

## **GELORA MUDA LARE OSING: Digital Native dan Pewarisan Budaya di Jagat Maya**

**Wiwin Indiarti**

Fakultas Bahasa dan Seni Universitas PGRI Banyuwangi  
Jl. Ikan Tongkol No.22, Banyuwangi - Jawa Timur  
wiwinindiarti@gmail.com

Naskah masuk: 11-03-2017

Revisi akhir: 08-05-2017

Disetujui terbit: 16-05-2017

### **DIGITAL NATIVES AND CULTURAL INHERITANCE IN VIRTUAL WORD: A Case of Lare Osing in Banyuwangi**

#### **Abstract**

*The development of sophisticated technology has caused a major change in how to communicate in the digital era. Social media has been widely used as a means of communication. The power of social media provides a new way of inheriting culture. This qualitative descriptive research is intended to look at the use of social media that has cultural content and its function in cultural inheritance to Lare Osing (young people of Banyuwangi). The research results show that cultural content-based social media managed by digital natives have successfully attracted the people's attention, especially the youngsters. This type of social media has strategic position as the media of inheriting local culture, maintaining cultural identity, strengthening social values and local wisdom, enriching the local people's outlook on life as well as the giver of the meaning of culture.*

**Keywords:** social media, cultural inheritance, digital natives, Lare Osing

#### **Abstrak**

*Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan perubahan besar dalam cara berkomunikasi di era digital, salah satunya mewujud dalam penggunaan media sosial yang semakin marak. Kekuatan media sosial yang tidak dimiliki media konvensional memberikan peluang dalam cara baru pewarisan budaya. Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial berkonten budaya dan fungsi media sosial dalam pewarisan budaya bagi kaum muda Banyuwangi (Lare Osing). Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berbasis konten budaya yang dikelola oleh kaum muda (digital native) mampu menarik minat khalayak, khususnya kaum muda, dan memiliki kedudukan penting sebagaisarana pewarisan budaya lokal dalam hal: peneguh identitas kultural, pemerkuat nilai sosial dan kearifan lokal, pemer kaya khasanah kehidupan masyarakat lokal, dan pemberi makna budaya.*

**Kata Kunci:** media sosial, pewarisan budaya, digital native, lare Osing

## **I. PENDAHULUAN**

Indonesia memiliki potensi kekayaan budaya yang besar dan menyebar ke penjuru Nusantara. Namun, kekayaan budaya yang besar itu akan mengalami masa surut bila tidak ditransformasikan dan diinteraksikan kepada generasi penerus. Pada kenyataannya dewasa ini tidak sedikit kekayaan budaya yang mengalami dan mengarah pada kepunahan. Berbagai unsur kebudayaan lokal seperti tradisi lisan, bahasa daerah, dan seni pertunjukan tradisional hampir tidak dipedulikan lagi keberadaannya, padahal

kebudayaan dengan berbagai unsur pembentuknya merupakan ekspresi masyarakat pemiliknya dan merupakan manifestasi kehidupan yang ditampilkan dengan estetis. Sementara itu, arus budaya global dengan intensitas tinggi menghantam eksistensi budaya-budaya Indonesia terutama berkaitan dengan gaya hidup. Dalam menghadapi tantangan berkaitan dengan tekanan budaya global tersebut sangat diperlukan upaya terus menerus dalam pelestarian dan pewarisan budaya. Kaum muda memiliki peran sentral dalam preservasi budaya dan tradisi sebagai pembentuk identitas mereka.

Pada sisi yang lain, perkembangan teknologi informasi di era globalisasi melaju kian pesat di dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan perangkat teknologi yang semakin canggih berbasis internet memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi dan berkomunikasi dengan mudah di era digital. Berdasarkan data hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2016 dapat diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta (51,8%) dari total populasi penduduk Indonesia yang sejumlah 256,2 juta orang.<sup>1</sup>

Seiring dengan perkembangannya, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang biasa dikenal dengan sebutan media sosial. Dari seluruh jumlah pengguna internet di Indonesia, 129,2 juta orang (97,4%) adalah pengguna media sosial.<sup>2</sup> Sebagaimana yang diketahui, media sosial merupakan salah satu media *online* dimana para penggunanya dapat ikut serta dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan menjangkau pertemanan, dengan segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti *Blog, Facebook, Instagram, dan Twitter*.

