

BAB IV

DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP IDENTITAS BUDAYA DI INDONESIA DAN VIETNAM PERIODE 2010-2025

4.1 Gambaran Umum Identitas Budaya Indonesia

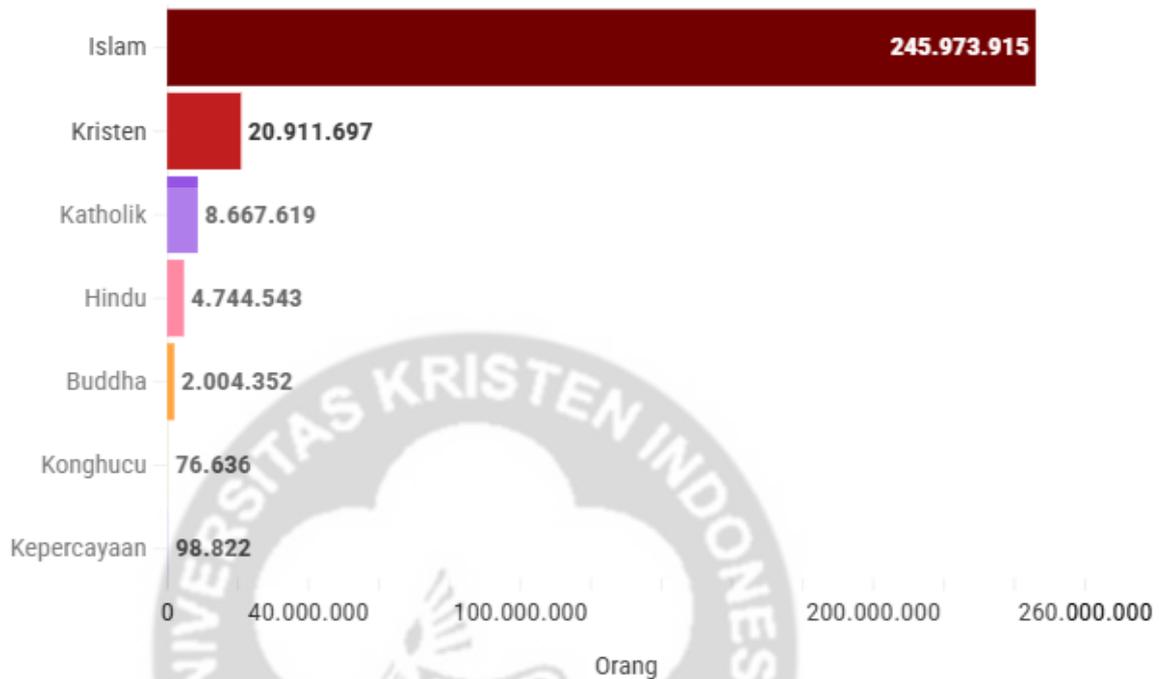
Negara Indonesia merupakan sebuah negara dengan tingkat keragaman yang cukup tinggi. Keragaman ini ada dan terbentuk bisa dilihat dari etnis, bahasa, agama, adat, dan tradisi yang dimiliki oleh ratusan komunitas di seluruh nusantara. Keberagaman ini berfungsi sebagai kekuatan dan juga tantangan, sebab dapat memperkaya kehidupan sosial tetapi berpotensi menyebabkan gesekan jika tidak ditangani dengan baik. Identitas merujuk pada ciri khas individu atau anggota dari kelompok atau kategori sosial tertentu. Identitas diambil dari kata "*idem*" dalam bahasa Latin yang memiliki arti serupa. Dengan demikian, identitas mencakup makna kesamaan atau kesatuan dengan yang lain dalam suatu wilayah atau aspek-aspek tertentu (I. A 2009).

Identitas budaya Indonesia adalah sebuah konstruksi sosial yang bersifat dinamis, kompleks, dan selalu mengalami proses negosiasi seiring dengan perubahan sosial, politik, dan teknologi. Identitas budaya Indonesia tercermin dalam nilai-nilai seperti kerja sama, etika, serta seni dan tradisi seperti pencak silat, yang bersifat multikultural, meliputi variasi bahasa, suku, keyakinan, tradisi, seni, dan norma-norma lokal menjadi lambang persatuan dan keunikan bangsa Indonesia di tengah arus globalisasi dan modernitas yang berkembang pesat terutama selama periode 2010–2025.

Salah satu elemen utama dari identitas budaya Indonesia adalah bahasa. Bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi berperan sebagai penghubung utama di antara warga negara dari beragam latar belakang suku. Namun dibalik itu, ada tidak kurang dari 718 bahasa lokal yang masih dipakai dalam aktivitas sehari-hari masyarakat di berbagai daerah (Sekretariat Kabinet RI 2023) Bahasa-bahasa seperti Jawa, Sunda, Batak, Bugis, Minangkabau, dan lainnya tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pewarisan nilai, sastra lisan, dan perspektif budaya setempat.

Faktor lain yang tidak dapat dipisahkan dari identitas budaya adalah agama dan keyakinan. Negara mengakui enam agama yang sah, yaitu Islam, Katolik, Protestan, Hindu, Buddha, dan Konghucu. Selain itu, masih ada berbagai macam kepercayaan tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi seperti *Parmalim* di Sumatera Utara, *Kejawen* di Jawa, atau *Marapu* di Sumba. Ajaran-ajaran spiritual itu seringkali terikat kuat dengan nilai-nilai sosial seperti kerja sama, penghormatan terhadap nenek moyang, dan keseimbangan antara manusia dan lingkungan.

Grafik 4. 1 Jumlah Agama Penduduk Indonesia Semester I Tahun 2024



Sumber: Katadata Media Network (2024)

Berdasar pada data resmi oleh Kementerian Dalam Negeri mengenai jumlah agama penduduk Indonesia semester I Tahun 2024 menunjukkan bahwa ada lebih dari 1.300 suku di Indonesia di mana sebagian besar penduduk mengikuti agama Islam (87,08%), diikuti oleh penganut terbesar kedua setelah agama Islam yakni Kristen (7,40%), lalu Katolik (3,07%), Hindu (1,68%), Buddha (0,71%), Khonghucu (0,03%) serta penganut kepercayaan tradisional (0,03%) (Muhamad 2024). Di sisi lain, Pancasila dan motto “Bhinneka Tunggal Ika” berfungsi sebagai dasar identitas bangsa yang menghargai keragaman ini. Sementara itu, tradisi dan nilai-nilai lokal berfungsi sebagai pelindung keberlangsungan budaya dalam komunitas. Sistem matrilineal masyarakat Minangkabau yang khas, filosofi *Tri Hita Karana* di Bali yang menekankan keseimbangan antara manusia, alam, dan Tuhan, serta tradisi

Bakar Batu di Papua adalah contoh bagaimana kearifan lokal membentuk cara pandang masyarakat tentang kehidupan (Dewi 2024).

Gambar 4. 1 Batik dan Tenun Nusantara sebagai Lambang Identitas Budaya Nasional



Sumber: Desa Caruy (2024)

Seni dan kesenian tradisional juga memiliki peran utama dalam mengungkapkan identitas budaya. Wayang kulit, gamelan, tari Saman, tari Piring, dan berbagai jenis seni kriya seperti batik, tenun, serta ukiran kayu merupakan gambaran visual dan pertunjukan dari nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh masyarakat. UNESCO telah mengakui minimal empat elemen budaya Indonesia sebagai Warisan Budaya Takbenda Dunia, yaitu wayang kulit (2003), keris (2005), batik (2009), dan angklung (2010) (UNESCO 2009). Tak kalah pentingnya adalah busana tradisional, yang bukan hanya simbol identitas visual, tetapi juga penuh dengan filosofi dan status sosial. Batik dari Yogyakarta dan Solo, Ulos dari Sumatera Utara, Songket

dari Palembang, serta Tenun ikat dari Sumba dan Flores adalah produk budaya yang mencerminkan keanekaragaman lokal yang tergabung dalam identitas nasional.

Lembaga negara seperti Pancasila, lambang negara Garuda, dan semboyan nasional bukan sekadar simbol politik, namun juga sarana untuk merumuskan identitas nasional yang menyeluruh. Menurut pandangan Manuel Castells (2011), proses ini dikenal sebagai *legitimizing identity* yaitu identitas yang dibentuk oleh institusi yang dominan untuk menanamkan integrasi dalam masyarakat (Castells 2011, 3-4). Di sisi lain, identitas lokal atau kedaerahan juga bisa muncul sebagai bentuk identitas perlawanan, yang merupakan ungkapan penolakan terhadap homogenisasi budaya karena arus globalisasi.

Kehadiran teknologi digital menghadirkan perubahan besar dalam cara budaya direpresentasikan, disebarluaskan, dan dikonsumsi. Identitas budaya yang dulunya terikat pada ruang fisik kini berubah menjadi bentuk baru yang tersebar secara global lewat media sosial, *platform* digital, dan ekonomi *online* (Castells 2011, 4). *Instagram*, *TikTok*, dan *YouTube* telah menjadi wadah ekspresi budaya yang sangat dinamis, terutama di kalangan anak muda Indonesia berusia 15–30 tahun yang dalam banyak penelitian digolongkan sebagai generasi digital (Adaniyah, Sarjono and Sudarmanto 2023). Mereka adalah generasi yang muncul dan berkembang bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi digital, serta sangat akrab dengan pemanfaatan media sosial untuk beragam keperluan, mulai dari hiburan, pendidikan, hingga identitas dan budaya.

Lewat *platform* seperti *TikTok*, anak-anak muda dari berbagai wilayah di Indonesia dengan aktif membagikan video tarian tradisional yang disajikan dengan cara kreatif. Mereka biasanya menyatukan gerakan tari tradisional dengan musik kontemporer atau *Remix*, sehingga menarik minat khalayak yang lebih luas. Sebagai contoh, pengguna *TikTok* bernama @riame.a membagikan video tarian tradisional Indonesia seperti Tari Piring, Saman, dan Kecak. Fenomena ini menggambarkan cara anak muda Indonesia memanfaatkan *platform* digital untuk memperkenalkan serta menjaga budaya tradisional secara relevan dan menarik bagi generasi mereka (Adaniyah, Sarjono and Sudarmanto 2023).

Begitu juga di *YouTube*, banyak generasi muda yang menciptakan konten pendidikan tentang kerajinan tangan tradisional Indonesia. Mereka menyajikan tutorial untuk membuat kerajinan seperti batik, anyaman, dan produk dari batok kelapa. Sebagai contoh, video Tutorial Kerajinan Batok di Situbondo memperlihatkan cara para pemuda di Situbondo menciptakan seni dari batok kelapa, mengintegrasikan nilai keindahan dan pelestarian budaya (Manalu and Mesra 2019). Konten semacam ini tidak hanya memberikan pengetahuan kepada penonton mengenai cara membuat kerajinan tradisional, tetapi juga meningkatkan rasa menghargai budaya lokal dan mendorong upaya pelestariannya di kalangan generasi muda.

Ini menunjukkan bahwa proses pewarisan budaya kini tidak hanya berlangsung di dalam keluarga atau lembaga adat, tetapi juga berpindah ke ruang virtual yang lebih interaktif, terbuka, dan dapat diakses oleh berbagai generasi dan daerah. Menurut Don Tapscott, generasi muda di era kecerdasan jaringan ini

cenderung berkolaborasi, melakukan eksperimen, dan berbagi informasi dalam ekosistem digital yang sangat dinamis (Tapscott 1995, 107). Sementara itu, Manuel Castells menyatakan bahwa identitas budaya di zaman digital kini bersifat dinamis, terbentuk melalui keterlibatan dalam jaringan komunikasi global, yang memungkinkan generasi muda menjadi pelaku budaya yang aktif bukan hanya penerus yang pasif (Castells 2011, xxxix).

4.1.1 Keunikan Lokal dalam Kerangka Nasional

Setiap daerah di Indonesia menyimpan ekspresi budaya yang unik, yang secara bersama-sama menyusun mozaik identitas bangsa. Kekayaan budaya ini mencerminkan keterkaitan antara ruang lokal dan kesadaran nasional, serta menunjukkan bagaimana masyarakat Indonesia menjaga tradisinya dalam konteks modern dan global. Keragaman ini tidak hanya menunjukkan keunikan setempat, tetapi juga memperkaya cerita identitas bersama bangsa.

Pulau Jawa, yang menjadi inti budaya dan pemerintahan dari zaman kerajaan Hindu-Buddha hingga zaman modern, memiliki berbagai bentuk ekspresi budaya. Budaya keraton di Yogyakarta dan Surakarta menunjukkan estetika yang tinggi lewat batik tulis, gamelan, dan wayang kulit. Batik tulis asal Yogyakarta dan Solo, contohnya, tidak sekadar berfungsi sebagai busana, tetapi juga mengandung makna filosofis terkait harmoni dan nilai-nilai Jawa. Gamelan dan wayang kulit berfungsi sebagai sarana pendidikan dan spiritual yang sudah ada sejak zaman Majapahit. UNESCO mengakui keris sebagai warisan budaya dunia karena nilai estetika dan spiritualnya (Nisa 2025).

Di Nusa Tenggara Timur, tenun ikat berfungsi sebagai lambang budaya yang mencerminkan cerita nenek moyang, kedudukan sosial, dan norma-norma lokal. Tenun ikat asal Sumba dan Flores bukan hanya memiliki nilai seni, tetapi juga dipakai dalam upacara tradisional seperti pernikahan dan kematian. Tradisi *Pasola* di Sumba, sebuah pertempuran berkuda yang diselenggarakan tiap tahun, adalah elemen dari kalender ritual yang mencerminkan hubungan antara manusia, alam, dan roh nenek moyang (Forshee 2001, 1850-1851).

Di Sumatra Barat, adat matrilineal Minangkabau adalah salah satu kekayaan budaya yang khas, khususnya dalam konteks dunia Islam (Kartomi 2012, 122). Rumah Gadang merupakan bukan hanya suatu bentuk arsitektur tradisional, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran adat, lokasi musyawarah keluarga, serta pelestarian nilai-nilai adat yang berlandaskan syarak (syariat atau ajaran Islam) dan Kitabullah (*Al-quran*). Di Aceh, tari Saman yang dilakukan secara bersama oleh kaum muda pria dan wanita mencerminkan kekompakan, hubungan sosial yang setara, serta disiplin yang tinggi.

Dari wilayah timur Indonesia, budaya Toraja di Sulawesi Selatan memperlihatkan sistem kepercayaan yang sangat erat dengan kehidupan leluhur. Rumah *Tongkonan* bukan hanya simbol status sosial, tetapi juga pusat spiritual keluarga besar. Ritual kematian '*Rambu Solo*' menjadi momen penting untuk memperkuat hubungan sosial dan keyakinan akan siklus hidup dan kematian. Di Papua, *Noken* (tas anyaman dari serat pohon) menjadi simbol kerja keras perempuan dan keberlanjutan lingkungan. *Noken* telah diakui sebagai warisan budaya takbenda oleh UNESCO sejak tahun 2012 (Ryan 2021, 10).

Di Bali, identitas budaya sangat terkait dengan praktik agama Hindu Dharma yang berpadu dengan nilai-nilai lokal seperti *Tri Hita Karana* (gagasan tentang harmoni antara manusia, alam, dan Tuhan). Praktik budaya seperti *Ngaben* (ritual pembakaran jenazah), *Odalan* (ritual peringatan pura), dan tarian suci seperti *Legong* serta *Barong* menunjukkan hubungan antara ekspresi budaya dan spiritualitas dalam kehidupan sehari-hari (Dewi 2024). Estetika visual dan performatif merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan dari identitas budaya Bali.

Parahyangan, *Pawongan*, dan *Palemahan* merupakan tiga pilar utama dalam konsep *Tri Hita Karana*, suatu sistem nilai dalam budaya Bali yang menjadi dasar bagi keharmonisan hidup. Ketiga elemen ini merupakan dasar keseimbangan kehidupan dalam perspektif masyarakat Bali, di mana spiritualitas, sosial, dan ekologi saling terkait satu sama lain (Dewi 2024).

