CONVERSE: Journal Communication Science: Volume 2, Number 1, 2025, Page: 1-13

Media Tradisional vs Media Baru dalam Mempromosikan Budaya Berkelanjutan

Annisa Bela Islamiyah*, Sifani Estu Ningsih, Aida Devita Rahmawati, Ahmad Fauzy Setiawan, Eko Purwanto

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengkaji perbedaan fungsi dan kontribusi media tradisional dan media baru dalam promosi budaya berkelanjutan. Fokus kajian meliputi cara penyampaian pesan, jangkauan audiens, interaksi, efektivitas komunikasi, dan respons masyarakat. Tujuan akhirnya adalah merumuskan strategi komunikasi budaya yang adaptif dan relevan di era digital. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur, penelitian ini menganalisis peran kedua jenis media dalam menyampaikan pesan budaya berkelanjutan. Data dikumpulkan dari literatur ilmiah, dokumen digital, dan konten media massa, lalu dianalisis dengan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi tema, membandingkan representasi budaya, dan menilai efektivitas komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media tradisional unggul dalam kredibilitas dan pelestarian budaya, serta menjangkau generasi lebih tua, namun kurang interaktif. Sebaliknya, media baru lebih efektif menjangkau generasi muda melalui pendekatan partisipatif dan interaktif. Media baru juga memungkinkan penyebaran budaya secara global, meskipun berisiko menyederhanakan makna budaya dan mendorong komodifikasi. Kedua jenis media memiliki kelebihan masing-masing dan berpotensi saling melengkapi. Sinergi keduanya, melalui strategi komunikasi integratif, dapat memperkuat promosi budaya berkelanjutan. Konvergensi ini dianggap sebagai pendekatan ideal untuk menjaga ekosistem budaya di tengah tantangan globalisasi dan modernisasi. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi digital di semua kalangan guna menjembatani kesenjangan digital dan memperluas partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya. Kolaborasi antara media tradisional dan media baru menjadi kunci strategis dalam membangun narasi budaya yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Budaya, Berkelanjutan, Media

DOI: https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4249
*Correspondence: Annisa Bela Islamiyah
Email: annisabela1203@gmail.com

Received: 10-06-2025
Accepted: 17-06-2025
Published: 31-07-2025

Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract: *This research aims to examine the different functions and contributions of traditional and new media in the promotion of sustainable culture. The focus of the study includes the way of delivering messages, audience reach, interaction, communication effectiveness, and community response. The ultimate goal is to formulate an adaptive and relevant cultural communication strategy in the digital era. Using a qualitative approach with a literature study, this research analyzes the role of both types of media in delivering sustainable cultural messages. Data were collected from scholarly literature, digital documents and mass media content, and analyzed using content analysis techniques to identify themes, compare cultural representations and assess communication effectiveness. The results showed that traditional media excelled in credibility and cultural preservation, as well as reaching older generations, but were less interactive. In contrast, new media is more effective in reaching younger generations through participatory and interactive approaches. New media also enables the global dissemination of culture, although it risks simplifying cultural meanings and encouraging commodification. Both types of media have their own advantages and have the potential to complement each other. Their synergy, through an integrative communication strategy, can strengthen the promotion of sustainable culture. This convergence is considered an ideal approach to maintaining the cultural ecosystem amidst the challenges of globalization and modernization. This research recommends increasing digital literacy in all circles to bridge the digital divide and expand community participation in cultural preservation. Collaboration between traditional and new media is a strategic key in building an inclusive, adaptive and sustainable cultural narrative.*

Keywords: *Culture, Sustainability, Media*

Pendahuluan

Budaya berkelanjutan memainkan peran penting dalam merespons berbagai tantangan global, seperti krisis iklim, modernisasi, dan memudarnya identitas budaya lokal. Melalui penguatan nilai-nilai budaya, kohesi sosial dapat dipertahankan, dialog antarbudaya semakin terbuka, dan potensi ekonomi turut berkembang, yang semuanya menjadi elemen kunci dalam mendukung pembangunan berkelanjutan. Strategi keberlanjutan yang mengintegrasikan budaya memungkinkan masyarakat untuk lebih siap menghadapi dinamika global tanpa kehilangan akar identitasnya. Salah satu contohnya dapat dilihat pada sektor pariwisata budaya yang berkelanjutan, yang tidak hanya memperkuat warisan lokal tetapi juga memberi peluang ekonomi bagi masyarakat setempat (Parusheva, 2023).

