjelaskan bahwa *sipakatau* merupakan nilai budaya Bugis-Makassar, konten dapat diawali dengan pertanyaan, **“Mengapa kita harus memperlakukan orang lain sebagai manusia yang harus dihargai?”** Pertanyaan tersebut kemudian menjadi pintu masuk untuk menjelaskan filosofi *sipakatau*. Pendekatan ini membuat budaya menjadi lebih *relatable* karena nilai budaya dihubungkan dengan pengalaman dan persoalan yang dihadapi generasi muda.

Visualisasi sebagai Strategi Komunikasi Budaya

Generasi Z hidup dalam lingkungan komunikasi yang sangat visual sehingga penyampaian kearifan lokal perlu mempertimbangkan kekuatan bahasa visual. Dalam perspektif Desain Komunikasi Visual (DKV), nilai dan simbol budaya dapat diterjemahkan melalui fotografi, videografi, ilustrasi, *motion graphic*, infografis, tipografi, *branding*, augmented reality, komik digital, dan desain media sosial. Pendekatan tersebut memungkinkan informasi budaya yang kompleks diterjemahkan menjadi pesan visual yang lebih sederhana, menarik, dan mudah dipahami.

Visualisasi juga dapat berfungsi sebagai jembatan antara bentuk budaya tradisional dan ekspresi kontemporer. Misalnya, motif tradisional dapat dikembangkan menjadi identitas visual, cerita rakyat dapat divisualisasikan melalui ilustrasi atau komik digital, sedangkan filosofi budaya dapat dikemas dalam *motion graphic*. Namun, proses visualisasi perlu mempertahankan konteks, simbol, dan nilai budaya agar tidak sekadar menghasilkan estetika tanpa makna. Dengan demikian, kreativitas visual perlu berjalan bersama pemahaman terhadap sumber budaya.

Short-Form Content sebagai Strategi Komunikasi

Karakter media sosial yang semakin didominasi oleh konten singkat memberikan peluang bagi komunikasi budaya untuk menggunakan format *short-form content*. Strategi tersebut dapat dikembangkan melalui formula **HOOK → STORY → VALUE → RELEVANCE → ACTION**. *Hook* digunakan untuk menarik perhatian audiens, *story* menyampaikan cerita, *value* menjelaskan nilai budaya, *relevance* menghubungkan nilai tersebut dengan kehidupan Generasi Z, sedangkan *action* mengajak audiens melakukan tindakan tertentu.

Sebagai contoh, konten dapat diawali dengan pertanyaan “**Apa hubungan Siri' na Pacce dengan solidaritas anak muda hari ini?**”. Pertanyaan tersebut dapat menjadi *hook* yang kemudian dilanjutkan dengan cerita atau contoh kehidupan sehari-hari, penjelasan mengenai nilai *Siri' na Pacce*, serta relevansinya dengan solidaritas sosial generasi muda. Pada bagian akhir, audiens dapat diajak membagikan pengalaman atau membuat konten dengan tema yang sama. Dengan pola tersebut, konten budaya tidak berhenti pada penyampaian informasi, tetapi diarahkan menuju interaksi dan partisipasi.

Generasi Z sebagai Produsen Budaya

Salah satu temuan penting kajian ini adalah perlunya perubahan posisi Generasi Z dari objek menjadi subjek komunikasi budaya. Generasi Z tidak hanya berperan sebagai audiens, tetapi juga sebagai kreator yang dapat memproduksi dan mereproduksi makna budaya melalui media digital. Penelitian (Dwihantoro et al., 2023) menunjukkan bahwa Generasi Z dapat berperan dalam produksi dan reproduksi representasi budaya melalui media sosial.

Oleh karena itu, strategi pelestarian budaya tidak cukup dilakukan melalui pendekatan “**mengajarkan budaya kepada Generasi Z**”, tetapi perlu dikembangkan menjadi “**mengajak Generasi Z menciptakan budaya dalam bahasa digital**.” Salah satu bentuk implementasinya adalah kampanye **#CeritaBudayaku**, yaitu tantangan membuat video berdurasi 60 detik mengenai satu nilai budaya lokal. Melalui aktivitas tersebut terjadi proses **Learn → Create → Share → Discuss → Recreate**, yang memungkinkan generasi muda belajar sekaligus menjadi pelaku dalam komunikasi budaya.

