



**Journal of Human And Education**  
Volume 3, No. 4, Tahun 2023, pp 236-242  
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876  
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Penguatan Nilai Nasionalisme melalui Kearifan Lokal bagi Gen-Z sebagai Counter Hegemoni Asing**

**Andika Drajat Murdani<sup>1\*</sup>, Halifa Haqqi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi<sup>1,2</sup>  
Email: andika.drajat.m@unisri.ac.id<sup>1\*</sup>

### **Abstrak**

Gen-Z adalah aset berharga bangsa yang tengah menghadapi berbagai tantangan karena globalisasi. Kehadiran globalisasi membawa keterbukaan keran informasi yang berlimpah kepada generasi yang juga disebut internet-generation ini. Kondisi ini menghadirkan tantangan wawasan kebangsaan akibat potensi hegemoni asing dengan nilai-nilai yang mungkin menyimpang dari karakter bangsa, sebaran informasi bermuatan hate speech ataupun hoax. Dampaknya, nilai nasionalisme dapat luntur. Padahal, kekayaan Indonesia sebagai bangsa plural dengan slogan Bhineka Tunggal Ika termuat dalam nasionalisme bersama kearifan lokalnya. Latar belakang ini melandasi kegiatan pengabdian berupa agenda penguatan nilai nasionalisme melalui kearifan lokal bagi Gen-Z dalam rangka menangkal hegemoni asing. Agenda dilakukan dalam konsep FGD dan kampanye sehingga dapat meningkatkan nasionalisme, mengedukasi, sekaligus menguatkan pemahaman dan kecintaan terhadap kearifan lokal. Indikator keberhasilan diukur dari peningkatan pemahaman terhadap kearifan lokal dan kebanggaan terhadap cinta tanah air. Indikator keberhasilan dinilai melalui FGD dan evaluasi. Kegiatan berhasil menyebarkan kearifan lokal melalui media sosial, sehingga meningkatkan rasa nasionalisme. Dampak positif ini juga dapat tersebar semakin luas dengan adanya campaign yang dilakukan sehingga semakin banyak Gen-Z mengenali serta mencintai kearifan lokal Indonesia.

**Kata Kunci:** *Gen Z; globalisasi; hegemoni asing; kearifan lokal*

### **Abstract**

Gen-Z is a valuable asset for a nation that is facing various challenges due to globalization. The presence of globalization has brought openness and abundance of information to this generation, which is also called the internet generation. This condition presents challenges for national insight due to the potential for foreign hegemony with values that may deviate from the national character, such as the distribution of information containing hate speech or hoaxes. As a result, the value of nationalism can fade. In fact, Indonesia's wealth as a plural nation with the slogan Bhinneka Tunggal Ika is contained in nationalism along with local wisdom. This background underlies service activities in the form of an agenda to strengthen nationalist values through local wisdom for Gen-Z in order to ward off foreign hegemony. The agenda is carried out through the concept of FGDs and campaigns so that they can increase nationalism, educate, and strengthen understanding and love for local wisdom. Indicators of success are measured by increasing understanding of local wisdom and pride in love for the homeland. Success indicators are assessed through FGD and evaluation. The activity succeeded in disseminating local wisdom through social media, thus increasing the feeling of nationalism. This positive impact can also be spread more widely with the campaign being carried out so that more and more Gen-Z recognize and love local Indonesian wisdom.

**Keywords:** *Gen-Z, globalization, hegemony, local wisdom*

### **PENDAHULUAN**

Globalisasi dan modernisasi terus datang ke berbagai belahan dunia dan menyebabkan perubahan yang berbeda. Globalisasi membawa nilai-nilai baru dan membawa prinsip dan cara baru. Tentu saja, globalisasi tidak dapat serta merta dipandang negatif. Ada imbas positif yang dapat diperoleh dari datangnya globalisasi, seperti adanya percepatan modernisasi. Kondisi ini disebut

Copyright: Andika Drajat Murdani, Halifa Haqqi

Tofler dengan peradaban kehidupan gelombang ketiga. Pada peradaban kehidupan demikian, masyarakat global dituntut untuk dapat bergerak cepat mengiringi arus informasi dan komunikasi yang begitu cepat menembus batas kenegaraan (Muhiddin, 2018).