Ketertarikan wisatawan terhadap pengalaman budaya otentik memicu pertumbuhan investasi di komunitas lokal serta turut menjaga kelangsungan tradisi yang ada. Dalam hal ini, budaya dinilai sebagai pilar keempat pembangunan berkelanjutan, melengkapi pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan (Beatriz Macagnan & Maria Seibert, 2023). Peran budaya sangat krusial dalam membentuk nilai dan perilaku masyarakat, yang menjadi fondasi perubahan menuju keberlanjutan jangka panjang. Budaya juga dapat memfasilitasi transformasi perilaku dalam menghadapi krisis iklim (Buckland et al., 2017), melalui pendekatan kreatif yang memberi makna baru atas isu-isu lingkungan. Meski begitu, sebagian praktik budaya yang telah mengakar bisa menjadi tantangan tersendiri dalam mendorong inovasi, sehingga diperlukan keseimbangan antara pelestarian nilai lama dan penerimaan terhadap hal baru (Adnan et al., 2025).

Media berfungsi sebagai agen kunci dalam menyebarluaskan nilai-nilai budaya dan membangun kesadaran publik terhadap pentingnya praktik berkelanjutan. Media memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi serta menginspirasi perubahan perilaku yang selaras dengan tujuan keberlanjutan. Peran ini mencakup penyampaian informasi, peningkatan pemahaman masyarakat akan keterhubungan budaya dan lingkungan, serta menjembatani isu-isu makro dan mikro (Kango, 2015). Dalam konteks ini, media turut mendukung Pendidikan untuk Pembangunan Berkelanjutan (ESD), terutama di wilayah yang minim akses pendidikan formal (Timotheus Adrianus Bodt, 2007). Dengan menyisipkan nilai-nilai budaya dalam konten media, masyarakat dapat memahami urgensi menjaga warisan budaya sekaligus lingkungan mereka (Solík, 2013). Namun, media juga berpotensi menyebarkan informasi keliru atau memperkuat nilai-nilai yang bertentangan dengan prinsip keberlanjutan, sehingga diperlukan literasi media yang kritis agar masyarakat dapat memilah dan mendukung narasi yang membangun.

Baik media tradisional maupun media baru memiliki peran yang signifikan, meski masing-masing hadir dengan kelebihan dan keterbatasan. Media tradisional cenderung

mengadopsi pola komunikasi satu arah, dengan konten disampaikan oleh otoritas kepada khalayak luas, sedangkan media baru memungkinkan dialog dua arah serta partisipasi aktif pengguna (Wahyudi Pratama et al., 2024). Media baru memfasilitasi keterlibatan masyarakat dalam menciptakan dan menyebarluaskan konten budaya, serta memperluas jangkauan audiens melalui platform digital global (Rozario, 2013). Meski media tradisional memiliki kredibilitas dan kemampuan untuk mendokumentasikan budaya secara otentik (Valkanova & Mihailov, 2024), media baru memberikan peluang inovatif dalam promosi budaya, seperti melalui VR, AR, dan media sosial (Chen, 2024). Berdasarkan latar belakang ini, maka tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam perbedaan fungsi dan kontribusi antara media tradisional dan media baru dalam upaya promosi budaya berkelanjutan. Fokus analisis mencakup cara penyampaian pesan, jangkauan audiens, tingkat interaksi, efektivitas komunikasi, serta respons masyarakat terhadap kedua jenis media, dengan tujuan akhir merumuskan strategi komunikasi budaya yang lebih adaptif, partisipatif, dan relevan di era digital.

Tinjauan Pustaka

Media tradisional memiliki peran signifikan dalam menyebarkan nilai-nilai budaya berkelanjutan melalui pendekatan difusi inovasi, karena menggunakan saluran komunikasi yang telah dipercaya oleh masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Berbagai bentuk Media Komunikasi Tradisional (TCM) seperti diskusi kelompok, festival, dan pertemuan warga menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi mengenai praktik berkelanjutan. Sebanyak 62,8% petani diketahui menerima inovasi melalui TCM. Selain itu, program televisi bertema budaya turut meningkatkan literasi budaya dan melestarikan nilai tradisional, sekaligus mendorong inovasi agar tetap relevan di era modern. Penggabungan antara budaya tradisional dan teknologi media modern memperkuat identitas budaya serta memperluas jangkauan pesan-pesan berkelanjutan. Meski demikian, tantangan dari media modern dan pengaruh globalisasi tetap menjadi ancaman terhadap pelestarian budaya lokal. Maka dari itu, menjaga keseimbangan antara kemajuan teknologi dan pelestarian budaya menjadi hal yang penting.

