



Teori Kajian Budaya: Hegemoni Budaya dalam Televisi Indonesia

Muhamad Pijar, Bimo Kusuma Dewa*, Ahmad Fauzan Azimah, Ahmad Syauki Fahrezi Kholid, Eko Purwanto

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Abstrak: Televisi memainkan peran sentral dalam membentuk pandangan, pola pikir, dan nilai budaya masyarakat Indonesia, terutama di era globalisasi. Pengaruh ini sangat nyata pada kalangan remaja yang sedang membentuk identitas budaya mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana televisi Indonesia mereproduksi dan menyebarkan nilai-nilai budaya dominan melalui tayangan-tayangannya, serta mengkaji dampaknya terhadap keberagaman budaya lokal dan pembentukan kesadaran kolektif masyarakat. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, penelitian ini menyoroti bagaimana televisi berfungsi sebagai media dominasi budaya, khususnya dalam menampilkan budaya perkotaan dan gaya hidup Barat. Representasi budaya lokal sering kali dikemas dalam bentuk yang dikomodifikasi, terutama dalam sinetron dan *reality show*. Tayangan-tayangan tersebut membentuk nilai dan identitas generasi muda, memperkuat persepsi bahwa budaya dominan adalah standar ideal, sementara budaya lokal cenderung terpinggirkan atau direpresentasikan secara stereotipikal.

Kata kunci: Budaya Lokal, Globalisasi, Hegemoni Budaya, Media, Televisi

DOI: <https://doi.org/10.47134/diksima.v2i3.215>

*Correspondence: Bimo Kusuma Dewa

Email: bimokusuma48@gmail.com

Received: 20-06-2025

Accepted: 04-07-2025

Published: 31-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).

Abstract: Television plays a central role in shaping the perspectives, mindsets, and cultural values of Indonesian society, especially in the era of globalization. This influence is particularly evident among teenagers who are in the process of forming their cultural identity. This study aims to analyze how Indonesian television reproduces and disseminates dominant cultural values through its programs and to examine its impact on the diversity of local cultures and the formation of collective societal consciousness. Using a qualitative approach with a literature review method, this research highlights how television functions as a medium of cultural domination, particularly in presenting urban culture and Western lifestyles. Local cultural representations are often commodified, especially in soap operas and reality shows. These broadcasts shape the values and identities of the younger generation, reinforcing the perception that dominant culture is the ideal standard, while local cultures tend to be marginalized or represented in stereotypical ways.

Keywords: Cultural Hegemony, Globalization, Local Culture, Media, Television

Pendahuluan

Televisi memainkan peran sentral dalam membentuk pandangan, pola pikir, dan nilai-nilai budaya masyarakat Indonesia, terutama di era globalisasi, dengan memadukan nilai lokal dan pengaruh global dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Pengaruh ini sangat nyata pada kalangan remaja, yang identitas budayanya dibentuk melalui konsumsi budaya populer global, namun tetap mempertahankan keterkaitan dengan tradisi lokal

(Hasan et al., 2023). Sebagai media massa dominan, televisi juga memiliki kekuatan untuk membingkai realitas sosial melalui narasi selektif yang mencerminkan nilai-nilai masyarakat dan isu-isu kontemporer, sekaligus memperkuat norma dan stereotip sosial tertentu (Pamungkas et al., 2024). Dalam konteks identitas budaya, televisi menjadi ruang kontestasi antara nilai tradisional Indonesia dan tekanan globalisasi, yang menuntut upaya terus-menerus untuk mempertahankan keaslian budaya lokal. Meski televisi berpotensi mendorong homogenisasi budaya, kehadiran platform digital juga membuka peluang bagi pelestarian dan ekspresi budaya Indonesia yang lebih beragam (Sulistya A et al., 2025a).

Televisi di Indonesia lebih banyak menampilkan budaya perkotaan, kelas menengah atas, dan unsur-unsur Barat, sebagai akibat dari strategi siaran yang berorientasi pasar, latar belakang sejarah politik, serta perubahan sosial budaya yang terjadi. Stasiun televisi cenderung memilih program yang dapat menarik minat penonton luas dan meningkatkan *rating*, sehingga lebih memprioritaskan hiburan dibandingkan dengan representasi budaya lokal yang mendalam (Setiawan, 2015), seperti yang tercermin dalam acara "*Ethnic Runaway*" yang hanya menampilkan budaya etnis secara permukaan dari sudut pandang perkotaan. Sejak awal kemunculannya di era Orde Baru, televisi digunakan sebagai alat untuk membentuk identitas nasional yang seragam, yang kerap mengabaikan keberagaman budaya daerah. Setelah reformasi, meskipun terjadi peningkatan dalam keberagaman isi siaran, tayangan yang populer dan berorientasi global tetap mendominasi dan menggeser narasi lokal. Penonton utama televisi, khususnya kaum muda dari kelas menengah di kota-kota besar, mendorong produksi konten yang selaras dengan gaya hidup mereka yang banyak dipengaruhi budaya Barat (Vann, 2016). Dalam situasi ini, stasiun televisi lokal berusaha keras mempertahankan warisan budaya daerah meski harus bersaing dengan kekuatan media global yang dominan, menggambarkan kompleksitas hubungan antara pelestarian identitas lokal dan arus globalisasi (Haryono et al., 2025).

