

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Teknologi informasi telah menjadi bagian penting dalam transformasi sosial-ekonomi, dengan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sosial, ekonomi, dan politik. Perkembangan ini telah mengubah cara manusia berinteraksi, terutama melalui munculnya komunikasi digital yang merombak pola perilaku sosial, budaya, serta norma dan etika masyarakat. Sejak awal era telekomunikasi, komunikasi digital telah mengalami evolusi dari konsep dasar yang diperkenalkan oleh Shannon pada tahun 1948, yang memulai era informasi dengan teori komunikasi, hingga berkembang menjadi teknologi modern seperti *broadband*, radio, dan kabel serat optik (Knieps, 2021). Teknologi ini memungkinkan transfer data dalam jumlah besar dengan kecepatan tinggi, menciptakan jaringan yang lebih efisien untuk menyebarkan informasi secara global. Perubahan ini tidak hanya terjadi di negara maju tetapi juga di negara berkembang, termasuk Indonesia, di mana infrastruktur digital terus ditingkatkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi. Saat ini, komunikasi digital tidak lagi terbatas pada panggilan suara atau teks sederhana, tetapi mencakup layanan multimedia, video konferensi, hingga aplikasi pesan instan yang terus berkembang pesat (Grewal et al., 2022).

Kemajuan dalam teknologi komunikasi juga memicu fenomena konvergensi teknologi, di mana perangkat telekomunikasi, komputer, dan media penyiaran berintegrasi dalam satu ekosistem digital. Konvergensi berperan sebagai penggabungan berbagai jenis media dalam lingkungan digital yang mencakup fungsi komunikasi, informasi, dan hiburan (Obot, 2023). Integrasi ini memungkinkan penyebaran konten multimedia yang lebih dinamis, diakses dengan berbagai perangkat seperti *smartphone*, tablet, dan komputer, sehingga mendorong kolaborasi lebih erat antara penyedia layanan informasi dan komunikasi. Konvergensi teknologi ini mempercepat penyebaran informasi dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya, serta meningkatkan efisiensi komunikasi lintas sektor, termasuk dalam industri kreatif, media, pendidikan, dan pemerintahan (Swastiwi, 2024).

Perkembangan teknologi informasi memiliki dampak besar pada literasi dan budaya masyarakat, serupa dengan pengaruh awal teknologi cetak di Eropa. Kemudahan akses informasi mendorong perubahan pola pikir kritis di kalangan masyarakat, membuka ruang diskusi dan reformasi sosial yang lebih luas. Contohnya, teknologi cetak memungkinkan penyebaran gagasan Martin Luther yang memicu reformasi besar dalam agama, melahirkan gerakan Protestan (Suryono, 2019). Fenomena serupa terjadi di era digital saat ini, di mana penggunaan perangkat seperti *smartphone* telah mengubah cara orang berinteraksi, bergeser dari komunikasi tatap muka ke ruang virtual. Di Indonesia, survei *We Are Social* (2021) menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat menghabiskan 8 jam 52 menit per hari di media sosial,

mencerminkan peran penting media digital dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi pribadi, tetapi juga digunakan oleh perusahaan, pemerintah, dan organisasi sosial untuk berinteraksi dengan publik, menyebarkan informasi, dan membentuk opini (Qadri, 2020). Hal ini menunjukkan potensi besar untuk memanfaatkannya sebagai strategi komunikasi yang efektif di berbagai sektor, termasuk dalam edukasi, pemasaran, dan advokasi sosial.

Perkembangan era globalisasi yang semakin pesat membuat upaya untuk melestarikan budaya menjadi semakin krusial (Zulfa & Najicha, 2022). Proses integrasi ekonomi dan pertukaran informasi yang semakin intensif antara negara-negara menyebabkan warisan budaya menghadapi ancaman serius akibat modernisasi yang sering kali mengabaikan nilai-nilai tradisional (Hasan et al., 2024). Sebagai respons terhadap tantangan ini, Indonesia telah mengambil langkah penting dengan mengajukan kebaya sebagai warisan budaya ke UNESCO, yang dimulai sejak tahun 2017 dan terus berlangsung hingga 2024. Indonesia berupaya membuktikan bahwa kebaya merupakan budaya aktif yang berasal dari Indonesia, dengan mengumpulkan bukti yang mendalam, termasuk sejarah, nilai, fungsi, serta kontribusinya dalam pelestarian kebaya. Pengajuan ini mencerminkan keseriusan Indonesia dalam melestarikan warisan budaya di tengah arus modernisasi global. Indonesia berharap bahwa pada sidang UNESCO yang akan digelar pada akhir 2024, keputusan akan menghasilkan pengakuan kebaya sebagai warisan budaya dunia. Pengakuan ini diharapkan dapat memberikan dorongan lebih lanjut bagi

generasi muda untuk mengenal dan menjaga kebaya sebagai bagian dari identitas budaya yang tak ternilai harganya.