Di sisi lain, media baru khususnya media sosial menawarkan ruang partisipatif bagi masyarakat untuk menciptakan dan menyebarluaskan narasi budaya mereka secara mandiri. Platform ini mendorong dialog terbuka, mempererat keterlibatan masyarakat, serta memfasilitasi kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan. Media sosial juga memberdayakan kelompok marginal untuk kembali terhubung dengan identitas budaya mereka, sekaligus meningkatkan representasi dan visibilitas. *Digital Cultural Communication* (DCC) memperkuat kolaborasi antara komunitas dan lembaga budaya dalam menciptakan pengalaman berbasis audiens, sekaligus mendorong literasi digital dan partisipasi

komunitas dalam menciptakan narasi mereka sendiri. Lebih jauh, media baru memfasilitasi desain partisipatif, memungkinkan masyarakat ikut andil dalam perencanaan lingkungan mereka, yang berkontribusi terhadap peningkatan modal sosial dan kohesi komunitas. Meskipun begitu, tantangan dalam keberlanjutan program dan distribusi sumber daya tetap perlu diperhatikan, serta perlunya keseimbangan antara pendekatan digital dan tradisional demi menciptakan partisipasi yang inklusif.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk memahami peran media tradisional dan media baru dalam mempromosikan budaya berkelanjutan. Jenis penelitiannya bersifat deskriptif-kualitatif, dengan fokus pada analisis mendalam terhadap fenomena komunikasi budaya melalui berbagai bentuk media. Data dikumpulkan dari literatur ilmiah, dokumen digital, serta konten media massa yang relevan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka dan analisis dokumen yang berkaitan dengan kampanye budaya berkelanjutan. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi tema utama, membandingkan representasi budaya dalam berbagai media, serta menilai efektivitas penyampaian pesan.

Hasil dan Pembahasan

A. Perbedaan Karakteristik Penyampaian Pesan Budaya

Penyampaian pesan yang mendukung budaya berkelanjutan menunjukkan perbedaan mencolok antara media tradisional dan media baru, yang memengaruhi tingkat keterlibatan serta efektivitas pesan terhadap audiens. Media tradisional cenderung mengandalkan pola dan gaya narasi konvensional, seperti alur linier pada surat kabar dan televisi, yang membatasi interaksi serta umpan balik dari audiens (H, 2014). Meskipun media jenis ini memiliki jangkauan luas, sering kali kurang efektif dalam menjangkau generasi muda, sehingga menyebabkan rendahnya kesadaran terhadap isu-isu keberlanjutan di kalangan tersebut (Lyu, 2024).

Sebaliknya, media baru seperti media sosial menawarkan platform yang interaktif dan memungkinkan pengguna untuk terlibat secara aktif serta membagikan konten melalui jaringan mereka (Pujihartati et al., 2023). Selain itu, media baru juga mampu menyesuaikan pesan secara spesifik untuk segmen audiens tertentu, terutama kaum muda, guna menumbuhkan budaya keberlanjutan melalui pendekatan yang lebih relevan dan menarik (Valkanova & Mihailov, 2024). Meski begitu, media tradisional tetap memiliki peran penting dalam menjangkau demografi yang lebih tua dan memberikan analisis yang mendalam. Oleh karena itu, menggabungkan keunggulan dari kedua jenis media dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan-pesan keberlanjutan secara menyeluruh.

B. Jangkauan Audiens dan Distribusi Geografis

Jangkauan media tradisional dan media baru menunjukkan perbedaan yang signifikan di berbagai demografi dan wilayah geografis, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, dan konteks budaya. Media tradisional seperti surat kabar dan televisi masih dominan di kalangan kelompok usia yang lebih tua, sementara generasi yang lebih muda lebih tertarik pada platform digital. Perbedaan preferensi ini ditegaskan dalam berbagai studi yang mengamati pola konsumsi media berdasarkan kelompok sosial ekonomi, mengindikasikan pentingnya penyesuaian strategi media agar tetap relevan (S. Singh, 2023) (Helles et al., 2015). Secara demografis, usia menjadi penentu utama, di mana audiens muda lebih menyukai media digital, sedangkan kelompok usia lanjut tetap setia pada media tradisional. Dari segi jenis kelamin, laki-laki lebih sering terlibat dengan media cetak, sedangkan perempuan cenderung memilih jenis surat kabar tertentu (S. Singh, 2023). Selain itu, konteks budaya juga memainkan peran penting, dengan berbagai daerah menunjukkan kebiasaan konsumsi media yang unik berdasarkan norma dan praktik lokal (Helles et al., 2015).

Dalam konteks geografis, preferensi media juga bervariasi antar wilayah. Studi di Eropa menunjukkan bahwa masyarakat di berbagai negara menggabungkan penggunaan media tradisional dan baru dengan cara yang berbeda (Helles et al., 2015). Di sisi lain, globalisasi media baru, khususnya media sosial, memungkinkan terjadinya komunikasi lintas budaya yang memperluas jangkauan media dan memungkinkan interaksi serta pertukaran konten antar pengguna dari latar belakang yang berbeda (Chen, 2024). Meski media tradisional tetap relevan, pertumbuhan cepat media baru menawarkan peluang sekaligus tantangan dalam menjangkau audiens yang beragam. Efektivitas kedua jenis media ini dalam membangun integrasi dan pemahaman budaya masih terus berkembang, sehingga menuntut penelitian serta penyesuaian strategi media secara berkelanjutan.

