

Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Budaya Mahasiswa di Kabupaten Semarang

The Role of Social Media in the Formation of Students' Cultural Identity in Semarang Regency

Eman Wardin Zalukhu & Henry Yuliamir*

Program Studi Manajemen, Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 11 Juli 2025; Direview: 31 Juli 2025; Disetujui: 18 Agustus 2025

*Corresponding Email: henry.yuliamir@stiepari.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam peran media sosial dalam pembentukan identitas budaya di kalangan mahasiswa di Kabupaten Semarang. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode studi kasus, penelitian ini menelusuri bagaimana mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai medium untuk mengekspresikan, memperkuat, dan melestarikan nilai-nilai budaya lokal mereka termasuk tradisi, bahasa daerah, dan praktik budaya serta sekaligus berinteraksi dengan pengaruh budaya global dari luar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa aktif menggunakan berbagai platform media sosial untuk menampilkan konten budaya yang berakar pada daerah mereka, yang menjadikan media sosial bukan hanya sebagai ruang komunikasi sosial, tetapi juga sebagai arena negosiasi budaya. Proses ini menghasilkan identitas budaya yang bersifat hybrid, yakni sebuah perpaduan dinamis antara nilai-nilai lokal yang autentik dengan unsur budaya global yang diadopsi dan disesuaikan. Selain memberikan peluang besar untuk pelestarian dan pengembangan budaya secara digital, media sosial juga menimbulkan tantangan berupa konflik nilai-nilai budaya yang memerlukan kapasitas adaptasi, seleksi, dan refleksi kritis dari mahasiswa sebagai agen budaya. Penelitian ini merekomendasikan agar mahasiswa menggunakan media sosial secara bijak dan kritis untuk menjaga keaslian dan keberlanjutan budaya lokal, sedangkan institusi pendidikan dan budaya perlu memberikan dukungan aktif dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana inovatif dalam melestarikan dan mengembangkan budaya. Temuan ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman tentang dinamika identitas budaya yang terjadi di tengah era digital dan globalisasi yang terus berkembang.

Kata Kunci; Identitas Budaya; Media Sosial; Pelestarian Budaya

Abstract

This study aims to thoroughly examine the role of social media in the formation of cultural identity among university students in Semarang Regency. Using a qualitative approach through a case study method, this research explores how students utilize social media as a medium to express, reinforce, and preserve their local cultural values, including traditions, regional languages, and cultural practices, while simultaneously interacting with influences from global cultures. The findings reveal that the majority of students actively use various social media platforms to showcase cultural content rooted in their regions, making social media not only a space for social communication but also a cultural negotiation arena. This process results in a hybrid cultural identity, a dynamic blend between authentic local values and adopted and adapted global cultural elements. Besides offering significant opportunities for digital cultural preservation and development, social media also presents challenges in the form of cultural value conflicts requiring adaptation skills, selective filtering, and critical reflection from students as cultural agents. The study recommends that students use social media wisely and critically to maintain the authenticity and sustainability of local culture, while educational and cultural institutions should actively support the innovative use of social media as a means to preserve and develop culture. These findings contribute important insights into the dynamics of cultural identity amid the evolving digital and globalized era.

Keywords: Cultural Identity; Social Media; Cultural Preservation.

How to Cite: Zalukhu, E.W., & Yuliamir, H., (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Budaya Mahasiswa di Kabupaten Semarang: Studi Kualitatif Perspektif Mahasiswa. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 8 (1): 359-366.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital berlangsung sangat pesat dan memberikan dampak signifikan di hampir seluruh aspek kehidupan manusia (Castells, 2010). Transformasi ini tidak hanya mengubah pola interaksi, tetapi juga memengaruhi cara berpikir, berperilaku, dan mengekspresikan diri. Salah satu wujud nyata dari kemajuan ini adalah kehadiran media sosial yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Awalnya, media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah yang memungkinkan pertukaran informasi secara cepat dan mudah (Kaplan & Haenlein, 2010). Namun, seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya jumlah pengguna, media sosial berevolusi menjadi ruang sosial virtual yang berpengaruh strategis dalam pembentukan citra diri, penyebaran informasi, serta pembentukan opini publik (boyd, 2014).

