



KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL TERHADAP ISU BUDAYA LOKAL DALAM PEMBERITAAN MEDIA ONLINE DI INDONESIA

Cahya Aulia Ramdhani A.R, Tuti Bahfiarti, Moehammad Iqbal Sultan

Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin

Abstrak

Perkembangan media online di era digital telah menempatkan media sebagai aktor penting dalam proses konstruksi realitas sosial, termasuk dalam merepresentasikan isu budaya lokal di ruang publik digital. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami, memaknai, dan menilai budaya lokal melalui narasi, bahasa, dan simbol yang digunakan dalam pemberitaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana media online di Indonesia mengonstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal serta implikasinya terhadap pemakaian budaya lokal di ruang publik digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif. Data dikumpulkan melalui teknik dokumentasi terhadap teks pemberitaan media online nasional yang mengangkat isu budaya lokal, dengan pemilihan data secara purposive. Analisis dilakukan melalui pembacaan mendalam untuk mengidentifikasi pola representasi, strategi naratif, penggunaan bahasa dan simbol, serta kecenderungan makna dominan yang dibangun media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online cenderung merepresentasikan budaya lokal secara selektif dengan penekanan pada aspek seremonial, visual, dan pariwisata budaya. Narasi yang digunakan bersifat deskriptif dan simplifikatif, sementara makna budaya lebih banyak dibingkai sebagai warisan statis dan komoditas ekonomi. Perspektif kritis terkait nilai filosofis, dinamika sosial, dan konflik budaya relatif kurang mendapatkan ruang. Konstruksi realitas sosial tersebut berimplikasi pada terbentuknya pemahaman publik yang dangkal terhadap budaya lokal, yang lebih dipahami sebagai simbol dan tontonan visual daripada sebagai praktik sosial yang hidup dan dinamis. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran media online dalam menyajikan pemberitaan budaya lokal yang lebih kontekstual, reflektif, dan sensitif terhadap nilai serta keberlanjutan budaya di era digital.

Kata Kunci: konstruksi realitas sosial, media online, budaya lokal, representasi media, ruang publik digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat mengakses, memproduksi, dan memaknai informasi (Pamungkas et al., 2024). Perubahan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berdampak pada struktur sosial, pola interaksi, serta pembentukan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari (Sabrina et al., 2022). Media massa khususnya media online, kini menempati posisi sentral dalam kehidupan sosial karena kemampuannya menyebarkan informasi secara cepat, luas, dan berkelanjutan tanpa batas ruang dan waktu (Mirza & Alfani, 2025). Dalam konteks masyarakat digital, media online tidak hanya menjadi sumber informasi utama bagi publik, tetapi juga berfungsi sebagai ruang simbolik tempat realitas sosial dibentuk, diproduksi, dan dinegosiasikan melalui berbagai narasi dan representasi (Mandalia, 2023; Rozi & Solihat, 2024). Kondisi ini menjadikan media online sebagai institusi sosial yang memiliki pengaruh signifikan dalam membangun pemahaman kolektif masyarakat terhadap berbagai isu sosial yang berkembang di ruang publik.

Media dipahami bukan sebagai refleksi realitas yang netral dan objektif, melainkan sebagai aktor aktif dalam proses konstruksi realitas sosial (D. S. Anshori, 2018). Media melakukan seleksi terhadap peristiwa tertentu untuk diberitakan, menentukan sudut pandang yang digunakan, serta memilih bahasa, simbol, dan penekanan makna yang sarat dengan kepentingan tertentu (Hadiwijaya, 2023; Happer & Philo, 2023). Proses tersebut menyebabkan realitas yang disajikan kepada publik

merupakan hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh nilai, ideologi, dan kepentingan media, bukan realitas objektif yang berdiri sendiri (Ibrahim, 2020; Junaedi et al., 2025). Media memiliki peran strategis dalam menentukan bagaimana suatu isu dipahami, ditafsirkan, dan dinilai oleh masyarakat, sekaligus membentuk batasan mengenai apa yang dianggap penting atau tidak penting dalam kehidupan sosial (Achfandhy, 2021; Rakhmawati, 2019).