C. Tingkat Partisipasi dan Interaksi Audiens

Tingkat partisipasi penonton dalam promosi budaya menunjukkan perbedaan yang signifikan antara media tradisional dan media baru. Media tradisional, seperti televisi dan surat kabar, cenderung mengedepankan komunikasi satu arah yang menciptakan model konsumsi pasif. Dalam konteks ini, audiens hanya menerima informasi tanpa banyak kesempatan untuk memberikan umpan balik atau terlibat secara langsung, sehingga membatasi keterhubungan mereka dengan konten budaya (Rozario, 2013).

Sebaliknya, media baru seperti media sosial dan blog membuka ruang bagi komunikasi dua arah, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi pandangan, serta turut andil dalam membentuk narasi budaya. Keterlibatan aktif ini mengubah pengguna menjadi *co-creator* dan mendorong terciptanya budaya partisipatif, di mana

penonton merasa didengar dan memiliki peran dalam membangun kebersamaan (Plebańczyk, 2024) (Uddin & Naz, 2019). Oleh karena itu, meskipun media tradisional telah memainkan peran penting dalam menyebarkan budaya, keterbatasan interaktivitasnya kini mulai tergeser oleh pendekatan inovatif media baru yang lebih inklusif dan interaktif.

D. Efektivitas Komunikasi Budaya

Efektivitas komunikasi budaya melalui media tradisional dan media baru menunjukkan adanya keunggulan serta tantangan tersendiri bagi masing-masing jenis media. Media tradisional seperti radio dan televisi dinilai efektif dalam menyampaikan pengetahuan secara langsung dan mendorong adopsi simbolis terhadap praktik budaya. Misalnya, televisi terbukti dapat meningkatkan akuisisi pengetahuan langsung (Prathap, 2004), sementara radio unggul dalam mendorong keterlibatan komunitas melalui simbolisme budaya (Prathap, 2004). Selain itu, media tradisional sering dianggap lebih kredibel dan mudah diakses, terutama oleh masyarakat di daerah pedesaan (Prathap, 2004). Di sisi lain, media baru seperti internet menunjukkan efektivitas yang lebih tinggi dalam hal retensi pengetahuan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Media baru memungkinkan penyampaian informasi budaya dalam berbagai format yang menarik serta mendukung pertukaran lintas budaya secara global (Z. Wang, 2023)(Chen, 2024). Selain itu, sifat interaktif dari media baru turut mendorong partisipasi aktif dari audiens, menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam dengan konten budaya (Z. Wang, 2023). Walaupun media tradisional tetap relevan dalam konteks tertentu, kemampuan media baru dalam beradaptasi dan menjangkau khalayak luas membuka peluang besar bagi komunikasi budaya di era digital. Tantangannya adalah bagaimana memastikan bahwa nilai-nilai budaya tradisional tetap terjaga dan dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam format media baru, agar tetap relevan dalam lanskap komunikasi yang terus berkembang (Prathap, 2004) (Z. Wang, 2023) (Chen, 2024).

E. Respons Masyarakat Terhadap Pesan Budaya

Masyarakat merespons pesan budaya yang disampaikan melalui media tradisional maupun media baru dengan beragam cara, mencerminkan dinamika komunikasi yang terus berkembang. Peralihan dari media tradisional ke media baru telah mengubah cara penyebaran dan penafsiran nilai-nilai budaya, menciptakan peluang sekaligus tantangan dalam keterlibatan budaya. Media baru memungkinkan penyebaran informasi secara instan, memperluas akses dan partisipasi khalayak yang lebih beragam (Yao, 2024). Namun, muncul pula fragmentasi budaya akibat berkembangnya subkultur global melalui internet, yang menyebabkan budaya menjadi lebih terpecah dan komunitas-komunitas khusus semakin berkembang (Fuhse, 2018).

Dalam konteks ini, literasi media menjadi sangat penting agar individu dapat secara kritis menganalisis dan menafsirkan pesan budaya (ALTINTOP, 2020). Sementara itu, media tradisional memiliki peran fundamental dalam membentuk nilai budaya dan identitas nasional, dengan menyediakan kerangka pemahaman budaya yang telah berakar sejak lama (Fuhse, 2018). Namun, media tradisional juga menghadapi tantangan dalam hal representasi budaya, sering kali tidak mampu menyampaikan esensi warisan budaya secara akurat (R. Wang, 2023). Meski media baru menawarkan banyak keuntungan, kekhawatiran terhadap apropriasi budaya dan penyajian budaya tradisional yang dangkal tetap menjadi sorotan, sehingga dibutuhkan pendekatan yang seimbang dalam komunikasi budaya yang melibatkan kedua jenis media tersebut (R. Wang, 2023).