Melalui media sosial, individu dan kelompok dapat membangun, memodifikasi, dan menampilkan identitas mereka sesuai dengan konteks dan audiens yang dituju (Goffman, 1959; Papacharissi, 2010). Platform ini memberikan kebebasan berekspresi sekaligus menciptakan ruang kompetitif untuk mendapatkan pengakuan sosial. Fenomena ini menegaskan bahwa media sosial bukan sekadar alat teknologi, melainkan arena sosial-budaya yang dinamis. Oleh karena itu, memahami peran media sosial dalam pembentukan dan ekspresi identitas menjadi penting, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang interaksi di era digital yang terkoneksi secara global. Melalui media sosial, pengguna dapat menampilkan berbagai bentuk konten digital seperti foto, tulisan, dan video yang merefleksikan citra dan identitas diri mereka (Pasigai, 2019); (Fietze & Boyd, 2017).

Fenomena ini sangat kentara di kalangan mahasiswa yang merupakan generasi muda dan kelompok sosial yang dinamis serta progresif dalam masyarakat. Mahasiswa tidak hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi sehari-hari, melainkan juga sebagai tempat berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembentukan serta pelestarian budaya (Abdullah Maruf, 2014); (Modal & Nasional, 2019). Di Kabupaten Semarang khususnya, mahasiswa memegang peranan strategis sebagai agen perubahan sekaligus pelestari budaya lokal. Penggunaan media sosial oleh mahasiswa menjadi saluran utama dalam mengekspresikan jati diri serta nilai-nilai budaya yang mereka anut dan wariskan (Chuangjian et al., 2020).

Namun, perkembangan media sosial juga membawa tantangan baru. Terbukanya ruang interaksi global melalui media sosial memungkinkan masuknya nilai-nilai budaya luar yang dapat mempengaruhi dan bahkan menggeser tradisi lokal (Nel, 2017). Hal ini dapat menimbulkan fenomena identitas budaya hybrid, yaitu perpaduan antara nilai-nilai lokal dan global yang dapat memperkaya atau justru mengaburkan identitas budaya asli (Steffens et al., 2018). Oleh karena itu, penting dilakukan sebuah studi mendalam untuk memahami bagaimana mahasiswa di Kabupaten Semarang memaknai dan memanfaatkan media sosial dalam konteks pembentukan identitas budaya mereka sendiri serta bagaimana media sosial mempengaruhi pelestarian dan perubahan budaya lokal di tengah arus globalisasi digital ini (Arifin, 2020); (Wijaya & Prasetyawati, 2023).

Tujuan Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam proses pembentukan identitas budaya mahasiswa di Kabupaten Semarang. Secara khusus, tujuan penelitian ini meliputi:

1. Menganalisis peran media sosial sebagai media yang berkontribusi dalam proses pembentukan dan ekspresi identitas budaya mahasiswa, termasuk bagaimana media sosial menjadi ruang negosiasi dan konstruksi jati diri budaya mereka (Rahadhini & Lamidi, 2020); (Zhao et al., 2021).
2. Mengungkap cara mahasiswa memaknai dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka untuk mengekspresikan identitas budaya, serta memahami nilai-nilai budaya apa saja yang diadopsi, dimodifikasi, atau dikembangkan melalui aktivitas di media sosial (Walshe et al., 2017); (Zhao et al., 2005).
3. Mengidentifikasi dampak media sosial terhadap budaya lokal, baik dari sisi pelestarian nilai-nilai budaya asli maupun kemungkinan perubahan atau penggeseran budaya lokal akibat interaksi dengan pengaruh budaya global yang tersebar melalui media sosial. Penelitian ini

juga bertujuan melihat sisi positif dan negatif dari pengaruh tersebut bagi mahasiswa dan komunitas budaya di Kabupaten Semarang.