Teori hegemoni Antonio Gramsci memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana dominasi budaya dijalankan melalui media, khususnya televisi, di Indonesia, yang berfungsi sebagai sarana penyebaran ideologi dominan dan pembentukan perilaku serta cara pandang masyarakat. Pada masa Orde Baru, siaran televisi banyak menampilkan narasi budaya yang sejalan dengan agenda negara, seperti penekanan pada nilai-nilai komunal demi kepentingan politik penguasa, yang terlihat dalam program seperti "*Budi Pekerti*" yang mengajarkan moralitas sambil secara implisit mempertahankan kontrol ideologis (Wulandari et al., 2024). Setelah reformasi, terjadi pergeseran dari kontrol negara ke dominasi pasar, di mana saluran televisi swasta mulai menyuguhkan berbagai narasi budaya, baik tradisional maupun modern, meskipun tetap berada dalam struktur kekuasaan hegemonik. Globalisasi juga memperkuat pengaruh budaya asing. Meski demikian, produsen media lokal terus berupaya menyesuaikan diri dengan arus global

sambil mempertahankan kedekatan budaya dengan audiens domestik, mencerminkan dinamika negosiasi dalam kerangka hegemoni. Meskipun televisi menjadi alat utama dalam mempertahankan ideologi dominan, pendekatan Gramsci juga membuka ruang bagi munculnya narasi tandingan dan bentuk perlawanan budaya, berkat sifat media yang terus berkembang dan memungkinkan keberagaman suara.

Televisi memainkan peran krusial dalam membentuk nilai-nilai masyarakat melalui mekanisme dominasi budaya yang bekerja secara halus dan seringkali tidak disadari oleh penontonnya, dengan menyebarkan norma serta nilai-nilai yang tampak alami dan sejalan dengan kepentingan ekonomi serta ideologi dominan. Media ini menciptakan ruang budaya kolektif dengan mengintegrasikan berbagai elemen budaya ke dalam tayangan yang disesuaikan dengan minat pemirsa, sehingga memengaruhi cara pandang dan perilaku publik (Kuprii, 2023). Dalam kerangka hegemoni, televisi menjadi alat bagi kekuatan dominan untuk menyebarluaskan ideologi mereka, seperti kapitalisme, yang mendorong konsumerisme dan materialisme sebagai nilai utama dalam kehidupan masyarakat. Tayangan yang menggambarkan kemakmuran dan gaya hidup konsumtif memperkuat nilai-nilai materialistik melalui proses penerimaan yang berlangsung baik secara sadar maupun tidak sadar. Meskipun televisi juga dapat dijadikan sarana penyampaian nilai-nilai moral dan agama, tidak jarang media ini justru dikritik karena berkontribusi pada penurunan etika sosial, sehingga dibutuhkan kesadaran akan pentingnya peran media dalam menjaga nilai-nilai positif. Oleh sebab itu, diperlukan sikap kritis dari masyarakat untuk memahami dan menilai secara sadar konten televisi yang dikonsumsi, guna menghindari penerimaan pasif terhadap nilai-nilai yang sebenarnya mencerminkan kepentingan ideologis tertentu.

Hegemoni budaya dalam siaran televisi Indonesia tercermin melalui berbagai bentuk yang menunjukkan keterkaitan antara kekuatan politik, sosial, dan ekonomi, serta menggambarkan perubahan representasi identitas dan nilai-nilai seiring waktu. Pada era Orde Baru, televisi dimanfaatkan oleh negara sebagai sarana penyebaran ideologi politik melalui promosi identitas nasional yang ideal, menekankan nilai modernitas dan komunal seperti harmoni serta integritas. Setelah memasuki masa Reformasi, munculnya stasiun televisi swasta memberikan ruang bagi keragaman wacana budaya, termasuk nilai-nilai tradisional dan keagamaan, yang mencerminkan pergeseran menuju representasi yang lebih pluralistik terhadap masyarakat Indonesia (Setiawan, 2016). Sementara itu, dominasi budaya asing seperti *tokusatsu* dari Jepang mencerminkan bentuk imperialisme budaya, di mana budaya lokal mulai terpinggirkan oleh narasi global yang lebih modern (Yuri et al., 2020), meskipun masih terdapat upaya menggabungkan unsur tradisi dengan tren global dalam iklan dan program untuk menarik generasi muda. Program seperti drama “Atas Nama Cinta” menjadi contoh bagaimana televisi juga dapat berperan sebagai wadah kritik

sosial yang mencerminkan konflik negara dan isu-isu sosial, sejalan dengan konsep hegemoni Gramsci yang memandang budaya sebagai ruang perebutan makna (Efendi et al., 2022). Selain itu, representasi beragam identitas serta perdebatan antara konsumerisme dan nilai-nilai Islam dalam tayangan televisi menunjukkan adanya perjuangan yang terus berlangsung dalam mendefinisikan budaya Indonesia kontemporer (Vann, 2016), sehingga meskipun televisi sering mendukung narasi dominan, ia tetap menyediakan ruang bagi resistensi dan dialog kritis.