1. *Parahyangan*

Berasal dari istilah "Hyang" (Tuhan atau yang Ilahi), *Parahyangan* menggambarkan keterkaitan manusia dengan Tuhan. Gagasan ini meliputi segala jenis ibadah, upacara keagamaan, serta pengagungan terhadap energi spiritual. Dalam penerapannya, hal ini terlihat dalam pembangunan pura (tempat beribadah Hindu) dan ritual keagamaan seperti *Odalan* dan *Galungan*.

2. *Pawongan*

Kata ini berasal dari "*wong*" (individu). Manusia menjalin hubungan yang harmonis satu sama lain. Ini meliputi etika sosial, kebersamaan, saling membantu, dan keadilan sosial dalam kehidupan sosial. Contoh penerapannya adalah kebersamaan dalam banjar (komunitas tradisi), serta diskusi dan kerja sama dalam kegiatan adat.

3. *Palemahan*

Palemahan mengacu pada keterkaitan manusia dengan lingkungan di sekitarnya. Prinsip ini mendukung keberlanjutan lingkungan, pertanian yang ramah, serta upacara yang menghormati elemen alam seperti *Tumpek Uduh* (ritual untuk tanaman) dan sistem *subak* (pengairan sawah tradisional Bali).

Menurut Manuel Castells, identitas pada masa jaringan (*network society*) terbentuk secara dinamis melalui interaksi antara kekuatan global dan lokal (Castells 2011, 7). Dalam konteks Indonesia, ini menunjukkan bahwa identitas budaya kini tidak hanya dibentuk oleh narasi nasional, tetapi juga oleh interaksi transnasional yang berlangsung melalui ruang digital. Oleh karena itu, sangat penting bagi negara dan masyarakat sipil untuk mengembangkan ekosistem digital yang mendukung ekspresi budaya lokal, sambil menguatkan nilai-nilai kebangsaan yang inklusif serta dialogis. Dengan demikian, identitas budaya Indonesia mencerminkan keseimbangan antara keragaman dan kesatuan antara lokalitas dan kebangsaan. Ia bukanlah entitas yang tetap, melainkan suatu konstruksi sosial yang

terus beradaptasi seiring perubahan zaman (Castells 2011, xlvii). Dalam menghadapi zaman digital, menjaga keberagaman sekaligus memperkuat rasa persatuan adalah kunci untuk mempertahankan identitas budaya Indonesia sebagai dasar utama dalam membangun masyarakat yang berdaulat secara budaya, adil secara sosial, dan inklusif dalam dunia digital.

4.1.2 Falsafah Hidup dan Sistem Nilai Sosial Sebagai Identitas Nasional Indonesia

Indonesia sebagai negara kepulauan yang beragam memiliki kekayaan budaya dan sosial yang sangat melimpah. Di tengah keberagaman itu, bangsa Indonesia memiliki panduan hidup dan nilai-nilai sosial yang menjadi fondasi identitas nasional. Falsafah hidup masyarakat Indonesia terwujud dalam Pancasila dan berkembang dalam kehidupan sehari-hari melalui nilai-nilai sosial seperti kerja sama, musyawarah, dan toleransi. Semua ini merupakan dasar dalam membangun identitas suatu bangsa serta menguatkan kesatuan di tengah perbedaan. Falsafah kehidupan bangsa Indonesia terwujud dalam Pancasila, yang terdiri dari lima sila pokok: (1) Ketuhanan yang Maha Esa, (2) Kemanusiaan yang adil dan beradab, (3) Persatuan Indonesia, (4) Kerakyatan yang dipimpin oleh kebijaksanaan dalam musyawarah/perwakilan, dan (5) Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Pancasila berperan sebagai ‘jiwa’ dan ‘karakter’ bangsa yang menjadi dasar normatif bagi pelaksanaan negara, pendidikan, serta interaksi sosial sehari-hari (Budiardjo 2003, 26). Nilai-nilai tersebut terus diinternalisasikan melalui kurikulum, upacara kenegaraan, dan tradisi kerja sama di tingkat lokal.

Sistem nilai sosial adalah sekumpulan norma dan kepercayaan yang dihargai oleh masyarakat. Di Indonesia, nilai-nilai sosial terbentuk melalui akulturasi budaya lokal, agama, tradisi, dan dampak sejarah kolonialisme. Banyak nilai sosial yang utama dalam masyarakat Indonesia tampak ketika bergotong royong, yang merupakan wujud nyata solidaritas dalam bekerja sama untuk kebaikan bersama, mulai dari membangun jembatan desa hingga membantu tetangga dalam menenun kain tradisional. Budaya ini mencerminkan nilai-nilai saling ketergantungan serta kepedulian sosial. Selain itu, musyawarah untuk mufakat berfungsi sebagai suatu alat untuk penyelesaian masalah bersama, di mana musyawarah menekankan pentingnya dialog terbuka dan kesediaan untuk mendengarkan agar keputusan yang dihasilkan adil bagi semua pihak (Nasir and Arman 2024, 94). Proses ini mengaktifkan nilai keadilan dan solidaritas.

Bhineka Tunggal Ika (“Berbeda-beda tetapi tetap satu jua”) bukan hanya sekedar motto, melainkan dasar sosial sebagai penghormatan antar suku, agama, dan budaya. Dalam kehidupan sehari-hari, toleransi nampak pada perayaan antar agama, juga upacara tradisional bersama. Keterbukaan ini menunjukkan bahwa perbedaan bukan menghancurkan persatuan, melainkan memperkaya identitas bangsa. Gagasan yang ditanamkan sila kedua dan ketiga dalam Pancasila menjadi acuan dalam menciptakan ikatan emosional yang kukuh, baik dalam kohesi sosial, dukungan ekonomi, maupun solidaritas moral di berbagai keadaan dalam masyarakat.

Falsafah hidup dan nilai-nilai sosial tidak hanya membentuk kepribadian individu, tetapi juga bisa mencerminkan identitas bangsa Indonesia. Dalam buku

Mai Palmberg (1999), dijelaskan A.P. Smith melihat identitas nasional sebagai suatu kerangka besar yang tersusun dari elemen-elemen historis seperti sejarah, bahasa, tradisi, serta warisan budaya yang dianggap valid dan dihormati oleh masyarakat suatu bangsa di mana identitas ini tidak hanya memiliki makna simbolis, tetapi juga terinternalisasi dalam kesadaran individu sebagai elemen dari komunitas nasional (Palmberg 1999, 10). Ia menunjukkan bagaimana setiap individu merasa terikat secara emosional, intelektual, dan budaya dengan negaranya, sehingga memperkuat rasa kepemilikan dan kelayaitan terhadap negara (Palmberg 1999, 62). Dengan falsafah dan nilai sosial ini, masyarakat Indonesia mampu mengenali jati dirinya dan berbeda dari bangsa lain. Pancasila sebagai falsafah kehidupan memberikan petunjuk dan arti dalam eksistensi berbangsa dan bernegara. Sementara itu, nilai-nilai sosial membangun kohesi sosial yang kokoh di tengah-tengah keberagaman. Nilai-nilai ini juga berfungsi sebagai pertahanan terhadap gelombang globalisasi yang bisa mengancam identitas bangsa jika tidak dikelola dengan bijak.

Di era globalisasi dan teknologi digital saat ini, nilai-nilai budaya tradisional seringkali mulai terabaikan akibat gaya hidup yang lebih mementingkan diri dan konsumsi berlebihan. Di samping itu, media sosial juga mempercepat distribusi budaya asing dan dapat mengakibatkan penyebaran informasi yang keliru serta perpecahan perspektif di masyarakat. Sebagai contoh, jika waktu dahulu interaksi keluarga sering dilakukan terutama saat makan bersama atau dalam kegiatan keagamaan dan tradisi. Saat ini, banyak anggota keluarga, khususnya generasi muda, lebih terfokus pada gadget dan media sosial, meskipun saat berkumpul.

Akibatnya, nilai kekeluargaan dan kebersamaan semakin menurun karena komunikasi langsung diganti dengan interaksi digital yang lebih bersifat individu. Hal ini berpengaruh pada perubahan cara berkomunikasi dalam keluarga. Contoh lainnya dalam budaya belanja dan kehidupan serba cepat terlihat pada meningkatnya pemakaian aplikasi *E-Commerce* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *TikTok Shop* setelah tahun 2010-an. Berdasar dari Katadata, nilai transaksi bruto dari *E-Commerce* seperti *Shopee*, *TikTok Shop*, *Tokopedia*, dan *Bukalapak* mencapai US\$ 53,8 miliar atau jika dirupiahkan sekitar Rp 867,2 triliun dengan kurs Rp 16.156 per US\$ pada tahun 2023 di Indonesia (Setyowati 2024). Banyak remaja yang terperangkap dalam budaya "haul" atau berbelanja secara berlebihan, bukan untuk kebutuhan, melainkan demi *trend* dan keberadaan di media sosial.

Dampak terhadap nilai tradisional adalah nilai penghematan dan kesederhanaan mulai pudar, digantikan oleh hedonisme budaya konsumtif dan gaya hidup yang instan. Sebagai contoh lain, dalam konteks tradisi budaya melalui konten digital, banyak budaya lokal seperti ritual, tarian tradisional, dan busana khas ditampilkan di media sosial hanya untuk tujuan konten viral. Akibatnya, makna mendalam atau nilai penting dari budaya lokal seringkali menjadi dangkal, karena lebih banyak ditampilkan hanya dari sisi visual atau tampilan luar saja. Hal ini mengurangi pemahaman mendalam terkait nilai-nilai seperti spiritualitas, dan penghormatan kepada para leluhur. Dapat terlihat bahwa pada dua dekade tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital dan modernisasi membawa banyak kemudahan, namun juga tantangan besar bagi pelestarian nilai-nilai tradisional Indonesia.

Meskipun begitu, prinsip hidup dan nilai-nilai sosial masyarakat Indonesia tetap bernilai. Upaya pemulihan nilai-nilai Pancasila, pendidikan karakter di institusi pendidikan, serta penguatan masyarakat lokal merupakan langkah strategis untuk melestarikan identitas bangsa. Perkembangan teknologi dan kemodernan harus senantiasa berlandaskan pada nilai-nilai bangsa. Oleh karena itu, filosofi alias falsafah kehidupan dan nilai-nilai sosial adalah fondasi utama dalam membangun serta menjaga identitas nasional Indonesia, serta pemahaman dan penerapan nilai-nilai tersebut harus terus diperkuat, agar bangsa Indonesia tetap teguh sebagai bangsa yang memiliki karakter dan jati diri yang kokoh.

4.2 Gambaran Umum Identitas Budaya Vietnam

Identitas budaya Vietnam terbentuk melalui kombinasi sejarah yang panjang, nilai-nilai tradisional, dan pengaruh eksternal yang rumit, terutama dari Tiongkok, kolonialisme Perancis, serta dampak modernisasi global. Sebagai negara dengan sejarah lebih dari dua ribu tahun, Vietnam memiliki kekayaan warisan budaya yang sangat beragam, yang mencerminkan hubungan erat antara masyarakat, negara, dan nilai-nilai kolektif yang diutamakan.

Secara umum, budaya Vietnam cenderung kolektivistik, di mana nilai-nilai keluarga, penghormatan terhadap orang tua, dan solidaritas sosial sangat diperhatikan. Konsep hubungan atau pentingnya memelihara interaksi sosial menjadi dasar dalam interaksi masyarakat Vietnam, baik di dalam keluarga maupun di komunitas yang lebih besar. Dalam konteks ini, keharmonisan sosial dianggap

lebih utama daripada pernyataan diri. Salah satu karakteristik penting dari identitas budaya Vietnam adalah dampak Konfusianisme, yang telah tertanam sejak periode penjajahan Tiongkok selama lebih dari seribu tahun. Prinsip-prinsip konfusianisme seperti loyalitas (*trung*), kebaikan (*nhân*), dan penghormatan terhadap hierarki sosial masih mempengaruhi etika sosial dan sistem keluarga di Vietnam hingga kini (Jamieson 2023, 8). Sistem patriarki yang menjadikan ayah atau kepala keluarga sebagai pemegang kekuasaan utama juga merupakan warisan nilai-nilai Konfusianisme.

Selain itu, agama dan kepercayaan masyarakat juga memiliki peran signifikan dalam pembentukan identitas budaya. Kepercayaan tradisional di Vietnam menggabungkan elemen-elemen dari Buddhisme, Taoisme, serta animisme setempat. Praktik menghormati leluhur atau pemujaan nenek moyang merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari, mencerminkan nilai penghargaan terhadap asal-usul dan hubungan spiritual antara generasi (Vu 2022, 51). Aktivitas seperti pembakaran dupa, penyajian hidangan untuk arwah nenek moyang, dan perayaan hari wafat anggota keluarga tetap menjadi tradisi budaya yang masih hidup. Identitas budaya Vietnam juga terlihat dalam seni tradisional seperti musik rakyat (*ca trù*), teater boneka air (*múa rối nước*), serta kuliner yang mengedepankan keseimbangan rasa dan estetika penyajian. Warisan budaya tak benda ini diakui oleh UNESCO sebagai elemen dari identitas nasional Vietnam yang perlu dilestarikan di tengah proses globalisasi (Loan 2019).

Dalam konteks sosial-politik, identitas budaya Vietnam juga dibentuk oleh pengalaman sejarah melawan penjajahan dan imperialisme, yang menumbuhkan

semangat nasionalisme yang kuat (Luong 2001). Namun, identitas budaya Vietnam bukanlah hal yang tetap. Transformasi sosial, urbanisasi, dan kemajuan teknologi informasi dalam dua puluh tahun terakhir telah mendorong perubahan nilai dan cara hidup, terutama di kalangan generasi muda. Walaupun elemen-elemen tradisional masih ada, saat ini mereka *coexist* dengan nilai-nilai baru seperti individualisme, konsumerisme, dan keterbukaan terhadap budaya luar (McLeod and Nguyen 2001). Oleh karena itu, identitas budaya Vietnam merupakan hasil konstruksi yang dinamis yang secara terus-menerus mengalami negosiasi antara tradisi dan modernitas. Ia tidak hanya melibatkan warisan sejarah, tetapi juga mencerminkan proses berkelanjutan dalam beradaptasi dengan tantangan global pada era digital.

4.2.1 Transformasi Identitas Budaya Vietnam di Zaman Modern: Antara Kolektivisme dan Individualisme yang Baru

Vietnam dapat dikatakan negara yang tergolong dengan keberagaman adat istiadat dan budayanya. Secara tradisional, budaya Vietnam sangat mengutamakan nilai-nilai kolektivisme. Keluarga besar atau *gia đình* adalah unit sosial yang paling berpengaruh dalam kehidupan sosial, di mana identitas individu terbentuk melalui perannya dalam hubungan keluarga dan masyarakat. Salah satu yang menjadi tradisi alias kebudayaan negara Vietnam adalah budaya *kính trọng người lớn tuổi* (menghormati orang yang lebih tua) (N. T. Anh 2005). Kebudayaan ini terlihat dalam filosofi Konfusianisme yang mendalam. Salah satu pilar utama Konfusianisme adalah bakti kepada orang tua (*hiếu*), yang menekankan rasa hormat serta ketaatan anak-anak terhadap orang tua dan nenek moyang mereka (N. T. Anh 2005). Nilai-nilai ini ada dan berkembang dalam kehidupan keluarga, diturunkan

dari satu generasi ke generasi selanjutnya. Praktiknya dapat diamati dalam aspek-aspek sederhana, seperti cara berkomunikasi dengan orang tua, hingga dalam momen-momen penting seperti acara pelaksanaan keagamaan. Menghormati orang tua bukan sekadar soal etika, melainkan juga tanggung jawab moral dan sosial yang berlaku secara luas.

Selain budaya *kính trọng người lớn tuổi*, Saat *Tet* (Tahun Baru Imlek di Vietnam) juga merupakan cara untuk mengenang jasa mereka di masa lalu, di mana keluarga berkumpul untuk menghormati nenek moyang dan berdoa untuk keberuntungan serta kesehatan di tahun baru (Angle 2025). Setiap tanggal 6 Juni, Vietnam memperingati *Senior Citizens Day* alias Hari Lansia. Hari tersebut ditujukan untuk menghormati kontribusi orang tua dan lansia. Adapun menurut VoV (*Voice of Vietnam*) *World*, beberapa ungkapan seperti “hormati yang lebih tinggi, tunduk pada yang lebih rendah” atau “hormati yang lebih tua, capai umur panjang” merupakan salah satu tradisi kuno dan ciri khas budaya yang indah dari bangsa Vietnam (VOV World 2013). Identitas budaya Vietnam selama berabad-abad dipengaruhi oleh nilai-nilai kolektif yang menyoroti harmoni sosial, penghormatan terhadap struktur hierarkis, dan pengorbanan pribadi untuk kebaikan bersama. Nilai ini tercermin dengan jelas dalam struktur keluarga, sistem pendidikan, dan hubungan masyarakat yang saling berhubungan.