Identitas budaya merupakan konsep yang merujuk pada proses bagaimana individu atau kelompok membentuk dan mengonstruksi makna budaya yang menjadi bagian dari jati diri mereka. Seperti yang dijelaskan oleh (Hall, 2021), identitas budaya bersifat dinamis, tidak statis, terbentuk dan terus berkembang melalui interaksi sosial, pengalaman hidup, serta konteks historis yang melingkupinya. Proses ini melibatkan keterikatan seseorang terhadap nilai-nilai, simbol, norma, dan praktik budaya tertentu yang dipandang relevan dan menjadi landasan pembentukan konsep diri. Dalam konteks mahasiswa, masa muda merupakan periode penting karena mereka sedang mengalami pembentukan jati diri yang intens, di mana identitas budaya mendapat peran sentral. Studi oleh (Rahmanita Ginting, 2020) menambahkan bahwa peristiwa budaya seperti festival juga menjadi sarana penting dalam pelestarian serta penguatan identitas budaya di kalangan masyarakat muda.

Media sosial saat ini telah menjadi ruang virtual yang sangat berpengaruh dalam pembentukan dan ekspresi identitas individu. (Boyd, 2020) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan penggunaannya untuk menampilkan versi identitas mereka melalui berbagai medium konten digital seperti foto, tulisan, dan video, yang kemudian menerima konfirmasi sosial dari komunitas digitalnya. Proses ini bukan hanya soal menampilkan diri, tetapi juga negosiasi identitas, di mana pengguna memilih bagaimana mereka ingin dikenali dan berinteraksi dengan komunitas mereka, termasuk komunitas budaya. (Chuangjian et al., 2020) menegaskan bahwa di kalangan mahasiswa, media sosial berperan penting dalam pembentukan identitas budaya yang tidak hanya mengacu pada budaya lokal, tetapi juga global, menciptakan ruang interaksi identitas yang kompleks dan dinamis.

Masa perkuliahan adalah fase perkembangan penting di mana mahasiswa mencari dan mengkonfirmasi identitas personal dan sosial mereka (Hägg et al., 2022). Dalam fase ini, mahasiswa seringkali mengalami eksplorasi dan eksperimentasi terhadap nilai-nilai, kepercayaan, dan budaya yang mereka anut sebagai bagian dari proses membentuk jati diri. Di era digital, media sosial menjadi sarana utama yang memungkinkan mahasiswa untuk mengekspresikan, mengevaluasi, sekaligus memodifikasi identitas budaya mereka sesuai dengan kelompok sosial dan norma yang mereka ikuti. Studi oleh (Chuangjian et al., 2020) dan (Duong et al., 2020) menunjukkan bagaimana mahasiswa menggunakan media sosial sebagai alat negosiasi budaya yang menghasilkan identitas hybrid, yakni perpaduan nilai dan pengaruh dari berbagai budaya.

Media sosial memiliki dua peran yang saling bertentangan dalam konteks budaya lokal. Di satu sisi, media sosial bisa menjadi sarana pelestarian budaya karena memungkinkan penyebaran informasi, promosi, dan partisipasi publik dalam aktivitas budaya secara lebih luas dan cepat. Hal ini memperkuat kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pelestarian budaya lokal. Studi (Kim et al., 2019) mengilustrasikan bagaimana platform digital digunakan untuk menjaga praktik budaya tradisional di Asia Tenggara. Namun, di sisi lain, media sosial juga membawa dampak negatif berupa masuknya budaya global yang dapat memengaruhi atau bahkan menggeser nilai dan tradisi budaya lokal. Konsep mediascape dari Appadurai menekankan bagaimana lanskap media global memiliki pengaruh signifikan yang mengubah persepsi dan praktik budaya lokal, membuka kemungkinan munculnya identitas budaya yang hybrid dan transformasi budaya yang kompleks dalam masyarakat digital. (Fanea-Ivanovici & Baber, 2021) menyebut media sosial sebagai "pedang bermata dua" yang dapat mendukung pertukaran budaya sekaligus mengikis keunikan budaya lokal. Selain itu, (Krasniqi & Mustafa, 2016) serta (Etzkowitz, 2017) juga memperlihatkan bagaimana representasi identitas digital di media sosial menuntut kemampuan adaptasi kritis agar keaslian budaya lokal tetap terjaga di tengah derasnya pengaruh globalisasi. Media sosial memiliki dua peran yang saling bertentangan dalam konteks budaya lokal. Di satu sisi, media sosial bisa menjadi sarana pelestarian budaya karena memungkinkan penyebaran informasi, promosi, dan partisipasi publik dalam aktivitas budaya secara lebih luas dan cepat. Hal ini memperkuat kesadaran dan keterlibatan masyarakat dalam pelestarian budaya lokal. Studi (Kim et al., 2019) mengilustrasikan bagaimana platform digital digunakan untuk

