

PERAN FILM DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERKEMBANGAN BUDAYA, PERSPEKTIF: KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

THE ROLE OF FILM AND SOCIAL MEDIA IN CULTURAL DEVELOPMENT, PERSPECTIVE: DEVELOPMENT COMMUNICATION

Lalita Hanief^{1*}, Hairunnisa², Yulia Rahmawati³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Lambung Mangkurat

²Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Mulawarman

³Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Muhammadiyah Prof Dr.Hamka

*Korespondensi: lalita_hanief@ulm.ac.id

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 27-11-2025)

(Ditelaah oleh Dewan Redaksi: 13-01-2026)

(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 08-04-2026)

ABSTRACT

Film, as a form of mass communication, plays a strategic role in the process of social inheritance and the transmission of cultural values to society. Film functions not only as a medium of entertainment but also as a means of cultural education capable of conveying and reproducing social values in society. On the other hand, the development of social media has also expanded the space for cultural communication to be more open, participatory, and dialogical. Social media allows people to no longer act solely as recipients of cultural messages, but also as active producers and disseminators of cultural content, thus making the process of cultural inheritance more dynamic and sustainable. This article aims to examine the role of film as a medium for social inheritance and cultural values, as well as the role of social media in the development of development communication. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through literature studies of relevant scientific journals and documentation of the films studied. The films analyzed include Laskar Pelangi, Ngeri-Ngeri Sedap, and Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck as representatives of Indonesian films that promote local cultural values. The results of the study indicate that film is able to carry out the function of social and cultural inheritance through the representation of moral values, traditions, and local cultural identity. Social media plays a role in cultural development through the digital preservation and dissemination of local culture from a development communication perspective.

Keywords: Culture; Development communication; Film; Social media.

ABSTRAK

Film sebagai salah satu bentuk komunikasi massa memiliki peran strategis dalam proses pewarisan sosial dan transmisi nilai-nilai budaya kepada masyarakat. Film tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi budaya yang mampu menyampaikan, dan mereproduksi nilai-nilai sosial dalam masyarakat. Di sisi lain, perkembangan media sosial turut memperluas ruang komunikasi budaya secara lebih terbuka, partisipatif, dan dialogis. Media sosial memungkinkan masyarakat tidak lagi hanya

berperan sebagai penerima pesan budaya, melainkan juga sebagai produsen dan penyebar konten budaya yang aktif, sehingga proses pewarisan budaya menjadi lebih dinamis dan berkelanjutan. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran film sebagai media pewarisan sosial dan nilai budaya serta peran media sosial dalam perkembangan komunikasi pembangunan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur terhadap jurnal ilmiah yang relevan serta dokumentasi dari film yang dikaji. Film yang dianalisis meliputi *Laskar Pelangi*, *Ngeri-Ngeri Sedap*, dan *Tenggelamnya Kapal Van Der Wijck* sebagai representasi film Indonesia yang mengangkat nilai-nilai budaya lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa film mampu menjalankan fungsi pewarisan sosial dan budaya melalui representasi nilai moral, tradisi, serta identitas budaya lokal. Media sosial berperan dalam perkembangan budaya melalui pelestarian dan diseminasi budaya lokal secara digital dalam perspektif komunikasi pembangunan.

Keywords: Budaya; Film; Komunikasi pembangunan; Media sosial.

Lalita Hanief, Hairunnisa, dan Yulia Rahmawati, 2025. Peran Film dan Media Sosial Terhadap Perkembangan Budaya: Perspektif Komunikasi Pembangunan.

PENDAHULUAN

Perkembangan media massa kian pesat seiring dengan kemajuan teknologi. Hadirnya media baru (*new media*) berupa media sosial memperkuat peran media massa konvensional. Film sebagai media komunikasi massa memiliki beragam fungsi yaitu menghibur, mendidik, mempersuasi dan pewarisan sosial serta nilai budaya. Selain itu, media sosial juga mempunyai peran dalam perkembangan komunikasi pembangunan.