Pelestarian budaya adalah sebuah tantangan yang kompleks yang memerlukan komunikasi yang efektif untuk mencapai keberhasilan (Vázquez-Villegas et al., 2022). Memahami dan menghargai warisan budaya tidak hanya sebatas melestarikan artefak dan tradisi, tetapi juga tentang mengirimkan pesan yang memotivasi masyarakat mengenai pentingnya warisan budaya tersebut (Farrelly et al., 2019). Strategi komunikasi yang baik adalah kunci untuk meraih dukungan publik dan membangun kepercayaan (Reddi, 2019). Kegiatan ini melibatkan penyebaran informasi yang akurat dan menarik mengenai nilai-nilai budaya yang dilestarikan, serta membangun narasi yang relevan dan mencakup keberagaman budaya sebagai bagian dari identitas kolektif masyarakat. Selain itu, strategi komunikasi yang efektif juga melibatkan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, lembaga masyarakat, dan individu yang memiliki peran dalam pelestarian budaya (Taufik, 2022). Komunikasi yang efektif tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga menjadi alat untuk memotivasi dan menggerakkan masyarakat (Gonçalves & Oliveira, 2022).

Perkembangan pesat teknologi digital telah merevolusi cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, mengubah lanskap sosial secara signifikan. Kemunculan berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi *mobile*, praktisi kini menghadapi tantangan dan peluang yang belum pernah ada sebelumnya (Quesenberry, 2020). Media sosial, misalnya, telah

membuka kanal komunikasi baru yang memungkinkan interaksi langsung dan *real-time* antara merek dan *audiensnya*. Pesan dan citra merek sekarang tidak hanya disampaikan melalui saluran tradisional seperti media cetak dan siaran, tetapi juga melalui berbagai platform *online* yang memberikan kesempatan bagi merek untuk berinteraksi secara langsung dan personal dengan *audiens* mereka (Albadri, 2023). Perubahan ini menuntut perusahaan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih dinamis, adaptif, dan responsif, yang memanfaatkan teknologi digital untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan *audiens*. Strategi ini juga harus fokus pada penguatan citra merek secara efektif, memanfaatkan berbagai alat dan teknik digital yang tersedia untuk mencapai hasil yang optimal (Rees, 2020).

Strategi komunikasi digital turut berperan penting dalam menjaga relevansi dan daya tarik budaya ini di tengah dinamika masyarakat modern. Melalui pemanfaatan media sosial, platform digital dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan kebaya sebagai simbol identitas budaya yang tidak hanya memiliki nilai sejarah, tetapi juga relevan dengan gaya hidup masa kini (Jumardi & Andi, 2024). Kampanye digital yang kreatif, seperti cerita visual, video interaktif, atau kolaborasi dengan influencer budaya, dapat memperkuat daya tarik kebaya di kalangan generasi muda (Sopannah et al., 2023). Selain itu, penggunaan teknologi seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR) dapat menciptakan pengalaman yang mendalam, memungkinkan audiens untuk "merasakan" kebaya dalam berbagai konteks budaya dan sejarahnya. Strategi ini tidak hanya membantu melestarikan warisan budaya tetapi juga

mendorong masyarakat untuk lebih memahami, menghargai, dan mempraktikkan penggunaan kebaya dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi digital tidak hanya menjadi alat penyampaian pesan, tetapi juga jembatan yang menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan kebaya dalam identitas budaya Indonesia.

## **1.2 Identifikasi Masalah/Fokus Penelitian**

Pelestarian kebaya sebagai warisan budaya yang diajukan Indonesia ke UNESCO menjadi isu penting yang perlu dikaji lebih dalam, terutama dalam konteks strategi komunikasi digital. Penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Musthofa (2020), telah menyoroti penggunaan teknologi digital dalam upaya pelestarian budaya, contohnya adaptasi Budaya Betawi melalui aplikasi Betawi Akses yang sukses menjadi alat promosi budaya di tengah arus globalisasi. Namun, penelitian ini masih terbatas pada budaya lokal tertentu dan belum secara spesifik membahas kebaya sebagai ikon budaya nasional yang menghadapi tantangan serupa, seperti pengaruh modernisasi dan globalisasi yang menggerus nilai budaya.