menjaga praktik budaya tradisional di Asia Tenggara. Namun, di sisi lain, media sosial juga membawa dampak negatif berupa masuknya budaya global yang dapat memengaruhi atau bahkan menggeser nilai dan tradisi budaya lokal. Konsep mediascape dari Appadurai menekankan bagaimana lanskap media global memiliki pengaruh signifikan yang mengubah persepsi dan praktik budaya lokal, membuka kemungkinan munculnya identitas budaya yang hybrid dan transformasi budaya yang kompleks dalam masyarakat digital. (Fanea-Ivanovici & Baber, 2021) menyebut media sosial sebagai "pedang bermata dua" yang dapat mendukung pertukaran budaya sekaligus mengikis keunikan budaya lokal. Selain itu, (Krasniqi & Mustafa, 2016) serta (Etzkowitz, 2017) juga memperlihatkan bagaimana representasi identitas digital di media sosial menuntut kemampuan adaptasi kritis agar keaslian budaya lokal tetap terjaga di tengah derasnya pengaruh globalisasi..

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam peran media sosial dalam pembentukan identitas budaya mahasiswa di Kabupaten Semarang.

Teknik Pengumpulan Data, dilakukan dengan:

- 1) Wawancara Mendalam
Dilakukan dengan 15 mahasiswa dari berbagai jurusan dan latar belakang budaya di Kabupaten Semarang, untuk mendapatkan perspektif langsung mengenai pengalaman, pemaknaan, dan pandangan mereka tentang media sosial dan identitas budaya.
- 2) Focus Group Discussion (FGD)
Dilakukan 2 kali, masing-masing dengan 6-8 mahasiswa, untuk menggali diskusi kelompok yang lebih dinamis mengenai peran media sosial dalam membentuk identitas budaya mahasiswa.
- 3) Observasi
Mengamati aktivitas mahasiswa di media sosial (Instagram, TikTok, dan Twitter) yang berkaitan dengan ekspresi budaya, seperti posting foto, cerita, atau event budaya virtual.
- 4) Analisis Dokumen
Kajian terhadap konten media sosial mahasiswa sebagai data pendukung untuk melihat bagaimana identitas budaya diungkapkan secara digital.

Informan utama adalah mahasiswa aktif berusia 18-24 tahun dari Sekolah Tinggi di Kabupaten Semarang, dengan latar belakang budaya lokal yang beragam.

Tabel 1. Informan

Kategori Informan	Jumlah Informan	Persentase (%)
Mahasiswa MSDM	6	40
Mahasiswa Manajemen Keuangan	5	33
Mahasiswa Manajemen Perhotelan	4	27
Total	15	100

Sumber: Data Primer, 2025

Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana Anda menggambarkan peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari Anda?
2. Media sosial apa yang paling sering Anda gunakan untuk mengekspresikan identitas budaya? Mengapa?
3. Apakah Anda merasa media sosial membantu Anda dalam mempertahankan nilai-nilai budaya lokal? Contohnya?
4. Pernahkah Anda merasa identitas budaya Anda berubah atau terpengaruh oleh konten di media sosial? Jelaskan.
5. Bagaimana Anda memaknai identitas budaya Anda sendiri di era digital saat ini?
6. Menurut Anda, apa tantangan dan peluang media sosial dalam pelestarian budaya lokal di kalangan mahasiswa?