Modernisasi dan globalisasi yang menggempur di berbagai belahan dunia sedikit demi sedikit mampu menggeser derajat nasionalisme. Hal ini ditandai dari pesatnya perpindahan manusia, produk maupun informasi. Keterhubungan seluruh penduduk dunia tanpa mengenal batas negara semakin intens dan terjadi tanpa memandang penduduk asli maupun imigran di suatu negara. Kondisi ini mengindikasikan pentingnya pemaknaan nasional secara lebih luas (Muryanti, 2014). Tantangan wawasan kebangsaan menjadi suatu instrument penting dalam globalisasi ini. Berbagai negara di dunia ini menghadapi tantangan yang serupa, yakni semakin senyapnya nasionalisme dan integritas nasional suatu bangsa (Muhiddin, 2018).

Bagi suatu daerah yang telah memiliki nilai dan prinsip lokal, hal tersebut dapat mengikis identitas daerah dan mengancam eksistensi kearifan lokal. Ancaman ini juga berlaku bagi para remaja atau biasa disebut dengan Generasi Z / Gen-Z. Generasi Z adalah generasi yang benar-benar mendunia yang lahir antara tahun 1997-2012. Generasi ini diperkirakan berkembang pesat seiring dengan perkembangan inovasi dan modernisasi dunia digital (Dimock, 2019). Generasi ini tumbuh berbarengan dengan pertumbuhan teknologi digital, sehingga Generasi Z sering dilabeli sebagai *i-Generation* atau *Internet Generation*. Aktivitas utama dari *i-generation* adalah melakukan banyak aktivitas yang menyentuh dunia maya dalam kesehariannya. Kedekatan generasi ini dengan dunia maya juga memengaruhi karakternya. Ragam informasi dapat dengan mudah masuk melalui dunia maya dan bergabung dengan nilai-nilai yang mereka pegang (Elmore, 2014).

Studi yang dilakukan Putri Yolanda, H., & Halim (2020) menemukan bahwa Gen Z cenderung lebih banyak melakukan aktivitas hanya dengan menonton atau membaca. Artinya, apa yang ditangkap, dibaca atau ditonton oleh mereka, dapat berkontribusi pada pembentukan nilai baru bagi Gen Z. Tentu saja, ragam nilai yang masuk ini dapat menjadi tanda tanya tersendiri, apakah positif atau negatif, karena minimnya penyaringan informasi yang melewati dunia maya.

Sayangnya, penelitian Saifuddin (2011) menunjukkan bahwa Generasi Z berpotensi terpapar ide-ide radikal melalui sastra dan kegiatan ekstrakurikuler. Bahkan, kelompok mahasiswa menjadi salah satu sasaran indoktrinasi agen radikalisme ideologis. Keterlibatan yang terus menerus dan intens dengan ajaran-ajaran intoleran pada akhirnya dapat menimbulkan radikalisasi dan adopsi nilai-nilai asing (Dja'far, A. M., Taqwa, L., & Kholisoh, 2017). Pada titik ini, hegemoni asing dapat masuk ke dalam lingkaran anak muda, hingga muncullah ancaman terhadap nasionalisme bangsa akibat nilai-nilai asing. Studi lain juga menunjukkan kecenderungan di Indonesia yang mengembangkan nilai-nilai hegemoni asing melalui intoleransi dan radikalisme (Lestari, 2019).

Padahal, Generasi Z adalah generasi penerus bangsa yang seharusnya memiliki rasa nasionalisme sebagai agen yang mendukung nilai-nilai luhur bangsa Indonesia. Globalisasi dan modernisasi membawa kemudahan dan kecanggihan bagi masyarakat. Namun, tidak seharusnya terkalahkan oleh hegemoni asing yang justru merusak nilai kearifan lokal yang patut dilestarikan. Pada satu sisi, globalisasi dianggap mengancam eksistensi kearifan lokal dan berpotensi merusak heterogenitas budaya lokal (Setyaningrum, 2018). Namun, di sisi lain, kearifan lokal juga dapat menjadi instrument yang mampu merawat nasionalisme, karena budaya merupakan alat potensial dalam *counter hegemony* dan mampu menjadi penguat nasionalisme (Haqqi & Soeparto, 2020). Kearifan lokal memuat nilai-nilai luhur bangsa yang jika dirawat dengan baik, dapat menghasilkan karakter masyarakat berbangsa yang unggul (Affandy, 2017).