Perkembangan media sosial telah membuka ruang komunikasi budaya secara lebih partisipatif dan dialogis. Media sosial memungkinkan masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar konten budaya. Hal ini sejalan dengan pendekatan partisipatoris dalam komunikasi pembangunan, dimana masyarakat dilibatkan secara aktif dalam proses produksi makna dan diseminasi nilai-nilai budaya. Media sosial dengan demikian berperan sebagai medium strategis dalam mempercepat penyebaran budaya lokal ke ruang publik yang lebih luas, sekaligus menghadapi tantangan globalisasi budaya.

Budaya, dengan demikian, bukan hanya sekadar warisan atau tradisi, tetapi juga merupakan suatu sistem yang berkembang dan dinamis. Hal ini melibatkan pengajaran kepada generasi baru untuk memahami dan mengikuti pola-pola perilaku, norma, dan nilai yang telah terbentuk dalam kelompok tersebut. Budaya tidak hanya mencakup aspek eksternal, melainkan juga merupakan bagian integral dari identitas dan cara hidup suatu komunitas (Hamid B et al., 2023)

Media massa adalah lembaga dan teknik yang menggunakan teknologi (pers, radio, film, dan lain-lain) untuk menyebarkan konten simbolik kepada khalayak besar, heterogen dan tersebar (McQuail, 2001). Media massa kini berkembang dengan kehadiran media baru (*new media*). Flew dalam (Ye, 2017) menggambarkan Web 2.0 memiliki elemen kunci berikut: partisipasi, interaktivitas, pembelajaran kolaboratif, dan jejaring sosial. Secara kebetulan, Flew menggunakan definisi dari Konferensi PBB tentang Perdagangan dan Pembangunan UNCTAD 2014 untuk mengkarakterisasi industri kreatif, yang dianggap sebagai buah inovasi teknologi yang paling menonjol. Berdasarkan definisinya, industri-industri ini mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Produksinya memerlukan masukan dari kreativitas manusia;
2. Mereka harus menjadi sarana penyampaian pesan simbolis kepada mereka yang mengkonsumsinya dan/atau memiliki tujuan komunikasi yang lebih besar;
3. Dokumen tersebut harus memuat, setidaknya secara potensial, sejumlah kekayaan intelektual yang dapat diatribusikan kepada individu atau kelompok. Komunikasi massa menurut (Nurudin, 2017) memiliki fungsi sebagai menginformasi, mendidik, menghibur, mempersuasi, pengawasan, transmisi budaya, mendorong kohesi sosial dan pewarisan sosial. Adapun karakteristik komunikasi massa menurut (Nurudin, 2017) penyampaian pesan serempak, pesan bersifat universal, komunikasi bersifat heterogen, pesan disampaikan melalui media massa, komunikator melembaga.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa film dan media sosial berperan penting dalam transmisi budaya, baik sebagai sarana homogenisasi global maupun ruang hibriditas budaya melalui adaptasi lokal (Yolanda & Andary, 2025; Jin, 2025). Namun, masih terbatas kajian yang mengintegrasikan teori imperialisme budaya dengan pendekatan partisipatoris komunikasi pembangunan untuk menganalisis bagaimana nilai budaya dan kekeluargaan yang diproduksi, dinegosiasikan, dan disebarluaskan melalui media kontemporer.

Tahun 2004 ketika perkembangan internet semakin pesat, beragam platform media sosial yang populer di dunia yaitu Facebook (Meta), Path, Twitter, Line, WhatsApp, YouTube, Instagram, Telegram dan TikTok. Kehadiran media sosial ini mengubah tatanan kehidupan masyarakat khususnya di dunia maya. Dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) karena batas geografis, perbedaan sosial dan budaya semakin tipis atau menghilang dengan interaksi antarpersonal melalui media sosial.