F. Peran Media Tradisional Dalam Pelestarian Budaya

Media tradisional memiliki peranan penting dalam menjaga keberlanjutan budaya, khususnya dalam membentuk identitas masyarakat, melestarikan tradisi, dan mentransfer pengetahuan antar generasi. Media ini, yang umumnya berakar dari adat istiadat lokal, menyediakan ruang bagi ekspresi budaya dan partisipasi komunitas, yang sangat krusial dalam menjaga warisan budaya di tengah arus modernisasi. Dalam hal ini, terdapat beberapa manfaat utama yang ditawarkan media tradisional. Pertama, media tradisional memperkuat identitas dan kohesi komunitas melalui promosi nilai dan praktik bersama. Contohnya dapat dilihat pada masyarakat Gorontalo yang menekankan adat istiadat Islam dalam momen-momen penting kehidupan (As'adi, 2020). Selain itu, stasiun radio lokal di wilayah terpencil seperti Australia, Kanada, dan Meksiko juga memainkan peran sebagai media pelestarian budaya dan bahasa lokal (Watson, 2017).

Kedua, media tradisional berperan dalam pelestarian praktik budaya. Komunikasi tradisional yang dijalankan oleh masyarakat adat Bayan, misalnya, membantu mempertahankan ritual dan adat istiadat mereka di tengah maraknya media digital (Nur Khusnia et al., 2022). Kewirausahaan berbasis kearifan lokal juga turut mendukung pelestarian kerajinan tangan dan kuliner tradisional dengan mengadaptasikannya ke dalam model bisnis modern tanpa menghilangkan keasliannya (Rifqiansyah & Hasrul wijaya, 2025). Ketiga, media tradisional memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan antargenerasi, yang menjadi kunci kesinambungan budaya. Ini sangat penting terutama di komunitas-komunitas yang mulai terpengaruh oleh media modern yang cenderung melemahkan nilai-nilai tradisional (Lyu, 2024). Meskipun media tradisional menawarkan berbagai keuntungan tersebut, tantangan tetap ada, terutama dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi digital yang cepat. Oleh karena itu, keseimbangan antara inovasi dan pelestarian budaya menjadi isu sentral dalam upaya menjaga keberlanjutan budaya.

G. Daya Tarik Media Baru terhadap Generasi Muda

Munculnya media baru telah membawa perubahan besar dalam keterlibatan generasi muda terhadap isu-isu budaya lokal. Melalui berbagai platform interaktif dan partisipatif yang sesuai dengan gaya komunikasi mereka, media baru memberikan peluang luas untuk menyebarluaskan dan menghidupkan kembali warisan budaya. Salah satu keuntungan utama adalah jangkauan dan aksesibilitas yang lebih luas; media sosial dan situs interaktif memungkinkan penyebaran konten budaya lokal ke audiens yang jauh lebih besar dibandingkan media tradisional (Wei, 2024). Selain itu, efektivitas biaya dari media baru juga memberikan kemudahan bagi organisasi budaya lokal dalam mempromosikan warisan mereka tanpa memerlukan investasi finansial besar (Wei, 2024). Media baru juga mendorong interaktivitas yang lebih tinggi, menciptakan budaya partisipatif di mana kaum muda didorong untuk berinteraksi dengan dan turut menyumbang pada narasi budaya, mempererat keterikatan mereka terhadap isu-isu lokal (Jandy & Priyowidodo, 2012).

Survei menunjukkan bahwa alat interaktif seperti CD edukatif dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan mereka terhadap budaya lokal (Jandy & Priyowidodo, 2012). Di sisi lain, media sosial memiliki peran penting dalam pelestarian identitas budaya, sambil tetap membuka ruang untuk pengaruh global, menciptakan perpaduan yang menarik bagi generasi muda (Pangesti et al., 2024). Media baru yang dinamis memungkinkan identitas budaya berkembang, memberi ruang bagi pemuda untuk menavigasi dan menegosiasikan afiliasi budaya mereka (Pangesti et al., 2024). Namun demikian, perlu diwaspadai pula potensi negatif dari media baru, seperti penyederhanaan narasi budaya secara berlebihan dan risiko apropriasi budaya, yang bisa mengancam keaslian tradisi lokal (Wei, 2024).

H. Integrasi Media Tradisional dan Media Baru

Strategi komunikasi budaya yang ideal sebaiknya menggabungkan media tradisional dan media baru secara efektif, dengan memanfaatkan keunggulan masing-masing untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan keterlibatan audiens dalam penyebaran budaya. Kombinasi kedua jenis media ini memberikan keuntungan berupa kredibilitas dan kedalaman dari media tradisional, serta interaktivitas dan kedekatan dari media baru, sehingga menghasilkan narasi budaya yang lebih kuat dan menarik. Media baru juga memungkinkan terciptanya keterlibatan yang lebih aktif, khususnya dari demografi yang lebih muda, melalui konten yang interaktif, sementara media tradisional tetap memainkan peran penting dalam memberikan konteks dan analisis yang lebih mendalam (Wei, 2024). Dalam hal pengiriman konten, integrasi kedua jenis media ini membuka peluang untuk menyajikan elemen budaya tradisional dalam berbagai format menarik seperti video, podcast, dan media sosial, sehingga mampu menjangkau audiens yang lebih luas (Z. Wang, 2023).