Transformasi sosial budaya Vietnam setelah *Đổi Mới* (Reformasi Ekonomi 1986) mengalami percepatan yang luar biasa memasuki abad ke-21, ketika negara ini masuk WTO pada tahun 2007, mempercepat integrasi global, mengadopsi kebijakan pasar bebas terbatas, tetap mempertahankan sistem satu partai, dan

menjadi pusat baru bagi manufaktur serta ekonomi digital di Asia Tenggara, terutama sejak dekade 2010-an. (Chen 2024) Pengaruh dari perubahan ini tidak hanya berimbas pada sektor ekonomi, tetapi juga pada nilai-nilai sosial dan budaya. Vietnam yang sebelumnya sangat mengedepankan kolektivisme Konfusianistik kini menghadapi gelombang individualisme yang diakibatkan oleh pertumbuhan ekonomi, urbanisasi, dan teknologi digital. Pertumbuhan pesat akses internet dan teknologi digital di awal abad 21 menjadi faktor utama timbulnya pola hubungan sosial baru. Dalam kurun waktu dua puluh tahun, Vietnam mengalami peningkatan signifikan dalam akses internet dari hanya sebagian kecil masyarakat yang terhubung di awal 2000-an, menjadi lebih dari 70% penduduk pada tahun 2020 (Kemp 2020). Seiring dengan itu, *platform* media sosial seperti *Facebook*, *Zalo*, dan *TikTok* telah menjadi wadah baru bagi kaum muda untuk menciptakan dan mengekspresikan identitas mereka dengan cara yang personal dan terbuka.

Dengan teori masyarakat jejaring yang diajukan oleh Manuel Castells, memberikan suatu pemahaman bahwa perubahan ini tidak hanya tentang teknologi, melainkan juga berkenaan dengan cara masyarakat menjalin hubungan sosial dan membentuk identitas dalam jaringan digital yang melewati batas fisik dan struktur hierarki yang konvensional. Dalam masyarakat jaringan, identitas tidak hanya ditentukan oleh posisi individu dalam struktur keluarga atau komunitas lokal, tetapi juga dapat dibentuk secara aktif dan dinamis melalui interaksi di ruang digital (Castells 2011, 22-24). Bagi generasi muda Vietnam, ini berarti mereka memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi minat pribadi, mengungkapkan pendapat, dan

bahkan membangun karir melalui jaringan digital di mana sesuatu yang dulunya sulit dilakukan dalam konteks budaya yang sangat kolektif.

Penjelasan Castells mengenai “identitas proyek” yaitu identitas yang terbentuk melalui pilihan sadar berdasar pada tujuan pribadi dan hubungan dalam jaringan digital (Castells 2011, 7), amat relevan dalam konteks Vietnam saat ini. Banyak generasi muda yang saat ini aktif di dunia kreatif digital, berperan sebagai pembuat konten, pengusaha *online*, atau pekerja lepas yang mengandalkan teknologi. Semua ini mencerminkan pergeseran fokus dari tanggung jawab kepada komunitas menuju pencarian identitas secara pribadi.

Selanjutnya, pandangan Don Tapscott tentang ekonomi digital menjelaskan bagaimana perubahan ekonomi juga mempengaruhi cara orang berinteraksi dalam masyarakat. Ekonomi digital, menurut Tapscott, menggerakkan transparansi, kerja sama, dan kebebasan individualisme (Tapscott 1995, 11-12). Di Vietnam, fenomena ini terlihat dari meningkatnya jumlah usaha kecil yang dikelola oleh generasi muda melalui *platform* digital, serta partisipasi mereka dalam ekonomi kreatif yang tidak lagi tergantung pada sistem kerja konvensional atau hierarki sosial.

Meskipun begitu, individualisme yang muncul ini tidak secara otomatis menghilangkan nilai-nilai kolektivisme. Sebaliknya, keduanya cenderung melakukan negosiasi dan mengalami transformasi. Sebagai contoh, solidaritas digital dalam bentuk kampanye sosial *online* biasanya masih berakar pada semangat kolektif, namun kini diwujudkan melalui teknologi. Di sisi lain, prinsip-prinsip

seperti kebebasan berekspresi, upaya untuk mengekspresikan diri, dan keinginan untuk berbeda semakin mendapatkan perhatian di kalangan masyarakat kota dan digital Vietnam.

Namun, sistem kolektivisasi pertanian ditinggalkan. Petani yang tergabung dalam koperasi pertanian (*hợp tác xã*) tidak memiliki kontrol langsung terhadap tanah atau hasil panen. Hasilnya adalah produktivitas yang rendah, kekurangan pangan, dan ketidakpuasan para petani (Sebelum 1986). Namun setelah *Đổi Mới* (1986 dan seterusnya), pemerintah menyadari bahwa kolektivisasi tidak berhasil dan menerapkan kebijakan "*khoán 10*" (kontrak 10) pada tahun 1988: tanah tetap menjadi milik negara, tetapi keluarga petani diberikan hak guna tanah untuk jangka panjang (P. Anh 1988). Petaninya juga telah bisa menjual surplus hasil panen di pasar. Ini menandai berakhirnya sistem kolektivisasi dan dimulainya sistem pertanian yang lebih mandiri berbasis rumah tangga. Dengan demikian, arti dari "sistem kolektivisasi pertanian ditinggalkan" adalah bahwa Vietnam tidak lagi memaksa petani untuk bekerja secara kolektif dalam sistem yang dikelola negara, dan mulai memberikan kebebasan serta insentif ekonomi langsung kepada petani perorangan atau keluarga. Inilah awal mula ekonomi setelah *Đổi Mới* yang menandai perubahan signifikan Vietnam dari sistem sosialis tertutup menuju model ekonomi pasar sosialis yang terbuka, aktif, dan terhubung dengan ekonomi global (Gainsborough 2013). Kebijakan ini berhasil mengangkat Vietnam dari salah satu negara paling miskin menjadi negara dengan ekonomi menengah yang berkembang pesat di Asia Tenggara.

4.2.2 Falsafah Hidup dan Sistem Nilai Sosial Sebagai Identitas Budaya

Vietnam

Budaya Vietnam dibentuk oleh sejarah yang panjang dari dampak luar dan kemajuan dalam negeri. Falsafah hidup rakyat Vietnam adalah elemen penting dari identitas budayanya, mencerminkan kombinasi nilai-nilai lama yang tetap bertahan hingga sekarang. Sepanjang sejarahnya, budaya Vietnam terbentuk dari interaksi antara pengaruh Konfusianisme, Buddhisme, Taoisme, dan nilai-nilai setempat yang berasal dari tradisi pertanian dan kolektivisme. Nilai-nilai ini tidak hanya mengatur interaksi sosial dan moral, tetapi juga membentuk pola pikir dan sikap hidup masyarakat Vietnam.

Salah satu dasar utama filosofi hidup Vietnam berasal dari Konfusianisme, yang dibawa dari Tiongkok pada masa penjajahan Dinasti Han. Konfusianisme mengedepankan nilai-nilai hierarki sosial, penghargaan kepada orang tua, pendidikan, dan keseimbangan sosial. Prinsip “*nhân, lễ, nghĩa, trí, tín*” (kemanusiaan, kesopanan, kebenaran, kebijaksanaan, dan kepercayaan) berfungsi sebagai pedoman moral yang dihargai dalam lingkungan keluarga dan masyarakat (R. Tran 2020). Dalam kehidupan sosial, struktur keluarga patriarkal dan interaksi antar generasi menjadi penanda yang kuat dari nilai-nilai Konfusianisme tersebut. Anak-anak diajarkan untuk menghargai orang tua, dan generasi muda menghormati yang lebih tua sebagai bagian dari tatanan etika yang lebih besar. Falsafah ini menciptakan semangat bakti kepada orang tua, yang menjadi salah satu pilar utama dalam susun lapis sosial Vietnam.

Selain Konfusianisme, Buddhisme juga berperan penting dalam membentuk cara hidup masyarakat Vietnam. Ajaran Buddha tentang kesederhanaan, pengendalian diri, dan pencarian ketenangan batin sangat mempengaruhi cara masyarakat memahami penderitaan, keberuntungan, dan tujuan hidup. Di berbagai wilayah, candi-candi Buddha berfungsi sebagai pusat aktivitas sosial dan spiritual. Dalam konteks sosial, Buddhisme berperan dalam memperkuat nilai-nilai toleransi, empati, dan kedermawanan, yang terlihat dalam kegiatan sehari-hari seperti upacara keagamaan, ritual pemakaman, serta tradisi memberikan sedekah. Dengan demikian, ajaran Buddha menghaluskan aspek spiritual dalam identitas budaya Vietnam dan menekankan keharmonisan antara manusia dengan alam (R. Tran 2020).

Taoisme, meski tidak terlalu populer dari dua ajaran sebelumnya dan memberikan pengaruh pada pemikiran dan praktik spiritual masyarakat Vietnam. Ide-ide seperti *yin-yang*, keseimbangan alam, serta aliran energi (*qi*) juga menyusup ke dalam praktik pengobatan tradisional, seni bela diri, hingga desain rumah dan kuil. Kehidupan dipahami sebagai suatu aliran yang harus sejalan dengan hukum alam, bukan untuk diperjuangkan. Spiritualitas ini memperkuat perspektif hidup yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan (Nguyễn 2023). Nilai sosial di Vietnam juga dipengaruhi kuat oleh kolektivisme, yang berakar dari kehidupan pertanian di pedesaan. Semangat kolaborasi atau kerja sama tim sangat ditekankan dalam kehidupan sosial.

Di dalam masyarakat Vietnam, nilai komunitas seringkali lebih utama daripada kepentingan pribadi. Keberhasilan individu seringkali dianggap sebagai

buah dari kerja sama. Nilai kolektivisme ini memperkuat praktik “*làng xã*” (komunitas desa), yang berfungsi sebagai dasar struktur sosial tradisional. Dalam kerangka ini, setiap orang bertanggung jawab untuk menjaga stabilitas sosial, keharmonisan kelompok, dan keberlangsungan nilai-nilai nenek moyang. Prinsip ini juga tampak dalam solidaritas sosial pada acara pernikahan, berkabung, atau perayaan tahun baru (R. Tran 2020). Pandangan hidup dan sistem nilai sosial ini tidak hanya berfungsi sebagai pedoman etika individu, tetapi juga sebagai kerangka budaya yang membentuk identitas kolektif masyarakat Vietnam. Dalam konteks globalisasi dan modernisasi, nilai-nilai tradisional ini masih dipertahankan melalui pendidikan, sastra, dan warisan budaya setempat. Meskipun mengalami perubahan dalam praktik, nilai-nilai seperti pengabdian kepada keluarga, kolaborasi, keharmonisan, dan spiritualitas tetap merupakan fondasi utama bagi masyarakat Vietnam. Hal ini membentuk identitas budaya yang kuat dan fleksibel, di mana tradisi dan modernitas berinteraksi dalam lingkungan budaya yang dinamis (Drummond and Thomas 2003, 1-17).

4.3 Ekonomi Digital Indonesia *Vis-à-Vis* Budaya Indonesia

Selama sepuluh tahun terakhir, dari 2010 hingga 2025, Indonesia menyaksikan percepatan luar biasa di sektor ekonomi digital. Lompatan ini tidak hanya berdampak pada sektor ekonomi saja, tetapi juga merambah pada aspek yang jauh lebih mendalam: identitas budaya masyarakat. Ekonomi digital, yang ditandai oleh penggunaan teknologi informasi, internet, dan jalinan global, telah membuka area baru di mana budaya dihasilkan, diwakili, dan dinegosiasikan. Lalu,

bagaimana identitas budaya Indonesia yang selama ini dibentuk dalam konteks kolektivisme, nilai-nilai lokal, dan ekspresi tradisional beradaptasi dalam lingkungan ekonomi digital yang sangat dinamis, terbuka, dan bersifat individualistis?

Dalam konteks ini, pemikiran Manuel Castells mengenai masyarakat jejaring (*network society*) menawarkan sudut pandang yang sangat penting. Castells mengemukakan bahwa dalam masyarakat jaringan, identitas tidak hanya terbentuk di ruang fisik dan komunitas lokal, tetapi juga dikonstruksi melalui jaringan-jaringan digital global (Castells 2011, 355). Identitas merupakan hal yang senantiasa dinegosiasikan di dunia maya, melalui interaksi sosial yang terjalin secara global. Fenomena ini juga terlihat di Indonesia, di mana berbagai ekspresi budaya seperti tarian, kuliner, pakaian tradisional, hingga cerita sejarah lokal direpresentasikan kembali dalam format konten digital biasanya untuk keperluan komersial, hiburan, atau eksistensi individu. Budaya berfungsi sebagai entitas yang dinamis, adaptif, dan mampu disesuaikan dengan preferensi algoritma serta penonton global.

Di sisi lain, Don Tapscott, dalam pandangannya mengenai ekonomi digital, mengungkapkan bahwa periode ini ditandai oleh desentralisasi informasi, kerja sama terbuka, dan penguatan individu (Tapscott 1995, 125). Dalam ekonomi digital, setiap orang dapat menjadi pencipta nilai baik melalui konten budaya, produk digital, ataupun layanan berbasis *platform*. Di Indonesia, fenomena ini terlihat dari munculnya ribuan kreator budaya digital yang mencerminkan identitas lokal dengan metode baru: lewat *YouTube*, *TikTok*, *Instagram*, dan *platform* jual

beli melalui *online*. Para kreator ini tidak lagi tergantung pada lembaga budaya resmi atau pemerintah untuk mempresentasikan kebudayaan mereka. Mereka merupakan pelaku budaya yang mandiri, yang sekaligus berperan dalam struktur ekonomi digital.

Keterkaitan antara ekonomi digital dan identitas budaya Indonesia adalah sebuah proses yang dinamis, bukanlah sesuatu yang statis, dan keduanya saling mempengaruhi. Ekonomi digital dapat menciptakan peluang baru untuk melestarikan dan mengembangkan budaya, namun juga berpotensi menyebabkan perubahan arti dan kehilangan nilai-nilai budaya. Dalam perspektif Castells mengenai masyarakat jejaring, identitas budaya Indonesia senantiasa dirombak melalui dunia digital, setiap klik, postingan, dan kegiatan daring menjadi elemen dari narasi baru mengenai siapa diri kita. Menurut Tapscott, ekonomi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat pendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga merupakan sarana yang secara signifikan mengubah kehidupan sosial dan budaya.

4.3.1 Komodifikasi Budaya Lokal dalam Ekonomi Digital

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia antara tahun 2010–2025 tidak hanya memperluas area konsumsi dan produksi ekonomi, tetapi juga menandai dimulainya era baru dalam proses pengkomodifikasian budaya lokal. Dalam konteks ini, konsep komodifikasi identitas budaya tidak hanya dianggap sebagai simbol warisan atau identitas bersama, tetapi juga sebagai barang berharga secara ekonomi yang dapat dikemas, dipasarkan, dan dikonsumsi lewat *platform* digital. Komodifikasi identitas budaya yaitu perubahan unsur-unsur budaya menjadi barang di pasar yang timbul sebagai strategi penyesuaian yang penting, terutama di antara

para pelaku industri kreatif dan komunitas lokal yang terhubung dengan teknologi. Konsep ini juga bisa dipahami dalam kerangka teori Marx yaitu fetisisme komoditas (Noviadhista, Prasetyo and Antoni 2019), di mana nilai budaya suatu objek atau tindakan dapat disubstitusi atau disamakan oleh nilai pertukaran dan daya jual di pasar. Dalam ranah digital, jenis komodifikasi ini semakin diperkuat oleh logika *platform* seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok* yang mendorong konten untuk menjadi menarik, visual, dan dapat dimanfaatkan melalui monetisasi, *endorsement*, maupun *traffic*.