Arus pertukaran informasi melalui media sosial begitu mudah dan cepat dengan teknologi internet. Masyarakat dapat mengetahui berbagai kejadian terkini di negara lain secara *real time*. Umpan balik dari pengguna media sosial juga berlangsung dua arah tanpa tertunda. Selain informasi, terjadi pula terpaan budaya dari negara lain yang dapat memengaruhi budaya lokal. Tren gaya berpakaian, kuliner, musik, film, drama, hingga bahasa.

Riset Yolanda dan Andary (2025) mengungkapkan bahwa media sosial berfungsi baik sebagai platform untuk homogenisasi budaya maupun sebagai ruang untuk hibriditas budaya. Meskipun tren global dan konten populer mendorong rasa identitas bersama, pengguna juga menafsirkan ulang dan mengadaptasi pengaruh ini agar sesuai dengan budaya lokal mereka, sehingga menghasilkan munculnya ekspresi budaya hibrida. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam pembentukan identitas kaum muda dan dalam mempromosikan pemahaman lintas budaya.

Teori imperialisme budaya berkembang pada tahun 1970-an dan 1980-an dan menekankan bahwa beberapa negara Barat, khususnya Amerika Serikat, mendominasi pasar budaya global karena mereka adalah aktor utama dalam produksi budaya dan aliran transnasional produk budaya. Schiller (1969) berfokus pada peran utama perusahaan-perusahaan industri media dan budaya besar yang didukung oleh negara-bangsa yang mendominasi bidang budaya, dan oleh karena itu, ekonomi nasional. Film aksi Hollywood, sitkom televisi Amerika, dan program televisi realitas ala Inggris telah menjadi populer secara global, yang mengakibatkan homogenisasi budaya global (Jin, 2025).

MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Paradigma kritis memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi historis yang sarat dengan relasi kuasa, dominasi, dan ideologi, sehingga penelitian bertujuan tidak hanya untuk memahami tetapi juga mengubah kondisi sosial yang tidak adil (Denzin & Lincoln, 2018).

Peneliti akan menyajikan data narasi dari ulasan peran film dan media sosial. Teknik pengumpulan data menggunakan studi literatur dari artikel ilmiah dan buku yang relevan serta didukung dengan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Film dan Media Sosial terhadap Perkembangan Budaya

Film selain sebagai hiburan juga berfungsi sebagai pewarisan sosial dan budaya. Melalui film, nilai budaya dan pewarisan sosial antar generasi dapat disampaikan. Beragam film Indonesia yang ditayangkan di layar lebar maupun di televisi dapat menjadi media penyampaian nilai budaya. Era globalisasi saat ini, menjadi sebuah tantangan untuk mempertahankan budaya lokal dari terpaan budaya asing. Media sosial juga berperan dalam menyebarkan budaya asing ke berbagai negara lain. Dengan media sosial, masyarakat dapat melihat gaya berpakaian, makanan khas suatu negara, cara berinteraksi antarpersonal, tren musik dan nilai-nilai budaya lainnya.

Dampak Media Massa terhadap Budaya Lokal menurut (Dahlan, 2024) yakni rusaknya kepribadian masyarakat jika menggunakan media massa dan media sosial secara tidak bertanggungjawab:

1. Menyebabkan permasalahan sosial.
2. Menimbulkan opini negatif jika media massa

3. Menyajikan informasi yang tidak objektif dan berimbang.

4. Homogenisasi semua negara dengan budaya asing.

Menurut (Supiarza et al., 2020) Ada tiga aspek nilai budaya yang bisa diambil dari film yaitu:

1. Simbol, slogan dan lainnya yang terlihat jelas
2. Sikap, tingkah laku, gerak yang timbul dari simbol-simbol atau slogan
3. Kepercayaan yang tertanam (*believe system* yang mengakar) dan menjadi kerangka acuan dalam bertindak dan berperilaku.