Tantangan hegemoni asing ini banyak dihadapi anak muda Indonesia, yang hidup dekat dengan internet dan pengaruh dunia luar. Padahal, posisi generasi muda bagi bangsa sangatlah penting. Selain sebagai kelompok usia produktif, generasi Z Indonesia juga menjadi kelompok generasi terbanyak. Survey BPS tahun 2020 menunjukkan bahwa generasi Z di Indonesia adalah kelompok generasi terbanyak dari seluruh generasi, yakni 27,94% dari total populasi Indonesia 270,20 juta jiwa (BPS, 2022).

Sehubungan dengan tantangan tersebut, fokus kegiatan sebagai prioritas agenda untuk ditindaklanjuti dalam kegiatan, berupa: (1) Adanya arus globalisasi yang berpotensi melunturkan rasa nasionalisme dan rasa cinta tanah air; (2) Adanya potensi hegemoni asing bagi Gen-Z sehingga berpotensi memasukkan nilai baru dan menghambat pembangunan karakter bangsa; (3) Perlunya peningkatan *self of belonging* generasi Z di Indonesia terhadap kearifan lokal sebagai penangkal hegemoni asing sekaligus meningkatkan rasa cinta tanah air.

Tim pengabdian melihat bahwa terdapat kecenderungan Gen Z di Indonesia yang mudah terpapar hingga menerima budaya serta nilai asing sehingga perlu meningkatkan rasa nasionalismenya. Meski telah banyak program penguatan nasionalisme yang dilakukan, masih dibutuhkan upaya ekstra dan solutif untuk merawat nasionalisme tersebut secara kontinyu. Hal ini

penting agar bangsa Indonesia tidak mengalami resistensi, terancam konflik dan bahkan bercerai selayaknya pengalaman bangsa-bangsa lain yang lalai merawat kebangsaannya. Atas dasar uraian di atas, kegiatan pengabdian ini melihat urgensi penting dalam menguatkan rasa nasionalisme bagi Generasi Z guna menangkai hegemoni asing. Penangkai hegemoni asing dilakukan dengan menggunakan instrumen kearifan lokal.

## **METODE**

Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah berupa FGD dan Kampanye Kearifan Lokal melalui Media Sosial. Agenda dilakukan dalam rangka pengenalan kearifan lokal dalam agenda counter hegemoni. FGD dan Kampanye dimaksudkan untuk memperkenalkan dan mendorong para remaja Gen-Z untuk mempromosikan kearifan lokal sehingga semakin menambah rasa nasionalisme dan rasa cinta terhadap tanah air untuk menangkai hegemoni asing. Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, serta solusi permasalahan yang dipilih, berikut adalah pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan:

### **1. Penjajagan**

Penjajagan dilakukan dengan memantapkan berbagai persiapan terkait permasalahan dan solusi yang telah dirumuskan. Tim pengabdian menilai lebih dalam terkait karakter sasaran dan melakukan persiapan materi yang tepat untuk disajikan sesuai dengan karakter dan kebutuhan sasaran, yakni terkait local wisdom. Agenda telah dilaksanakan pada bulan Februari 2023 dalam beberapa sesi diskusi informal antara tim dengan mitra. Diskusi dilaksanakan secara online maupun offline.

### **2. Focus Group Discussion**

Di tahap selanjutnya, dilakukan FGD bersama tim pengabdian, dan para peserta kegiatan sehingga dapat menjajaki lebih dalam terkait pemahaman para peserta mengenai local wisdom dan hegemoni asing. Agenda ini juga dimaksudkan untuk dapat menilai dengan lebih tepat, sejauh mana rasa nasionalisme dan cinta terhadap tanah air mereka. FGD pertama dilakukan pada hari Jumat, 5 Mei 2023, bertempat di ruang sidang FISIP, Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Total peserta kegiatan pengabdian adalah 30 peserta yang merupakan perwakilan dari Gen-Z.

### **2.3. Persiapan Materi Kampanye**

Persiapan materi kampanye dilakukan oleh tim dan bersama-sama dengan para peserta. Materi dilakukan dengan menyiapkan materi-materi infografis berisi local wisdom yang siap disajikan oleh para peserta kegiatan di media sosial yang dimiliki. Materi infografis dibuat melalui diskusi dan koordinasi bersama yang komprehensif, sehingga pesan dan komponen materinya relevan, serta bisa diterima dengan baik oleh kalangan Gen-Z secara luas.