Batik merupakan contoh paling jelas dari budaya lokal yang telah mengalami komodifikasi dalam konteks ekonomi digital. Setelah diakui oleh UNESCO pada tahun 2009 sebagai Warisan Budaya Takbenda, batik mengalami "*renaissance*" dalam bentuk digital. Sejak tahun 2010, banyak pengusaha muda serta desainer lokal memanfaatkan *platform E-Commerce* seperti *Tokopedia*, *Shopee*, dan *Bukalapak* untuk memasarkan batik kepada pelanggan dalam negeri dan luar negeri. Akan tetapi, bukan hanya aspek fisik batik yang diperdagangkan. Identitas budaya batik juga dijadikan sebagai merek negara. Kampanye seperti "*Batik Friday*" dan berbagai festival batik digital mengedepankan batik sebagai lambang modernitas dan tradisi. Konten pemasaran menyoroti nilai sejarah dan lokalitas batik, tetapi dalam praktiknya, banyak produk yang didesain ulang agar sesuai dengan preferensi pasar global. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi komodifikasi dapat menghidupkan kembali ekonomi setempat, namun juga berpotensi untuk menstandarkan nilai-nilai budaya demi efisiensi produksi dan aspek estetika pasar. Beberapa studi menunjukkan bahwa pelaku UMKM batik di

Pekalongan dan Solo merasa perlu menyesuaikan corak dan warna agar cocok dengan "algoritma visual" yang berlaku di pasar daring (Laili and Setiawan 2020).

Pada 2010–2025, sejumlah komunitas seni tradisional dan seniman muda mempublikasikan video pertunjukan tari di *YouTube*, *Instagram Reels*, atau *TikTok*, dengan gaya sinematik dan kontemporer. Salah satu yang populer adalah Tari Saman *Remix* yang dirintis oleh komunitas pelajar Aceh di Jakarta, dengan latar musik EDM (*Electronic Dance Music*) dan diperkenalkan melalui *TikTok*. Fenomena ini menciptakan ambivalensi: di satu sisi, tari semakin dikenal dan mudah diakses oleh generasi muda. Di sisi lain, terjadi perubahan makna tari dari suatu medium ekspresi spiritual dan nilai-nilai bersama menjadi hiburan visual yang mengikuti *trend* viral. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Humaedi (2020), sejumlah elemen filosofis, seperti arti gerakan dalam Tari Saman yang merepresentasikan keharmonisan dan hubungan kosmologis, seringkali menghilang dalam versi digitalnya (Yusup 2024). Lebih lanjut, pelestarian tari melalui digitalisasi juga menunjukkan adanya ketidakmerataan akses. Kelompok seni dari wilayah dengan infrastruktur internet yang kurang baik atau minim keterampilan media digital seringkali ketinggalan dalam arus budaya populer. Ini menunjukkan bahwa komodifikasi digital tidak hanya berkaitan dengan produksi, tetapi juga dengan representasi siapa yang dapat menampilkan budayanya, dan dengan cara seperti apa.

Kuliner tradisional juga menjadi sasaran komodifikasi yang sangat diminati dalam ekonomi digital, khususnya dalam bentuk *food vlogging*. Dalam sepuluh tahun terakhir, berbagai saluran *YouTube* seperti Nex Carlos, Tanboy Kun, atau

Ken & Grat telah memproduksi konten yang menampilkan masakan khas daerah seperti gudeg Yogyakarta, rendang Padang, atau papeda dari Papua. Namun, masakan dalam vlog bukan hanya tentang makanan. Ia disajikan sebagai pengalaman kebudayaan, keunikan, atau bahkan tantangan yang ekstrem. Sebagai contoh, makanan pedas asli Manado dianggap sebagai “konten tantangan”, bukan sebagai representasi budaya lokal yang berasal dari tradisi kuliner masyarakat Minahasa. Dampaknya adalah munculnya eksotifikasi budaya di mana masakan lokal disederhanakan menjadi sebuah sensasi, dengan narasi yang ditentukan oleh preferensi audiens urban atau global. Seperti yang menjadi kritik Edward Said tentang orientalisme: budaya lokal hanya diperlihatkan sepanjang dapat “dijual” sebagai sesuatu yang unik dan menarik bagi orang lain.

Komodifikasi identitas budaya sebagai konsep yang terdapat di era digital tidak selalu memiliki efek merugikan. Banyak komunitas sukses mengadaptasi media digital sebagai sarana untuk pelestarian dan pemberdayaan, bukan hanya untuk komersialisasi. Komunitas adat Baduy, contohnya, dengan bantuan NGO (*Non-Governmental Organization*) lokal, sukses memasarkan kain tradisional melalui *platform* digital dengan cerita yang tetap menghormati filosofi kearifan lokal. Mereka tidak hanya memasarkan produk, tetapi juga mengkomunikasikan nilai-nilai ekologis dan spiritual yang ada dalam proses pembuatan kain. Hal yang sama terjadi di Toraja, di mana generasi muda merekam ritual pemakaman Rambu Solo' melalui dokumenter *YouTube*, tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai warisan budaya bagi generasi mendatang. Oleh karena itu, konsep komodifikasi budaya dalam ekonomi digital Indonesia sepanjang dekade 2010–2025 memiliki

sifat ambivalen yakni dapat berfungsi sebagai alat regenerasi budaya dan ekonomi, namun juga memiliki risiko pengurangan makna dan ketimpangan representasi, sehingga diperlukan pendekatan kritis dalam memahami hubungan antara ekonomi digital dan budaya tidak hanya sebagai kesempatan pasar, tetapi juga sebagai proses sosial dan simbolik yang membangun identitas kolektif bangsa.

4.3.2 Menjembatani Budaya dan Ekonomi di Era Digital: Monetisasi

Identitas Budaya melalui *Platform Jaringan*

Revolusi digital yang besar dalam dua puluh tahun terakhir mengubah cara orang berinteraksi, bekerja, dan membangun identitas. Konsep masyarakat jaringan milik Manuel Castells menjelaskan bagaimana jaringan digital menjadi penentu utama dalam masyarakat kontemporer. Identitas budaya yang awalnya bersifat lokal kini bisa tersebar dan diakui secara global lewat media digital. Di sisi lain, Don Tapscott dalam pandangannya tentang ekonomi digital menekankan bahwa nilai di dunia baru ini muncul dari kolaborasi, informasi, dan kecerdasan kolektif yang terhubung lewat jaringan.

Dalam konteks itu, ekspresi budaya tidak hanya berfungsi sebagai sarana pelestarian warisan, tetapi juga sebagai sumber ekonomi yang dapat mendatangkan pendapatan. Hal ini terwujud berkat adanya *platform* seperti *YouTube* dan *TikTok* yang memberikan akses luas bagi kreator untuk menghasilkan uang dari konten berbasis budaya. Menurut Castells, walaupun globalisasi dan teknologi telah menciptakan struktur masyarakat berbasis jaringan, identitas budaya tetap tidak pudar. Sebaliknya, jaringan memungkinkan identitas itu untuk muncul dan dibentuk

kembali dalam format yang lebih fleksibel dan dapat tersebar lebih jauh melampaui batas wilayah (Wicaksono 2022).

Walaupun begitu, kekuatan jaringan digital tidak terlepas dari pengaruh dominasi. Platform besar seperti *TikTok* dan *YouTube* memiliki kendali atas algoritma yang menentukan siapa yang muncul dan siapa yang tidak. Namun, di ruang ini, para kreator lokal juga memiliki kesempatan untuk mengintegrasikan nilai-nilai budaya melalui konten yang bisa menarik perhatian masyarakat (Cunningham and Craig 2017). Don Tapscott memandang ekonomi digital sebagai konsekuensi dari interaksi antara teknologi komunikasi, konten, dan pemrosesan komputer. Di sinilah konsep kolaborasi massal atau *Wikinomics* muncul, di mana masyarakat berperan aktif dalam menciptakan nilai. Dalam situasi ini, budaya setempat dapat dipresentasikan sebagai produk digital yang menarik baik secara ekonomi maupun sosial (Shkolnyk and Semenog 2019).

Platform seperti *TikTok* dan *YouTube* menyediakan berbagai sumber pendapatan bagi kreator, seperti *adsense* dan iklan digital, untuk video yang sukses menjangkau banyak penonton dan menghasilkan keuntungan dari konten yang dihasilkan; Sistem donasi dan hadiah digital, yang memungkinkan interaksi finansial langsung antara penonton dan kreator (Cristea 2024); juga, Kemitraan dan sponsor, termasuk merek yang tertarik berafiliasi dengan nilai-nilai lokal; ditambah dengan model pendanaan komunitas, seperti *Patreon* atau platform berbasis *blockchain* yang mendukung desentralisasi pendapatan (Flexe.io 2025). Ini bisa menjadi nilai ekonomi yang dimanfaatkan dari identitas budaya yang bersinggungan dengan digitalisasi untuk menghasilkan sebuah keuntungan.

Fitur kreatif seperti *duet*, *reels*, dan *shorts* di *platform* media sosial tidak hanya mendukung distribusi, namun juga menyediakan kesempatan bagi pengguna untuk berpartisipasi dalam proses penciptaan budaya. Proses ini bahkan telah menciptakan standar baru dalam cara masyarakat memproduksi dan mengonsumsi budaya digital (Mahetaji and Nieborg 2024, 1). Akan tetapi, karena algoritma cenderung menegaskan tren utama, konten budaya yang tidak sesuai dengan pola yang umum dapat terpinggirkan. Di sinilah peran strategi kreatif sangat penting agar budaya lokal dapat tetap memperoleh visibilitasnya juga nilai ekonomi yang pantas (Mahetaji and Nieborg 2024, 1).

Secara praktis, identitas budaya yang diolah dengan cara kreatif bisa membawa keuntungan finansial yang besar. Banyak pembuat konten dari berbagai negara memanfaatkan elemen budaya seperti tarian tradisional, masakan lokal, hingga cerita daerah yang kemudian menjadi viral dan menghasilkan pendapatan dari iklan, sponsor, serta sokongan langsung dari penonton. Misalnya, konten keluarga yang mengandung elemen budaya lokal yang dibagikan oleh *kidfluencers* terbukti efektif menarik perhatian internasional dan mendatangkan kolaborasi dengan merek besar (Divon, Annabell and Goanta 2025).

Kombinasi antara struktur jaringan digital dan dinamika ekonomi yang baru telah menciptakan kesempatan besar bagi pelaku budaya untuk tidak hanya mempertahankan eksistensi identitas mereka, tetapi juga menjadikannya sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, memahami logika *platform*, kekuatan jaringan, dan partisipasi kreatif komunitas adalah kunci untuk dapat memaksimalkan potensi ekonomi dari kekayaan budaya yang ada.

4.4 Ekonomi Digital Vietnam *Vis-à-Vis* Budaya Vietnam

Ekonomi digital di Vietnam berkembang dalam suasana keterbukaan global dan modernisasi, didorong oleh teknologi informasi, media sosial, serta *platform* digital. Menurut Castells, di dalam masyarakat jaringan, kekuatan utama kini tidak lagi berada pada institusi tradisional, melainkan pada jaringan digital global. Ini terlihat dalam peran media digital sebagai agen utama yang membawa nilai-nilai budaya dari luar ke Vietnam dan mempengaruhi pandangan masyarakat, khususnya generasi muda .

Sementara itu, Don Tapscott menyatakan bahwa ekonomi digital tidak hanya mengubah metode kerja dan transaksi masyarakat, tetapi juga mempengaruhi cara berpikir dan berinteraksi. Di Vietnam, perubahan ini terlihat pada bagaimana lembaga pendidikan internasional dan *platform* digital mempengaruhi generasi muda, khususnya mahasiswa, dalam membentuk identitas mereka lewat kurikulum global yang seringkali kurang mencerminkan budaya lokal (Nguyen, et al. 2024).

Namun demikian, Vietnam tidak tinggal diam. Pemerintah dan masyarakat berusaha dengan sungguh-sungguh melestarikan “*spiritual foundation*” budaya melalui kebijakan dan inisiatif yang mendukung pelestarian budaya. Seperti yang dijelaskan oleh Trung dan Van, (2020), budaya berfungsi sebagai dasar dan sasaran pengembangan sosial ekonomi (Trung and Van 2020). Strategi ini sejalan dengan pandangan Castells bahwa budaya lokal dapat bertahan dalam jaringan global apabila berhasil melakukan “resistensi melalui identitas.”

Selanjutnya, proses akulturasi di Vietnam menunjukkan bahwa meskipun budaya luar masuk lewat media dan ekonomi digital, masyarakat tetap melestarikan nilai-nilai dasar seperti solidaritas, patriotisme, dan etika kolektif. Proses ini bersifat selektif dan adaptif, di mana budaya lokal dan global saling bercampur tanpa saling menghapus. Ekonomi digital menghasilkan dampak besar terhadap identitas budaya Vietnam. Akan tetapi, seperti yang dijelaskan dalam teori Castells dan Tapscott, Vietnam menunjukkan kemampuan beradaptasi: tidak hanya menerima teknologi dan globalisasi, tetapi juga memanfaatkannya untuk menjaga dan memperkuat budaya nasional di ruang digital.

4.4.1 Budaya Populer dan Pencerminan Identitas Lokal di Media Digital

Di tengah gelombang globalisasi dan ekonomi digital yang kian terhubung, budaya populer di Vietnam menjadi arena penting dalam pengembangan dan pencerminan identitas lokal. Media sosial, konten video, dan berbagai format digital lainnya berfungsi sebagai sarana utama bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk menentukan identitas mereka di tengah derasnya arus budaya global. Media digital bukan sekedar sumber informasi, melainkan ruang baru di mana budaya lokal dibangun, diperiksa kembali, dan dipasarkan.

Penelitian oleh Phan Thanh Thanh (2015) mengungkapkan bahwa kalangan anak muda Vietnam di Hanoi secara aktif membentuk grup *dance cover KPop* seperti *ST.319* dan *YG Lovers Crew* yang awalnya terpengaruh oleh budaya Korea. Tetapi seiring berjalannya waktu, mereka tidak hanya meniru, melainkan juga menciptakan gaya mereka sendiri, dengan memasukkan elemen-elemen lokal

dalam busana, lirik terjemahan, dan gerakan (Thanh 2014). Media sosial seperti *YouTube* dan *Facebook* berfungsi sebagai tempat pameran digital yang menggambarkan bagaimana mereka mengintegrasikan ekspresi individu, kebanggaan budaya, dan taktik untuk menciptakan basis penggemar. Kegiatan mereka bahkan menarik sponsor, menciptakan peluang karir di bidang hiburan, serta mendirikan agensi kreatif yang unik. Ini menjadi suatu peluang melihat dari bagaimana pemanfaatan budaya populer melalui identitas lokal yang tercermin di media digital menjadi sumber keuntungan dan menjadi nilai ekonomis yang berkembang bagi para konten kreator sambil tetap mengembangkan budaya yang terintegrasi pada dekade tersebut.

Dari sinilah, wujud nyata dari yang disebut Manuel Castells sebagai “*network society*”—sebuah masyarakat yang berfungsi dalam jaringan komunikasi digital, di mana kekuasaan tidak lagi terpusat, melainkan menyebar dan dinegosiasikan melalui aliran informasi juga dalam perekonomian (Castells 2011, 192).

Gambar 4. 2 Perwakilan Dari Kementerian Kesehatan Memberikan Piagam Penghargaan *TikTok* Kepada Min dan Erik Atas Peran Pentingnya Dalam Kampanye Pencegahan COVID-19



Sumber: Tuổi Trẻ (2021)

Salah satu contoh keberhasilan promosi budaya populer di Vietnam selama tahun 2010–2025 adalah kampanye "*Ghen Cô Vy*" yang diluncurkan pada tahun 2020. Lagu ini adalah pengadaptasian dari lagu "*Ghen*" oleh Min dan Erik, dengan lirik yang didesain untuk mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya mencuci tangan di masa pandemi COVID-19. Kampanye ini didukung oleh video animasi serta tantangan tari yang diciptakan oleh Quang Đăng, seorang penari dari Vietnam. Video tantangan dansa ini viral di *TikTok* dengan hashtag *#GhenCoVyChallenge*, meraih lebih dari 21,5 juta tampilan dan jutaan interaksi dalam waktu yang singkat (O'Kane 2020).