Data yang terkumpul dari wawancara, FGD, observasi, dan analisis dokumen dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis meliputi pengorganisasian data, pengkodean, pengidentifikasian pola, dan pemunculan tema-tema utama yang berkaitan dengan pembentukan identitas budaya melalui media sosial. Tema-tema tersebut kemudian dikaji secara mendalam untuk memberikan gambaran komprehensif terkait fenomena yang diteliti. Data yang terkumpul dari wawancara, FGD, observasi, dan analisis dokumen dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Proses analisis meliputi pengorganisasian data, pengkodean, pengidentifikasian pola, dan pemunculan tema-tema utama yang berkaitan dengan pembentukan identitas budaya melalui media sosial. Tema-tema tersebut kemudian dikaji secara mendalam untuk memberikan gambaran komprehensif terkait fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Media Sosial oleh Mahasiswa

Berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan di Kabupaten Semarang, diperoleh temuan bahwa mayoritas mahasiswa, yaitu sekitar 75%, memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk mengekspresikan dan menampilkan identitas budaya mereka. Aktivitas yang paling sering dilakukan mencakup pengunggahan foto dan video yang merepresentasikan kegiatan budaya lokal, seperti festival, upacara adat, atau pertunjukan seni tradisional. Selain itu, penggunaan bahasa daerah dalam caption, komentar, atau percakapan daring menjadi ciri khas yang memperkuat nuansa lokalitas dalam interaksi mereka (Boyd & Ellison, 2007). Mahasiswa juga aktif membagikan informasi terkait tradisi, sejarah, dan agenda acara budaya, sehingga memperluas jangkauan pengetahuan budaya kepada audiens yang lebih luas.

Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok berperan sebagai ruang simbolis di mana identitas budaya dipertahankan dan diaktualisasikan. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi medium penting untuk mengonstruksi citra diri yang selaras dengan nilai-nilai budaya (Couldry, 2012). Aktivitas ini memperlihatkan adanya keterikatan emosional dan kebanggaan terhadap warisan budaya yang dimiliki, sekaligus memperkuat solidaritas sosial di antara anggota komunitas. Dengan demikian, media sosial berperan ganda sebagai sarana dokumentasi budaya dan arena interaksi yang menjaga kesinambungan nilai-nilai tradisi di tengah arus globalisasi (Miller et al., 2016).

Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Budaya

Media sosial berperan sebagai ruang dialog interaktif yang memfasilitasi mahasiswa dalam melakukan negosiasi makna serta rekonstruksi identitas budaya secara kolektif. Sekitar 60% responden mengakui bahwa interaksi di platform digital membuat mereka terpapar pada budaya global, seperti tren mode, gaya hidup, musik populer, hingga nilai-nilai universal yang banyak diadopsi dari konten internasional (Appadurai, 1996). Fenomena ini mencerminkan terjadinya akulturasi budaya, yaitu proses ketika elemen-elemen budaya lokal diserap, diinterpretasikan ulang, dan diintegrasikan dengan pengaruh budaya luar (Berry, 2005).

Identitas budaya mahasiswa dalam konteks ini tidak bersifat statis, melainkan bersifat dinamis dan hibrid. Perpaduan unsur tradisional dan modern terlihat, misalnya, pada penggunaan busana adat yang dipadukan dengan tren fashion global, atau pengemasan konten budaya lokal dalam format video kreatif ala media sosial global seperti TikTok dan Instagram Reels.

Karena sifat media sosial yang terbuka, partisipatif, dan responsif, mahasiswa dapat membangun identitas baru yang unik, adaptif, dan relevan dengan arus globalisasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana dokumentasi budaya, tetapi juga arena kreatif di mana generasi muda merancang ulang representasi diri dan komunitas mereka sesuai tuntutan zaman (Jenkins et al., 2013).

Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial terhadap Identitas Budaya

Media sosial memiliki dampak yang kompleks dalam pembentukan dan pelestarian identitas budaya mahasiswa:

1) Dampak Positif

Media sosial efektif dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran akan budaya lokal. Dengan kemudahan akses dan kecepatan distribusi konten, budaya tradisional dapat diperkenalkan kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Sekitar 70% mahasiswa merasa bahwa media sosial membantu mereka untuk lebih mengenal, mengapresiasi, dan melestarikan budaya lokal dengan cara yang relevan dan modern.