Komunikasi Budaya dan Identitas Hibrid

Identitas Generasi Z tidak bersifat tunggal dan statis, tetapi terbentuk melalui interaksi berbagai pengaruh budaya. Generasi muda dapat memiliki identitas yang sekaligus bersifat **lokal, nasional, global, dan digital**. Seorang anak muda Sulawesi Selatan, misalnya, dapat menggunakan bahasa Indonesia, memahami bahasa daerah, menggunakan pakaian modern

@2026 FORUM CENDEKIA. Corresponding Author : Sennahati
Email address : sennahati@usy.ac.id

dengan motif lokal, mengikuti tren TikTok, menikmati budaya global, sekaligus mempromosikan budaya Bugis-Makassar melalui media sosial.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penguatan identitas budaya tidak harus dilakukan dengan menolak budaya global. Sebaliknya, komunikasi budaya perlu diarahkan agar Generasi Z mampu berinteraksi dengan budaya global tanpa kehilangan akar identitas lokalnya. Dengan demikian, kearifan lokal dapat menjadi fondasi identitas yang tetap terbuka terhadap perubahan dan inovasi.

Risiko Komodifikasi dan Distorsi Budaya

Digitalisasi kearifan lokal juga memiliki sejumlah risiko yang perlu diperhatikan. Pertama, **simplifikasi**, yaitu penyederhanaan budaya yang kompleks menjadi satu simbol atau pesan singkat. Kedua, **estetisasi**, ketika budaya lebih banyak ditampilkan karena dianggap menarik secara visual daripada dijelaskan maknanya. Ketiga, **komersialisasi**, yaitu penggunaan budaya terutama untuk kepentingan pemasaran atau penjualan. Keempat, **decontextualization**, yaitu pelepasan simbol budaya dari konteks sosial dan historisnya. Kelima, **algorithmic culture**, yaitu kecenderungan konten budaya menyesuaikan diri dengan logika algoritma, tren, dan viralitas.

Penelitian (Cahyani et al., 2022) juga menunjukkan adanya proses seleksi dan penyederhanaan representasi budaya lokal agar sesuai dengan karakter hiburan dan viralitas TikTok. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa digitalisasi budaya selalu berada dalam tarik-menarik antara kebutuhan mempertahankan konteks budaya dan kebutuhan menarik perhatian audiens. Oleh karena itu, diperlukan **kode etik komunikasi budaya digital** yang menekankan akurasi, penghormatan terhadap pemilik budaya, konteks, dan tanggung jawab dalam merepresentasikan simbol budaya.

Strategi Komunikasi Budaya Berbasis 5T

Berdasarkan hasil sintesis kajian, penelitian ini mengusulkan prinsip **5T** sebagai dasar strategi komunikasi budaya digital, yaitu **Tepat, Terpercaya, Terlihat, Terlibat, dan Terwariskan**. *Tepat* berarti informasi budaya harus akurat dan tidak menyesatkan. *Terpercaya* berarti proses komunikasi melibatkan sumber budaya yang kompeten, seperti budayawan, akademisi, komunitas, atau pelaku budaya. *Terlihat* berarti pesan dikemas secara menarik dan sesuai dengan karakter media sosial. *Terlibat* berarti Generasi Z diberikan ruang untuk berpartisipasi. Sementara itu, *terwariskan* berarti konten memiliki kontribusi terhadap proses transmisi nilai budaya kepada generasi berikutnya.

Prinsip 5T tersebut dapat diterapkan oleh berbagai pihak, termasuk perguruan tinggi, pemerintah daerah, komunitas budaya, kreator konten, industri kreatif, dan lembaga pendidikan. Penerapannya dapat membentuk pola kolaboratif antara pemilik pengetahuan budaya, akademisi, kreator digital, dan generasi muda sehingga digitalisasi tidak hanya menghasilkan konten, tetapi juga membangun ekosistem komunikasi budaya yang berkelanjutan.

Model Local–Digital–Social–Identity (LDSI)

Berdasarkan sintesis kajian, penelitian ini menawarkan model konseptual **Local–Digital–Social–Identity (LDSI)**. Model tersebut dimulai dari tahap **Local**, yaitu mengidentifikasi nilai budaya, tradisi, bahasa, cerita, simbol, filosofi, dan praktik sosial. Tahap berikutnya adalah **Digital**, yaitu mentransformasikan unsur budaya tersebut ke dalam foto, video, animasi, infografis, podcast, *motion graphic*, AR, atau VR.

Tahap selanjutnya adalah **Social**, yaitu mendistribusikan konten melalui TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, podcast, maupun komunitas digital. Distribusi tersebut kemudian menghasilkan **Interaction**, berupa *like, comment, share, remix, dan collaboration*.