Pendekatan Don Tapscott mengenai "ekonomi digital" atau "*network intelligence*" membantu peneliti mengerti bahwa budaya populer Vietnam tidak hanya beroperasi di bidang simbolis, tetapi juga menjadi sumber nilai ekonomi.

Identitas lokal kini bukan hanya sesuatu yang dilestarikan, tetapi juga dipasarkan dalam bentuk produk digital mulai dari konten video, barang dagangan, hingga merek pribadi. Dalam studi yang dilakukan, Pham dan Richards (2015) mengungkapkan bahwa generasi muda Vietnam menghubungkan identitas mereka dengan merek yang mereka gunakan dan tampilkan di *platform* digital. Konsumsi tidak hanya terbatas pada gaya hidup, melainkan juga merupakan ekspresi diri dan pengakuan sosial yang terhubung secara daring (Pham and Richards 2015, 4).

Dalam spektrum yang lebih luas, identitas budaya juga digunakan secara strategis melalui teknologi pelestarian digital. Studi oleh Pham dan Richards mengenai kajian Nguyen et al. (2012) menekankan pemanfaatan teknologi pemindaian dalam mengenalkan kembali cerita rakyat Vietnam kepada generasi muda melalui aplikasi ponsel. Dengan metode ini, kisah-kisah lama dihidupkan kembali, bukan dalam bentuk tulisan, melainkan dalam simulasi interaktif yang dapat disentuh, dilihat, dan dialami secara langsung (Pham and Richards 2015, 4). Proyek ini menggambarkan penggabungan nilai-nilai lokal dalam logika ekonomi digital yang interaktif dan berfokus pada pengalaman.

Selain itu, transformasi media juga terlihat dalam munculnya selebriti digital Vietnam. M. Thomas dan R. Heng (2001) menjelaskan bagaimana tokoh publik yang muncul dari media digital menghadirkan pergeseran baru dalam negosiasi identitas di lingkungan sosial. Mereka tidak lagi diatur oleh negara atau lembaga budaya, tetapi oleh ketenaran di media dan keterlibatan masyarakat (Thomas and Heng 2001). Selebriti digital berfungsi sebagai lambang kekuatan

baru yang mencerminkan suara dan preferensi masyarakat, serta menunjukkan ruang simbolis di mana negosiasi budaya berlangsung.

Seluruh dinamika ini mengarah pada satu pola utama: budaya populer di Vietnam, yang berlandaskan nilai-nilai lokal tetapi dibentuk dan didistribusikan lewat media digital, menjadi wadah di mana identitas nasional dibentuk kembali, dikomersialkan, dan dimanfaatkan sebagai kekuatan ekonomi. Budaya lokal tidak hilang dalam arus global, tetapi disusun ulang dengan tetap berakar, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Tran Minh Duc (2024) bahwa akulturasi budaya di Vietnam bersifat adaptif—mengintegrasikan elemen asing tanpa mengorbankan nilai-nilai tradisional (T. M. Duc 2024, 183).

Menurut Castells, proses ini menunjukkan bahwa Vietnam secara aktif “mengaitkan” identitas lokalnya dalam jaringan global—menciptakan makna dan kekuatan sosial baru dalam ruang digital (Castells 2011, 7). Dan menurut pandangan Tapscott, ini menunjukkan bahwa dalam ekonomi digital, nilai tidak hanya berasal dari produk atau layanan, melainkan dari kolaborasi, kreativitas, dan kemampuan untuk menjadikan identitas budaya sebagai aset yang sangat berharga (Tapscott 1995, xiii).

Demikian budaya digital populer di Vietnam tidak hanya mencerminkan identitas lokal, tetapi juga menghasilkan nilai ekonomi yang nyata. Identitas sebagai elemen dari ekosistem penciptaan nilai bisa dilihat, disebarluaskan, disponsori, dan menciptakan pendapatan. Vietnam memberikan contoh menarik tentang bagaimana budaya lokal mampu bertahan dan bahkan tumbuh di tengah

derasnya arus globalisasi, bukan dengan kebertahanan yang pasif, tetapi dengan merespons secara inovatif dan adaptif memanfaatkan digital sebagai pencerminannya.

4.4.2 Modifikasi Budaya Lokal oleh Kaum Muda Vietnam: *Creative Mekong* Sebagai Laboratorium Digital Kebudayaan Selatan

Dalam ekosistem ekonomi digital Vietnam, terdapat fenomena menarik berupa berkembangnya komunitas pembuat konten yang tidak hanya berorientasi pada hiburan, tetapi juga mempromosikan misi kebudayaan. Salah satu contoh yang layak dicermati adalah *Creative4 Mekong*, sebuah kolektif kreatif yang berada di Can Tho dan Ho Chi Minh City, yang secara rutin menghasilkan konten visual bertemakan budaya Vietnam Selatan di dunia digital (TUAN 2019). Kelompok ini telah aktif sejak tahun 2017 dan dikenal karena pendekatan sinematiknya dalam menampilkan narasi budaya lokal melalui video pendek, film dokumenter mini, serta konten visual yang berfokus pada musik tradisional.

Karya-karya *Creative Mekong* menunjukkan eksplorasi visual yang menggabungkan *đờn ca tài tử* yaitu sebuah bentuk musik tradisional Vietnam Selatan diakui UNESCO dengan metode sinematografi kontemporer. Apa yang membedakan *Creative Mekong* dari kelompok pencipta konten lainnya adalah cara mereka memosisikan diri sebagai "kurator budaya digital," bukan sekadar pembuat konten. Mereka melakukan penelitian etnografi kecil terhadap masyarakat setempat sebelum membuat konten. Contohnya, pada serial *Âm Thanh Dân Dã* (Suara Rakyat), mereka mendokumentasikan percakapan dengan musisi senior dari

genre rakyat dan menampilkan kisah perjuangan para penjaga budaya lokal dalam mempertahankan keberadaannya di tengah arus modernisasi (VOV World 2015). Setiap episode dilengkapi dengan narasi dalam dua bahasa (Vietnam-Inggris) dan diunggah ke saluran *YouTube* serta *TikTok* mereka, menjangkau penonton di berbagai negara, terutama diaspora Vietnam di Amerika Serikat, Kanada, dan Prancis. Pada tahun 2022, Vietnam ikut dalam berbagai acara bergengsi yang memperlihatkan inovasi digital budaya di kawasan Asia Tenggara. Salah satu acara penting adalah Vietnam International Digital Week (VIDW) 2022, yang diadakan di Hanoi pada 11–14 Oktober 2022 (Vietnam+ 2022).

. Fenomena *Creative Mekong* memperlihatkan bagaimana generasi muda Vietnam Selatan menggunakan ekonomi digital tidak hanya untuk mencari penghidupan, tetapi juga sebagai arena negosiasi simbolis terkait warisan budaya lokal. Mereka bukan hanya mengarsip atau meniru warisan, tetapi juga melakukan remix budaya dengan memperhatikan estetika modern, permintaan pasar digital, serta relevansi sosial. Kegiatan ini menghasilkan apa yang bisa disebut sebagai “laboratorium budaya digital” di mana warisan tradisional tidak dianggap sebagai objek statis, melainkan sebagai sumber yang terus dinamis.

Walaupun demikian, sukses *Creative Mekong* juga tidak terlepas dari konflik internal antara hasrat untuk menjaga nilai-nilai lokal dan tuntutan *platform* digital yang berfokus pada algoritma dan keterlibatan. Salah satu tantangan yang sering mereka hadapi ialah cara mempertahankan kedalaman konten budaya tanpa mengorbankan kecepatan konsumsi serta daya viral yang diutamakan oleh algoritma *TikTok* dan *Instagram Reels*. *Creative Mekong* adalah contoh bagaimana

digitalisasi dapat menciptakan kesempatan baru untuk melestarikan dan memperbarui budaya setempat (TUAN 2019). Dengan pendekatan visual yang inovatif dan konten berbasis media sosial, kelompok ini menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak hanya berfokus pada komersialisasi, tetapi juga mengenai mencapai audiens baru dan mengungkapkan warisan budaya. Walaupun demikian, tantangan masih ada, terutama dalam mempertahankan makna mendalam dari simbol budaya agar tidak berkurang menjadi sekadar tren konsumsi.

4.5 Dampak Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Indonesia

Di zaman transformasi digital yang cepat ini, hubungan antara teknologi dan budaya semakin sulit untuk dihindari. Ekonomi digital tidak hanya merubah cara orang bertransaksi dan bekerja, namun juga berperan dalam membentuk cara individu dan komunitas mengembangkan serta mengekspresikan identitas budaya mereka. Subbab ini akan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana ekonomi digital memberikan dampak positif dan tantangan bagi identitas budaya Indonesia. Di bagian 4.5.1 dan sub-bagiannya, akan diuraikan bagaimana ekonomi digital menciptakan peluang bagi pelestarian budaya melalui desentralisasi representasi dan kolaborasi kreatif. Di sisi lain, pada bagian 4.5.2, akan diulas dampak negatifnya, seperti masuknya budaya asing yang kuat dan berkurangnya kendali masyarakat lokal terhadap budayanya sendiri.

4.5.1 Dampak Positif Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Indonesia

Pengaruh baik ekonomi digital terhadap identitas budaya di Indonesia antara tahun 2010–2025 tampak nyata dalam cara budaya lokal dipromosikan dan dijaga melalui *platform* digital, sekaligus menghasilkan pengkolaborasi digital yang mendorong inovasi budaya sebagai suatu aset ekonomi. Menurut teori masyarakat jaringan oleh Castells, struktur sosial di era digital tidak bersifat sentral, tetapi terbentuk melalui jaringan yang fleksibel dan waktu nyata yang didukung oleh teknologi informasi (Castells 2011, 265). Di Indonesia, ini memungkinkan komunitas lokal seperti pengrajin, pelaku seni daerah, atau komunitas adat untuk menciptakan, mendistribusikan, dan mengendalikan narasi budaya mereka sendiri secara langsung di *platform* seperti *YouTube*, *Instagram*, dan pasar digital. Pengendalian distribusi yang dahulu dikuasai oleh lembaga besar sekarang berpindah ke tangan komunitas lokal, sehingga identitas budaya setempat dapat muncul secara mandiri dan alami.

Berdasarkan gagasan *Networked intelligence* dari Tapscott, jaringan kolaboratif global memungkinkan individu untuk berbagi ide, menciptakan inovasi bersama, serta menghasilkan nilai ekonomi yang sebelumnya tak terduga (Tapscott 1995, 98). Dalam konteks budaya Indonesia, pelaku UMKM di sektor batik, kuliner tradisional, atau musik etnik dapat berkolaborasi secara *online*, mengintegrasikan identitas budaya dengan metode pemasaran modern. Outputnya adalah model ekonomi kreatif yang tidak hanya menjaga budaya, tetapi juga menciptakan pendapatan yang berkelanjutan.

Saat digabungkan, teori Castells menyoroti akses serta struktur jaringan, sedangkan konsep Tapscott menekankan peran dan kecerdasan kolektif dari jaringan itu. Gabungan keduanya menunjukkan bahwa ekonomi digital tidak hanya menciptakan ruang untuk representasi budaya, tetapi juga mengintegrasikannya ke dalam sistem nilai ekonomi global melalui kolaborasi antarwilayah dan *platform*. Ini menciptakan ekosistem budaya digital di Indonesia yang terbuka dan efisien yang akan dijelaskan lebih lanjut pada sub bab berikutnya.

4.5.1.1 Desentralisasi Representasi Budaya melalui Jaringan Digital

Dalam karya tulisnya *The Rise of the Network society*, Castells (2011) mengungkapkan bahwa di dalam masyarakat jaringan, kekuasaan dan representasi tidak lagi terpusat pada institusi besar, tetapi terdistribusi melalui jaringan digital. Dalam konteks budaya, ini menunjukkan bahwa identitas tidak hanya terbentuk oleh lembaga pemerintahan atau media utama, tetapi juga oleh individu dan komunitas melalui teknologi digital seperti *platform online* dan media sosial.

Di abad ke-21, seluruh dunia mengalami perubahan sosial yang signifikan melalui munculnya apa yang disebut Manuel Castells sebagai masyarakat jaringan atau *network society*. Di dalam masyarakat ini, kekuasaan, komunikasi, serta ekspresi budaya tidak lagi terfokus pada institusi pemerintah, media massa, atau otoritas konvensional. Sebaliknya, ia tersebar dan didistribusikan melalui jaringan digital, media sosial, *platform online*, hingga aplikasi berbasis komunitas/grup. Castells menyatakan bahwa dalam masyarakat jaringan, "kekuatan berada pada kemampuan untuk menciptakan makna dalam ruang jaringan informasi." Ini menunjukkan bahwa setiap orang yang memiliki akses ke jaringan digital, memiliki

kekuatan baru untuk membangun identitas dan mengungkapkan representasi budayanya secara independen.

Perubahan ini sangat terasa di Indonesia, sebuah negara yang selama Orde Baru menampilkan budaya nasional dengan cara yang sangat terpusat dan dikendalikan oleh negara. Salah satu lambang representasi budaya pada era itu adalah TMII (Taman Mini Indonesia Indah), sebuah taman budaya yang berfungsi sebagai wadah untuk menampilkan keragaman etnis Indonesia secara terstruktur dan terstandarisasi. Akan tetapi, setelah reformasi dan bertambahnya otonomi daerah, cara masyarakat mengekspresikan budaya mulai berubah. Judith Schlehe dalam kajiannya menekankan bahwa saat ini TMII tidak lagi menjadi satu-satunya tempat untuk merepresentasikan budaya. Di zaman desentralisasi dan digitalisasi, masyarakat sekarang mendorong pentingnya "re-imajinasi Indonesia" sebagai negara multikultural yang inklusif dan transkultural (Schlehe 2011).

Perubahan ini didorong oleh perkembangan teknologi digital dan penyebaran internet yang luas hingga ke seluruh penjuru Indonesia. Di sejumlah desa, bahkan orang-orang yang berpenghasilan di bawah dua dolar atau kurang dari sehari juga aktif di *Facebook* dan *TikTok*. Anak-anak muda di Papua, contohnya, saat ini menciptakan konten di *YouTube* yang menampilkan tarian tradisional, legenda, sampai metode pembuatan *noken*. Di Sulawesi Selatan, masyarakat Toraja kini tidak hanya mengandalkan festival budaya yang diadakan oleh pemerintah lokal. Mereka mendokumentasikan ritual budaya dan membagikannya di *platform* seperti *Instagram* dan *Facebook*, membangun hubungan global dengan diaspora Toraja serta pelancong internasional. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi

sebagai arena demokratis baru di mana masyarakat dapat membentuk, mendistribusikan, dan mengarsipkan identitas budaya mereka tanpa melalui kurasi atau kaitannya dari negara.

Penelitian oleh Jurriëns dan Tapsell yang dikemukakan oleh Deasy Simandjuntak pada 2020, menyoroti bahwa jaringan digital telah berperan sebagai alat penting tidak hanya dalam ungkapan budaya, tetapi juga dalam pembentukan ekonomi baru. Mereka melaporkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 63,4 juta pemakai internet pada tahun 2020 dan termasuk salah satu negara dengan pengguna *BTS* terbanyak di dunia (Simandjuntak 2017). Bahkan di desa-desa yang jauh, penduduk memanjat pohon untuk memperoleh sinyal internet agar bisa tetap terhubung dengan dunia digital. Lebih menarik lagi, fenomena desentralisasi budaya ini sangat terkait dengan perkembangan ekonomi digital. Salah satu contoh yang paling mencolok adalah kehadiran *Go-Jek*, perusahaan teknologi asal Indonesia yang telah melampaui perannya sebagai penyedia layanan ojek daring. *Go-Jek* telah bertransformasi menjadi ekosistem digital yang tidak hanya menyerap pekerja informal, tetapi juga berperan dalam meningkatkan produk budaya lokal ke dalam peredaran ekonomi nasional.