Representasi budaya yang dominan dalam siaran televisi Indonesia memiliki dampak signifikan terhadap keragaman budaya lokal serta identitas masyarakat Indonesia. Televisi, yang historisnya digunakan oleh rezim Orde Baru untuk mempromosikan identitas nasional yang bersatu dengan mengesampingkan budaya lokal, kini telah berkembang seiring dengan pergeseran pasca-1998 yang memberikan ruang bagi penyiaran lokal. Selain itu, pengumuman pelayanan publik yang menyoroti keberagaman budaya Indonesia juga menunjukkan bahwa budaya tradisional dapat hidup berdampingan dengan kemajuan modern (Hermanto & Adawiyah, 2020). Meskipun demikian, dominasi narasi nasional masih sering menutupi ekspresi lokal, menciptakan ketegangan antara pengaruh global dan identitas lokal. Walaupun representasi bahasa daerah dalam televisi dapat memperkuat identitas lokal, narasi utama tetap berpusat pada bahasa nasional, Indonesia. Pada saat yang sama, meskipun televisi berpotensi mempromosikan budaya lokal, ia juga bisa memperkuat stereotip dan menyeragamkan ekspresi budaya, yang pada akhirnya berisiko merusak keragaman budaya yang seharusnya dirayakan.

Dalam konteks komunikasi elektronik, faktor-faktor terkait bahasa dan budaya semakin memperburuk masalah ini, seperti yang terlihat di lingkungan bisnis Tiongkok, di mana kesalahpahaman lazim karena ketergantungan pada komunikasi tertulis (Putri et al., 2024). Analisis kritis terhadap hegemoni budaya di televisi sangat penting untuk memahami bagaimana media membentuk norma sosial dan dinamika kekuasaan, serta mengungkapkan bagaimana ideologi dominan dipertahankan, seringkali dengan meminggirkan perspektif alternatif. Hegemoni budaya, yang berasal dari teori Marxis, merujuk pada dominasi satu kelas sosial terhadap yang lain dan pembentukan norma serta nilai budaya (Flax, 2024). Televisi berfungsi sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan ideologi dominan, memperkuat struktur kekuasaan yang ada, dan menekan narasi kontra (Garison et al., 2024). Meskipun audiens dapat terlibat secara aktif dengan konten media, menantang narasi hegemonik, dan mendukung representasi yang lebih beragam (Taqwa, 2009), analisis kritis media dapat merangsang debat publik dan mendorong audiens untuk mempertanyakan status quo. Dengan demikian, analisis ini dapat menyoroti pentingnya representasi media yang beragam, yang pada akhirnya mendukung keadilan dan kesetaraan sosial (Garison et al., 2024). Selain itu, pendekatan reflektif diri dalam media

dapat menciptakan representasi yang lebih bernuansa dari kelompok terpinggirkan (Fürsich, 2002). Walaupun analisis kritis ini penting untuk mendorong inklusivitas, tantangan bagi praktisi media dalam menyeimbangkan kepentingan komersial dengan kebutuhan akan representasi yang lebih beragam tetap menjadi hambatan besar dalam menciptakan wacana media yang adil. Secara keseluruhan, komunikasi antar budaya sangat penting untuk menumbuhkan rasa saling menghormati dan kolaborasi di dunia yang semakin mengglobal (Putri et al., 2024). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis bagaimana televisi Indonesia mereproduksi dan menyebarkan nilai-nilai budaya dominan melalui tayangan-tayangannya, serta mengkaji dampaknya terhadap keberagaman budaya lokal dan pembentukan kesadaran kolektif masyarakat di era globalisasi.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menganalisis hegemoni budaya dalam televisi Indonesia. Penelitian ini berfokus pada bagaimana televisi berfungsi sebagai media dominasi budaya, terutama dalam merepresentasikan budaya perkotaan dan Barat yang mendominasi narasi media, serta pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat terhadap budaya lokal. Data dikumpulkan melalui studi literatur, yaitu dengan menelaah buku, jurnal, artikel, dan tayangan televisi yang relevan, seperti sinetron, acara hiburan, dan berita. Analisis tematik dan analisis wacana digunakan untuk mengidentifikasi tema dominan dalam tayangan televisi dan mengkaji bagaimana bahasa, simbol, dan representasi visual membangun ideologi budaya tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana televisi mereproduksi nilai-nilai budaya dominan dan dampaknya terhadap keberagaman budaya lokal serta identitas masyarakat Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peran televisi dalam pembentukan cara pandang masyarakat dan membuka ruang untuk pengembangan media yang lebih inklusif dan merepresentasikan keragaman budaya Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Penelitian