### **2.4. Kampanye**

Kampanye dilakukan dengan mengajak mitra untuk mengunggah materi infografis yang telah disiapkan seputar local wisdom di media sosial yang dimilikinya. Kampanye dilakukan selama tiga puluh hari berturut-turut sehingga selain meningkatkan pengetahuan, nasionalisme dan rasa cinta tanah air yang dimiliki mitra pengabdian, sekaligus juga dapat mengajak semakin banyak Gen-Z yang ada pada lingkaran pertemanan mitra untuk mengenali local wisdom yang dibagikan sebagai upaya counter hegemoni asing. Kampanye atau Local Wisdom Campaign dilakukan secara bersama-sama, telah dimulai pada 10 Mei 2023, dan selesai pada 10 Juni 2023.

### **2.5. FGD Evaluasi**

Proses pengabdian direncanakan diakhiri dengan tahapan evaluasi melalui FGD. Evaluasi ini untuk menilai sejauh mana keberhasilan program pengabdian yang telah dilakukan. Para mitra akan kembali diajak berdiskusi ringan terkait sejauh mana pemahaman local wisdom dan hegemoni asing yang telah dimiliki setelah program pengabdian selesai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Gen-Z kini menjadi kaum muda yang menghadapi tantangan besar karena masuknya gloablisasi dan berbagai ancaman yang dibawanya. Dibutuhkan bekal dalam pemikiran mereka yang kuat guna merawat rasa nasionalisme. Meskipun kemajuan dan modernisasi zaman semakin intensif, melestarikan kearifan lokal tetap penting. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memilih kearifan lokal sebagai alat atau media untuk memerangi potensi negatif yang mungkin dihadapi oleh mitra pengabdian atau Gen-Z.

Kearifan lokal memiliki potensi besar guna mendorong para generasi muda dalam memperkuat rasa nasionalisme dan rasa cinta tanah air dengan mengurangi kemungkinan disintegrasi bangsa dan mencegah para remaja ini terkontaminasi oleh nilai-nilai atau budaya negatif. Kearifan lokal memuat nilai-nilai luhur bangsa yang telah lama diwariskan. Nilai-nilai luhur inilah yang dapat menjadi modal tersendiri bagi bangsa yang plural seperti Indonesia. Apalagi, Indonesia dikenal sebagai bangsa

multietnis dengan semboyan Bhineka Tunggal Ika.

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam rangkaian kegiatan. Pada tahap awal kegiatan, dilakukan Focus Group Discussion, yang bertujuan untuk menilai beberapa hal, seperti: (1) sejauh mana mitra pengabdian atau Gen Z ini menempatkan rasa nasionalisme dan seberapa jauh pemahaman mereka dalam implementasi rasa nasionalisme tersebut; (2) sejauh mana hegemoni asing telah mempengaruhi Gen Z dengan menilai antusiasme mereka terhadap nilai-nilai bangsa asing, nilai radikalisme dan nilai lain yang mengancam disintegrasi bangsa, serta (3) sejauh mana mereka memahami kearifan lokal yang dimiliki Indonesia dan bagaimana antusiasme mereka dalam melestarikannya.