Melalui *platform GoFood*, banyak pelaku UMKM kuliner lokal dari daerah seperti Yogyakarta, Padang, hingga Ambon dapat menawarkan makanan tradisional mereka ke pasar yang lebih luas tanpa perlu membuka lokasi fisik di kota besar. Hidangan tradisional seperti sate *rembiga* dari Lombok, keripik *sanjai* dari Bukittinggi, atau sambal *roa* dari Manado saat ini dapat dipesan oleh konsumen di Jakarta hanya dengan beberapa ketukan pada layar ponsel. *Platform* seperti *Go-*

Jek membangun jembatan antara penggambaran budaya (masakan tradisional sebagai ungkapan identitas) dan mobilitas ekonomi (akses pasar melalui teknologi digital). Ini mencerminkan penggabungan budaya dalam ekonomi digital yang berorientasi pada jaringan. Sebagai contoh, dalam periode singkat 18 bulan setelah meluncurkan aplikasinya, *Go-Jek* berhasil memperoleh investasi sebesar \$550 juta, dengan valuasi perusahaan mencapai \$1,3 miliar, mencerminkan kekuatan ekonomi digital yang ditopang oleh teknologi dan budaya lokal (Simandjuntak 2017).

Lebih dari sekadar aspek ekonomi, *Go-Jek* juga berfungsi sebagai lambang pergeseran tatanan kekuasaan dalam representasi budaya. Untuk mitra pengemudi, usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner, hingga seniman jalanan saat ini memiliki *platform* digital untuk menceritakan kisah mereka sendiri. Menurut Castells, “identitas dalam masyarakat jaringan dibentuk secara dinamis oleh individu dan kelompok melalui interaksi yang terus-menerus dengan jaringan global.” (Castells 2011, 354) *Go-Jek* dan ekosistem *startup* digital Indonesia telah merealisasikan hal ini dalam wujud yang paling jelas.

Dalam hal ini, desentralisasi tidak sekadar berkaitan dengan pemindahan kekuasaan dan representasi budaya kini tidak lagi ditentukan dari atas, melainkan dibentuk oleh komunitas itu sendiri dalam ruang digital yang terbuka, partisipatif, dan senantiasa berkembang. Dengan begitu, desentralisasi representasi budaya melalui jaringan digital telah memberikan dampak positif bagi identitas budaya dan perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Masyarakat saat ini tidak hanya sebagai konsumen budaya, melainkan juga sebagai produsen aktif yang secara

independen meredefinisi warisan budaya mereka sembari menciptakan ekonomi digital berbasis komunitas.

4.5.1.2 Kolaborasi Digital Mendorong Inovasi Budaya Sebagai Aset Ekonomi

Kolaborasi digital telah berperan sebagai penggerak utama inovasi budaya di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir, di mana budaya tidak hanya dipelihara sebagai identitas, tetapi juga dimanfaatkan sebagai aset ekonomi melalui pendekatan ekonomi digital yang didasarkan pada kolaborasi jaringan sesuai pemahaman Don Tapscott. Menurut pandangan Tapscott, ekonomi digital berlandaskan pada kolaborasi, transparansi, dan integritas dalam kecerdasan jaringan (*Networked intelligence*), di mana partisipasi luas memungkinkan terjadinya inovasi kolektif (Tapscott 1995, 38). Dalam konteks budaya, ini menunjukkan bahwa pelaku budaya, yang mencakup perajin tradisional dan pelaku industri kreatif digital, bekerja sama untuk menghasilkan nilai baru yang tidak hanya simbolis, tetapi juga ekonomis.

Dalam kerangka Tapscott, “kolaborasi cerdas” merupakan wujud dari ekosistem digital yang kreatif (Tapscott 1995, 64). Dengan kolaborasi digital, contoh dampaknya adalah pengrajin Watubo mendapatkan akses ke pasar yang lebih luas serta pelatihan keterampilan, yang meningkatkan pendapatan dan posisi tawar mereka dalam rantai nilai ekonomi kreatif (Rustiadi and Arina 2019, 69). Kerja sama ini juga berhasil membangkitkan ketertarikan masyarakat terhadap warisan tenun tradisional, khususnya di kalangan generasi muda yang sebelumnya memandangnya kuno. Sektor ekonomi kreatif, termasuk budaya, memberikan kontribusi yang meningkat terhadap PDB Indonesia dalam dekade 2010–2025,

dengan kontribusi mencapai 7,38% pada tahun 2015, menunjukkan vitalnya inovasi berbasis budaya dalam pembangunan ekonomi (Rustiadi and Arina 2019, 67).

Meskipun kolaborasi digital telah menciptakan peluang besar untuk budaya sebagai sumber ekonomi, terdapat tantangan yang perlu diperhatikan lebih jauh, di mana ketimpangan digital antar daerah masih menghalangi akses yang adil, serta risiko komersialisasi yang berlebihan yang dapat mengancam nilai-nilai asli budaya lokal. Oleh karena itu, perlu adanya kebijakan yang memastikan keadilan dalam pembagian keuntungan antara pelaku kreatif di kota dan masyarakat setempat.

Namun, pendekatan ini menunjukkan bahwa dengan prinsip transparansi dan kolaborasi cerdas seperti yang diusulkan oleh Tapscott, budaya dapat menjadi aset strategis yang mendukung perekonomian sekaligus memperkuat identitas nasional. Dengan bantuan jaringan cerdas dan etika kerja sama, budaya tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh sebagai aset ekonomi yang kokoh dan inklusif.

4.5.2 Dampak Negatif Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Indonesia

Transformasi digital telah membuka peluang besar untuk mengembangkan budaya nasional. Namun, di sisi lain, ekonomi digital juga memiliki efek buruk pada identitas budaya Indonesia. Dua aspek utama yang paling tampak adalah bertambahnya pengaruh budaya asing yang cepat meresap melalui media digital, serta semakin berkurangnya penggunaan bahasa dan tradisi lokal di kalangan anak muda.

4.5.2.1 Pengaruh Budaya Asing

Ekonomi digital adalah sebuah sistem di mana kegiatan ekonomi dan sosial dilakukan melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi, dengan internet sebagai pondasinya. Dalam sistem ini, nilai budaya, informasi, dan simbol tidak lagi disebarkan melalui saluran tradisional seperti pendidikan atau komunitas lokal, melainkan melalui media sosial, *platform* digital global, serta konten algoritmik yang melintasi batas negara dan bahasa.

Don Tapscott (1995) mengemukakan bahwa ekonomi digital tidak hanya melahirkan model bisnis yang baru, tetapi juga “menciptakan lingkungan sosial yang baru” di mana informasi dan budaya berubah menjadi komoditas yang tersebar dengan cepat (Tapscott 1995, 249). Ia menyatakan bahwa dalam sistem ini, "gaya hidup, simbol, dan nilai-nilai berfungsi sebagai produk yang bersaing di tingkat global". Budaya luar, terutama dari negara-negara dengan kekuatan media besar seperti Korea Selatan, Jepang, atau Amerika Serikat, menjadi berpengaruh karena didukung oleh infrastruktur teknologi dan daya tarik visual yang sesuai dengan preferensi pasar global.

Sejalan dengan itu, Manuel Castells (2011) dalam *The Rise of the Network society* mengemukakan bahwa identitas budaya pada era jaringan tidak dibentuk lagi di ruang lokal, melainkan dihasilkan melalui aliran informasi global. Ia menyampaikan bahwa dalam masyarakat jejaring, kekuatan budaya berpindah ke tangan "aktor-aktor media global yang mengendalikan produksi makna dalam skala transnasional" (Castells 2011, 474).

Salah satu contoh paling jelas dari dampak budaya luar dalam ekonomi digital adalah fenomena Gelombang Korea atau *Hallyu*, yang mencakup musik *KPop*, serial Korea (K-Drama), mode, hingga kuliner Korea. Fenomena ini sungguh tampak dalam kehidupan remaja di Indonesia, terutama antara tahun 2010 sampai 2025, seiring dengan kemajuan media sosial seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*. Dengan algoritma *platform* digital, konten *KPop* seperti video musik *BTS*, *BLACKPINK*, serta drama Korea seperti *Crash Landing on You* dan *Goblin* menjadi amat terkenal dan menjangkau jutaan remaja di Indonesia. Akses yang cepat, konten yang memiliki standar internasional, dan promosi besar-besaran dari agensi Korea membuat remaja Indonesia mengadopsi beragam elemen budaya Korea mulai dari *fashion*, *hairstyle*, cara berbicara, hingga pola konsumsi makanan dan minuman (seperti *ramen* Korea, *tteokbokki*).

Temuan penelitian oleh Depi Mawatdah (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kehadiran *KPop* mempengaruhi pergeseran identitas budaya di kalangan mahasiswa. Kebanyakan dari mereka lebih akrab dengan nama-nama bintang Korea ketimbang tokoh-tokoh dalam budaya setempat (Mawatdah 2022, 44). Dalam beberapa komunitas tertentu, penggunaan ungkapan bahasa Korea sederhana seperti *annyeong* (halo) dan *saranghae* (aku mencintaimu) telah menjadi bagian dari kegiatan sosial sehari-hari.

Lebih jauh, pakaian adat seperti kebaya atau batik mulai dipandang "tidak *trendy*" atau "usang", sedangkan gaya berpakaian seperti idol Korea menjadi patokan penampilan yang dianggap modern dan menarik. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam identitas budaya, di mana elemen asing lebih dianggap

memiliki prestise atau pamornya dan menjadi suatu anggapan ekspresi diri yang positif dibanding dengan elemen budaya lokal.

Dengan memperhatikan hal ini, dampak budaya Korea tidak hanya mencerminkan “ketertarikan” remaja terhadap budaya asing, tetapi juga merupakan hasil dari sistem ekonomi digital global yang memperkuat budaya yang paling “komersial” di ruang daring. Manuel Castells menyebut jenis ruang ini sebagai ruang aliran atau bisa juga sebagai sebuah ruang sosial baru yang diwujudkan oleh arus informasi digital di mana budaya saling dipertukarkan, tetapi tidak seimbang. Budaya lokal tidak memiliki infrastruktur yang kuat, visualisasi media yang memadai, dan kemampuan jangkauan algoritmik yang cukup untuk bersaing di wilayah ini.

Sementara itu, Don Tapscott mengungkap walaupun internet menawarkan kesempatan untuk berkolaborasi, kenyataannya tidak semua pihak memiliki posisi yang setara. Budaya yang memiliki kekuatan teknologi dan daya tarik pasar akan menguasai "kecerdasan jaringan" (Tapscott 1995, 249). Jadi, yang terjadi bukanlah kolaborasi budaya, melainkan adopsi budaya dominan oleh masyarakat yang memiliki akses secara pasif.

Fenomena ini tidak hanya sekadar perubahan preferensi, tetapi mempengaruhi cara generasi muda mengembangkan identitas mereka. Dalam lingkungan jejaring, budaya Korea memberikan cerita tentang identitas baik dalam cara berpakaian, cara berbicara, serta apa yang dianggap “baik” atau “keren”.

Sebaliknya, budaya lokal kehilangan cerita/narasi tersebut karena tidak memperoleh ruang yang memadai dalam ekosistem digital global.

Apabila peneliti mempertimbangkan ini menurut kondisi sosial/identitas budaya di Indonesia, maka dampak budaya asing seperti *KPop* tidak hanya sebagai hiburan, melainkan telah menjadi gaya hidup yang diinternalisasi. Bagi peneliti, inti permasalahannya bukan terletak pada budaya Korea itu sendiri, melainkan pada ekonomi digital sebagai sistem yang tidak menawarkan ruang yang adil untuk budaya lokal. *Platform* digital tidak bersifat netral. Ia memberikan perhatian pada konten yang menarik secara algoritma, cepat, dan berskala global. Budaya lokal yang penuh makna tetapi tidak cukup "*trendy*" tidak mendapatkan peluang yang setara.

Sebagai hasilnya, peneliti sependapat dengan Castells bahwa di dalam masyarakat jejaring, identitas tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman lokal, melainkan juga oleh kekuatan informasi global yang dikendalikan oleh sejumlah kecil aktor media. Peneliti juga menyepakati pandangan Tapscott bahwa kecerdasan jaringan diperlukan dalam ekonomi digital, namun hal tersebut tidak dapat tercapai jika akses, kreasi, dan distribusi konten budaya tidak merata. Oleh karena itu, budaya luar dapat menjadi tantangan bagi identitas budaya lokal bukan disebabkan oleh sifatnya yang asing, melainkan karena sistem ekonomi digital membentuk lingkungan yang mendukung budaya yang dominan untuk menguasai dan melemahkan yang tidak siap bersaing dalam arena digital.

4.5.2.2 Hilangnya Kendali Budaya Masyarakat Lokal

Ekonomi digital mendukung distribusi informasi dan budaya dengan cepat dan secara global. Menurut pandangannya, ekonomi digital seharusnya menciptakan kesempatan yang inklusif bagi setiap individu untuk terlibat dalam merumuskan makna dan narasi kolektif. Namun dalam realitasnya, sistem ini menghasilkan ketidaksetaraan antara mereka yang memiliki akses digital dan mereka yang tidak. Komunitas lokal atau masyarakat adat di Indonesia seringkali tidak memiliki akses terhadap teknologi, kemampuan literasi digital, atau infrastruktur yang memadai untuk berpartisipasi dalam pembentukan representasi budayanya di dunia digital.

Dalam konteks ini, peneliti mendukung konsep komodifikasi identitas budaya yang dianut Castells bahwa identitas tidak hanya dipengaruhi oleh pengalaman lokal, melainkan merupakan suatu kekuatan informasi global yang dikendalikan oleh sejumlah aktor media kecil. Dengan kata lain, komodifikasi budaya dalam jaringan digital dapat menyebabkan hilangnya representasi otoritas, yang merupakan inti dari identitas budaya.

Selain itu, Don Tapscott menyoroti bahwa masyarakat digital perlu didukung oleh kecerdasan terhubung yaitu kecerdasan kolektif yang terbentuk melalui konektivitas dan keterlibatan dalam jaringan. Namun ia juga menegaskan bahwa tidak semua orang atau kelompok akan mendapatkan keuntungan yang sama dari sistem ini. Dalam karya tulisnya, *The Digital Economy*, Tapscott mencatat bahwa ekonomi digital menguntungkan individu yang mampu berinteraksi, berkolaborasi, dan berinovasi dalam jaringan, namun ekonomi digital juga dapat

mengecualikan mereka yang tidak memiliki akses, sumber daya, atau keterampilan untuk berpartisipasi (Tapscott 1995, 131). Ini menekankan bahwa ekonomi digital tidak hanya memperluas akses, tetapi juga berpotensi menjadi sistem yang eksklusif dan menguasai, terutama bagi komunitas yang kurang terintegrasi secara teknologi. Dalam konteks budaya, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lokal kehilangan perannya sebagai pembuat makna budaya, dan hanya berfungsi sebagai konsumen atau representasi objek yang diciptakan oleh aktor lain dalam jaringan.

Dalam banyak situasi, aspek budaya Indonesia seperti perayaan tradisional, tarian klasik, makanan lokal, dan ritual spiritual seringkali ditampilkan dalam bentuk konten digital yang dihasilkan bukan oleh komunitas asalnya, melainkan oleh *influencer*, *vlogger*, atau perusahaan swasta. Konten tersebut biasanya menyoroti aspek eksotis, menarik, atau estetik dari budaya, tanpa mencerminkan makna dan konteks aslinya. Hal ini mengakibatkan distorsi budaya, di mana budaya lokal dipersepsikan hanya sebagai aset visual atau konten untuk pasar, bukan sebagai ungkapan hidup yang diwariskan dan dilestarikan oleh komunitas. Masyarakat lokal menjadi penonton terhadap budayanya sendiri, karena ekonomi digital yang mendorong budaya yang viral dengan cepat, bukan yang asli.

Tapscott juga membahas hal ini saat ia menjelaskan fungsi "*infomediaries*" atau perantara digital yang mengatur informasi dan pengalaman penggunanya. Ia menyatakan bahwa di zaman digital, perantara yang kuat dapat membentuk akses, menyaring makna, dan pada akhirnya mengendalikan cara individu memahami lingkungan mereka, termasuk narasi budaya (Tapscott 1995, 288). Pernyataan ini mengungkapkan bahwa kekuatan ekonomi digital malah melahirkan aktor-aktor

baru (seperti *platform* dan pembuat konten) yang mengendalikan narasi budaya. Ini mencerminkan bagaimana budaya lokal seringkali direpresentasikan oleh pihak luar, tanpa adanya sistem yang menjamin partisipasi dan otoritas dari komunitas yang memiliki budaya tersebut.