No	Judul Jurnal/Artikel	Penulis/Penerbit	Tahun	Fokus Kajian
1	<i>Will It Travel? The Local Vs. Global Tug-of-war for Telenovela and Turkish Dizi Producers</i>	Acosta Alzuru C	2021	Dinamika antara produksi lokal dan pasar global dalam industri televisi di Turki
2	CONSUMPTIVE IDEOLOGY HEGEMONY AS A LIFESTYLE IN RANS ENTERTAINMENT YOUTUBE CONTENT: GRAMSCI'S HEGEMONY STUDY	Agustina Purwanti, & Maman Suryaman	2023	Peran media digital (YouTube) sebagai alat penyebar ideologi dominan
3	<i>Cultural Harmony in Motion: Revealing the Communication Prowess of Saung Angklung Udjo Community in Enriching Local Traditions</i>	Angelo, E. A.	2023	Melestarikan dan memperkenalkan budaya lokal, khususnya angklung.
4	<i>The Impact of Tiktok Short Videos on Minors under the Perspective of Cultivation Theory</i>	S. Chen	2024	Video pendek TikTok membentuk pola pikir dan perilaku anak-anak
5	<i>Digital Cultural Production In The Entertainment Program "Tembang Pantura" on Cirebon Local Television.</i>	Cusniawati, C.	2024	"Tembang Pantura" di TV lokal Cirebon menjadi bagian dari produksi budaya digital
6	Hegemoni dalam Naskah Drama 5 Babak Atas Nama Cinta Karya Agus R. Sarjono: Perspektif Antonio Gramsci	Efendi, A. N., Abni, S. R. N., & Kurniawati, E	2022	kekuasaan dan ideologi dominan disampaikan secara halus melalui dialog dan alur cerita drama
7	Discourse and Hegemony.	Flax, R.	2024	hubungan antara wacana (<i>discourse</i>) dan hegemoni
8	<i>Media Hegemony and the Suppression of Counter-Hegemony in Nigeria</i>	Garison, A.& Yakubu, D. D.	2024	media di Nigeria digunakan untuk mempertahankan hegemoni kekuasaan
9	<i>The guardian of local culture: the dynamic of Indonesian local television to survive against global media onslaught</i>	Teguh, M.	2025	Peran televisi lokal sebagai penjaga budaya lokal
10	<i>From Screen to Society: How Popular Culture Shapes Values and Beliefs in Indonesian Teenagers.</i>	Hasan, Z	2023	Peran media massa dan digital dalam proses sosialisasi remaja di era modern.
11	Mengatasi Hambatan Komunikasi Antar Budaya	Eko Purwanto & Rahmah, A.	2024	Strategi agar komunikasi lintas budaya jadi lebih lancar dan saling memahami.

No	Judul Jurnal/Artikel	Penulis/Penerbit	Tahun	Fokus Kajian
12	<i>New Media and Intangible Cultural Heritage.</i>	Qiu, Y.	2023	peran teknologi dalam menjaga agar budaya tetap hidup dan dikenal generasi muda.
13	<i>Television as a Factor in Formation of Common Cultural Space and Integration of Society</i>	Kuprii, T.	2023	Peran Televisi dalam membentuk ruang budaya bersama dan menyatukan masyarakat.
14	<i>Commodification of Content in the Soap Opera "Si Doel Anak Sekolah."</i>	Laila Fazriah, F., Surahman, S.,	2023	Strategi produksi, komersialisasi, dan <i>branding</i> di balik soap opera ini.
15	<i>HEGEMONY ANALYSIS IN BUDI PEKERTI MOVIE USING ANTONIO GRAMSCI'S THEORY.</i>	Wulandari, R., Firstiyanti, A. H., & Sentana, A	2024	Dominasi nilai dan ideologi dalam cerita film.
16	<i>Cultural Identity in Digital Broadcasting in Indonesia: Challenges and Opportunities in the Era of Globalization.</i>	Sulistya A, A., Hadiaty Y, S., & Kalfin.	2025	Tantangan dari dominasi konten global yang bisa mereduksi ciri khas lokal.
17	Pengaruh Film Dokumenter Nada Nusantara Terhadap Kesadaran Siswa Smk Dalam Pelestarian Budaya Lokal (Survei Terhadap Siswa Kelas XI SMKN 10 Bandung).	Syafiqoh, S., & Hidayat, D.	2024	Penggunaan film dokumenter sebagai media pembelajaran budaya di sekolah.
18	Komodifikasi Tradisi Omed-Omedan Banjar Kaja Desa Adat Sesetan Kota Denpasar.	Saskita, I. N. U. S. A.	2024	mengkaji proses, motivasi, dan konsekuensi dari menjadikan tradisi Omed-omedan sebagai produk budaya
19	Analisis Program Galeri Budaya Nusantara (GAYARA) Radio Republik Idonesia dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat terhadap Budaya Nasional.	Mukhlizar, M., & Lestari, C.	2023	Seberapa efektif GAYARA mengenalkan budaya lewat siaran radio.
20	<i>'Bad word' for good engagement: The commodification of 'the Suroboyoan language' in Indonesian local television newsroom.</i>	Nurwahid, A., Safira, C., & Fk Wibowo, E.	2024	Penggunaan ekspresi dan logat khas Surabaya dalam tayangan berita.

1. Tren Representasi Budaya Lokal di Televisi Indonesia (2020–2025) dan Ruang *Prime Time*

Antara 2020 hingga 2025, representasi budaya lokal di televisi Indonesia menghadapi tantangan akibat dominasi konten global dan orientasi komersial, terutama di televisi nasional. Sebaliknya, televisi lokal berperan penting dalam menampilkan budaya daerah, meskipun masih sulit menembus *slot prime-time* (Haryono et al., 2025). Program seperti “Pangkur Jenggleng” menunjukkan minat audiens terhadap budaya lokal, sementara

“Pojok Kampung” di JTV berhasil menonjol berkat strategi media dan penggunaan bahasa daerah (Nurwahid et al., 2024). Minimnya dukungan pemerintah dan sistem penyiaran terpusat turut memperlemah upaya pelestarian budaya (Haryono et al., 2024; Rianto & Poerwaningtias, 2013), sementara komersialisasi media cenderung mengorbankan keaslian budaya demi keuntungan (Mustika, 2016)..