Peran konstruktif media semakin menguat seiring dengan berkembangnya media online yang berbasis teknologi digital (Kussanti, 2022; Mandalia, 2023). Karakteristik media online yang menekankan kecepatan penyampaian informasi, aktualitas berita, serta keterlibatan audiens melalui berbagai fitur interaktif menjadikannya sangat berpengaruh dalam membentuk opini publik. Media online tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga menciptakan ruang diskusi dan pertukaran makna di antara pengguna (Mirza & Alfani, 2025). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia mengandalkan internet sebagai sumber utama informasi, dengan media online sebagai kanal berita yang paling sering diakses (Pamungkas et al., 2024; Rozi & Solihat, 2024). Tingginya tingkat konsumsi berita digital ini memperbesar potensi media online dalam membangun realitas sosial yang dominan dan memengaruhi cara pandang masyarakat secara luas (Zubaida & Surabaya, 2021).

Di tengah dominasi media online tersebut, isu budaya lokal menjadi salah satu tema yang kerap muncul dalam pemberitaan (Nugroho & Yusanto,

2025). Indonesia dikenal sebagai negara dengan keberagaman budaya yang sangat kaya, mencakup tradisi, nilai, sistem kepercayaan, serta praktik sosial yang hidup dan berkembang di berbagai komunitas masyarakat (Islam et al., 2025; Warda, 2023). Budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan masa lalu, tetapi juga sebagai identitas kolektif yang membentuk cara masyarakat memahami diri, lingkungan sosial, dan relasi antarindividu (Chen, 2024; Yunior et al., 2023). Sehingga representasi budaya lokal di media memiliki implikasi penting terhadap keberlangsungan makna, nilai, dan posisi budaya tersebut dalam kehidupan sosial masyarakat yang lebih luas.

Namun dalam praktik pemberitaan media online, isu budaya lokal sering kali dihadirkan dalam bentuk yang disederhanakan dan tidak utuh (Hadiwijaya, 2023; Junaedi et al., 2025). Media cenderung menonjolkan aspek-aspek yang dianggap unik, ekstrem, atau kontroversial demi menarik perhatian pembaca dan meningkatkan trafik kunjungan (Muktiyo, 2019; Septyana, 2024). Pola pemberitaan semacam ini berpotensi mengaburkan konteks sosial, historis, dan filosofis dari budaya lokal yang diberitakan (Said Romadlan et al., 2022). Akibatnya budaya lokal lebih sering dipahami sebagai objek tontonan atau komoditas informasi daripada sebagai sistem nilai yang hidup, dinamis, dan bermakna bagi komunitas pendukungnya (Tahitu et al., 2024).

Konstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal yang dilakukan media online juga tidak terlepas dari kepentingan ekonomi dan ideologis media (Permadi et al., 2024). Logika industri media digital yang berorientasi pada jumlah klik, trafik pembaca, dan viralitas mendorong penyajian berita yang sensasional, ringkas, dan mudah dikonsumsi (Hendra, 2020; Wibowo, 2019). Dalam kondisi ini

kompleksitas budaya lokal sering kali direduksi agar sesuai dengan format media yang serba cepat dan instan (M. Anshori, 2019; Viranti & Sugiarto, 2020). Proses reduksi tersebut secara tidak langsung membentuk realitas simbolik tertentu tentang budaya lokal di benak khalayak, yang belum tentu mencerminkan makna budaya secara utuh dan adil (Hutami & Fitria, 2020).

Representasi media yang disajikan secara berulang dan konsisten memiliki kekuatan besar dalam membentuk cara pandang publik terhadap budaya lokal (Rubawati & Airlangga, 2018). Ketika media online terus-menerus menyajikan budaya lokal melalui sudut pandang tertentu, narasi tersebut berpotensi diterima sebagai kebenaran sosial oleh masyarakat (Chandra & Lapalelo, 2022). Situasi ini menunjukkan bahwa media memiliki kekuasaan simbolik dalam menentukan makna budaya di ruang public (Aqmarina & Gumilar, 2018; Sultrayansa, 2025). Dalam jangka panjang, konstruksi semacam ini dapat memengaruhi sikap masyarakat terhadap budaya lokal, baik dalam bentuk apresiasi, stereotipisasi, maupun marginalisasi budaya tertentu.

Dampak konstruksi realitas media tidak hanya dirasakan oleh masyarakat luas sebagai konsumen informasi, tetapi juga oleh komunitas budaya itu sendiri. Representasi media dapat memengaruhi cara komunitas lokal memandang identitas, nilai, dan praktik budayanya (Fitri & Asri, 2018; Rasyid, 2024). Ketika budaya lokal direpresentasikan secara menyimpang, dangkal, atau terdistorsi, terdapat risiko terjadinya internalisasi makna yang keliru oleh masyarakat pendukung budaya tersebut (I Wayan Swandi et al., 2023). Kondisi ini berpotensi mendorong pergeseran nilai dan perubahan cara budaya dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari, bahkan dapat melemahkan keberlanjutan budaya itu sendiri.