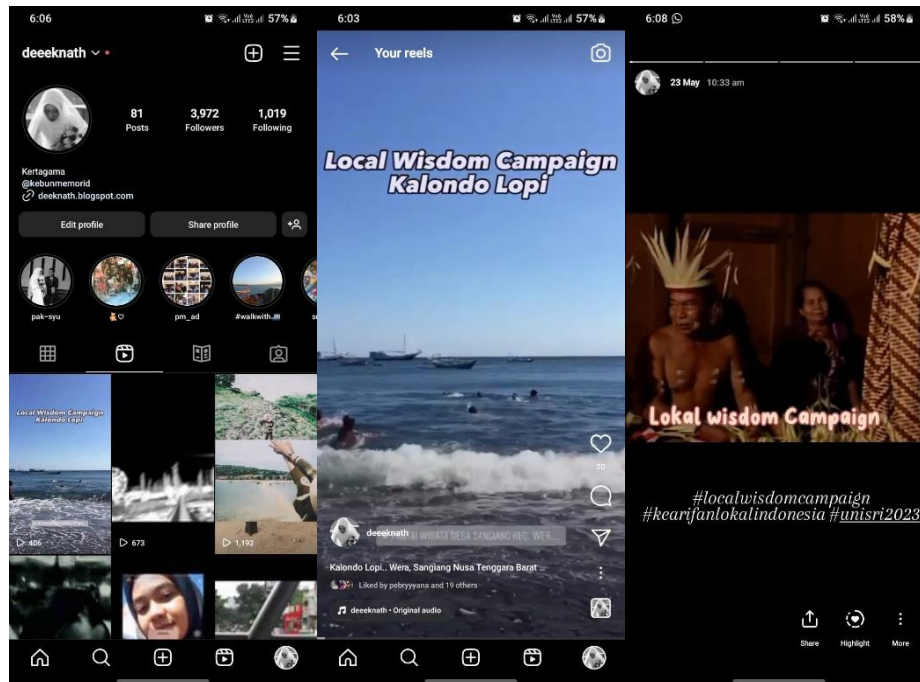


**Gambar 1. Kegiatan Focus Group Discussion**

Hasil FGD yang dapat disimpulkan adalah pernyataan mereka bahwa rasa nasionalisme dan cinta tanah air mereka masih tinggi. Hanya saja, mereka banyak yang tidak mampu mendeskripsikan wujud nyata rasa nasionalisme mereka. Lalu pada aspek hegemoni asing, mereka banyak yang memiliki pengetahuan luas mengenai nilai-nilai budaya asing dan memiliki idola-idola serta kebanggaan terhadap nilai asing. Sementara itu, terkait kearifan lokal, banyak di antara mereka yang minim pemahaman terhadap budaya lokal. Hanya ada sedikit dari mereka yang masih mengetahui tentang ragam kearifan lokal yang ada di Indonesia, dan itu pun masih terbatas.

Dapat pula diambil kesan bahwa pemahaman Gen Z terhadap kearifan lokal dan nilai-nilai normatif ideal lainnya merosot tajam. Mereka kehilangan banyak pesan dan kesan tentang norma-norma daerah yang sebenarnya bisa mengarahkan pemikiran mereka ke arah yang lebih positif juga menambah rasa cinta tanah air. Mereka tidak lagi mengingat banyak kearifan lokal yang penting, mengetahuinya, apalagi secara langsung berinteraksi dengan kearifan lokal tersebut.

Namun, mendengar berbagai perbincangan atau cerita tentang keunikan dan kebaikan kearifan lokal, mereka berkeinginan untuk kembali mengenal nilai-nilai luhur yang diwarisi dari nenek moyang mereka. Selanjutnya, seluruh peserta FGD diajak untuk melakukan *local wisdom campaign*. Dalam kegiatan ini, mereka mayoritas berpartisipasi aktif untuk ikut serta dalam kampanye kearifan lokal dengan membagikan videografis bermuatan kearifan lokal di media sosial mereka masing-masing. Kearifan lokal menjadi salah satu instrument penting dalam kegiatan ini, karena menjadi media untuk menguatkan rasa cinta tanah air. Kegiatan berbagi informasi ini merupakan salah satu bentuk kampanye untuk meningkatkan rasa nasionalisme dan cinta tanah air baik di kalangan peserta maupun di media sosial para peserta. Kegiatan kampanye kearifan lokal ini dilakukan dalam durasi 30 hari, dengan keterlibatan aktif peserta menyebarkan videografis mereka di media sosial yang dimiliki.



Gambar 2. *Local Wisdom Campaign*

Analisis lebih lanjut dari kegiatan ini dapat dipahami melalui relasi antara Gen Z, digitalisasi dan juga nasionalisme. Gen-Z yang merupakan generasi internet ini merupakan generasi yang sebetulnya mempunyai modal penting untuk menjadi generasi maju dan kreatif. Kemajuan digitalisasi dalam globalisasi ini menghadirkan arus informasi yang begitu deras dan mudah sehingga mereka berpeluang memanfaatkannya untuk mengembangkan diri dan bakat. Namun, Gen Z sekaligus menghadapi tantangan dari pasokan informasi yang bebas dan bisa tanpa saringan. Tanpa tameng yang memadai, mereka tidak bisa menyaring informasi tersebut. Baik dan buruk, benar dan salah, akan menjadi hal yang kabur.