Keberadaan media sosial turut membawa dampak tersendiri terhadap aktivitas yang dilakukan oleh manusia saat ini. Memasuki era globalisasi, kaum muda merupakan kalangan yang sering menggunakan media internet khususnya media sosial sebagai sarana untuk mencari informasi, hiburan, maupun berkomunikasi dengan teman di situs jejaring sosial. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2016 dapat diketahui bahwa semakin banyak pengguna internet merupakan anak muda (42,8%) yang menggunakan media tersebut sebagai sarana penunjang untuk memenuhi kebutuhan akan

informasi maupun hiburan.<sup>3</sup>

Istilah "media sosial" (kadang-kadang disebut sebagai "Web 2.0") mengacu pada berbagai layanan berbasis internet dan *mobile* yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam pertukaran *online*, memberikan kontribusi konten yang dibuat pengguna, atau bergabung dengan komunitas *online*.<sup>4</sup> Menurut C. Widyo Hermawan, penggunaan media sosial telah menghadirkan sebuah *web forum* yang dapat membentuk suatu komunitas *online*.<sup>5</sup> Dengan karakteristik tersebut, media sosial adalah wahana tempat menampung gagasan, pendapat, dan segala bentuk informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu dengan lainnya. Pada umumnya forum *online* hanya memiliki suatu pokok bahasan tertentu, namun demikian tidak menutup kemungkinan dapat meluas hingga ke berbagai bidang lainnya.

Berkembangnya media sosial juga telah memunculkan kecenderungan baru terhadap menguatnya kebanggaan dan identitas lokal. Berbagai komunitas di daerah mulai aktif menggunakan media sosial untuk menampilkan konten yang berisi unsur-unsur budaya dan identitas lokal, seperti penggunaan bahasa daerah, kuliner tradisional, pakaian adat, wisata budaya, sejarah, seni pertunjukan, ritual dan aspek-aspek kebudayaan daerah lainnya. Kekuatan media sosial dalam menjangkau teman maupun pengikut (*followers*) memberikan kemudahan dalam transformasi budaya lokal sehingga dapat diakses dengan mudah melalui media sosial. Realitas media sosial tersebut membuka peluang baru untuk mengangkat kembali budaya lokal, memunculkan potensi budaya dan melestarikan nilai-nilai budaya yang selama ini mulai luntur.

Kepedulian untuk melestarikan budaya

<sup>1</sup> Tim Polling Indonesia, *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: Survey 2016*. (Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016), hlm. 6.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 22.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hlm. 7.

<sup>4</sup> Michael Dewing, *Social Media an Introduction*. (Ottawa, Canada: Library of Parliament, 2012), hlm. 1.

<sup>5</sup> C. Widyo Hermawan, *Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*. (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2009), hlm. 1-2.

lokal ternyata muncul bukan hanya dari tokoh-tokoh tua atau kalangan budayawan, tetapi dapat juga tumbuh dikalangan muda, pelajar atau mahasiswa. Geliat dan gairah anak muda dalam pelestarian budaya juga tumbuh di Banyuwangi. Berbagai komunitas budaya di Banyuwangi mulai memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana penting dalam menunjang keberadaan mereka. Komunitas *Byek Banyuwangi* adalah salah satu komunitas yang memiliki kepedulian besar terhadap budaya lokal di Banyuwangi. Komunitas ini berkembang dan dikenal lewat media sosial *Instagram* yang memuat konten-konten berisi khasanah kekayaan budaya lokal, utamanya kebudayaan Using di Banyuwangi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan media sosial berkonten budaya dan fungsi media sosial dalam pewarisan budaya bagi *Lare Osing* (kaum muda Banyuwangi). Dalam penelitian ini, peneliti akan mengamati penggunaan media sosial oleh komunitas *Byek Banyuwangi* yang dikelola oleh kaum muda di Banyuwangi sebagai salah satu wahana pelestarian budaya lokal.