Interaksi yang terbentuk diharapkan menghasilkan proses **Identity**, yang meliputi *knowledge, appreciation, pride, belonging*, dan akhirnya *practice*.

Model LDSI menempatkan digitalisasi bukan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai jembatan antara budaya lokal dan identitas generasi muda. Dengan demikian, keberhasilan digitalisasi tidak hanya ditentukan oleh kemampuan budaya menjadi populer di media sosial, tetapi oleh kemampuannya menghasilkan pengetahuan, apresiasi, rasa bangga, rasa memiliki, dan praktik budaya.

Strategi Implementasi untuk Sulawesi Selatan

Model LDSI dapat diterapkan pada berbagai budaya lokal Sulawesi Selatan, termasuk budaya Bugis, Makassar, Toraja, dan komunitas budaya lainnya. Salah satu bentuk implementasinya dapat dikembangkan melalui kampanye “**Gen Z Kenal Budaya Sulsel**” yang menyajikan konten berseri mengenai *Siri' na Pacce, Sipakatau, Sipakalebbi, Lontara, filosofi Phinisi*, rumah tradisional, bahasa daerah, kuliner, tenun, hingga cerita rakyat.

Kampanye tersebut dapat menggunakan format video pendek, *storytelling*, ilustrasi, infografis, animasi, dan *motion graphic*. Produksinya dapat melibatkan **budayawan, mahasiswa DKV, content creator, pemerintah daerah, komunitas budaya, dan sekolah**. Kolaborasi tersebut membentuk ekosistem komunikasi yang memungkinkan pengetahuan budaya berasal dari sumber yang tepat, dikemas secara kreatif, diproduksi bersama generasi muda, dan disebarluaskan melalui media sosial.

MODEL STRATEGI KOMUNIKASI BUDAYA

Berdasarkan keseluruhan hasil kajian, strategi komunikasi budaya dapat dirumuskan melalui alur :

Kearifan Lokal → Cultural Curation → Digital Storytelling → Visual Communication → Social Media Distribution → Audience Engagement → Cultural Participation → Cultural Identity

Model tersebut menunjukkan bahwa **engagement bukan tujuan akhir**. Jumlah *views, likes*, dan *shares* hanya merupakan indikator awal keberhasilan komunikasi. Tujuan yang lebih penting adalah terciptanya **pemahaman, apresiasi, rasa memiliki, dan praktik budaya**. Dengan demikian, komunikasi budaya digital perlu bergerak dari sekadar menarik perhatian menuju pembentukan hubungan yang lebih mendalam antara generasi muda dan budaya lokal.

INDIKATOR KEBERHASILAN

Untuk mengukur keberhasilan strategi komunikasi budaya, penelitian ini mengusulkan lima tingkatan indikator, yaitu **awareness, knowledge, appreciation, participation, dan identity**. *Awareness* menunjukkan bahwa audiens mengetahui keberadaan budaya lokal. *Knowledge* menunjukkan adanya pemahaman terhadap nilai dan makna budaya. *Appreciation* menunjukkan tumbuhnya penghargaan terhadap budaya. *Participation* menunjukkan keterlibatan dalam membuat, membagikan, atau mempraktikkan konten budaya. Sementara itu, *identity* menunjukkan tumbuhnya rasa memiliki dan penerapan nilai budaya dalam kehidupan.

Dengan demikian, **jumlah views tidak dapat dijadikan satu-satunya ukuran keberhasilan pelestarian budaya**. Alur keberhasilan yang lebih komprehensif dapat dirumuskan sebagai: **Views → Engagement → Knowledge → Appreciation → Participation → Identity**

Artinya, keberhasilan akhir digitalisasi kearifan lokal bukan ketika budaya menjadi viral, tetapi ketika viralitas tersebut mampu berkembang menjadi **pengetahuan, apresiasi, partisipasi, rasa memiliki, dan penguatan identitas budaya Generasi Z**.