2. Komodifikasi Budaya Lokal dalam Sinetron dan *Reality Show* Pasca-2020

Sejak 2020, komodifikasi budaya lokal dalam sinetron dan *reality show* Indonesia tampak melalui berbagai bentuk yang memengaruhi cara publik memandang budaya tradisional. Dalam sinetron seperti “Si Doel Anak Sekolahan,” elemen budaya dikomersialisasi melalui iklan dan penempatan produk, mengubah narasi budaya menjadi alat meraih keuntungan (Laila Fazriah et al., 2023). Sementara itu, acara realitas kerap menyajikan tradisi lokal sebagai hiburan, yang berisiko mereduksi makna budaya menjadi konsumsi massa. Komodifikasi juga muncul dalam acara seperti festival OMED-Omedan yang diubah menjadi atraksi komersial demi menarik wisatawan dan sponsor (Saskita, 2024). Meski praktik ini dapat meningkatkan kesadaran publik terhadap budaya lokal, sering kali pemahamannya menjadi dangkal karena tradisi dikemas sebagai hiburan semata (Nurhadi et al., n.d.). Selain itu, pergeseran motivasi dari nilai kemanusiaan ke tujuan komersial menimbulkan dilema etis dan dapat menghilangkan nilai-nilai komunal (Dewi, 2024).

3. Hegemoni Budaya: Penyebaran Nilai Kelas Menengah dan Gaya Hidup Barat oleh Televisi

Televisi di Indonesia berkontribusi besar dalam membentuk nilai dan identitas generasi muda melalui penyebaran gaya hidup kelas menengah perkotaan dan pengaruh budaya Barat, yang berlangsung secara halus sesuai konsep hegemoni budaya Gramsci. Dalam situasi ini, pemuda Indonesia dihadapkan pada pertemuan antara nilai lokal dan media global, yang mendorong terbentuknya perpaduan norma budaya (Hasan et al., 2023). Tayangan televisi sering menggambarkan kehidupan yang aspiratif dengan ciri konsumtif dan nilai-nilai Barat, yang sesuai dengan aspirasi kelas menengah (Agustina Purwanti & Maman Suryaman, 2023). Narasi televisi juga umumnya menampilkan karakter dan latar yang mencerminkan gaya hidup kelas menengah, serta menekankan individualisme dan keberhasilan material, sehingga perilaku konsumtif dianggap wajar dan diidamkan oleh pemirsa muda (Purwanti & Suryaman, 2023). Generasi muda pun merespons dengan menegosiasikan identitas mereka antara nilai-nilai lokal dan pengaruh Barat. Walau media berpotensi menjadi sarana pendidikan karakter, konten televisi lebih sering mempromosikan gaya hidup konsumtif ketimbang nilai-nilai budaya tradisional, yang

pada akhirnya menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya homogenisasi budaya dan hilangnya keragaman lokal.

4. Peran Program Edukatif dan Dokumenter Budaya dalam Menumbuhkan Kesadaran Kultural

Sejak 2020, program televisi pendidikan dan dokumenter budaya di Indonesia memiliki peran strategis dalam menumbuhkan kesadaran dan kebanggaan terhadap budaya lokal, terutama di kalangan generasi muda. Dokumenter seperti Nada Nusantara terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan apresiasi siswa terhadap budaya Indonesia, menjadikannya media yang efektif dalam upaya pelestarian budaya di tengah arus globalisasi (Syafiqoh & Hidayat, 2024). Serial televisi seperti Si Doel Anak Sekolahan juga berhasil merepresentasikan budaya Betawi secara autentik melalui unsur-unsur seperti arsitektur dan musik tradisional, yang membantu siswa terhubung dengan identitas budayanya (Lestari & Sihombing, 2022). Narasi yang digunakan dalam tayangan semacam itu mampu meningkatkan minat pada tradisi lokal, menjadikan pembelajaran budaya lebih menarik dan relevan (Lestari & Sihombing, 2022). Selain itu, program radio seperti GAYARA dari RRI turut berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap budaya nasional dan mendorong pelestarian nilai-nilai budaya lokal (Mukhlizar & Lestari, 2023).

5. Sinergi Televisi dan Media Digital untuk Pelestarian Budaya Lokal

Hubungan sinergis antara televisi dan media digital membuka peluang besar dalam pelestarian budaya lokal di Indonesia dengan menggabungkan elemen tradisional dan teknologi modern. Program seperti Tembang Pantura menunjukkan bagaimana produksi digital dapat mengangkat budaya lokal (Cusniawati et al., 2024), sementara Saung Angklung Udjo memanfaatkan platform digital untuk mendongeng tradisional (Angelo et al., 2023). Meskipun media digital memperluas jangkauan budaya secara global, tantangan seperti homogenisasi dan dominasi konten global tetap harus diantisipasi (Sulistya A et al., 2025b). Teknologi seperti virtual dan *augmented reality* juga berperan penting dalam memperkuat daya tarik konten budaya dan mendorong kewirausahaan berbasis budaya (Hastami et al., 2020). Untuk memastikan pelestarian budaya yang autentik, diperlukan kurasi konten yang bijak dan komunikasi strategis.