Jenis penelitian ini menggunakan studi deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang

alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian ialah komunitas *Byek Banyuwangi*, dengan lokasi penelitian berada di wilayah kota Banyuwangi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara percakapan informal yang merujuk pada sifat wawancara yang sangat terbuka dan longgar (tidak terstruktur). Wawancara dengan informan dilakukan seperti halnya percakapan biasa, sehingga subjek yang sama kadangkala harus didatangi kembali oleh peneliti untuk pertanyaan yang berbeda atau mirip sehingga jawaban terdahulu mungkin dapat ditambahkan atau direvisi oleh subjek.<sup>7</sup> Sumber yang akan diwawancarai yaitu pendiri dan *admin* (pengelola) *Byek Banyuwangi*. Dokumentasi yang didapat berupa *capture* dari bentuk komunikasi dan konten yang dilakukan oleh komunitas *Byek Banyuwangi* melalui media sosial *Instagram*.

## II. DIGITAL NATIVE DAN PEWARISAN BUDAYA DI JAGAT MAYA

### A. *Byek Banyuwangi*: Gagah Tanpa Lupa Budaya

Komunitas bernama *Byek Banyuwangi* didirikan oleh beberapa anak muda yang memiliki kepedulian dalam melestarikan budaya suku Using (Osing)<sup>8</sup> di Banyuwangi. Mereka adalah anak-anak muda usia di bawah 30 tahun yang termasuk dalam

---

<sup>6</sup> H. Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika. 2010), hlm. 9.

<sup>7</sup> Pawito, *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (Yogyakarta: LkiS, 2007), hlm. 132-133.

<sup>8</sup> Using (Osing) merupakan komunitas etnis yang ada di ujung timur Jawa. Wilayah hunian komunitas etnis Using saat ini terutama tersebar di desa-desa di Banyuwangi bagian tengah dan utara. Meskipun demikian, berdasar data resmi Badan Pusat Statistik tahun 2010 tidak memasukkan Using sebagai suku bangsa tersendiri, namun merupakan bagian dari kelompok suku Jawa bersama-sama dengan Tengger, Bawean/ Boyan, Samin, Naga, dan Nagaring (Naim, A dan Hendri S., 2011. *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-Hari Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk Indonesia 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik). Untuk deskripsi sejarah dan budaya masyarakat Using, lihat antara lain; Sri Margana, 2012, *Ujung Timur Jawa 1763-1818: Perebutan Hegemoni Blambangan*, (Yogyakarta: Pustaka Ifada); Robert Wessing, 2013, "Celebrations of Life. The Gendhing Seblang of Banyuwangi, East Java," dalam *Bulletin de l'École française d'Extrême-Orient* 99:155225; Salamun, Sumintarsih, dan Th. Esti Wuryansari, 2015, *Komunitas Adat Using Desa Aliyan Rogojampi Banyuwangi Jawa Timur: Kajian Ritual Keboan*, (Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya)

kelompok *digital native*.<sup>9</sup>

Dalam bahasa Using,<sup>10</sup> *byek* merupakan sebuah ungkapan yang memiliki arti serupa dengan kata 'wow' atau 'wah'. Komunitas ini berdiri di awal tahun 2016 karena didorong keprihatinan mereka terhadap degradasi nilai budaya dan bahasa Using yang mulai tergerus oleh derasnya arus modernitas. Oleh karena itu, komunitas ini memiliki tujuan agar anak-anak muda di Banyuwangi lebih mencintai kebudayaannya sendiri namun dengan “gaya kekinian”.<sup>11</sup> Idiom anak muda “gaya kekinian” itu mewujud dalam salah satu *tagline* dari *Byek Banyuwangi* yaitu *Makne Sagah Sing Lali Budaya* (Agar Gagah Jangan Lupa Budaya).

Komunitas *Byek Banyuwangi* mencoba menggali berbagai potensi budaya Using diantaranya bahasa daerah, kesenian tradisional, ritual dan tradisi dalam kemasan yang lebih mudah diterima oleh kalangan muda. Pilihan utama komunitas ini menggunakan media sosial *Instagram* adalah salah satu strategi khas anak muda yang pada umumnya sangat memperhatikan tampilan luar atau kemasan yang menarik. Media sosial *Instagram* merupakan salah satu yang paling banyak dipakai di seluruh dunia yang berfokus pada foto/gambar sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi. Melalui akun Instagram *byek banyuwangi*, para *lare Osing* tersebut menularkan kecintaannya akan budaya lokal Banyuwangi dengan mengirim (*posting*) gambar dan foto yang menarik.



Gambar 1. Tampilan akun instagram *Byek Banyuwangi*



Tabel 1.