Selain itu, kampanye lintas platform memungkinkan merek untuk menggabungkan promosi melalui media cetak tradisional dengan pendekatan digital melalui media sosial, seperti dalam strategi komunikasi budaya merek mewah di era media baru (Cai, 2023). Media baru juga memiliki peran penting dalam pelestarian dan penjangkauan budaya secara global melalui arsip digital dan pameran virtual, yang memungkinkan akses yang lebih luas terhadap elemen budaya tradisional (Z. Wang, 2023). Integrasi ini turut mendorong pertukaran budaya lintas negara, sehingga memperkuat pemahaman dan apresiasi terhadap keberagaman tradisi (Wei, 2024). Namun demikian, perlu diwaspadai bahwa penyederhanaan berlebihan dalam penyajian budaya di media baru dapat mengurangi makna mendalam dari elemen budaya tersebut, sehingga penting untuk terus menjaga keseimbangan antara kedalaman dan aksesibilitas dalam konteks komunikasi budaya modern (Wei, 2024).

I. Tantangan Penggunaan Media Baru

Promosi budaya berkelanjutan melalui media baru menghadapi berbagai tantangan yang menghambat efektivitas komunikasi dan keterlibatan publik. Salah satu hambatan utama adalah metode diseminasi yang sudah ketinggalan zaman, di mana penyebaran budaya tradisional masih mengandalkan format monoton yang tidak mampu menarik perhatian audiens modern, khususnya generasi muda (Lyu, 2024). Untuk menjawab tantangan ini, dibutuhkan pendekatan inovatif yang dapat merevitalisasi budaya tradisional dan membuatnya relevan dalam konteks digital masa kini. Selain itu, kesenjangan digital tetap menjadi kendala besar karena membatasi akses informasi dan partisipasi dalam program keberlanjutan, terutama bagi komunitas yang terpinggirkan (Scarano, 2024) (Prasad, 2018).

Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi digital dan memastikan akses yang merata terhadap media baru. Tantangan lain yang tak kalah penting adalah kurangnya inklusivitas dalam komunikasi. Strategi komunikasi yang efektif harus mampu menjangkau kelompok-kelompok yang sering diabaikan, seperti perempuan dan masyarakat adat, yang selama ini belum cukup dilibatkan dalam proses pembangunan (Prasad, 2018). Pelibatan mereka melalui media sosial dan jurnalisme warga dapat memperkuat dukungan publik terhadap kebijakan yang berkelanjutan (Prasad, 2018). Meski tantangan-tantangan ini cukup kompleks, semuanya juga membuka ruang untuk inovasi dan kolaborasi. Dengan strategi yang tepat dalam memanfaatkan media baru, para pemangku kepentingan dapat meningkatkan kesadaran serta menggerakkan masyarakat menuju praktik berkelanjutan, yang pada akhirnya akan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) (P. Singh & Singh, 2024).

J. Persepsi Kredibilitas Informasi Budaya

Persepsi publik terhadap kredibilitas informasi budaya menunjukkan perbedaan mencolok antara media tradisional dan media baru. Meskipun media baru kini menjadi sumber informasi utama bagi banyak orang, media tradisional masih sering dianggap lebih kredibel. Hal ini mencerminkan hubungan yang kompleks antara tingkat kepercayaan dan pola konsumsi media. Banyak masyarakat masih menaruh kepercayaan tinggi pada media tradisional seperti televisi dan surat kabar cetak. Sebagai contoh, dalam sebuah studi di Malaysia, 64,8% responden lebih memilih media tradisional karena dianggap lebih akurat (Arandas et al., 2022). Di kawasan Uni Eropa pun, kepercayaan terhadap siaran utama dan media cetak tetap lebih tinggi dibandingkan platform daring, menandakan adanya ketergantungan yang berkelanjutan terhadap sumber informasi tradisional (Fotopoulos, 2023).