Sampai saat ini, belum ada penelitian dengan fokus utama pada strategi komunikasi digital yang tepat untuk memastikan kebaya tetap relevan di mata generasi muda dan komunitas global. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis strategi yang efektif dalam mempromosikan kebaya melalui pendekatan digital. Salah satu alasan fokus pada kebaya adalah karena simbolismenya sebagai bagian dari identitas budaya

Indonesia yang diakui dunia, namun perlahan terpinggirkan oleh tren busana modern. *Djarum Foundation* dipilih sebagai studi kasus karena memiliki peran aktif dalam melestarikan kebaya melalui inisiatif seperti "*Kebaya Goes to UNESCO*," yang menunjukkan komitmen terhadap pelestarian budaya.

PT Djarum mendirikan *Djarum Foundation*, sebuah lembaga nirlaba yang mengelola program sosial perusahaan tersebut (Fadhilah & Khoiriyah, 2023). Melalui berbagai program seperti hibah untuk seni dan budaya, galeri digital, serta kegiatan edukasi, inisiatif ini tidak hanya meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya menjaga warisan budaya, tetapi juga menyediakan platform bagi masyarakat untuk terlibat dalam pelestariannya (*Djarum Foundation*, 2024). Komunikasi perusahaan berperan penting untuk mendorong sektor bisnis untuk mengadopsi praktik yang berkelanjutan serta bertanggung jawab terhadap aspek sosial dan lingkungan, sekaligus berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat (Khan et al., 2021).

Kegiatan ini dilakukan dengan memperkuat kapasitas individu untuk mengembangkan kemampuan mereka, sehingga mereka dapat mencapai kemandirian dan kualitas hidup yang lebih baik Rahmadani et al., (2019) dalam Fadhilah & Khoiriyah (2023). Di sisi lain, tujuan dari Komunikasi Perusahaan adalah untuk menyebarkan pesan tersebut kepada semua pemangku kepentingan. Komunikasi Perusahaan merupakan proses penyampaian pesan, informasi, dan nilai-nilai perusahaan kepada berbagai pemangku kepentingan,

termasuk karyawan, pelanggan, investor, mitra bisnis, media, serta masyarakat, baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal (Arunkumar, 2020).

Bakti Budaya Djarum *Foundation* merupakan studi kasus yang sangat menarik untuk dikaji lebih dalam. Komitmen yang ditunjukkan oleh perusahaan ini terhadap pelestarian budaya dalam beberapa tahun terakhir, juga melakukan inovasi dengan menggunakan media digital, salah satunya melalui situs interaktif [www.indonesiakaya.com](http://www.indonesiakaya.com), yang mempromosikan keragaman budaya Indonesia. Selain itu, pada 10 Oktober 2013, mereka meluncurkan "Galeri Indonesia Kaya" di Grand Indonesia, Jakarta, sebagai ruang publik yang menggabungkan konsep edukasi dan multimedia digital, memberikan akses yang lebih mudah dan menyenangkan bagi masyarakat untuk memahami kebudayaan Indonesia secara gratis.

Adanya berbagai program yang berfokus pada pelestarian dan pengembangan seni dan budaya membuat Bakti Budaya Djarum *Foundation* mampu menciptakan dampak positif yang luas bagi masyarakat, terutama dalam hal pelestarian warisan budaya lokal yang mungkin terancam oleh modernisasi (Djarum Foundation, 2024). Upaya mereka tidak hanya menjaga dan melestarikan nilai-nilai budaya yang ada, tetapi juga memperkuat ikatan sosial serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya budaya dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memperlihatkan komitmen nyata terhadap tanggung jawab sosial sambil memperkaya pengalaman budaya bagi masyarakat luas.



Penelitian ini penting dilakukan dan sangat bermanfaat karena selain mengkaji bagaimana kebaya dapat tetap dipertahankan di tengah perubahan sosial dan kultural, juga berusaha menggali strategi komunikasi yang dapat diadaptasi untuk pelestarian warisan budaya lainnya. Perhatian dan fokus terhadap peran Djarum Foundation membuat penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis untuk lembaga lain yang berupaya melestarikan budaya Indonesia di era digital. Penelitian ini relevan dengan studi baru karena menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan peluang baru dalam mempromosikan budaya lokal. Dwihantoro et al. (2023) dan Tjahjodiningrat & Supiarza (2023) juga mendukung pentingnya digitalisasi seni tradisional, menggarisbawahi bahwa platform seperti YouTube dan aplikasi digital dapat berperan dalam pelestarian budaya, baik dalam kesenian Njanen maupun Tarling.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan berbagai model strategi komunikasi dalam upaya pelestarian budaya, seperti yang dilakukan oleh Musthofa (2020) yang membahas penggunaan teknologi informasi untuk mempertahankan budaya Betawi melalui aplikasi digital. Studi ini memperlihatkan kekuatan penggunaan teknologi untuk memperkenalkan budaya lokal di tengah arus modernisasi. Selain itu, penelitian oleh Dwihantoro et al. (2023) dan Tjahjodiningrat & Supiarza (2023) mengkaji penggunaan platform seperti YouTube untuk promosi seni tradisional, menunjukkan efektivitas platform digital dalam memperluas jangkauan budaya lokal.