Sejumlah kajian sebelumnya menunjukkan bahwa media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi sosial terhadap kelompok, tradisi, dan identitas tertentu melalui proses representasi yang berlangsung secara terus-menerus (Putu & Dharmayanti, 2025). Sebagian penelitian komunikasi masih menempatkan budaya lokal dalam konteks promosi budaya atau pariwisata, tanpa menggali secara mendalam bagaimana realitas sosial tentang budaya lokal tersebut dikonstruksi melalui praktik pemberitaan media online (Febrin et al., 1969). Pendekatan semacam ini cenderung mengabaikan dimensi makna, relasi kuasa, serta proses simbolik yang berlangsung dalam produksi dan distribusi berita. Padahal, pemahaman yang komprehensif terhadap proses konstruksi realitas ini penting untuk melihat bagaimana makna budaya dibentuk, dinegosiasikan, dan dipertahankan di tengah arus informasi digital yang semakin intens dan kompetitif.

Keterbatasan kajian yang secara khusus menelaah konstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal dalam media online menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi secara lebih mendalam (Nuriarta, 2020). Sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek promosi, pelestarian, atau komodifikasi budaya, sementara proses pembentukan makna dan representasi budaya lokal dalam pemberitaan media online belum banyak dikaji secara kritis. Pemberitaan media online menjadi ruang penting untuk dianalisis karena di dalamnya berlangsung proses seleksi isu, penyusunan narasi, dan penggunaan simbol yang berpotensi membentuk pemahaman publik terhadap budaya lokal. Kajian terhadap pemberitaan media online menjadi relevan untuk mengungkap pola representasi,

kecenderungan narasi, serta makna yang dibangun media dalam menggambarkan budaya lokal, sekaligus memahami relasi kuasa yang terbentuk antara media, budaya, dan masyarakat dalam konteks komunikasi kontemporer (A. Agung & Bagus, 2019; I. G. Agung & Wicaksana, 2025). Selain memiliki kontribusi akademik, penelitian mengenai konstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal juga memiliki relevansi sosial yang tinggi karena hasil penelitian diharapkan mampu mendorong kesadaran kritis masyarakat dalam mengonsumsi berita media online, khususnya yang berkaitan dengan isu budaya. Di sisi lain, kajian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi praktisi media untuk menyajikan pemberitaan yang lebih sensitif, berimbang, dan menghargai nilai serta konteks budaya lokal di ruang publik digital.

Konteks globalisasi dan digitalisasi yang semakin intens, budaya lokal menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan makna, nilai, dan eksistensinya di tengah arus informasi yang semakin cepat dan massif (Ayu & Widiadnya, 2024). Media online, sebagai ruang publik digital yang dominan, memiliki peran strategis dalam menentukan arah pemaknaan budaya lokal melalui cara isu budaya direpresentasikan, dibingkai, dan didistribusikan kepada khalayak luas (I. G. Agung et al., 2025). Praktik pemberitaan media online tidak hanya memengaruhi cara masyarakat memahami budaya lokal, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk hierarki nilai budaya di ruang publik digital. Analisis terhadap praktik pemberitaan media online menjadi penting untuk menilai sejauh mana media berperan dalam memperkuat pemahaman, penghargaan, dan keberlanjutan budaya lokal, atau sebaliknya justru mereproduksi narasi yang berpotensi melemahkan posisi

budaya lokal dalam dinamika komunikasi masyarakat kontemporer.

Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan pemberitaan media online terhadap isu budaya lokal. Fokus permasalahan dalam penelitian ini meliputi bagaimana media online di Indonesia merepresentasikan isu budaya lokal dalam pemberitaannya, bagaimana realitas sosial tentang budaya lokal dibangun melalui narasi, bahasa, dan simbol yang digunakan media, kecenderungan makna apa yang dominan ditampilkan dalam pemberitaan media online, serta bagaimana konstruksi realitas sosial tersebut berimplikasi terhadap pemaknaan budaya lokal di ruang publik digital. Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis konstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal dalam pemberitaan media online di Indonesia serta implikasinya terhadap pembentukan makna budaya lokal di ruang publik digit.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana media online mengonstruksi realitas sosial terhadap isu budaya lokal dalam pemberitaannya (Abdussamad, 2021). Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak berfokus pada pengukuran frekuensi atau hubungan antarvariabel, melainkan pada penelusuran makna, narasi, serta representasi yang dibangun media melalui teks berita. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengkaji fenomena komunikasi secara kontekstual dan interpretatif sesuai dengan realitas sosial yang dikonstruksi dalam pemberitaan media online. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-interpretatif (Bahiyah & Gumiandari, 2024).