Film berfungsi sebagai nilai internalisasi budaya bagi generasi millennial. Ada lima tahapan internalisasi nilai-nilai yaitu persepsi, interpretasi, imitasi, internalisasi, dan implementasi (Supiarza et al., 2020) dari lima tahapan tersebut, masyarakat sebagai audien mengalami internalisasi budaya dari film.

Artikel ini mengkaji tiga judul film Indonesia yaitu Laskar Pelangi, Ngeri-nger Sedap dan Tenggelamnya Kapal Van Der Wijk. Ketiga film ini dipilih karena merepresentasikan nilai-nilai moral, budaya dan kekeluargaan yang diangkat dari kehidupan di Indonesia. Selain itu film Laskar Pelangi meraih penghargaan Internasional di Jepang pada tahun 2009, film Tenggelamkan Kapal Van Der Wijk menjadi film terlaris tahun 2013 dan film Ngeri-nger Sedap mewakili meraih penghargaan pada ajang Oscar 2023.

Tabel 1. Nilai budaya dalam film.

N o.	Judul Film	Nilai Budaya	Makna
1.	Laskar Pelangi	Film ini mengandung pesan moral dan budaya Melayu Belitung	Pesan moral berupa persahabatan tanpa memandang latar belakang ekonomi dan semangat

		belajar siswa SD Muhammadiyah Gantong walau mempunyai keterbatasan ekonomi. Budaya Melayu yang ada di film ini yaitu pantun Melayu, nyanyian Melayu dan bahasa Melayu.	keturunan dan kekayaan diturunkan melalui garis Ibu. Konflik antartradisi yang terjadi menghalangi jalinan hubungan cinta karena adanya perbedaan suku.
Sumber: Hasil Penelitian (2025)			
2.	Ngeri- ngeri Sedap	Hubungan keluarga dalam budaya Batak	Hubungan keluarga pada suku Batak terjalin begitu erat. Anak sulung suku Batak tidak diperbolehkan menikah dengan orang dari suku di luar Batak, sementara anak bungsu dituntut untuk tinggal bersama orang tua. Kemandirian anak perempuan
3.	Tenggela mnya Kapal Van Der Wijk	Nilai-nilai Minangkabau dan konflik antartradisi	Sistim matrilineal yang dianut suku Minangkabau bahwa garis

Tabel 1 menjelaskan tentang pesan nilai budaya dalam film Laskar Pelangi, Ngeri-ngeri Sedap dan Tenggelamnya Kapal Van Der Wijk. Ketiga film ini mengandung nilai budaya berkaitan dengan kekeluargaan, persahabatan, dan konflik antartradisi. Film menjadi media pewarisan sosial dari satu generasi ke generasi lainnya. Masyarakat selain mendapatkan hiburan dari menonton film, juga mendapat edukasi terkait nilai budaya.

Riset (Fardana et al., 2025) menemukan bahwa film berjudul 1 Kakak 7 Keponakan menekankan empat nilai kekeluargaan utama, yaitu tanggung jawab, kasih sayang dan kepedulian, pengorbanan, serta gotong royong dan solidaritas. Keempat nilai tersebut membentuk gambaran utuh tentang bagaimana keluarga besar menjaga keberlangsungan pengasuhan anak meski dalam keterbatasan.

Media sosial kini telah menjadi bagian dari hidup masyarakat karena masyarakat modern tidak bisa hidup tanpa media massa. Dengan adanya media massa, perubahan sosial budaya masyarakat sangat terlihat nyata karena sejak adanya media massa norma-norma, kebiasaan, sikap lama kelamaan terkikis pelan-pelan dan semakin dilupakan oleh masyarakat dan tergantikan

dengan kebiasaan baru (Harahap et al., 2021)

Seiring kemajuan teknologi di era industri 4.0 tantangan yang dihadapi semakin berat kaitannya dengan menjaga eksistensi budaya. Komunikasi massa yang beralih ke sistem digital membuat masyarakat lebih mudah dan cepat dalam memperoleh informasi. Selain itu, globalisasi juga menyebabkan terjadinya invasi budaya dari luar Indonesia yang semakin cepat dan besar dengan target generasi muda milenial (Supiarza et al., 2020).