Menurut pemikiran Don Tapscott, hilangnya kontrol komunitas lokal terhadap budayanya sendiri merupakan akibat dari ketidakseimbangan digital dalam sistem ekonomi yang berbasis digital. Tapscott menguraikan bahwa sistem ini beroperasi melalui *Networked intelligence*, yang merupakan kecerdasan kolektif yang muncul dari partisipasi dalam jaringan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat adat atau komunitas budaya lokal yang kekurangan akses teknologi, literasi digital, atau kekuatan ekonomi menjadi kurang mampu bersaing dalam membangun narasi budaya mereka sendiri di ruang digital. Mereka berperan sebagai penonton dari budaya mereka sendiri, sementara para aktor digital luar, seperti *influencer*, perusahaan media, atau pembuat konten, mengontrol cara budaya mereka ditayangkan dan dimengerti oleh segenap publik.

Data empiris yang mendasari analisis ini dapat ditemukan dalam suatu artikel yang mengkaji mengenai identitas budaya Indonesia dalam penyiaran digital (Sofyan 2024). Artikel ini menunjukkan bahwa walaupun *platform* digital seperti *YouTube*, *TikTok*, dan *Instagram* menawarkan kesempatan untuk melestarikan budaya lokal, yang terjadi ialah konten luar negeri lebih menguasai ruang digital, sementara konten budaya lokal seringkali tertinggal dalam kualitas produksi, promosi, dan daya tarik algoritma. Penemuan ini mendukung pandangan Tapscott bahwa ekonomi digital menghasilkan sistem distribusi nilai dan makna yang tidak

seimbang. Budaya lokal tidak lenyap secara fisik, tetapi kehilangan tempat dan kekuasaan representasi di dalam jaringan global yang dikuasai oleh selera dan nilai-nilai pasar internasional.

Oleh karena itu, kehilangan kontrol masyarakat lokal terhadap budaya mereka tidak hanya disebabkan oleh rendahnya kemampuan dalam memproduksi konten, tetapi juga oleh struktur ekonomi digital yang tidak netral dan lebih menguntungkan budaya yang telah mapan secara global.

4.6 Dampak Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Vietnam

Ekonomi digital telah mengubah secara signifikan cara masyarakat Vietnam membangun dan mengekspresikan identitas budayanya. Perkembangan infrastruktur digital dan akses teknologi yang luas menciptakan kesempatan baru untuk pelestarian, inovasi, dan penyebaran budaya lokal. Namun, di balik kesempatan itu, terdapat pula tantangan seperti komodifikasi budaya dan pengaruh nilai-nilai luar yang bisa mengubah identitas lokal. Pada sub bab 4.6.1 hingga 4.6.2.2, fokus pembahasan akan ditujukan pada dua aspek dampak ekonomi digital terhadap budaya Vietnam, baik kontribusi positif dalam mendukung pelestarian dan pendidikan budaya, maupun dampak negatif dari tekanan globalisasi dan komersialisasi.

4.6.1 Dampak Positif Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Vietnam

Dari tahun 2010 sampai 2025, Vietnam menyaksikan pertumbuhan yang besar dalam ekonomi digital, terutama berkat perkembangan infrastruktur

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Ini menciptakan kesempatan besar untuk pelestarian dan pengenalan budaya lokal, di mana komunitas dan pelaku seni dapat memanfaatkan *platform* digital guna memperkenalkan tradisi mereka kepada audiens yang lebih luas. Selain itu, pendidikan yang berbasis digital juga merupakan suatu bentuk transformasi positif digital untuk pembelajaran yang lebih efisien dan inovatif di kalangan pemuda di Vietnam.

4.6.1.1 Promosi Budaya Lokal Melalui Kehadiran Digitalisasi

Infrastruktur digital, wirausaha digital, dan konektivitas internet yang luas menciptakan kesempatan baru untuk mempromosikan budaya lokal lewat media sosial, *E-Commerce*, dan *platform* konten kreatif. Transformasi ini mengubah cara masyarakat Vietnam dalam memproduksi dan mengonsumsi identitas budaya mereka. Tahun 2020, seluruh sektor ekonomi global mengalami penurunan kecuali sektor digital. Vietnam berkembang melalui lima pilar: infrastruktur digital, *platform*, kewirausahaan digital, sektor keuangan, dan keterampilan (Ha 2020, 51).

Sebagai contoh nyata dari wirausaha dalam bidang budaya digital yang berkaitan dengan perkembangan ekonomi kreatif di Vietnam, proyek “*Chèo 48h - Tôi Chèo Về Nhà*” hadir sebagai inisiatif digital dari komunitas pemuda Vietnam yang di mana teater rakyat tradisional *chèo* Vietnam direvitalisasi melalui media sosial, *YouTube*, dan *platform* pembelajaran daring (Cuong 2020, 24). Bermula sebagai inisiatif komunitas pada awal 2010-an, mereka memanfaatkan *Facebook* dan situs web untuk mengajak anak-anak muda berpartisipasi dalam lokakarya *chèo* dan pertunjukan teater yang disajikan dengan cara modern. Melalui video singkat dan dokumentasi di *YouTube*, *chèo* dipresentasikan kembali sebagai bagian dari

ekspresi budaya kontemporer, bukan sekadar peninggalan sejarah. Proyek ini berhasil menarik ribuan penonton dengan berani dan melibatkan ratusan pemuda yang sebelumnya tidak tahu tentang *chèo*. Mahasiswa yang terlibat dalam program pelatihan internasional perlu didorong untuk menjaga dan mempromosikan identitas budaya nasional, terutama melalui kegiatan profesional mereka di sektor digital dan kreatif di masa depan (Cuong 2020, 25).

Melalui "*Chèo 48h*", pertunjukan tradisional yang dahulu dianggap usang kini kembali relevan bagi generasi muda. Digitalisasi memungkinkan budaya lokal untuk diinterpretasikan kembali melalui pendekatan visual dan naratif yang lebih kontemporer dan menarik. Generasi muda tidak hanya menyaksikan, tetapi juga terlibat dalam memproduksi, mengubah, dan menyebarkan konten budaya ke dalam ranah publik digital.

Proyek *Chèo 48h* ini juga tentu berkaitan dengan aktivitas ekonomi yang menghasilkan. Industri konten digital dan kebudayaan telah berkontribusi pada pertumbuhan PDB Vietnam. Ekonomi digital meningkat dari 1,45% pada 2007 menjadi 11,56% dari PDB antara 2016–2019, didorong oleh sektor-sektor seperti desain digital, video *streaming*, dan konten budaya visual yang menjadi bagian dari proyek *Chèo 48h* (Cuong 2020).

Ekonomi digital di Vietnam memungkinkan reinterpretasi dan pengenalan kembali budaya lokal melalui *platform* digital, yang memastikan pelestarian serta adaptasi nilai-nilai tradisional dalam kehidupan kontemporer (Ha 2020, 51). Keberadaan di media sosial mendorong perbincangan dan penghargaan terhadap

kebudayaan setempat. Masyarakat mulai menciptakan kembali simbol budaya dalam bentuk digital seperti meme, video, dan desain grafis.

Don Tapscott mengungkapkan bahwa kecerdasan jaringan adalah jenis kolaborasi cerdas yang timbul dari hubungan antara individu melalui teknologi digital. Dalam konteks ini, *Chèo 48h* berfungsi sebagai wujud nyata dari jaringan cerdas sebagai komunitas yang saling terhubung, bertukar pengetahuan, dan menciptakan inovasi budaya bersama tanpa adanya struktur hierarkis.

Secara pribadi, peneliti menilai bahwa digitalisasi telah menciptakan ruang demokratis bagi identitas budaya lokal Vietnam untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang. Pelestarian budaya tergantung pada lembaga atau negara. Namun melalui digitalisasi, siapapun dapat berperan sebagai kurator atau penjaga budaya. Inilah suatu kekuatan utama dari ekonomi digital yang berbasis jaringan seperti yang dibayangkan oleh Tapscott. Digitalisasi membuat budaya menjadi sesuatu yang dinamis, bukan hanya objek mati di museum. Ia tumbuh di lingkungan yang dinamis dan saling berinteraksi bisa didapat pada *timeline* media sosial, di forum diskusi berani, hingga di panggung maya di mana *chèo* dipentaskan kembali bagi para generasi Z (Ha 2020, 52). *Platform* digital seperti media sosial memungkinkan restrukturisasi identitas budaya dengan membuka ruang bagi partisipasi, kreasi, dan penyebaran baru juga mengubah pengetahuan budaya dari bentuk hierarkis menjadi kolaboratif. Promosi budaya lokal melalui digitalisasi di Vietnam tidak hanya tentang melestarikan sejarah, tetapi juga mengenai membangun masa depan budaya yang kolaboratif, terintegrasi, dan terhubung secara global. Ini sejalan dengan

konsep Tapscott yang mengintegrasikan inovasi dan identitas budaya dalam satu ekosistem digital yang dinamis

4.6.1.2 Pendidikan Berbasis Digital dan Kesadaran Budaya Digital di Kalangan Pemuda: Studi Kasus Mahasiswa *Graphic and Digital Design* di Universitas Greenwich Vietnam

Ekonomi digital di Vietnam maju dengan cepat dan juga mempengaruhi cara generasi muda belajar, berpikir, serta memahami budaya mereka. Pendidikan digital tidak hanya merubah cara pengajaran, tetapi juga mendefinisi ulang cara kaum muda mengakses, menilai, dan mengekspresikan identitas budaya mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Nguyen (2024) menekankan bagaimana mahasiswa program *Graphic and Digital Design* di Universitas Greenwich Vietnam yang menjalani kurikulum internasional berbasis digital menghadapi tantangan serta peluang dalam mempertahankan identitas budaya mereka dalam era globalisasi digital (T. H. Nguyen 2024, 38). Para mahasiswa yang belajar dalam bahasa Inggris dengan sistem dan konten internasional yang utama, namun banyak dari mereka tetap berusaha menggabungkan nilai-nilai budaya Vietnam ke dalam hasil desain mereka.

Dalam penelitian ini, Nguyen mengamati bahwa meski tidak ada pelajaran khusus mengenai sejarah budaya Vietnam, mahasiswa menunjukkan dorongan pribadi untuk menampilkan unsur budaya lokal dalam karya visual mereka, seperti pola tradisional, legenda, hingga pandangan hidup Vietnam. Studi ini mengusulkan perlunya mengintegrasikan kesadaran budaya dalam kurikulum digital global agar generasi muda tidak terputus dari akar budayanya (T. H. Nguyen 2024, 40).

Dampak baiknya, pendidikan digital memungkinkan kaum muda untuk dengan mudah dan interaktif mengakses arsip budaya digital, seperti seni rupa, musik tradisional, dan sastra. Ini menciptakan kesadaran budaya yang lebih luas dan dinamis. Kaum muda dapat membuat konten visual yang merefleksikan identitas budaya mereka lewat animasi, desain grafis, video singkat, dan *platform* media sosial. Ini membuka metode baru dalam menyampaikan cerita budaya Vietnam kepada dunia.

Dampak ekonomi dari penerapan digitalisasi di Vietnam, terutama yang berkaitan dengan pendidikan dan pemahaman budaya digital di kalangan generasi muda selama periode 2010–2025, dapat dilihat melalui dua aspek utama: sumbangan terhadap ekonomi digital negara dan pergeseran budaya menjadi komoditas ekonomi. Porsi ekonomi digital utama dalam PDB naik dari 1,45% pada 2007 menjadi 7,08% pada 2019, sementara ekonomi digital tumbuh menjadi 11,56% dari PDB antara 2016 dan 2019 (Duc, et al. 2024). Pendidikan digital dan sektor kreatif yang berlandaskan budaya memberikan sumbangan pada pertumbuhan ini melalui industri desain grafis dan konten digital, *platform e-learning* lokal yang menyerap tenaga kerja muda, serta kegiatan *freelance* seperti ilustrasi digital, komik daring, dan animasi bernuansa lokal yang dipasarkan secara global.

Menurut Tapscott, kecerdasan jaringan menciptakan kekuatan baru di mana kolaborasi digital memungkinkan banyak pihak untuk secara bersamaan dan terdistribusi menciptakan nilai (Tapscott 1995, 79). Mahasiswa Vietnam di dunia digital internasional berperan sebagai "agen budaya" yang, meskipun terhubung

dengan jaringan global, dapat dengan bijak dan kreatif menjaga serta mereproduksi identitas lokal mereka. Teknologi digital, menurut pandangan Tapscott, bukan sekadar alat, melainkan ruang kolaboratif di mana pengetahuan dan identitas dibangun bersama melalui keterlibatan aktif. Hal ini terlihat dalam kasus mahasiswa desain di Vietnam, yang menyesuaikan identitas budaya mereka lewat media digital dan mengungkapkannya ke arena global.

Melalui analisis kasus tersebut, mahasiswa Vietnam membuktikan bahwa ekonomi digital tidak selalu mengakibatkan "lenyapnya" identitas budaya. Sebaliknya, dengan adanya ruang dan dukungan, siapa pun dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meneguhkan kembali identitas budaya mereka. Dalam ekosistem yang saling terhubung, seperti yang diuraikan oleh Tapscott, budaya menjadi aktif dan dialogis, bukan statis dan terpinggirkan. Dengan demikian, pendidikan digital yang peka terhadap budaya tidak hanya krusial, tetapi juga menjadi dasar bagi lahirnya generasi muda yang mahir teknologi dengan identitas nasional.

4.6.2 Dampak Negatif Ekonomi Digital Terhadap Identitas Budaya Vietnam

Ekonomi digital di Vietnam berkembang sejak tahun 2010 berkat penetrasi internet, *E-Commerce*, media sosial, serta transformasi digital dari pemerintah. Namun, seperti negara berkembang lainnya, gelombang globalisasi digital juga mempengaruhi budaya lokal. Menurut Castells, dalam masyarakat jaringan, identitas budaya tidak lagi terbentuk secara lokal, tetapi oleh aliran informasi global yang tidak merata. Sementara itu, Tapscott menyoroti bahwa dalam ekonomi

digital, cara hidup dan nilai-nilai budaya berfungsi sebagai komoditas global yang didistribusikan secara tidak seimbang.

4.6.2.1 Komodifikasi Budaya Tradisional

Komodifikasi budaya dapat terjadi saat elemen-elemen tradisional, seperti seni, simbol, dan praktik budaya, bertransformasi menjadi barang konsumsi untuk kepentingan ekonomi. Proses ini dipercepat oleh digitalisasi sektor pariwisata dan seni budaya, yang seringkali mengubah nilai-nilai asli budaya demi kepentingan komersial.

Wayang air Vietnam (*múa rỗi nước*), sebagai warisan budaya takbenda, mengalami perubahan seiring dengan meningkatnya permintaan pariwisata digital dan promosi *online*. Studi oleh Sam Pack beserta dengan penulis lainnya (2012) menunjukkan bahwa selama dekade 2010-an, pertunjukan tradisional ini semakin disesuaikan untuk menarik minat wisatawan asing dengan paket pertunjukan singkat yang menghilangkan kedalaman cerita rakyat dan nilai spiritual aslinya (Pack, Eblin and Walther 2012, 23). Beragam kelompok wayang air mengubah isi tradisional, memperpendek durasi pertunjukan, dan mengganti dialek lokal dengan naskah yang disederhanakan dalam bahasa Inggris atau bahasa Vietnam yang diinternasionalisasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Bagi pelaku tradisi yang dulunya berperan sebagai penjaga nilai budaya, kini lebih sering bertransformasi menjadi “penyedia hiburan” dalam sektor pariwisata digital.

Konsekuensi buruknya, sebuah kesakralan menjadi hiburan-hiburan yang kehilangan makna sejarah dan filosofi lokalnya. Di samping itu, para seniman

akhirnya tidak memiliki kendali atas cara budaya mereka dipromosikan secara digital. Dalam gagasan/konsep yang diambil peneliti dari Don Tapscott mengenai ekonomi digital bersifat ideal, bersifat kolaboratif, terbuka, serta adil. Namun, penelitian mengenai wayang air menunjukkan penyimpangan dari gagasan ini. Alih-alih adanya kolaborasi yang setara, yang terjadi adalah ketidaksamaan kekuasaan digital di mana pelaku budaya lokal bukanlah mitra sejajar, tetapi malah menjadi objek dalam sistem distribusi digital global.