Yang dibutuhkan untuk menyaring informasi adalah bekal yang cukup pada pemikiran dan karakter merkea. Bekal ini harus berupa tameng yang kuat guna menangkal berbagai nilai dan ajaran negatif yang dibawa oleh hegemoni asing yang tidak sesuai jati diri bangsa Indonesia. Dari kegiatan pengabdian ini, dapat semakin dipahami bahwa posisi kearifan lokal sangat penting sebagai instrumen kehidupan masyarakat seperti pada kelompok Gen Z, sebagai bekal untuk membentuk karakter mereka. Kearifan lokal adalah nilai yang seyogyanya dapat menjadi saringan untuk nilai-nilai yang lain yang kontraproduktif dalam konsep *counter hegemony* (Waruwu & Mudana, 2018).

Modernisasi yang semakin kuat mewarnai zaman justru perlu diseimbangkan dengan keberadaan kearifan lokal. Dengan agenda kampanye yang dilakukan oleh Gen Z dengan memperkenalkan kearifan lokal, hal ini sekaligus dapat mendorong Gen Z untuk ikut serta menjadi agen perubahan dan promosi kearifan lokal kepada lingkaran generasi mereka. Indonesia telah memiliki kekayaan warisan budaya sebagai potensi sosial yang berharga. Warisan inilah yang bisa menjadi modal sosial untuk membangun karakter dan citra budaya di masyarakat. Kearifan lokal juga merupakan kakayaan intelektual dan kultural yang berharga sebagai senjata dalam mengakomodir transformasi budaya hasil kemutakhiran teknologi dan globalisasi (Njatrijani, 2018).

Kegiatan kampanye kearifan lokal ini menunjukkan adanya fenomena menarik. Bagi generasi muda penerus bangsa, rasa cinta tanah air serta keteguhan nilai nasionalisme adalah hal penting. Para pemuda membutuhkannya sebagai pondasi untuk membangun masa depan yang relevan guna mendukung cita-cita bangsa dan tujuan nasional. Konsep inilah yang disebut sebagai *counter hegemony*. Dalam konsep *counter hegemony*, suatu daerah mempunyai nilai yang mampu menciptakan *counter pressure*. Hal ini terjadi ketika suatu kelompok masyarakat menyadari adanya dominasi kelompok lain, maka ia bisa menentang hegemoni kelompok asing ini dengan tindakan *counter hegemony*. Alat *countering* ini menggunakan budaya lokal yang sesungguhnya bisa terletak pada posisi setara atau bahkan lebih tinggi di masyarakat. Hal ini dilakukan dengan menempatkan budaya lokal sebagai hegemon baru. Gramsci menyebutnya sebagai hegemoni tandingan, yang keberhasilannya bisa diraih melalui dukungan berupa peran aktif dan akomodatif yang masif, dan pemberdayaan *civil society* yang luas. Guna memastikan keberhasilan *counter hegemony*, kelompok akar rumput perlu menjadi aktor yang berkontribusi melegitimasi nilai-nilai yang ada (Kristiyono et al., 2020).

Menurut Taum, *counter hegemony* bisa dilakukan melalui tiga cara, berupa: (1) perlawanan keras; (2) perlawanan pasif dan (3) perlawanan humanistic (Taum, 2015). Dalam agenda pengabdian ini, yang dilaksanakan sesungguhnya adalah perlawanan humanistic. Perlawanan humanistik dapat diwujudkan dengan berbagai nilai-nilai, yang salah satunya adalah modal nilai budaya. Modal budaya

ini juga dikenal sebagai *counter cultural hegemony*. Dalam konsep ini, perlawanan hegemoni asing dilakukan dengan menggunakan kekuatan *local wisdom* sebagai *soft power* (Waruwu & Mudana, 2018).

Perlawanan humanistic yang dilakukan diwujudkan melalui penguatan nilai-nilai nasionalisme melalui kampanye kearifan lokal. Kearifan lokal dijadikan sebagai bagian penting dari bangsa Indonesia yang dikenal sebagai bangsa plural yang kaya akan kebudayaan. Artinya, kekayaan budaya bangsa menjadi suatu kekhasan yang seharusnya bisa memberi kebanggaan tersendiri. Kondisi ini menempatkan kearifan lokal memiliki kekuatan tersendiri dalam menangkal hegemoni asing sehingga relevan dengan solusi permasalahan yang dibahas dalam pengabdian ini.