Data pengikut *Byek Banyuwangi* berdasar umur dan jenis kelamin

Tabel 2.

Data pengikut *Byek Banyuwangi* berdasar domisili/kota

<sup>9</sup> Putu LaxmanPentid, “Digital Native, Literasi Informasi dan Media Digital: Sisi Pandang Kepustakawanan,” makalah disajikan dalam *Seminar dan Lokakarya Perubahan Paradigma Digital Natives*, Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga 17 - 18 Januari 2013. Istilah “Digital Native” (digital sejak lahir) diperkenalkan Marc Prensky untuk merujuk ke sebuah generasi yang berbeda dari apa yang ia sebut *Digital Immigrant* (pendatang digital). *Digital Native* dan *Digital Immigrant* adalah dua istilah yang digunakan Marc Prensky untuk membedakan keterkaitan manusia dengan teknologi saat ini. *Digital Native* merupakan gambaran seseorang (terutama anak hingga remaja) yang sejak kelahirannya telah terpapar gencarnya perkembangan teknologi, seperti perkembangan komputer, internet, animasi dan sebagainya yang terkait dengan teknologi. Sedangkan *Digital Immigrant* merupakan gambaran seseorang (terutama yang telah berumur) yang selama masa kehidupan anak hingga remaja berlangsung sebelum berkembangnya komputer.

<sup>10</sup> Keberadaan bahasa Using telah diakui sebagai bahasa daerah tersendiri, bukan dialek bahasa Jawa, dan merupakan salah satu dari kurang lebih 70 bahasa daerah yang telah dianggap sebagai warga bahasa Indonesia (Dendy Sugono, et al., 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa - Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.).

<sup>11</sup> Wawancara dengan informan, Akbar Wiyana (salah satu pendiri *Byek Banyuwangi*), 20 Januari 2017.

Meski masih berumur satu tahun, *Byek Banyuwangi* sudah memiliki puluhan ribu pengikut (*followers*) dalam akun *Instagram*-nya. Hal tersebut menunjukkan antusiasme dan apresiasi para pengguna media sosial terhadap kreativitas mereka dalam mengunggah konten-konten budaya Using di Banyuwangi. Berdasarkan data komposisi dan jumlah pengikut *Byek Banyuwangi* menunjukkan bahwa sebagian besar mereka rata-rata adalah kaum muda yang memiliki rentang usia 13-34 tahun (93%), meskipun ada juga pengikut yang berusia di atas 34 tahun yang prosentase jumlahnya hanya 7% (lihat tabel 1). Perimbangan jenis kelamin para pengikut *Byek Banyuwangi* menunjukkan adanya jumlah yang lebih banyak pada pengikut laki-laki sejumlah 56% dibanding pengikut perempuan sejumlah 44% (lihat tabel 1). Sedangkan jika dilihat dari persebaran domisili para pengikut *Byek Banyuwangi* tersebar di 4 kota yaitu Banyuwangi, Malang, Jember, Jakarta dan Denpasar (lihat tabel 2).

Paparan data tersebut menunjukkan bahwa *Byek Banyuwangi* tidak hanya diakses dan diapresiasi di lingkup lokal Banyuwangi tapi juga di luar wilayah Banyuwangi. Karakteristik aksesibilitas yang dimiliki media sosial membuat media ini dapat digunakan di mana saja dan kapan saja, asal koneksi internet tersedia. Meskipun demikian, konten lokal yang menjadi ikon *Byek Banyuwangi*, secara tidak langsung menunjukkan bahwa media ini adalah jenis media lokal yang mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan masyarakat setempat. Keberadaan pengikut *Byek Banyuwangi* yang berada di luar Banyuwangi, jika dicermati lebih jauh menunjukkan bahwa domisili pengikut tersebut merupakan kota-kota utama tujuan *Lare Osing* untuk melanjutkan studi maupun bekerja, sehingga mereka tetap memiliki keterkaitan lokalitas dengan Banyuwangi. Bentuk lokalitas lain yang ditunjukkan oleh *Byek Banyuwangi* adalah penggunaan beberapa *tagline* yang bercirikan kedaerahan

seperti; *Ajeg Jejege Basa Using* (Tegak Berdirinya Bahasa Using), *Makne Sagah Sing Lali Budaya* (Agar Gagah Jangan Lupa Budaya) dan *Beautiful Cultural on Banyuwangi* (Keelokan Budaya Banyuwangi).