6. Kebijakan KPI dan Kominfo Terkait Konten Budaya Lokal Sejak 2020

Kebijakan terbaru dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang dimulai pada tahun 2020, menekankan pentingnya penyiaran konten budaya lokal, khususnya dalam konteks digitalisasi, dengan tujuan

meningkatkan representasi budaya lokal di tengah dominasi media nasional dan global. Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 mengharuskan stasiun televisi lokal untuk menayangkan konten yang mencerminkan budaya dan identitas daerah, guna memastikan keragaman konten dan kepemilikan media (Nurfitria et al., 2022). Selain itu, peran KPI diperkuat untuk menetapkan standar siaran dan mengawasi kepatuhan terhadap konten yang relevan secara budaya dan pendidikan (Sidiq, 2023). Namun, stasiun televisi lokal menghadapi tantangan besar, seperti keterbatasan finansial dan persaingan dengan jaringan besar yang lebih mengutamakan *rating* daripada program budaya (Haryono et al., 2025). Meski kebijakan ini bertujuan mendukung konten budaya lokal, efektivitasnya sering terhambat oleh dominasi program berbasis konsumen dari jaringan nasional, yang menimbulkan kekhawatiran akan kelangsungan representasi budaya lokal dalam penyiaran Indonesia.

7. Pengaruh Televisi vs Media Sosial dalam Preferensi Budaya Generasi Muda

Televisi dan media sosial seperti TikTok dan YouTube memiliki pengaruh yang besar terhadap preferensi budaya generasi muda, meskipun keduanya memengaruhi dengan cara yang berbeda. Televisi secara tradisional berperan sebagai sumber utama dalam menanamkan nilai-nilai budaya dan norma sosial, namun konsumsi yang berlebihan dapat menyebabkan berkurangnya penghargaan terhadap nilai-nilai tradisional (Sadiq, 2021), serta berdampak signifikan terhadap perilaku sosial remaja tergantung pada intensitas paparan terhadap tayangan hiburan (Usaini, 2010). Selain itu, televisi menyediakan berbagai program yang membahas isu sosial, politik, dan budaya, menjadikannya sarana informasi yang luas bagi anak muda (Sadiq, 2021). Sementara itu, media sosial menawarkan bentuk keterlibatan yang lebih aktif melalui tren dan tantangan, yang membangun rasa komunitas dan kedekatan sosial yang tidak ditemukan pada media televisi konvensional (Vázquez-Herrero et al., 2021). Format video pendek di TikTok sesuai dengan preferensi generasi muda terhadap konten yang cepat dan mudah dipahami, meskipun hal ini juga mempercepat perubahan tren budaya (Chen, 2024). Lebih jauh lagi, media sosial memainkan peran penting dalam proses pembentukan identitas remaja karena memungkinkan mereka menjalin interaksi sosial dan mengeksplorasi kemandirian secara digital (Kühne et al., 2018). Oleh karena itu, meskipun televisi masih berperan penting dalam penyebaran nilai budaya, karakter media sosial yang lebih interaktif dan serba cepat kini semakin menentukan cara generasi muda membentuk dan menginternalisasi nilai-nilai budaya.

8. Contoh Sinergi Efektif antara Televisi dan Platform Digital dalam Pelestarian Budaya

Sinergi antara stasiun televisi dan platform digital memainkan peran kunci dalam pelestarian budaya lokal dengan memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Program seperti *Tembang Pantura* dari Cirebon menggabungkan elemen tradisional, seperti bahasa daerah dan musik tarling, dengan produksi digital kontemporer, yang berhasil memperkenalkan budaya Cirebon kepada audiens lebih luas. Meski demikian, meskipun sinergi ini menawarkan peluang besar, ada tantangan yang harus dihadapi, seperti potensi pengenceran budaya dan kebutuhan untuk pengelolaan konten digital yang hati-hati agar tetap menjaga keaslian dan menghormati tradisi lokal (Qiu, 2023).

9. Kritik Akademis terhadap Dominasi Budaya Populer dalam Televisi Indonesia

Pembuat **podcast** menghadapi berbagai tantangan dalam menyajikan kearifan lokal dengan cara yang menarik dan mendidik, yang dapat membatasi dampaknya dalam pelestarian budaya dan pendidikan. Salah satu masalah utama adalah keterlibatan pemirsa yang terbatas, terutama dalam menarik audiens muda yang lebih cenderung mengonsumsi konten global (Hasan et al., 2023), serta rendahnya minat terhadap topik budaya lokal yang mengurangi partisipasi pendengar ("*Local wisdom-based literary literacy in language and literature learning for senior high school students in Ternate: strategies and obstacles*," 2022). Selain itu, pembuat konten sering kali kekurangan pelatihan dan pemahaman tentang kearifan lokal, yang berpotensi menghasilkan konten yang kurang sesuai dengan harapan audiens ("*Local wisdom-based literary literacy in language and literature learning for senior high school students in Ternate: strategies and obstacles*," 2022). *Podcast* tetap memiliki potensi besar untuk menyebarkan kearifan lokal, terutama karena kemampuannya beradaptasi dengan teknologi modern dan menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga penting untuk mengatasi hambatan ini guna memaksimalkan potensi edukatifnya.