Riset *Study Literature Review* (Ihsaniyati et al., 2023) menunjukkan bahwa penelitian literatur didominasi oleh studi-studi tentang sektor kesehatan dan pendidikan, masyarakat sebagai subjek penelitian, negara-negara maju sebagai lokasi penelitian, dan Facebook sebagai media sosial yang diteliti. Studi-studi relevan yang jarang dilakukan, yang berfokus pada, antara lain, sektor pertanian, kuliner, dan pariwisata, berpotensi memperkuat fenomena-fenomena baru, penting, dan bermanfaat secara praktis. Lebih lanjut, pemilihan subjek penelitian yang jarang diteliti, seperti petugas penyuluh pertanian, petani, ilmuwan, ahli, dan dokter, akan memberikan fakta-fakta khas tentang perilaku mereka untuk studi ini. Eksplorasi lebih lanjut tentang negara-negara berkembang juga akan memperkaya fenomena dan menawarkan manfaat praktis.

Teori dalam Kajian Media dan Budaya

Schiller dalam Pamment mendefinisikan imperialism budaya sebagai keseluruhan proses yang membawa suatu masyarakat ke dalam sistem dunia modern dan bagaimana lapisan dominannya tertarik, tertekan, dipaksa dan kadang-kadang disuap untuk membentuk Lembaga-lembaga sosial yang sesuai dengan, atau bahkan untuk memajukan hal tersebut nilai-nilai dan struktur sistim pusat dominan (Wilkins et al., 2014)

Neo-Marxisme berkaitan dengan Imperialisme Budaya, pemikiran Antonio Gramsci ini memandang bahwa imperialisme budaya sebagai bagian penting dari eksploitasi kapitalis global yang tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi namun juga aspek budaya dan ideologi. Negara barat dapat menggunakan cara hegemoni yaitu mempertahankan kekuasaan melalui ideologi untuk memberikan dampak imperialisme budaya. Gramsci (Italia & Ali, 2017) membagi unsur-unsur hegemoni yaitu pertama; penguasa dan kekuasaannya, kedua; kesepakatan (konsensus). Tatanan hegemoni menurut Gramsci tidak perlu masuk dalam institusi ataupun praktek liberal sebab pada dasarnya lebih mewujudkan suatu hipotesis bahwa terciptanya karena ada dasar persetujuan.

Imperialisme Budaya saat ini tidak hanya dilakukan oleh negara barat, namun juga dilakukan oleh negara yang memiliki kekuatan di bidang politik dan ekonomi seperti negara China, Jepang dan Korea Selatan. Ketiga negara dari Asia Timur ini mempunyai kekuatan dan dampak besar terhadap negara-negara berkembang. China menguasai platform TikTok, Jepang menerpa melalui film Anime, musik, kuliner dan tren berpakaian yang dikenal dengan Harajuku, sementara Korea Selatan mendominasi pasar K-drama, boyband dan girlband, kuliner tren berpakaian dan kosmetiknya.

Gagasan imperialisme budaya diperkenalkan pada tahun 1970-an. Istilah ini didefinisikan secara konseptual dalam Budaya dan Imperialisme (1993) oleh Edward Said, yang menguraikan bahwa sebuah pendekatan teoretis yang kemudian ia gunakan untuk menganalisis imperialisme dan dampaknya secara budaya. Imperialisme budaya digambarkan sebagai dua proses yang saling terkait: dominasi budaya dan ekspansi budaya suatu negara ke dalam budaya dan budaya negara lain (Gudova, 2018).

Dalam kerangka teori imperialisme budaya yang dikemukakan oleh Herbert Schiller, dominasi media barat masih menjadi tantangan bagi negara berkembang. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa film lokal dan pemanfaatan media sosial dapat berfungsi sebagai bentuk resistensi budaya dengan memperkuat identitas lokal dan memperluas partisipasi masyarakat dalam komunikasi pembangunan.