Kehadiran media sosial yang menjunjung nilai-nilai kearifan lokal suatu daerah, seperti halnya *Byek Banyuwangi*, juga bisa dimaknai sebagai bentuk keikutsertaan masyarakat (*community participation*) dalam pelestarian budaya. Pada posisi ini, media sosial yang dikelola komunitas pegiat budaya lokal menjadi harapan karena mempunyai peluang untuk membawa nilai-nilai luhur budaya lokal yaitu dengan mengangkat budaya dan kearifan lokal (*local wisdom*) yang berkembang dalam masyarakat pemiliknya.

### **B. *Byek Banyuwangi*: Media Sosial dan Fungsi Pewarisan Budaya**

Sebagai bentuk baru dari media massa modern di era digital, media sosial berkonten budaya lokal mengacu dan menyesuaikan diri pada kebutuhan masyarakat setempat. Keberadaan media lokal yang mengangkat aspek lokalitas dalam kontennya memiliki peran dalam pewarisan nilai. Pewarisan nilai budaya merupakan cara-cara di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai suatu kelompok yang disampaikan melalui media massa.<sup>12</sup> Dari hasil analisis isi terhadap *Instagram Byek Banyuwangi* sebagai media sosial berkonten budaya, media sosial tersebut memiliki kedudukan penting sebagai media pewarisan budaya lokal dalam hal: peneguh identitas kultural, pemerkuat nilai sosial dan kearifan lokal, pemer kaya khasanah kehidupan masyarakat lokal, dan pemberi makna budaya. Kedudukan sebagai media pewarisan budaya ini terutama berkaitan dengan anak muda yang menjadi pewaris budaya di Banyuwangi dan sekaligus audiens dari *Byek Banyuwangi* yang merupakan sekumpulan pembaca, massa, kelompok sosial/ publik maupun pasar/konsumen.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Joseph R. Dominiek, *The Dynamics of Mass Communication* (UK: McGraw Hill, 2011), hlm. 35.

<sup>13</sup> Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa*. Edisi 2 (Jakarta: Erlangga. 1987), hlm. 206-208.

Berikut ini adalah paparan tentang kedudukan *Byek Banyuwangi* sebagai media pewarisan budaya lokal:

### 1. Media Peneguh Identitas Kultural

Identitas kultural seseorang pada umumnya tumbuh melalui pengalaman langsung ketika ia bersentuhan dengan aspek-aspek budaya tempat ia berasal. Namun demikian, identitas juga bisa dibangkitkan (*activated*) melalui reportase (apa yang disampaikan) media, misalnya melalui penggambaran artistik di mana di dalamnya terkandung tema-tema budaya tertentu; dengan pertunjukan-pertunjukan musik yang diidentifikasi dengan suatu kelompok kebudayaan tertentu; dan melalui berbagai pengalaman dengan orang-orang atau media-media yang lain.<sup>14</sup>

Media sosial berkonten budaya lokal merupakan salah satu sarana untuk membangkitkan identitas kultural seseorang. Konten yang berupa foto/gambar disertai *caption* (keterangan/deskripsi atas konten yang ditampilkan) yang terdapat di dalamnya memuat penggambaran artistik yang mengandung tema budaya tertentu. Dari hasil penelitian, konten-konten yang ada di *Byek Banyuwangi* secara lugas menampilkan identitas budaya Using dan Banyuwangi, kecuali untuk konten iklan. Hal itu bisa terlihat dari penggunaan bahasa Using dalam *caption* yang ada dalam konten yang ditampilkan, di samping penggunaan bahasa Indonesia. Selain itu, unsur-unsur budaya Using yang meliputi seni pertunjukan tradisional (*gandrung*, *barong*, *janger*, dan sebagainya), ungkapan tradisional (*basanan*, *wangsalan*, dan sebagainya), makanan tradisional (*pecel pitik*, *sego tempong*, dan sebagainya), ritual adat (*barong ider bumi*, *keboan*, *seblang*, dan sebagainya) dan pengenalan istilah bahasa Using menjadi menu yang sering dijadikan konten dalam *Byek Banyuwangi*. Penggambaran artistik yang terdapat dalam setiap konten dapat membantu pembaca dan pengikut untuk

lebih mudah “membangkitkan” identitas kulturalnya sehingga mereka lebih mengenal budayanya. Selain itu, semua konten dalam *Byek Banyuwangi* menyertakan foto yang menarik sebagai unsur utama dalam media sosial *Instagram*. Foto-foto yang disertai *caption* mempunyai fungsi penting dalam membangkitkan identitas kultural masyarakat.