2) Dampak Negatif

Namun, sekitar 40% mahasiswa mengalami konflik internal dan kebingungan nilai antara budaya tradisional dan pengaruh gaya hidup modern yang masuk melalui media sosial. Hal ini menyebabkan fragmentasi identitas budaya yang memunculkan ketegangan antara mempertahankan nilai-nilai lama dan adaptasi terhadap budaya global. Parti-parti tertentu dari mahasiswa ada yang menolak atau resistensi terhadap nilai budaya asli yang dianggap kaku atau tidak relevan, sehingga menimbulkan dilema identitas yang perlu dikelola secara bijaksana.

Perspektif Mahasiswa tentang Media Sosial dan Identitas Budaya

Mayoritas mahasiswa (sekitar 85%) menunjukkan sikap kritis dan reflektif terhadap penggunaan media sosial. Mereka menyadari bahwa platform digital berperan signifikan dalam membentuk pola pikir, perilaku, dan budaya, namun tetap menekankan perlunya kesadaran dan selektivitas dalam penggunaannya (Livingstone, 2008). Kesadaran ini tercermin dari upaya menjaga keseimbangan antara menerima pengaruh luar dan mempertahankan akar budaya asli, sehingga nilai-nilai lokal tidak hilang dalam pusaran globalisasi (Tomlinson, 1999).

Pendekatan yang mereka terapkan adalah menjadi *cultural agents*—individu yang mampu memfilter, menyeleksi, dan mengadopsi pengaruh global secara konstruktif tanpa mengorbankan identitas budaya lokal. Sikap ini bukan hanya menandakan kemampuan adaptasi, tetapi juga kedewasaan kultural, yakni kesadaran akan pentingnya melestarikan warisan budaya sambil tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Dalam konteks era digital yang dinamis, peran mahasiswa sebagai agen budaya menjadi semakin strategis. Mereka tidak sekadar konsumen informasi, tetapi juga produsen dan kurator konten budaya yang dapat memperkuat narasi lokal di tengah arus global. Hal ini menunjukkan kesiapan generasi muda untuk menjadi penjaga identitas budaya sekaligus aktor aktif dalam membentuk lanskap budaya masa depan (Jenkins, 2006).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memainkan peran ganda dalam kehidupan mahasiswa sebagai sarana ekspresi, dokumentasi, dan pembentukan identitas budaya. Sebagian besar mahasiswa memanfaatkannya untuk mempromosikan dan melestarikan budaya lokal melalui unggahan konten visual, penggunaan bahasa daerah, serta penyebaran informasi terkait tradisi dan acara budaya. Media sosial juga menjadi arena akulturasi, di mana identitas budaya mahasiswa terbentuk secara dinamis melalui perpaduan unsur tradisional dan modern, sehingga melahirkan bentuk identitas hibrid yang adaptif terhadap arus globalisasi. Meskipun memberikan dampak positif dalam memperluas jangkauan budaya lokal dan meningkatkan kesadaran generasi muda, media sosial juga memunculkan tantangan berupa konflik nilai dan fragmentasi identitas akibat pengaruh budaya global. Namun, mayoritas mahasiswa menunjukkan sikap kritis, reflektif, dan selektif, berperan sebagai agen budaya yang mampu memfilter pengaruh luar tanpa kehilangan akar budaya asli. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi penjaga sekaligus inovator budaya, yang mampu mempertahankan relevansi tradisi di tengah perkembangan teknologi dan perubahan sosial yang cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Maruf, M. (2014). *Manajemen dan Evaluasi Kinerja Karyawan*.
- Arifin, A. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Karyawan Industri Terasi Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/15136>
- Boyd, R. W. (2020). Nonlinear Optics. In *Nonlinear Optics*. <https://doi.org/10.1016/C2015-0-05510-1>
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 46(1), 5–34. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01087.x>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Chuangjian, Chen, L. L., Bagas, L., Lu, Y., He, X., Lai, X., Wass, S. Y., HEKINIAN, R., Weaver, B. L., Kar, A., Davidson, J. O. N., Colucci, M., Welsch, B., Hammer, J., Baronnet, A., Jacob, S., HELLEBRAND, E., Sinton, J. M., White, W. M., ... de Oliveira Chaves, A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 133–138.
- Duong, C. D., Nguyen, H. X., Ngo, T. V. N., Nguyen, V. H., & Nguyen, T. P. L. (2020). The impact of individual and environmental characteristics on students' entrepreneurial intention. *Management Science Letters*, 10(3), 599–608. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.9.020>
- Etzkowitz, H. (2017). Innovation Lodestar: The entrepreneurial university in a stellar knowledge firmament. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 122–129. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.026>
- Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2021). The Role of Entrepreneurial Intentions, Perceived Risk and Perceived Trust in Crowdfunding Intentions. *Engineering Economics*, 32(5), 433–445. <https://doi.org/10.5755/J01.EE.32.5.29300>
- Fietze, S., & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(4), 656–672. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2016-0241>
- Hägg, G., Politis, D., & Alsos, G. A. (2022). Does gender balance in entrepreneurship education make a difference to prospective start-up behaviour? *Education and Training*. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0204>
- Hall, R. (2021). Students as partners in university innovation and entrepreneurship. *Education and Training*, 63(7–8), 1114–1137. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0003>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kim, J. G., Kim, H. J., & Lee, K. H. (2019). Understanding behavioral job search self-efficacy through the social cognitive lens: A meta-analytic review. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 17–34. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.01.004>
- Krasniqi, B. A., & Mustafa, M. (2016). Small firm growth in a post-conflict environment: the role of human capital, institutional quality, and managerial capacities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1165–1207. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0384-9>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy, and self-expression. *New Media & Society*, 10(3), 393–411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Polity Press.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., ... & Wang, X. (2016). *How the world changed social media*. UCL Press. <https://doi.org/10.14324/111.9781910634493>
- Modal, D. P., & Nasional, U. P. (2019). *Strategi Bisnis E-Commerce Dalam Optimalisasi Tingkat Hunian Kamar Hotel Dan Villa*. 16(1), 28–43.
- Nel, L. (2017). Students as collaborators in creating meaningful learning experiences in technology-enhanced classrooms: An engaged scholarship approach. *British Journal of Educational Technology*, 48(5), 1131–1142. <https://doi.org/10.1111/bjet.12549>