Selain teori imperialism budaya, teori yang relevan dengan kajian peran media massa yaitu Agenda Setting (Maxwell McCombs dan Donald Shaw, 1972) dan Framing (Erfing Goffman, 1974.) (Littlejohn & Foss, 2022) menyatakan teori agenda setting menjelaskan bagaimana media dapat memengaruhi opini publik dengan menentukan topik-topik yang dianggap penting dan perlu dibahas. Konsep utama Agenda Setting yaitu penentu agenda, pengaruh pada opini publik dan framing.

Media sosial menyebarkan tren terkini dari berbagai negara di dunia. Apa yang dianggap penting oleh media massa dan media sosial, maka akan dianggap penting juga oleh khalayak. Selain itu ada teori framing yang membingkai kejadian berdasarkan sudut pandang media. Opini publik dapat dibentuk dengan konten media sosial. Gerakan sosial yang berkaitan dengan pelestarian budaya lokal melalui konten yang memuat unsur budaya seperti tarian daerah, kuliner khas suatu daerah dan Bahasa daerah.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Film berfungsi sebagai media hiburan, edukasi dan pewarisan sosial dan nilai budaya. Film *Laskar Pelangi*, *Ngeri-Ngeri Sedap* dan *Tenggelmnya Kapal Van Der Wijk* mengandung nilai budaya mengenai persahabatan, kekeluargaan dan konflik antartradisi. Media sosial juga mempunyai peran dalam menyebarkan nilai budaya ke berbagai negara. Tantangan untuk mempertahankan budaya lokal dari terpaan

budaya asing. Film dan media sosial menjadi medium dalam penyebaran nilai-nilai budaya yang dalam perspektif komunikasi pembangunan dapat menimbulkan Gerakan sosial guna merespon masalah sosial.

Artikel ini menunjukkan bahwa film dan media sosial memiliki peran penting dalam perkembangan budaya, baik sebagai sarana pewarisan nilai budaya lokal maupun sebagai medium yang mempercepat arus budaya global. Film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi, persuasi, transmisi budaya, dan internalisasi nilai-nilai sosial. Tiga film yang dikaji, yaitu *Laskar Pelangi*, *Ngeri-Ngeri Sedap*, dan *Tenggelmnya Kapal Van Der Wijk*, memperlihatkan bahwa film Indonesia mampu merepresentasikan nilai persahabatan, kekeluargaan, adat, serta konflik antartradisi yang hidup dalam masyarakat Indonesia. Dengan demikian, film dapat dipahami sebagai instrumen komunikasi massa yang berkontribusi pada pelestarian identitas budaya sekaligus pembentukan pemahaman generasi muda terhadap nilai-nilai lokal.

Di sisi lain, artikel ini juga menegaskan bahwa media sosial memperluas ruang komunikasi budaya secara partisipatif, interaktif, dan dialogis. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen, penafsir, dan penyebar makna budaya. Dalam konteks komunikasi pembangunan, media sosial dapat mempercepat diseminasi budaya lokal ke ruang publik yang lebih luas, membuka peluang hibriditas budaya, serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam produksi makna. Namun, media sosial juga menjadi saluran yang sangat efektif bagi penetrasi budaya asing, sehingga berpotensi menimbulkan homogenisasi budaya, pergeseran nilai, dan pengikisan identitas lokal apabila tidak disikapi secara kritis.

Secara teoretik, artikel ini memperlihatkan bahwa teori imperialisme budaya masih relevan untuk menjelaskan dominasi budaya global melalui media,

tetapi tidak cukup bila berdiri sendiri. Dalam konteks kontemporer, dominasi budaya tidak hanya datang dari Barat, tetapi juga dari kekuatan media dan industri budaya Asia Timur seperti Korea Selatan, Jepang, dan Tiongkok. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi pembangunan yang partisipatoris menjadi penting untuk menjelaskan bagaimana masyarakat lokal tidak semata-mata menjadi objek dominasi, melainkan juga agen yang dapat menegosiasikan, menafsirkan ulang, dan meresistensi arus budaya luar melalui produksi konten dan afirmasi identitas lokal. Dengan demikian, media massa kontemporer harus dipahami sebagai arena pertarungan antara dominasi, negosiasi, adaptasi, dan resistensi budaya.