Namun, kelemahan yang ditemukan dalam penelitian-penelitian terdahulu adalah kurangnya fokus pada strategi komunikasi digital yang terstruktur dan berkelanjutan untuk pelestarian kebaya sebagai simbol identitas budaya Indonesia. Sebagian besar studi sebelumnya berpusat pada pelestarian budaya secara umum tanpa mendalami pendekatan spesifik yang relevan dengan tantangan modernisasi dan digitalisasi. Dalam konteks ini, penelitian ini mengisi celah dengan mengeksplorasi strategi komunikasi digital yang dilakukan oleh Djarum Foundation dalam mempromosikan kebaya.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang inovatif dalam mengevaluasi strategi digital, bukan sekadar mengulang metode yang telah digunakan sebelumnya, melainkan berfokus pada adaptasi strategi untuk menjawab tantangan pelestarian budaya kebaya di era globalisasi. Dalam konteks ini, penelitian tidak hanya meninjau efektivitas kampanye tradisional, tetapi juga mengkaji bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk menjangkau generasi muda dan komunitas global secara lebih luas dan mendalam.

Penelitian ini memberikan pendekatan baru dalam memahami pelestarian budaya kebaya melalui strategi komunikasi digital, dengan merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu untuk memperkuat argumen. Sebagai contoh, Musthofa (2020) menyoroti penggunaan teknologi informasi dalam melestarikan budaya Betawi melalui aplikasi digital, yang menunjukkan efektivitas teknologi dalam menghadapi modernisasi. Selain itu, penelitian oleh Dwihantoro et al. (2023) dan Tjahjodiningrat & Supiarza (2023)

menunjukkan peran platform digital seperti *YouTube* dalam mempromosikan seni tradisional, seperti Njanen dan Tarling, sehingga memperluas jangkauan budaya lokal. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut kurang menitikberatkan pada strategi komunikasi digital yang terstruktur dan berkelanjutan untuk pelestarian kebaya sebagai simbol identitas budaya Indonesia.

Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi pendekatan spesifik yang diterapkan oleh *Djarum Foundation*, yang tidak hanya mengandalkan metode tradisional seperti pameran dan seminar, tetapi juga memanfaatkan platform digital untuk menjangkau generasi muda dan komunitas global. Pendekatan ini memberikan landasan akademis baru untuk memahami bagaimana teknologi digital dapat dimanfaatkan secara strategis dalam pelestarian budaya. Fokus pada inovasi strategi komunikasi digital membuat penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi signifikan terhadap literatur dan praktik pelestarian budaya di era transformasi digital, sekaligus memberikan panduan praktis bagi institusi lain yang berupaya menjaga warisan budaya Indonesia.

Pemilihan kebaya sebagai objek penelitian dibandingkan warisan budaya lain seperti keris, batik, atau blangkon juga memiliki alasan yang sangat kuat. Kebaya tidak hanya memiliki nilai estetis, tetapi juga makna simbolis yang unik sebagai representasi identitas perempuan Indonesia serta keberagaman budaya Nusantara. Tidak seperti batik yang telah berhasil diintegrasikan ke dalam busana sehari-hari, kebaya menghadapi tantangan signifikan karena

penggunaannya cenderung terbatas pada acara formal, seperti pernikahan atau upacara adat. Kondisi ini menjadikan kebaya lebih rentan kehilangan relevansi, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih pakaian modern. Pada konteks ini, kebaya memerlukan pendekatan pelestarian yang strategis agar tetap relevan di era globalisasi. Oleh karena itu, penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi digital untuk memperkuat posisi kebaya sebagai simbol budaya Indonesia, baik di tingkat nasional maupun internasional, guna memastikan keberlanjutannya sebagai bagian dari warisan budaya bangsa.

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian dan urgensi latar belakang tersebut maka dalam penelitian ini memiliki pertanyaan penelitian berupa:

1. Bagaimana strategi komunikasi digital dapat diterapkan dalam pewarisan budaya kebaya, khususnya melalui adaptasi konten berbasis lokal, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, dan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap nilai-nilai budaya kebaya?
2. Bagaimana Galeri Indonesia Kaya mengadaptasi konten digital, seperti film pendek dan kampanye kreatif, untuk meningkatkan engagement, memperluas jangkauan audiens, dan memastikan relevansi kebaya dengan gaya hidup generasi Z?