### 2. Media Pemerkuat Nilai Sosial dan Kearifan Lokal

Peran media sosial, sebagai salah bentuk baru media massa di era digital, dalam kehidupan sosial kemasyarakatan amatlah penting berkaitan dengan pewarisan sosial. Pewarisan sosial di media massa bisa memperkuat kesepakatan nilai-nilai sosial dalam masyarakat.<sup>15</sup> Nilai-nilai tersebut sangat berpengaruh pada cara pandang mereka terhadap suatu peristiwa.

Konten yang terdapat dalam *Byek Banyuwangi* banyak menyajikan nilai positif yang secara implisit terkandung pengertian tentang pelestarian dan juga pewarisan, khususnya menyangkut nilai-nilai kearifan lokal. Salah satu contoh nilai positif ditunjukkan oleh *Byek Banyuwangi*, misalnya dengan menampilkan konten mengenai pengertian istilah bahasa Using *telikas* yang berarti 'segera'. Hal ini secara tidak langsung menanamkan nilai kearifan lokal untuk tidak menunda-nunda suatu pekerjaan dan sesegera mungkin menyelesaikannya. Contoh nilai positif lain yang terdapat dalam konten di *Byek Banyuwangi* adalah konten mengenai *wangsalan* Using (salah satu bentuk ungkapan tradisional Using) berbunyi *gelepung sawi* yang bermakna 'janji'. Hal ini mengindikasikan bahwa 'janji' bagi masyarakat Using di Banyuwangi merupakan nilai kultural yang dianggap penting sebagai suatu kewajiban untuk segera memenuhinya. Secara garis besar, dapat disimpulkan bahwa konten yang terdapat dalam *Byek Banyuwangi* banyak menampilkan nilai-nilai positif yang menjadi

<sup>14</sup> Myron W. Lustig & Jolene Koester, *Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures* (Boston : Allyn & Bacon, 2010), hlm. 145.

<sup>15</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Gra?ndo Persada, 2007), hlm. 87.

kearifan dalam kehidupan masyarakat lokal.

Nilai sosial dan kearifan lokal dapat ditinjau dari penggunaan bahasa lokal, penjelasan tradisi budaya, dan juga penjelasan tentang praktik budaya. Konten *Byek Banyuwangi*, dalam hal penggunaan bahasa lokal, terdapat perimbangan antara penggunaan bahasa Using dengan bahasa Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa *Byek Banyuwangi* merupakan media lokal yang menggunakan bahasa lokal untuk menarik perhatian pembaca. Penggunaan bahasa Indonesia lebih dikarenakan selain merupakan bahasa nasional dan paling banyak dipahami, juga karena pertimbangan tidak semua pengikut *Byek Banyuwangi* cukup paham dengan bahasa Using, bahkan meskipun mereka orang Using atau Banyuwangi sekalipun. Dengan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Using secara bersamaan atau bergantian, diharapkan dapat menarik mereka yang tidak bisa berbahasa Using untuk sedikit demi sedikit mempelajarinya. Misalnya saja dalam konten yang berjudul “unyik” dengan tampilan foto seorang gadis muda yang sedang tersenyum. Dalam konten tersebut *Byek Banyuwangi* menjelaskan kata Using *unyik* yang berarti “senyum” disertai dengan contoh penggunaannya dalam kalimat; *sing paran-paran rika disandhing wong liya, unyik rika magih bisa sun sawang* (tidak mengapa kamu bersama orang lain, senyummu masih bisa kupandang). Hal ini menunjukkan bahwa aspek lokalitas melalui bahasa daerah dalam media lokal menjadi hal yang penting untuk ditonjolkan. Penggunaan bahasa lokal dan ragam dialek yang khas merupakan sarana penting karena bahasa merupakan simbol budaya yang membuat sebuah media bisa menampilkan salah satu bentuk khasanah kekayaan budaya lokal sekaligus pula menyapa publik lokalnya dengan lebih intim. Selain itu, penggunaan potensi budaya lokal perlu dimunculkan karena bisa menjadi ciri khas atau identitas budaya itu sendiri dan dikenal oleh masyarakat luas. Pada posisi ini, media sosial berkonten budaya punya peluang membawa nilai-nilai kearifan