Namun, meskipun kepercayaan terhadap media tradisional cukup tinggi, penggunaan media baru terus meningkat, khususnya di kalangan generasi muda. Internet kini menjadi sumber berita utama, didorong oleh menurunnya kepercayaan terhadap media tradisional (Armington, 2013). Bahkan, studi menunjukkan bahwa persepsi negatif terhadap kredibilitas media tradisional berkorelasi dengan meningkatnya ketergantungan pada media online, mencerminkan pergeseran dalam pola konsumsi informasi (Armington, 2013). Perbedaan pandangan ini memperlihatkan adanya dualitas dalam lanskap media saat ini, di mana kepercayaan terhadap media tradisional masih kuat, namun tidak mampu menghentikan lonjakan penggunaan media baru. Fenomena ini menunjukkan tantangan yang terus berkembang terhadap norma-norma informasi yang telah lama mapan.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media tradisional dan media baru memiliki peran yang sama penting, namun berbeda pendekatan, dalam mempromosikan budaya berkelanjutan. Media tradisional unggul dalam hal kredibilitas, pelestarian budaya, dan jangkauan kepada generasi yang lebih tua. Sementara itu, media baru menonjol dalam hal interaktivitas, partisipasi audiens, dan kemampuan menjangkau generasi muda secara lebih efektif dan global. Media baru memfasilitasi penciptaan narasi budaya yang lebih dinamis, inklusif, dan partisipatif, namun berisiko mengalami komodifikasi budaya serta penyederhanaan makna. Di sisi lain, media tradisional tetap menjadi penjaga nilai dan warisan budaya yang mendalam, meski menghadapi tantangan dalam menarik minat audiens muda dan beradaptasi dengan era digital. Konvergensi keduanya melalui strategi komunikasi yang integratif dan adaptif dipandang sebagai pendekatan ideal untuk mempromosikan budaya berkelanjutan secara efektif. Diperlukan pula peningkatan literasi digital dan media di seluruh kalangan masyarakat guna menjembatani kesenjangan digital

dan memastikan keterlibatan yang merata dalam pelestarian budaya. Secara keseluruhan, sinergi antara media tradisional dan media baru dapat menjadi strategi kunci dalam menjaga keberlanjutan budaya di tengah arus globalisasi dan modernisasi.

Daftar Pustaka

Adnan, F., Fadilah, R. A., & Purwanto, E. (2025). Peran Media Digital dalam Pembangunan Berkelanjutan Mendukung Program. 1(4), 1–12.

ALTINTOP, M. (2020). YENİ MEDYA OKURYAZARLIĞI. JOURNAL OF SOCIAL, HUMANITIES AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, 6(24), 414–421. https://doi.org/10.31589/JOSHAS.287

Arandas, M. F., Ling, L. Y., & Chiang, L. Y. (2022). Media Credibility, Misinformation, and Communication Patterns during MCO of COVID-19 in Malaysia. https://doi.org/10.31219/osf.io/g3e2b

Armington, J. C. (2013). Berita Baru: Bagaimana Penurunan Kepercayaan Publik pada Media Berita Tradisional Mempengaruhi Munculnya Internet sebagai Sumber Berita Arus Utama.

As'adi, M. H. (2020). Media Tradisional Sebagai Media Komunikasi Pembangunan Masyarakat Titidu Gorontalo. Kalijaga Journal of Communication, 2(1), 1–16. https://doi.org/10.14421/kjc.21.01.2020

Beatriz Macagnan, C., & Maria Seibert, R. (2023). Culture: A Pillar of Organizational Sustainability. In Ecotheology - Sustainability and Religions of the World. IntechOpen. https://doi.org/10.5772/intechopen.106523

Buckland, D., Gray, O., & Wood, L. (2017). The Cultural Challenge of Climate Change. South Atlantic Quarterly, 116(1), 97–109. https://doi.org/10.1215/00382876-3749348

Cai, W. (2023). Cultural Communication Strategies of Luxury Brands in The Era of New Media. Highlights in Business, Economics and Management, 7, 421–428. https://doi.org/10.54097/hbem.v7i.7005

Chen, Y. (2024). The Global Development and Communication Mechanisms in the New Media Era: Multiculturalism and the Global Communication of New Media. Communications in Humanities Research, 39(1), 39–44. https://doi.org/10.54254/2753-7064/39/20242176

Fotopoulos, S. (2023). Traditional media versus new media: Between trust and use. European View, 22(2), 277–286. https://doi.org/10.1177/17816858231204738

Fuhse, J. A. (2018). Media Baru dan Formasi Sosial-Budaya.

H, H. (2014). Situasi Saat Ini dan Rute Optimalisasi Komunikasi Lingkungan: Analisis Komparatif antara Media Tradisional dan Media Baru.

Helles, R., Ørmen, J., Radil, C., & Jensen, K. B. (2015). Pemirsa Media | Lanskap Media Pemirsa Eropa.

Jandy, L., & Priyowidodo, G. (2012). Meningkatkan Budaya Partisipatif dengan Memanfaatkan Media Baru untuk Melestarikan Budaya Lokal di Museum Mpu Tantular Jawa Timur.

Kango, A. (2015). Media dan Perubahan Sosial Budaya. Vol. 12.