3. Sejauh mana kolaborasi dengan *influencer* dapat meningkatkan relevansi kebaya di kalangan generasi muda dalam konteks pelestarian budaya melalui media digital?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan urgensi latar belakang dan uraian dalam pertanyaan penelitian, maka dalam penelitian ini memiliki tujuan diantaranya:

1. Menjelaskan dan menganalisis strategi komunikasi digital dalam pewarisan budaya kebaya, dengan fokus pada adaptasi konten berbasis lokal, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap nilai-nilai budaya kebaya.
2. Menganalisis strategi adaptasi konten digital yang dilakukan oleh Galeri Indonesia Kaya, seperti melalui film pendek dan kampanye kreatif, dalam meningkatkan engagement, memperluas jangkauan audiens, serta memastikan relevansi kebaya dengan gaya hidup dan preferensi generasi Z.
3. Mengevaluasi efektivitas kolaborasi dengan *influencer* dalam meningkatkan relevansi kebaya di kalangan generasi muda untuk mendukung pelestarian budaya melalui media digital.

## 1.5 Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memang memiliki signifikansi yang luas yang dijabarkan sebagai berikut:

### 1 Aspek Praktis

Penelitian ini menawarkan panduan konkret bagi organisasi dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi digital untuk pelestarian budaya kebaya. Studi kasus Bakti Budaya *Djarum Foundation* memberikan contoh praktik terbaik yang dapat menjadi acuan bagi organisasi lain dalam memahami keberhasilan serta tantangan yang muncul selama implementasi strategi serupa. Pemanfaatan teknologi digital pada organisasi dapat memaksimalkan upaya pelestarian kebaya melalui pendekatan yang lebih modern dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Selain itu, penelitian ini berpotensi memberikan *framework* atau model adaptif yang dapat diintegrasikan ke dalam strategi komunikasi organisasi lainnya, baik dalam skala lokal maupun nasional. *Framework* tersebut dirancang untuk mempercepat adopsi teknologi digital sehingga organisasi dapat lebih efektif mencapai tujuan pelestarian kebaya. Melalui pendekatan yang sistematis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi strategis bagi pelestarian kebaya sebagai bagian dari identitas budaya bangsa.

Kontribusi penelitian ini juga signifikan bagi praktisi komunikasi, terutama dalam merumuskan kebijakan dan program pelestarian budaya kebaya berbasis data empiris dan wawasan penelitian. Penelitian ini

memberikan rekomendasi yang berharga dalam menyusun strategi komunikasi digital yang lebih baik untuk meningkatkan efektivitas program komunikasi digital yang berfokus pada pelestarian budaya kebaya. Rekomendasi tersebut meliputi pendekatan yang inovatif untuk memastikan program komunikasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kesadaran dan apresiasi budaya kebaya. Praktisi komunikasi dapat merancang program yang lebih terstruktur dan berbasis hasil nyata sehingga tujuan pelestarian budaya kebaya dapat tercapai secara optimal melalui penelitian ini. Selain itu, pendekatan berbasis data ini juga membantu dalam pengukuran keberhasilan program, memastikan bahwa setiap langkah yang diambil memiliki dampak langsung terhadap pelestarian dan apresiasi budaya kebaya di masyarakat.

## 2 Aspek Akademis

Penelitian ini memperluas pemahaman mengenai interaksi antara strategi komunikasi digital dengan upaya pelestarian budaya kebaya, khususnya dalam konteks masyarakat modern yang semakin terhubung secara digital. Integrasi pendekatan teknologi digital dalam pelestarian budaya tradisional, penelitian ini menambah literatur yang ada dan memberikan wawasan baru yang relevan bagi peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan. Analisis yang dilakukan juga menyoroti bagaimana efektivitas teknologi digital dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan sosial dan budaya, seperti meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya melestarikan kebaya sebagai warisan budaya. Selain itu,

penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori-teori baru yang relevan dengan komunikasi digital dan pelestarian budaya atau memodifikasi teori yang sudah ada agar lebih sesuai dengan perkembangan zaman. Hasil penelitian ini juga membuka peluang bagi studi lanjutan yang dapat mengeksplorasi dimensi-dimensi lain dari pelestarian budaya melalui teknologi digital, termasuk bagaimana strategi komunikasi yang lebih interaktif dan personal dapat digunakan untuk menjangkau generasi muda serta memperkuat identitas budaya di era globalisasi.