Posisi para Gen Z sebagai generasi internet membutuhkan aliran informasi yang positif melalui media digital yang begitu dekat dengan keseharian mereka. Oleh karena itu, aktivitas kampanye dengan memanfaatkan media sosial adalah hal yang sesuai karena kedekatan Gen Z dengan dunia digital. Pada tahapan awal, Gen Z diajak untuk berdiskusi langsung guna memahami seberapa jauh hegemoni asing telah masuk melalui arus informasi digital. Gen Z memang telah banyak tergerus oleh nilai-nilai universal yang masuk lewat media digital. Nilai universal ini seringkali meninggalkan kearifan lokal, sehingga pemahaman Gen Z terhadap kearifan lokal di Indonesia pun semakin minim. Yang menjadi permasalahan lain, arus informasi yang masuk di media sosial mereka sangat minim, atau hampir tidak ada yang menyinggung kearifan lokal.

Arus informasi sudah banyak kehilangan pesan norma-norma daerah yang sebetulnya mampu membangun pemikiran Gen Z ke arah positif. Ketika mereka berselancar ke dunia maya, isu-isu yang paling sering muncul justru nilai asing, nilai universal, atau bahkan konten dengan muatan hatespeech, hoax, hingga propaganda. Kondisi ini semakin mengikis rasa nasionalisme Gen Z. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa Gen Z sangat mudah terpapar budaya dan paham asing karena arus informasi inilah yang paling sering mewarnai beranda digital mereka (Wulandari et al., 2021).

Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital atau media sosial dalam agenda pengabdian ini merupakan pemilihan yang dinilai sesuai lantaran kekuatan pengaruh media sosial yang kuat terhadap Gen Z. Dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada, penguatan rasa nasionalisme dan cinta tanah air dapat dilakukan, terutama dengan memanfaatkan kearifan lokal sebagai instrumennya. Kegiatan kampanye melalui media sosial pun dilakukan dengan persetujuan peserta. Penyusunan materi video sebagai videografis yang disebar di media sosial mereka pun disusun secara bersama dan bergiliran antar peserta.

Mereka memiliki sepakat dengan sadar bahwa kampanye kearifan lokal adalah hal penting, serta penguatan rasa nasionalisme juga mereka butuhkan. Pada agenda FGD akhir guna evaluasi kegiatan, mereka pun mengakui antusiasme mereka dalam kontribusi positif untuk berbagi informasi kearifan lokal melalui media sosial mereka di dunia digital. Selain menambah pemahaman mereka sendiri terkait wacana kearifan lokal, mereka juga turut menebarkan informasi positif tersebut kepada lingkaran sosial media mereka.

## **SIMPULAN**

Penguatan nilai nasionalisme melalui kearifan lokal yang dilakukan bagi Generasi Z merupakan kegiatan yang dianggap mampu menjadi counter hegemoni asing. Rangkaian kegiatan yang dilakukan menunjukkan bahwa Gen Z membutuhkan dukungan untuk memperkaya arus informasi terkait kearifan lokal yang masuk ke lingkaran mereka. Sebab, arus informasi yang hadir dapat menjadi hegemon yang menghadirkan nilai dan norma baru, yang terkadang tidak sejalan dengan nilai luhur bangsa Indonesia. Bahkan, informasi yang datang tanpa saringan dapat membawa muatan negatif seperti budaya asing yang tidak sejalan dengan norma bangsa, hatespeech, hoax, maupun propaganda. Nilai-nilai inilah yang perlu di-*counter*. Agenda *counter hegemony* dengan kearifan lokal mampu menguatkan rasa nasionalisme mereka dengan semakin mencintai pluralism bangsa sebagai keunggulan Indonesia. Mereka pun dapat terhindar dari potensi indoktrinasi, intoleransi, dan berbagai dampak negatif hegemoni asing. Gen Z pun antusias dengan keterlibatan aktif Gen Z dalam melestarikan dan mempromosikan kearifan lokal berharga dari bangsa Indonesia.