Digitalisasi seharusnya memungkinkan komunitas untuk mengatur narasi mereka sendiri. Namun dalam banyak situasi, logika pasar global yang dipercepat oleh teknologi justru menjadikan nilai-nilai budaya lokal sebagai komoditas tanpa konteks. Dalam pengertian Tapscott, ini adalah ketidakberhasilan dalam menciptakan “ekosistem jaringan cerdas” yang memberdayakan semua pelaku secara seimbang.

Menurut peneliti, digitalisasi bukanlah ancaman bagi budaya, tetapi jika tidak diatur dengan etika dan keadilan, ia dapat berfungsi sebagai suatu alat komodifikasi yang dapat mengikis makna. Budaya bukan hanya sekadar materi untuk dijual, tetapi merupakan wujud kehidupan sebuah komunitas. Seperti yang diungkapkan Don Tapscott, bahwa suatu kecerdasan jaringan/*Networked intelligence* seharusnya memberikan kebebasan, bukannya menjadi sebuah eksploitasi. Tanpa adanya kesetaraan dalam jaringan, kolaborasi sejati tidak akan tercapai, hanya akan ada dominasi yang dibalut digitalisasi (Tapscott 1995, 266). Oleh sebab itu, dibutuhkan kebijakan serta infrastruktur digital yang

memungkinkan pelaku lokal memperoleh akses terhadap alat, mengendalikan narasi, dan mendistribusikan nilai ekonomi secara setara.

4.6.2.2 Westernisasi Budaya di Kalangan Anak Muda di Vietnam

Ekonomi digital di Vietnam telah mempercepat aliran informasi dan budaya antarnegara melalui internet, media sosial, dan *platform* hiburan global. Dalam rentang waktu 2010–2025, pengaruh ini tampak nyata pada *trend* westernisasi di kalangan generasi muda, di mana nilai-nilai budaya lokal mulai terpinggirkan oleh identitas dan cara hidup global yang dominan, terutama dari budaya Barat dan Korea.

Studi oleh Becky Pham (2022) menganalisis pandangan masyarakat mengenai penggemar *KPop* muda di Vietnam selama periode 2011–2019. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggemar *KPop* berkembang pesat melalui media digital, namun juga menimbulkan kontroversi dan kritik sosial karena dinilai terlalu "terpisah" dari budaya lokal. Pemuda yang mencontohkan cara berpakaian, bahasa, dan tingkah laku selebriti Korea atau Barat sering disebut dengan istilah negatif seperti "*mixed-race*" atau "*out of control*" oleh media utama (B. Pham 2011).

Hasil analisis terhadap dampaknya pada identitas budaya menunjukkan bahwa pemuda yang secara ekstrem mengadopsi budaya Barat atau Korea sering mengalami pemisahan emosional dan simbolis dari akar budaya Vietnam mereka. Di samping itu, *platform* digital cenderung menyoroti konten global yang populer, sehingga mengurangi perhatian terhadap seni lokal, bahasa daerah, dan nilai-nilai

tradisional Vietnam. Dampak pada ekonomi digitalnya menyebabkan generasi muda lebih terpapar dan meniru gaya hidup Barat/Korea karena konten-konten tersebut mendominasi *platform* digital yang sangat mereka gunakan, budaya global menjadi komoditas yang menghasilkan pendapatan melalui *sponsorship*, iklan, dan afiliasi, terutama dari merek internasional, dan ekonomi digital menciptakan ketimpangan dalam perhatian dan pendanaan, sehingga produk budaya lokal jarang terlihat, yang mengakibatkan pelaku budaya lokal kehilangan potensi ekonomi (B. Pham 2011).

Castells menyoroti bahwa masyarakat saat ini dipengaruhi oleh jaringan digital global yang melampaui batas-batas geografi. Dalam teori ini, pemuda Vietnam menjadi elemen dari “ruang arus” yang memfasilitasi mereka untuk terhubung secara mendalam dengan budaya global. Namun, karena titik utama dalam jaringan ini didominasi oleh nilai-nilai dan estetika global (Barat/Korea), budaya lokal mengalami keterpinggiran. Akibatnya adalah lenyapnya acuan budaya yang memperkuat identitas nasional. Westernisasi bukanlah menjadi suatu ancaman jika berlangsung dalam kedudukan yang setara dan reflektif. Namun, saat kalangan pemuda hanya meniru tanpa mengolah nilai-nilai asing secara kritis, digitalisasi menjadi kehilangan jalur identitasnya.

4.7 Kebijakan Indonesia dan Vietnam dalam Penguatan Identitas Budaya di Tengah Perkembangan Ekonomi Digital

Pertumbuhan ekonomi digital khususnya di Indonesia dan Vietnam, telah meningkat dengan sangat pesat sejak awal tahun 2010-an. Transformasi digital ini memicu kemunculan beragam inovasi, model bisnis yang baru, serta metode baru dalam berkomunikasi dan mengekspresikan diri di ruang publik. Dalam konteks ini, ekonomi digital telah menciptakan peluang besar untuk perkembangan ekonomi nasional, penambahan lapangan kerja, serta peningkatan akses terhadap layanan publik dan komersial melalui internet.

Namun di balik berbagai kesempatan itu, digitalisasi juga membawa tantangan signifikan, terutama bagi kelangsungan identitas budaya suatu negara. Aliran informasi yang cepat, melimpah, dan tak terbatas pada ruang geografis memudahkan masyarakat untuk mengakses budaya asing. Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa budaya lokal dapat terabaikan atau bahkan dilupakan oleh generasi muda yang lebih dekat dengan tren global daripada warisan budaya yang mereka miliki. Menanggapi isu tersebut, pemerintah di sejumlah negara, termasuk Indonesia dan Vietnam, mulai merancang kebijakan yang tidak hanya menitikberatkan pada aspek ekonomi dari digitalisasi, tetapi juga memperhatikan pentingnya melestarikan dan memperkuat identitas budaya nasional. Tujuannya adalah agar transformasi digital tidak mengakibatkan hilangnya nilai-nilai tradisional, tetapi malah menjadi sarana untuk mendistribusikan, melestarikan, dan memperkenalkan budaya lokal dalam bentuk baru yang cukup relevan dengan zaman. Walaupun keduanya mengalami tantangan yang sama, strategi serta

pelaksanaan kebijakan yang diterapkan memiliki perbedaan yang menarik untuk dianalisis lebih dalam.

4.7.1 Kebijakan Indonesia dalam Penguatan Identitas Budaya di Tengah Perkembangan Ekonomi Digital

Pemerintah Indonesia menyadari bahwa proses digitalisasi memiliki dua aspek: satu sisi memberikan peluang besar untuk mendukung kebudayaan nasional, namun di sisi lain juga bisa mengancam keberlangsungan budaya lokal akibat derasnya pengaruh budaya global. Oleh karena itu, sejak awal tahun 2010-an, Indonesia mulai merumuskan berbagai kebijakan yang secara khusus ditujukan untuk menjaga dan memajukan identitas budaya nasional di era digital.

a. Digitalisasi Warisan Budaya: Pemeliharaan Lewat Teknologi

Salah satu langkah penting yang diambil adalah pemajuan kebudayaan dengan mendigitalkan Warisan Budaya Takbenda (WBTb). Dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (sekarang Kemendikbudristek), pemerintah memperkenalkan berbagai program untuk mendokumentasikan dan mengarsipkan budaya lokal secara digital. Kegiatan ini meliputi tari tradisional, bahasa lokal, musik etnik, legenda rakyat, serta pelaksanaan upacara adat (Indonesia Media 2025). Informasi budaya ini selanjutnya disimpan dan disebarluaskan melalui portal *online* seperti WBTb (Warisan Budaya Takbenda) Indonesia dalam *website*-nya (warisanbudaya.kemdikbud.go.id) dan Perpustakaan Digital Warisan Indonesia. Proses digitalisasi ini tidak hanya bertujuan untuk penyimpanan

arsip, tetapi juga untuk memastikan budaya lokal dapat dikenal, diakses, dan dipelajari secara luas, terutama oleh generasi muda yang lebih dekat dengan teknologi digital meskipun belum mampu menyaingi budaya global.

b. Dukungan untuk Ekonomi Kreatif Berlandaskan Budaya

Selain digitalisasi, pemerintah Indonesia juga mendorong para pelaku industri kreatif untuk menciptakan produk digital yang berlandaskan budaya lokal. Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif), yang beroperasi dari 2015 hingga digabungkan dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada 2019, melaksanakan berbagai program untuk mendukung pengembang *game*, animator, penulis naskah, dan kreator digital yang mengangkat budaya Indonesia (Yusuf and Nistanto 2019). Contoh nyata dari kebijakan ini adalah dukungan untuk pengembangan *game* seperti *DreadOut*, yang mengangkat tema hantu dan mitos lokal Indonesia, seperti Nyi Blorong serta berhasil secara komersial di pasar domestik maupun internasional (Fikrie and Yordan 2020). Ini menggambarkan bagaimana budaya setempat dapat menjadi sumber ekonomi baru di dunia digital apabila didorong oleh ekosistem kebijakan yang sesuai.

c. Penggabungan Budaya Dalam Literasi Digital dan Pendidikan

Pemerintah juga berusaha mengintegrasikan kesadaran budaya ke dalam program pendidikan dan literasi digital. Dalam program Gerakan Literasi Nasional yang diperkuat sejak 2016, pemerintah mulai menambahkan unsur literasi budaya dalam modul literasi digital (Kemendikbud 2017, vi). Tujuan

tersebut adalah agar siswa Indonesia tidak hanya terampil dalam teknologi, tetapi juga mengerti dan menghargai budaya mereka sendiri ketika berinteraksi di dunia digital. Kebijakan ini krusial karena generasi muda merupakan kelompok yang paling banyak terpapar konten global. Tanpa pendidikan budaya yang kokoh, identitas budaya mereka dapat pudar. Oleh karena itu, literasi budaya merupakan metode strategis untuk melestarikan identitas di tengah banjir konsumsi budaya digital luar yang sangat besar.

4.7.2 Kebijakan Vietnam dalam Penguatan Identitas Budaya di Tengah Perkembangan Ekonomi Digital

Pertumbuhan ekonomi digital di Vietnam selama 2010–2025 telah mengubah secara signifikan cara hidup, bekerja, dan berinteraksi masyarakat. Namun, di tengah arus modernisasi ini, pemerintah Vietnam tetap aktif dalam melestarikan dan memperkuat identitas budaya nasionalnya. Beragam kebijakan telah disusun dan diimplementasikan secara bertahap, sehingga transformasi digital tidak merusak nilai-nilai budaya, melainkan menjadi alat untuk memperkuatnya.

a. Kebijakan Penggabungan Budaya dalam Media Digital

Pemerintah Vietnam secara proaktif mengarahkan agar konten digital yang muncul di media sosial, *platform* video, dan aplikasi *online* tetap mencerminkan nilai-nilai budaya Vietnam. Salah satu kebijakan yang krusial adalah mendorong perusahaan teknologi dan penyedia konten untuk menghasilkan karya yang berakar pada warisan budaya setempat, seperti legenda, musik tradisional, dan perayaan adat. MIC (*Ministry of*

Information and Communications) Vietnam telah menerapkan sejumlah peraturan yang mendukung pembuatan konten digital yang sejalan dengan "nilai budaya Vietnam yang positif", termasuk batasan terhadap konten asing yang dinilai dapat merusak nilai-nilai moral dan sosial masyarakat (VietnamNet Global 2024). Kebijakan ini sejalan dengan semangat nasionalisme budaya yang kokoh di Vietnam.

b. Digitalisasi Cagar Budaya

Salah satu tindakan nyata adalah mendigitalisasi warisan budaya. Pemerintah berkolaborasi dengan berbagai institusi budaya dan teknologi untuk mendigitalkan situs bersejarah, seni pertunjukan, bahasa lokal, serta objek budaya tak berbentuk. Contohnya, inisiatif digitalisasi dari aplikasi *Vietnam Travel* atau Vietnam National Authority of Tourism (VNAT) bertujuan untuk mempromosikan pariwisata budaya melalui penyediaan tur virtual dan informasi interaktif tentang lokasi-lokasi bersejarah (Viet Nam National Authority of Tourism 2016). Di samping itu, Museum Nasional Vietnam juga memperkenalkan *platform* digital yang memungkinkan masyarakat untuk mengakses koleksi budaya secara *online*, yang tidak hanya memperbaiki akses masyarakat terhadap kebudayaan, tetapi juga mendukung pelestarian jangka panjang.

c. Peraturan mengenai Platform Lokal dan Asing

Vietnam menerapkan aturan ketat terhadap *platform* asing seperti *Facebook*, *TikTok*, dan *YouTube*, yang sangat digemari oleh generasi muda.

Pemerintah mengharuskan *platform-platform* ini untuk menyeleksi konten yang tidak sesuai dengan norma budaya Vietnam dan menuntut kolaborasi dalam pelaporan konten yang buruk. Ini tercermin dalam Undang-Undang Keamanan Siber yang diterapkan sejak tahun 2019, yang mewajibkan perusahaan teknologi untuk menyimpan data pengguna setempat serta mematuhi regulasi sensor konten (Shahbaz, Funk and Hackl n.d.). Sebaliknya, pemerintah juga mendukung pengembangan *platform* lokal yang menekankan nilai-nilai Vietnam. Salah satu contohnya adalah pertumbuhan jaringan sosial lokal seperti *Zalo* dan *Lotus*, yang diadvokasi sebagai pengganti media sosial asing (H. D. Nguyen 2017, 11). Melalui *platform* ini, konten budaya Vietnam dapat dikelola dan ditingkatkan agar lebih sesuai dengan identitas lokal.

d. Pendidikan Kebudayaan di Zaman Digital

Vietnam memahami signifikansi pendidikan budaya dalam membangun identitas nasional bagi generasi muda. Kurikulum pendidikan dirombak untuk menambahkan elemen budaya lokal yang lebih mendalam, termasuk pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana belajar. Aplikasi pendidikan yang mengintegrasikan budaya lokal, seperti permainan edukatif dengan latar cerita rakyat Vietnam, digunakan untuk membuat pembelajaran budaya lebih menarik dan sesuai dengan kehidupan digital para remaja. Kementerian Pendidikan dan Pelatihan Vietnam juga berkolaborasi dengan institusi teknologi untuk mengembangkan *platform e-learning* yang

mengintegrasikan nilai-nilai budaya, termasuk sejarah nasional, seni tradisional, dan etika sosial Vietnam (Dharmaraj 2025).

e. Partisipasi Komunitas dalam Peningkatan Budaya Digital

Salah satu keunggulan Vietnam ialah keterlibatan masyarakat setempat dalam konservasi budaya. Pemerintah mendukung inisiatif masyarakat, seniman, dan komunitas budaya lokal dalam menghasilkan konten digital yang mempromosikan identitas budaya dari setiap daerah. Contohnya, sekelompok pemuda di provinsi *Hue* serta *Da Nang* menghasilkan film dokumenter digital singkat mengenai tarian dan musik tradisional daerah mereka, yang selanjutnya disebarakan melalui *YouTube* dan media sosial. Metode ini tidak hanya meningkatkan partisipasi generasi muda dalam budaya lokal, tetapi juga menjadikan mereka pelaku aktif dalam membentuk identitas budaya Vietnam di zaman digital.

Dengan demikian, Vietnam tidak hanya mengutamakan perkembangan ekonomi digital, tetapi juga sangat mengerti akan pentingnya melestarikan dan memperkuat identitas budayanya. Dengan kebijakan yang mencakup pengaturan media, digitalisasi warisan budaya, pendidikan yang berakar pada budaya, dan partisipasi masyarakat, pemerintah berusaha menjamin bahwa perubahan digital yang terjadi tetap selaras dengan nilai-nilai lokal. Pendekatan ini menunjukkan upaya Vietnam untuk mengintegrasikan modernitas dan tradisi dalam satu cara pembangunan yang berkelanjutan dan tertanam kuat dalam identitas nasional.