KESIMPULAN

Digitalisasi kearifan lokal dalam ekosistem media sosial memiliki potensi besar sebagai strategi komunikasi budaya untuk memperkuat identitas Generasi Z. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana distribusi informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang representasi, interaksi, negosiasi, dan konstruksi identitas budaya. Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak cukup dilakukan melalui dokumentasi foto, video, atau arsip digital, tetapi perlu dilengkapi dengan proses kurasi, interpretasi, visualisasi, *storytelling*, dan partisipasi. Meskipun media sosial dapat memperluas jangkauan budaya lokal, terdapat risiko homogenisasi, komersialisasi, penyederhanaan, dan distorsi makna budaya. Oleh karena itu, strategi komunikasi budaya perlu menerapkan prinsip **“modern dalam kemasan, tetapi tetap kuat dalam nilai”**, melalui *cultural storytelling*, visualisasi kreatif, *short-form content*, partisipasi Generasi Z, kolaborasi komunitas budaya, dan literasi budaya digital. Model **Local-Digital-Social-Identity (LDSI)** menempatkan kearifan lokal sebagai sumber pesan, digitalisasi sebagai proses transformasi, media sosial sebagai ruang interaksi, dan identitas budaya sebagai tujuan akhir. Keberhasilan digitalisasi tidak semata-mata diukur dari viralitas, tetapi dari kemampuan budaya untuk **dipahami, dihargai, dimiliki, dan dipraktikkan** oleh generasi muda.

Penelitian ini memiliki implikasi bagi berbagai pihak. Perguruan tinggi dapat mengintegrasikan kearifan lokal dan digitalisasi budaya dalam pembelajaran komunikasi, DKV, multimedia, fotografi, videografi, dan media sosial. Pemerintah daerah dapat mengembangkan kampanye budaya digital dengan melibatkan Generasi Z sebagai kreator dan partisipan, sedangkan komunitas budaya dapat berkolaborasi dengan *content creator*, akademisi, dan industri kreatif untuk menghasilkan konten yang menarik sekaligus memiliki validitas budaya. Generasi Z perlu diposisikan sebagai **cultural creator** dan *cultural participant*, bukan sekadar target audiens. Dengan demikian, komunikasi budaya dapat bergerak dari model **“budaya disampaikan kepada generasi muda”** menuju **“budaya dikembangkan bersama generasi muda”** melalui ekosistem kolaboratif yang mempertemukan budayawan, kreator, perguruan tinggi, komunitas, pemerintah, dan generasi digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan metode studi pustaka sehingga belum menguji secara empiris pengaruh digitalisasi kearifan lokal terhadap identitas Generasi Z. Model LDSI yang ditawarkan masih bersifat konseptual dan perlu diuji melalui penelitian lapangan. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode **survei kuantitatif, wawancara mendalam, analisis semiotika, etnografi digital, analisis konten TikTok/Instagram, atau mixed method**. Pengujian empiris dapat diarahkan pada hubungan **Digitalisasi Kearifan Lokal (X) → Engagement Media Sosial (M) → Identitas Budaya Generasi Z (Y)**, khususnya pada Generasi Z di Sulawesi Selatan. Hasil penelitian lanjutan diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai sejauh mana digitalisasi kearifan lokal mampu meningkatkan pengetahuan, apresiasi, partisipasi, rasa memiliki, dan praktik budaya di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyani, N., Effendy, M., & Noor T.B.D.F.S. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing UMKM Berbasis Kearifan Lokal Batik Bogor Melalui Media Sosial. *Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 3(2). <https://doi.org/10.37641/jadkes.v3i2.1644>
- Dwihantoro, P., Susanti D, Sukmasetia, P., & Faizah, R. (2023). Digitalisasi Kesenian Njanen : Strategi Pelestarian Kebudayaan Melalui Platfor Sosial Media. *Madaniyah*, 4(1), 156–164.

@2026 FORUM CENDEKIA. Corresponding Author : Sennahati
Email address : sennahati@usy.ac.id

- Febrianty Y, Fitoyo D, Masri, F., Anggraeni, & Abidin, Z. (2023). Peran Identitas Lokal Dalam Membangun Identitas Budaya dan Kebangsaan . *El Hekam*, 7(1), 168–181. <https://doi.org/10.31958/jeh.v7i1.10591>
- Rohmah, N. (2025). Tergerus Arus Digital: Ancaman Homogenisasi Budaya Terhadap Kearifan Lokal. *Proceeding International Seminar On Islamic Education and Peace*, 5(1).
- Rosdiana, N., A. Unde, & Akbar, M. (2026). Representasi Budaya Lokal Dalam Konten Tik Tok : Konstruksi Identitas Generasi Z di Sulawesi Selatan. *Indonesia Journal Of Multidisciplinary on Social and Technology*, 4(2), 125–133. <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.8365>
- Wajihuddin, W., Rozi, R., & Kartika, B. (2026). Digitalisasi Audio-Visual Kesenian Samman Sebagai Pelestarian Kearifan Lokal di Desa Tlontoraja Pamekasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 6(1), 12–23. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.3818>