budaya daerah. Hal ini bisa dilakukan dengan mengangkat tradisi budaya dan menjelaskan tentang praktik budaya dalam konten yang disajikan. Keberadaan konten budaya tersebut akan menjadi proses pembelajaran dan penanaman nilai-nilai budaya lokal di masyarakat.

Dari hasil temuan penelitian, terdapat konten-konten yang menunjukkan adanya praktik budaya yang disajikan. Salah satu bentuk praktik budaya adalah tradisi dan ritual adat. Dalam *Byek Banyuwangi* terdapat konten praktik budaya seperti misalnya tradisi *Barong Ider Bumi*, ritual adat *Seblang* dan ritual adat *Keboan*. Tradisi ritual adat pada masyarakat Using tersebut masih berlangsung hingga kini sebagai bentuk manifestasi rasa syukur dan permohonan keselamatan yang merupakan relasi antara manusia, alam semesta dan Tuhan. Berbagai ritual adat tersebut ditampilkan oleh *Byek Banyuwangi* dengan foto menarik disertai dengan *caption* yang menjelaskan secara singkat sejarah, fungsi dan nilai-nilai kearifan serta praktik budaya yang berlangsung dalam tradisi dan ritual tersebut.

### 3. Media Pemer kaya Khasanah Kehidupan Masyarakat Lokal

Media lokal memiliki peran untuk mengulas tentang kehidupan masyarakat lokal, terkait dengan identitas lokal sebuah daerah. Hal ini merupakan upaya dalam membangun dan mengedepankan aspek lokalitas sebuah media sehingga dapat menarik perhatian pembaca. Selain itu, partisipasi masyarakat tidak hanya berhenti dalam tataran sebagai pembaca namun juga bisa mengakses langsung terhadap isu yang sedang terjadi.<sup>16</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam konten yang memuat isu-isu lokal secara tidak langsung juga membahas mengenai kehidupan keseharian masyarakat lokal. Dalam hal ini yang dimaksud masyarakat lokal adalah penduduk di Banyuwangi. *Byek Banyuwangi* dalam kontennya juga mengulas tentang kehidupan

---

<sup>16</sup> Meryl Aldrigde, *Understanding The Local Media*, (England: The McGraw-Hill Companies, 2007), hlm. 162.

keseharian masyarakat lokal. Misalnya saja dalam konten tentang *nasi lemang*, yang menyajikan konten berisi foto keseharian masyarakat lokal Banyuwangi dalam proses pembuatan nasi lemang disertai *caption*: “*Nasi Lemang* khas Desa Banjar, Licin, Banyuwangi. Butuh lima jam proses memasaknya hingga menu ini bisa dinikmati.”

Adanya konten yang berisi tentang keterlibatan masyarakat dalam suatu peristiwa budaya, juga merupakan salah satu kategori yang muncul untuk memenuhi fungsi pewarisan budaya. Bentuk keterlibatan masyarakat salah satunya terwujud dalam keterlibatan masyarakat lokal yang bahu-membahu dalam penyelenggaraan ritual adat *Tumpengsewu*. Dalam konten tentang ritual adat *Tumpengsewu* di desa Kemiren, *Byek Banyuwangi* memuat *caption* yang menjelaskan bagaimana masyarakat Kemiren menyiapkan pesta rakyat tersebut dengan menyediakan ribuan tumpeng sebagai bentuk partisipasi mereka dalam selamatan bersih desa.