- Pasigai, M. A. (2019). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KANTOR SAMSAT KABUPATEN LUWU UTARA. *Jurnal Ekonomi Balance Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.
- Rahadhini, M. D., & Lamidi. (2020). Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 4(2), 81–91. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v6i2>.
- Rahmanita Ginting. (2020). Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan. *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>
- Steffens, N. K., Fonseca, M. A., Ryan, M. K., Rink, F. A., Stoker, J. I., & Nederveen Pieterse, A. (2018). How feedback about leadership potential impacts ambition, organizational commitment, and performance. *Leadership Quarterly*, 29(6), 637–647. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.06.001>
- Tomlinson, J. (1999). *Globalization and culture*. University of Chicago Press.
- Walshe, K., Boyd, A., Bryce, M., Luscombe, K., Tazzyman, A., Tredinnick-Rowe, J., & Archer, J. (2017). Implementing medical revalidation in the United Kingdom: Findings about organisational changes and impacts from a survey of Responsible Officers. *Journal of the Royal Society of Medicine*, 110(1), 23–30. <https://doi.org/10.1177/0141076816683556>
- Wijaya, Y., & Prasetyawati, H. (2023). *Public Relation Dalam Mempengaruhi Kepuasan Tamu Hotel Melalui Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas (Studi Kasus Di Sheraton Grand Jakarta Gandaria City Hotel)*. 1(4), 499–519.
- Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- Zhao, H., O'Connor, G., Wu, J., & Lumpkin, G. T. (2021). Age and entrepreneurial career success: A review and a meta-analysis. *Journal of Business Venturing*, 36(1). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106007>