Artikel ini berimplikasi bahwa kajian media dan budaya tidak cukup hanya memandang media sebagai alat dominasi ideologis sebagaimana ditegaskan teori imperialisme budaya. Media kontemporer juga perlu dipahami sebagai ruang negosiasi budaya. Karena itu, terdapat kebutuhan untuk mengintegrasikan teori imperialisme budaya, agenda setting, framing, dan komunikasi pembangunan partisipatoris agar analisis menjadi lebih utuh. Perspektif ini memungkinkan peneliti melihat dua sisi media sekaligus, yakni sebagai alat hegemoni dan sebagai medium pemberdayaan budaya lokal.

Bagi praktisi media, sineas, dan kreator konten, artikel ini menegaskan pentingnya memproduksi film dan konten digital yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga memuat nilai budaya lokal, narasi kekeluargaan, dan identitas sosial masyarakat. Film dan media sosial dapat dimanfaatkan secara strategis untuk memperkuat literasi budaya, memperkenalkan tradisi lokal kepada generasi muda, dan menumbuhkan kebanggaan terhadap budaya Indonesia. Produksi budaya lokal karena itu tidak boleh kalah secara naratif maupun visual dari arus budaya global.

Dalam perspektif komunikasi pembangunan, media sosial dapat dijadikan

instrumen pembangunan budaya yang lebih partisipatif. Pemerintah, komunitas budaya, lembaga pendidikan, dan pegiat kreatif dapat menggunakan media sosial untuk kampanye pelestarian bahasa daerah, kuliner tradisional, kesenian lokal, adat, dan sejarah komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan tidak hanya dipahami sebagai pembangunan ekonomi atau infrastruktur, tetapi juga sebagai penguatan identitas, memori kolektif, dan daya tahan budaya masyarakat.

Temuan artikel ini juga mengisyaratkan perlunya kebijakan publik yang mendukung ekosistem media dan industri kreatif lokal. Dukungan tersebut dapat berupa insentif bagi produksi film berbasis budaya lokal, penguatan distribusi karya lokal di platform digital, pendidikan literasi media, dan strategi kebudayaan digital nasional. Tanpa intervensi kebijakan, media global yang memiliki modal besar akan terus mendominasi ruang simbolik masyarakat dan mempersempit visibilitas budaya lokal.

Dalam bidang pendidikan, artikel ini memiliki implikasi pada penguatan literasi media dan literasi budaya. Generasi muda perlu dibekali kemampuan untuk tidak sekadar mengonsumsi media, tetapi juga mengkritisi ideologi, nilai, dan kepentingan yang tersembunyi di balik konten media. Pendidikan perlu membantu peserta didik memahami bahwa media bukan ruang netral, melainkan ruang yang membentuk selera, identitas, dan persepsi tentang budaya. Oleh sebab itu, sekolah dan perguruan tinggi dapat menjadikan film dan media sosial sebagai bahan pembelajaran kritis tentang budaya, identitas, dan perubahan sosial.

Secara metodologis, artikel ini masih bertumpu pada studi literatur, sehingga diperlukan penelitian lanjutan yang lebih empiris. Misalnya, analisis resepsi audiens terhadap film budaya lokal, studi etnografi digital tentang praktik budaya di media sosial, analisis framing konten budaya pada platform seperti TikTok, Instagram, atau YouTube, serta studi mengenai bagaimana

generasi muda menegosiasikan identitas lokal dan global. Hal ini penting karena tanpa data empirik, argumen tentang pengaruh media terhadap budaya masih cenderung normatif.