10. Tantangan Produser Televisi dalam Menyeimbangkan Nilai Budaya dan Tuntutan Pasar

Produser televisi menghadapi berbagai tantangan dalam menciptakan konten yang berbasis budaya lokal, terutama karena mereka harus menyeimbangkan pelestarian identitas budaya dengan tuntutan pasar yang terus berkembang. Di wilayah seperti Brittany, Prancis, keterbatasan pasar regional menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan finansial konten lokal. Selain itu, tekanan dari kompetisi komersial sering memaksa produser untuk lebih memprioritaskan konten yang mudah dijual daripada yang bermakna secara budaya, sebagaimana tercermin dalam dinamika industri penyiaran di Israel. Produser juga dihadapkan pada dilema antara mengikuti tren global dan

mempertahankan kekhasan lokal hal ini tampak dalam pengaruh drama Turki yang sukses secara internasional dan mulai membentuk preferensi produksi di berbagai negara (Acosta Alzuru, 2021).

Simpulan

Televisi Indonesia memiliki peran penting dalam membentuk dan menyebarkan hegemoni budaya, terutama melalui dominasi representasi budaya perkotaan, kelas menengah, dan pengaruh Barat, yang sering mengesampingkan budaya lokal atau menyajikannya dalam bentuk stereotip. Tayangan yang menargetkan generasi muda, secara tidak langsung membentuk pandangan mereka terhadap budaya yang dianggap “modern” dan “ideal,” sehingga nilai-nilai budaya dominan menjadi lebih diterima. Namun, meskipun cenderung memperkuat dominasi budaya tertentu, televisi juga berpotensi menjadi alat pelestarian budaya lokal jika diarahkan dengan baik. Program dokumenter, budaya daerah, dan konten edukatif menunjukkan relevansi media dalam memperkuat identitas budaya di era digital. Namun, logika pasar dan tuntutan *rating* seringkali menjadi kendala utama bagi keberagaman konten budaya lokal. Oleh karena itu, kontribusi televisi terhadap pelestarian budaya bergantung pada orientasi produksi dan kebijakan yang mendorong representasi yang adil, sementara kolaborasi dengan media daring di era digital dapat membuka ruang ekspresi budaya lokal, asalkan ada komitmen untuk menjadikan media sebagai sarana pelestarian, bukan hanya dominasi kultural.

Daftar Pustaka

- Acosta Alzuru, C. (2021). Will It Travel? The Local Vs. Global Tug-of-war for Telenovela and Turkish Dizi Producers. In *Transnationalization Of Turkish Television Series* (pp. 1–26). Istanbul University Press. <https://doi.org/10.26650/B/SS18.2021.004.001>
- Agustina Purwanti, & Maman Suryaman. (2023). CONSUMPTIVE IDEOLOGY HEGEMONY AS A LIFESTYLE IN RANS ENTERTAINMENT YOUTUBE CONTENT: GRAMSCI'S HEGEMONY STUDY. *Britain International of Linguistics Arts and Education (BioLAE) Journal*, 5(3), 289–297. <https://doi.org/10.33258/biolae.v5i3.1008>
- Angelo, E. A., Mujiono, M., & Alvin, S. (2023). Cultural Harmony in Motion: Revealing the Communication Prowess of Saung Angklung Udjo Community in Enriching Local Traditions. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 4(5), 954–961. <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v4i5.2010>
- Chen, S. (2024). The Impact of Tiktok Short Videos on Minors under the Perspective of Cultivation Theory. *Research and Commentary on Humanities and Arts*, 2(2). <https://doi.org/10.18686/rcha.v2i2.4024>