Berbagai usaha untuk meningkatkan rasa nasionalisme dan cinta tanah air telah banyak dilakukan. Namun, terus masuknya hegemoni asing juga menjadi sesuatu yang tidak bisa dihindari. Oleh karena itu, kegiatan mengkampanyekan nilai luhur dari kearifan lokal pada generasi-generasi muda adalah hal penting yang perlu dilakukan secara konsisten dan terus menerus. Kontinuitas kegiatan dapat mendorong semakin merata dan meluasnya penyebaran kearifan lokal di kalangan Gen-Z. Pada akhirnya, diharapkan penguatan rasa nasionalisme juga akan semakin kuat. Kegiatan pengabdian ini telah diusahakan untuk diselenggarakan dengan maksimal. Hanya saja, masih terdapat keterbatasan, seperti dengan jumlah peserta kegiatan yang minim, serta jangkauan kampanye yang terbatas karena peserta bukanlah *influencer* media sosial. Pengembangan kegiatan selanjutnya masih terus diharapkan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Universitas Slamet Riyadi sebagai pihak yang mendukung kegiatan dengan pembiayaan yang memadai bagi pelaksanaan pengabdian masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, S. (2017). Penanaman Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Perilaku Keberagaman Peserta Didik. *Atthulab: Islamic Religion Teaching and Learning Journal*, 2(2), 192–207. <https://doi.org/10.15575/ath.v2i2.3391>
- BPS. (2022). Statistik Indonesia dalam Infografis. BPS. <https://www.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MjgyZDRmMjNIOTlkMTM2N2YwM2FkOTM4&xzmn=aHR0cHM6Ly93d3cuYnBzLmdvLmlkL3B1YmxpY2F0aW9uLzlwMjlvMDYvMTcvMjgyZDRmMjNIOTlkMTM2N2YwM2FkOTM4L3N0YXRpc3Rpay1pbmRvbmVzaWEtZGFsYW0taW5mb2dyYWZpcy0yMDIyLmh0bWw%3D&t>
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. <https://pewrsr.ch/3cV5pmw>
- Dja'far, A. M., Taqwa, L., & Kholisoh, S. (2017). *Intoleransi dan Radikalisme di Kalangan Perempuan: Riset Lima Wilayah di Bogor, Depok, Solo Raya, Malang, dan Sumenep*. Wahid Foundation.
- Elmore, T. (2014). *How Generation Z Differs from Generation Y*. <http://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/>
- Haqqi, H., & Soeparto, S. (2020). Solo Cultural Festival as an Effort to Counter Cultural Hegemony. *International Journal of Innovative Research and Development*, 9(10). <https://doi.org/10.24940/ijird/2020/v9/i10/OCT20056>
- Kristiyono, J., Ida, R., & Mashud, M. (2020). Counter-hegemony of the East Java Biennale art community against the domination of hoax content reproduction. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 33(1), 26. <https://doi.org/10.20473/mkp.V33I12020.26-35>
- Lestari, D. (2019). Dinamika Politik Identitas di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Mandala*, 4(4), 12–16.
- Muhiddin, A. (2018). *Penduduk dan Kualitas Demokrasi (Kumpulan Artikel Kependudukan, Politik dan Pembangunan Demokrasi)*. Penerbit Deepublish.
- Muryanti, M. (2014). NASIONALISME DALAM PANDANGAN ETNIK MINORITAS DI YOGYAKARTA: *Dialog*, 37(1), 75–86. <https://doi.org/10.47655/dialog.v37i1.56>
- Njatrijani, R. (2018). Kearifan Lokal Dalam Perspektif Budaya Kota Semarang Gema Keadilan Edisi Jurnal Gema Keadilan Edisi Jurnal. *Gema Keadilan Edisi Jurnal* 17, 5(September), 16–31.
- Putri Yolanda, H., & Halim, U. (2020). Partisipasi Politik OnlineOnline Generasi Z Pada Pemilihan Presiden Indonesia 2019. *Journal of Strategic Communication*, 10(2), 30–39.
- Saifuddin. (2011). Radikalisme Islam di Kalangan Mahasiswa (Sebuah Metamorfosa Baru). *Jurnal Analisis*, 11(1), 17–32.
- Setyaningrum, N. D. B. (2018). Budaya Lokal Di Era Global. *Ekspresi Seni*, 20(2), 102. <https://doi.org/10.26887/ekse.v20i2.392>
- Taum, Y. Y. (2015). *Sastra dan Politik*. Sanata Dharma University Press.
- Waruwu, D., & Mudana, I. G. (2018). Counter-Hegemony in The Development of Bawomataluo Tourist Destination, Nias Selatan, Sumatera Utara. *E-Journal of Cultural Studies*, 11(2), 1–8. <https://doi.org/10.24843/cs.2018.v11.i02.p01>
- Wulandari, W., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Urgensi Rasa Nasionalisme pada Generasi Z di Tengah Era Globalisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7255–7260. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2134>