Catatan dan Diskusi

Ada satu hal yang perlu dicermati. Artikel ini cukup kuat dalam menunjukkan bahwa media bisa menjadi alat pelestarian budaya, tetapi belum sepenuhnya membuktikan bagaimana proses itu terjadi secara konkret pada audiens. Dengan kata lain, artikel masih lebih banyak menjelaskan fungsi media daripada menunjukkan bukti empiris mengenai perubahan sikap, pemaknaan, atau perilaku masyarakat setelah mengonsumsi film dan media sosial, karena itu, klaim tentang peran media dalam komunikasi pembangunan akan lebih kokoh apabila didukung oleh data lapangan, analisis audiens, atau observasi praktik budaya digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Dahlan, N. F. (2024). Media And Culture : The Role Of Media And Social Media In The Formation And Dissemination Of Popular , Local , Global And International Culture. *Journal of Studies on Art, Culture and Society*, 1(January), 13–17.
- Denzin, N. K., & Lincon, L. S. (Eds.). (2018). *The Handbook Of Qualitative Research* (5th ed.). SAGE.
- Fardana, V. R. O., Dimisyqiyani, E., Gayuh, G., Sinulingga, R. A., & Airlangga, U. (2025). *Perspektif Nilai Kekeluargaan dalam Pengasuhan Alternatif pada Film 1 Kakak 7 Ponakan*. 5(November), 136–148.
- Gudova, I. V. (2018). Cultural Imperialism : A Concept and a Phenomenon. *Facets of Culture in the Age of Social Transition*, 2018, 27–32. <https://doi.org/10.18502/keg.v3i8.3601>
- Hamid, B, L. O. M. I., Zuriyati, & Iskandar, I. (2023). Systemic Literature Review : Makna Budaya di Indonesia. *Tambusai*, 7(3), 29219–29225.
- Harahap, M., Ahmad, R., Padang, U. N., Barat, S., & Ahmad, R. (2021). EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN Penggunaan Social Media dan Perubahan Sosial Budaya Masyarakat. *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 135–143.
- Hamid, B. L. O. M. I., Zuriyati, & Iskandar, I. (2023). Systemic Literature Review : Makna Budaya di Indonesia. *Tambusai*, 7(3), 29219–29225.
- Ihsaniyati, H., Sarwoprasodjo, S., Muljono, P., & Gandasari, D. (2023). *The Use of Social Media for Development Communication and Social Change : A Review*. 1–35.
- Italia, D. I., & Ali, Z. Z. (2017). PEMIKIRAN HEGEMONI ANTONIO GRAMSCI (1891-. *YAQZAN*, 3(2), 63–81.
- Jin, D. Y. (2025). Platform Imperialism Theory From the Asian Perspectives. *Social Media + Society*, 1–6. <https://doi.org/10.1177/20563051251329692>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2022). *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. KENCANA.
- McQuail, D. (2001). *Mass Communication Theory*. SAGE.
- Nurudin. (2017). *Pengantar Komunikasi Massa* (8th ed.). Rajawali Pers.
- Supiarza, H., Ranti Rachmawanti, & Djarlis Gunawan. (2020). Film as a Media of Internalization of Cultural Values for Millennial Generation in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Rezearch, ARLANTIS PRESS*, 419(Icade 2019), 217–221.
- Wilkins, K. G., Tufte, T., & Obregon, R. (2014). The handbook of development communication and social change. In *The Handbook of Development Communication and Social Change*. Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118505328>

- Ye, H. (2017). New questions emerge amidst rapid changes: Terry Flew, *New Media* (4th ed.). *Global Media and China*, 2(3-4), 353-356.
<https://doi.org/10.1177/2059436417751300>
- Yolanda, A., & Andary, R. W. (2025). The Role of Social Media in the Formation of Global Cultural Identity. *Journal of Social Science Utilizing Technology*, 3(1), 10-18.