- Cusniawati, C., Sarah Shafira, S., Octavia, V., Imawan, K., & Erawati, D. (2024). Digital Cultural Production In The Entertainment Program “Tembang Pantura” on Cirebon Local Television. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(12), 2983–2994. <https://doi.org/10.59888/ajosh.v2i12.344>
- Efendi, A. N., Abni, S. R. N., & Kurniawati, E. (2022). Hegemoni dalam Naskah Drama 5 Babak Atas Nama Cinta Karya Agus R. Sarjono: Perspektif Antonio Gramsci. *SUAR BETANG*, 17(1), 41–54. <https://doi.org/10.26499/surbet.v17i1.317>
- Flax, R. (2024). Discourse and Hegemony. In *The Encyclopedia of Applied Linguistics* (pp. 1–5). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405198431.wbeal20043>
- Garison, A., Yakubu, D. D., & Tsokwa, S. B. (2024). Media Hegemony and the Suppression of Counter-Hegemony in Nigeria. *Asian Journal of Science, Technology, Engineering, and Art*, 2(5), 724–734. <https://doi.org/10.58578/ajstea.v2i5.3803>
- Haryono, C. G., Bungin, B., & Teguh, M. (2025). The guardian of local culture: the dynamic of Indonesian local television to survive against global media onslaught. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 23(1), 117–133. <https://doi.org/10.1108/JICES-08-2024-0123>
- Hasan, Z., Syarifuddin, S., Mokodenseho, S., Aziz, A. M., & Utami, E. Y. (2023). From Screen to Society: How Popular Culture Shapes Values and Beliefs in Indonesian Teenagers. *West Science Social and Humanities Studies*, 1(03), 107–114. <https://doi.org/10.58812/wsshs.v1i03.254>
- Hermanto, A., & Adawiyah, S. El. (2020). Indonesian Cultural Identity In The Message Of Public Service Announcements From Film Sensor Institutions 2014. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 5(1), 1–24. <https://doi.org/10.18326/inject.v5i1.1-24>
- Kuprii, T. (2023). Television as a Factor in Formation of Common Cultural Space and Integration of Society. *NATIONAL ACADEMY OF MANAGERIAL STAFF OF CULTURE AND ARTS HERALD*, 3. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.3.2023.289815>
- Laila Fazriah, F., Surahman, S., & Ardi Poetra, Y. (2023). Commodification of Content in the Soap Opera “Si Doel Anak Sekolah.” *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 149–156. <https://doi.org/10.30656/lontar.v11i2.7743>
- Lestari, P., & Sihombing, L. H. (2022). Learning Indonesian Culture through an Indonesian TV Series Si Doel Anak Sekolah. *Faktor : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 9(3), 298. <https://doi.org/10.30998/fjik.v9i3.15029>
- Mukhlizar, M., & Lestari, C. (2023). Analisis Program Galeri Budaya Nusantara (GAYARA) Radio Republik Idonesia dalam Meningkatkan Pemahaman Masyarakat terhadap Budaya Nasional. *Kaganga:Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 6(1), 25–30. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.4695>

- Nurfitria, S., Yusuf, M., & Mandala, I. (2022). MIGRASI MEDIA TELEVISI MAINSTREAM KE DIGITAL. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 2(1), 37–54. <https://doi.org/10.32923/kpi.v2i1.2489>
- Nurwahid, A., Safira, C., & Fk Wibowo, E. (2024). ‘Bad word’ for good engagement: The commodification of ‘the Suroboyoan language’ in Indonesian local television newsroom. *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 67, 143–175. <https://doi.org/10.26650/CONNECTIST2024-1512951>
- Pamungkas, Y. C., Moefad, A. M., & Purnomo, R. (2024). Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi. *Metta : Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 4(4), 28–36. <https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>
- Putri, K. W., Widiyanarti, T., Putri, K. A. W., Naila, S. S., Mukhlisin, A. S., Purwanto, E., & Rahmah, A. (2024). Mengatasi Hambatan Komunikasi Antar Budaya. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 9. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i4.100>
- Qiu, Y. (2023). New Media and Intangible Cultural Heritage. *Communications in Humanities Research*, 6(1), 358–364. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/6/20230304>
- Sadiq, K. (2021). Television as a Source of Cultural Inspiration: Measuring Impact of Television Programs on Cultural Values of Youth. *Print, Radio, TV and Film Studies*, 2, 1–11. <https://doi.org/10.71016/prtfs/5jfn3998>
- Saskita, I. N. U. S. A. (2024). Komodifikasi Tradisi Omed-Omedan Banjar Kaja Desa Adat Sesetan Kota Denpasar. *Socio-Political Communication and Policy Review*, 1(3), 116–126. <https://doi.org/10.61292/shkr.124>
- Sidiq, F. (2023). The Role and Challenges of Indonesian Broadcasting Commission (KPI) in Facing the Digitalization Era of Broadcasting Media in Indonesia. *International Journal of Linguistics, Communication, and Broadcasting*, 1(4), 15–19. <https://doi.org/10.46336/ijlcb.v1i4.24>
- Sulistya A, A., Hadiaty Y, S., & Kalfin. (2025a). CSulistya A, A., Hadiaty Y, S., & Kalfin. (2025). Cultural Identity in Digital Broadcasting in Indonesia: Challenges and Opportunities in the Era of Globalization. *International Journal of Linguistics, Communication, and Broadcasting*, 2(4), 116–120. <https://doi.org/10.46336/ijlcb.v2i4.156>
- Sulistya A, A., Hadiaty Y, S., & Kalfin. (2025b). Cultural Identity in Digital Broadcasting in Indonesia: Challenges and Opportunities in the Era of Globalization. *International Journal of Linguistics, Communication, and Broadcasting*, 2(4), 116–120. <https://doi.org/10.46336/ijlcb.v2i4.156>
- Syafiqoh, S., & Hidayat, D. (2024). Pengaruh Film Dokumenter Nada Nusantara Terhadap Kesadaran Siswa Smk Dalam Pelestarian Budaya Lokal (Survei Terhadap Siswa Kelas

XI SMKN 10 Bandung). Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, 11(1). <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.6130>

Vázquez-Herrero, J., Negreira-Rey, M.-C., & Rodríguez-Vázquez, A.-I. (2021). Intersections between TikTok and TV: Channels and Programmes Thinking Outside the Box. *Journalism and Media*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2010001>

Wulandari, R., Firstiyanti, A. H., & Sentana, A. (2024). HEGEMONY ANALYSIS IN BUDI PEKERTI MOVIE USING ANTONIO GRAMSCI'S THEORY. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(06), 54–60. <https://doi.org/10.56127/jukim.v3i06.1837>