Lyu, S. (2024). Research On the Dissemination and Preservation of Traditional Culture in The Era of New Media. Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 36, 140–145. https://doi.org/10.54097/2fmgtv19

Nur Khusnia, H., Indiyati, D., Miharja, D. L., & Chotijah, S. (2022). Daya Tahan Komunikasi Tradisional Komunitas Adat Bayan di Era Media Digital. JCommsci - Journal Of Media and Communication Science, 5(2), 98–107. https://doi.org/10.29303/jcommsci.v5i2.169

Pangesti, M., Khaeriah, A. S., Purwanto, E., Dwi, A., Nur, A., Syafitri, A., Shiva, M., Permata, A., Intan, N., & Azhari, H. (2024). The Influence of Social Media on the Cultural Identity of the Millennial Generation: Indonesian Case Study. Pubmedia Social Sciences and Humanities, 2(1), 7. https://doi.org/10.47134/pssh.v2i1.241

Parusheva, T. (2023). Cultural identity and sustainable cultural tourism in the context of local and global. Scientific Works, LXIV(2), 23–29. https://doi.org/10.22620/sciworks.2022.02.002

Plebańczyk, K. (2024). Zmieniająca się rola publiczności w kulturze wobec rozwoju nowych mediów i technologii cyfrowych. Zarządzanie Mediami, 11(3), 299–313. https://doi.org/10.4467/23540214ZM.23.020.19912

Prasad, K. (2018). Future Directions in Communication and Culture for Sustainable Development (pp. 189–196). https://doi.org/10.1007/978-981-10-7104-1_13

Prathap, D. P. (2004). Efektivitas relatif komunikasi pertanian melalui media massa termasuk media baru: Pendekatan eksperimental dengan perempuan pedesaan.

Pujihartati, S. H., Nurhaeni, I. D. A., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2023). New Media and Green Behaviour Campaign Through Corporate Social Responsibility Collaboration. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 39(2), 325–337. https://doi.org/10.17576/JKMJC-2023-3902-18

Rifqiansyah, & Hasrul wijaya. (2025). Entrepreneurship Based on Culture and Local Wisdom: Building Sustainable Business from Tradition. Journal of Indonesian Scholars for Social Research, 5(1), 14–23. https://doi.org/10.59065/jissr.v5i1.169

Rozario, R. B. (2013). Media Baru dan Platform Media Tradisional: Introspeksi tentang Perbedaan Faktor Teknis dan Ideologis dan Pola Integrasi Audiens antara Media Baru dan Media Tradisional.

Scarano, F. R. (2024). Sustainable Outreach: Communication, Education and Digital Technologies (pp. 137–146). https://doi.org/10.1007/978-3-031-51841-6_16

Singh, P., & Singh, S. (2024). UNDERSTANDING SOCIAL MEDIA APPLICATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS. International Journal of Research - GRANTHAALAYAH, 12(7). https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v12.i7.2024.5691

Singh, S. (2023). DEMOGRAPHIC VARIATIONS IN MEDIA CONSUMPTION: A COMPARATIVE ANALYSIS. ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts, 4(2). https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2.2023.3351

Solík, M. (2013). Media sebagai alat untuk menumbuhkan nilai-nilai dalam masyarakat kontemporer.

Timotheus Adrianus Bodt. (2007). Peran media dalam mencapai masyarakat yang berkelanjutan. https://doi.org/https://doi.org/10.11588/XAREP.00000358

Uddin, W. S., & Naz, F. (2019). Digital and Traditional Media: A Comparative Study of Two Podiums. Journal of Mass Communication Department, Dept of Mass Communication, University of Karachi, 17. https://doi.org/10.46568/jmcd.v17i2.80

Valkanova, V., & Mihailov, N. (2024). Perspective Chapter: Sustainability and Media Influence – The Role of Global Media in Creating a New Environmental Culture. https://doi.org/10.5772/intechopen.1005581

Wahyudi Pratama, F., Hasan, K., Jannah, R., Zahara, E., & Syafitri, A. (2024). Conventional Mass Media Versus New Media. Proceedings of International Conference on Social Science, Political Science, and Humanities (ICoSPOLHUM), 4, 00012. https://doi.org/10.29103/icospolhum.v4i.383

Wang, R. (2023). How Does Social Media Affect Traditional Culture. Advances in Social Science and Culture, 5(2), p190. https://doi.org/10.22158/assc.v5n2p190

Wang, Z. (2023). Research on the Development and Utilization of Traditional Culture in the New Media Environment. Open Journal of Social Sciences, 11(07), 260–266. https://doi.org/10.4236/jss.2023.117018

Watson, I. (2017). Combatting cultural 'nerve gas': maintaining traditional media and culture through local media production in Australia, Canada and Mexico. Journal of Alternative & Community Media, 2(1), 1–13. https://doi.org/10.1386/joacm_00028_1

Wei, H. (2024). Exploring the Influence and Potential of New Media on Traditional Cultural Communication. SHS Web of Conferences, 185, 02016. https://doi.org/10.1051/shsconf/202418502016

Yao, R. (2024). Analysis and Development Trend of Traditional Media and New Media Communication. Communications in Humanities Research, 25(1), 203–210. https://doi.org/10.54254/2753-7064/25/20231946