#### 4. Media Pemberi Makna Budaya

Dalam proses pemberian makna budaya terdapat pula proses produksi dan distribusi nilai budaya. Media sosial berkonten budaya seperti *Byek Banyuwangi* menjalankan proses tersebut dengan cara menampilkan konten yang di dalamnya terdapat proses produksi nilai budaya. Sebagai contoh, dalam setiap peristiwa budaya yang diunggah, ditampilkan pula sejarah dan asal usul sebuah tradisi, proses berlangsungnya tradisi, dan bagaimana implementasinya pada zaman ini. Dengan disajikannya konten yang mengandung pengetahuan tentang suatu budaya, pengikut dan pembaca (masyarakat) secara tidak langsung akan memaknai peristiwa budaya yang terjadi. Hal tersebut juga berarti membantu masyarakat untuk mengerti dan memahami budayanya. Proses distribusi tidak lepas dari fungsi media massa sebagai saluran informasi yang jika diterapkan pada media sosial berarti

proses penyebaran konten saat menyampaikan isu-isu lokal kepada khalayak untuk menanamkan nilai-nilai budaya.

Hal lain yang menjadi bagian dalam proses pemberian makna budaya adalah adanya simbol-simbol budaya tertentu. Keberadaan simbol-simbol budaya lokal yang terdapat dalam setiap konten, dapat memudahkan pembaca dan masyarakat mengenali dan memahami perkembangan budaya dalam kehidupannya. Simbol-simbol ini misalnya merujuk pada elemen-elemen budaya yang ada dalam tradisi atau ritual adat tertentu. Simbol budaya tersebut bisa berupa pakaian, makanan dan minuman, doa dan mantra serta elemen-elemen hasil alam yang merupakan wujud keseimbangan relasi antara manusia, alam dan Tuhan.

### III. PENUTUP

Dengan atribut yang dapat mempengaruhi cara orang berinteraksi *online*, media sosial membuka cara-cara baru untuk kolaborasi, diskusi dan berbagi informasi. Kekuatan media sosial yang tidak dimiliki media konvensional memberikan peluang dalam cara baru pewarisan budaya, terutama yang digawangi oleh kaum muda sebagai *digital native*, pewaris dan pemegang tongkat estafet kebudayaan.

Media sosial berkonten budaya memiliki peran penting sebagai sarana dalam pewarisan budaya dalam hal; peneguh identitas kultural, pemerkuat nilai sosial dan kearifan lokal, pemer kaya khasanah kehidupan masyarakat lokal, dan pemberi makna budaya.

Peran pewarisan budaya seperti yang dilakukan oleh komunitas *Byek Banyuwangi* menunjukkan bahwa melalui konten media sosial yang berkaitan dengan kebudayaan lokal di Banyuwangi, secara tidak langsung kaum muda Banyuwangi ikut berperan aktif melestarikan tradisi budaya Using dalam berbagai bentuknya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aldridge, Meryl, 2007. *Understanding The Local Media*. England: The McGraw-Hill Companies.
- Dominiek, Joseph R., 2011. *The Dynamics of Mass Communication*. UK: McGraw Hill.
- Herdiansyah, H., 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Hermawan, C., 2009. *Widyo Cara Mudah Membuat Komunitas Online dengan PHPBB*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Lustig, Myron W. & Jolene Koester, 2010. *Intercultural Competence :Interpersonal Communication Across Cultures*. Boston: Allyn & Bacon.
- Margana, Sri, 2012. *Ujung Timur Jawa 1763-1818: Perebutan Hegemoni Blambangan*. Yogyakarta: Pustaka Ifada.
- McQuail. 1987. *Teori Komunikasi Massa*, edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Michael, Dewing, 2012. *Social Media an Introduction*. Ottawa: Library of Parliament.
- Naim, A dan Hendri S., 2011. *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-Hari Penduduk Indonesia: Hasil Sensus Penduduk Indonesia 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Gra?ndo Persada.
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS.
- Pendit, Putu Laxman, 2013. "Digital Native, Literasi Informasi dan Media Digital: sisi pandang kepastakawanan." Makalah disajikan dalam *Seminar dan Lokakarya Perubahan Paradigma Digital Natives*. Salatiga: Universitas Kristen Satya Wacana, 17 - 18 Januari.
- Salamun, Sumintarsih, dan Th. Esti Wuryansari, 2015. *Komunitas Adat Using Desa Aliyan Rogojampi Banyuwangi Jawa Timur: Kajian Ritual Keboan*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)
- Sugono, Dendy et al., 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Edisi Keempat)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tim Polling Indonesia, 2016. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia: Survey 2016*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Wessing, Robert, 2012. "Celebrations of Life. The Gendhing Seblang of Banyuwangi, East Java," dalam *Bulletin de l'École française d'Extrême-Orient* 99:155225.