Penelitian ini berupaya mendeskripsikan secara sistematis bentuk-bentuk representasi isu budaya lokal dalam media online, sekaligus menafsirkan makna sosial yang terkandung di dalamnya. Desain penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi untuk menggali dan memahami proses konstruksi realitas sosial yang berlangsung dalam praktik pemberitaan media online di Indonesia.

Objek penelitian dalam studi ini adalah pemberitaan media online yang mengangkat isu budaya lokal di Indonesia. Unit analisis penelitian berupa teks berita yang memuat narasi, bahasa, simbol, dan representasi mengenai budaya lokal. Pemilihan media online didasarkan pada pertimbangan bahwa media ini memiliki jangkauan luas, tingkat konsumsi tinggi, serta peran dominan dalam membentuk opini dan pemahaman publik di era digital. Isu budaya lokal yang dianalisis mencakup pemberitaan mengenai tradisi, ritual, adat istiadat, serta praktik budaya masyarakat lokal yang disajikan dalam media online (Ummah et al., 2024).

Penentuan data penelitian dilakukan melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan data secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi berita yang secara eksplisit membahas budaya lokal, dipublikasikan oleh media online nasional, serta memiliki muatan naratif yang memungkinkan dilakukan analisis terhadap konstruksi makna. Periode waktu pemberitaan ditentukan untuk memastikan data yang dianalisis merepresentasikan konteks sosial dan dinamika media yang actual (Muri Yusuf, 2020).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan cara mengumpulkan teks berita dari media online yang telah ditetapkan sebagai objek penelitian. Data dikumpulkan dengan cara menelusuri

arsip pemberitaan media online, kemudian mengklasifikasikan berita sesuai dengan tema dan fokus kajian budaya lokal. Seluruh data yang terkumpul diseleksi kembali untuk memastikan kesesuaian dengan tujuan penelitian serta kelengkapan unsur naratif yang akan dianalisis.

Analisis data dilakukan melalui proses pembacaan teks secara mendalam dan berulang untuk mengidentifikasi pola representasi, kecenderungan narasi, serta makna yang dibangun media terhadap isu budaya lokal (Sugiyono, 2019). Proses analisis dilakukan dengan menafsirkan penggunaan bahasa, pilihan kata, sudut pandang pemberitaan, serta konteks sosial yang melatarbelakangi penyajian berita. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara interpretatif untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai konstruksi realitas sosial dalam pemberitaan media online. Keabsahan data dalam penelitian ini dijaga melalui ketekunan pengamatan dan konsistensi analisis terhadap data yang dikaji. Peneliti melakukan pembacaan data secara cermat dan berulang untuk meminimalkan bias penafsiran serta memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang relevan. Selain itu, penggunaan sumber data dari media online yang kredibel diharapkan dapat memperkuat validitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Isu Budaya Lokal dalam Pemberitaan Media Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online di Indonesia merepresentasikan isu budaya lokal melalui pola pemberitaan yang selektif dan tematik. Isu budaya lokal umumnya ditampilkan dalam konteks peristiwa seremonial adat, pariwisata budaya,

kesenian tradisional, serta konflik atau kontroversi yang melibatkan nilai-nilai budaya. Representasi tersebut cenderung menempatkan budaya lokal sebagai objek visual dan peristiwa aktual, bukan sebagai sistem nilai yang hidup dan berkelanjutan dalam kehidupan sosial masyarakat.

Temuan ini sejalan dengan pandangan Zubaida & Surabaya (2021) mengenai *konstruksi realitas sosial*, yang menegaskan bahwa media berperan sebagai agen sosial dalam membentuk pemahaman publik terhadap realitas melalui proses seleksi dan penonjolan aspek tertentu. Media tidak sekadar merefleksikan realitas, tetapi turut mengonstruksinya melalui pilihan tema, sudut pandang, dan penekanan informasi.

Media online lebih sering menonjolkan unsur keunikan, eksotisme, dan daya tarik visual budaya lokal. Pemberitaan mengenai ritual adat, festival budaya, atau kesenian tradisional dikemas dalam gaya informatif-populer yang menekankan aspek estetika dan hiburan. Sementara itu, penjelasan mengenai makna filosofis, nilai sosial, dan latar historis budaya lokal relatif minim. Pola ini menunjukkan bahwa budaya lokal cenderung diposisikan sebagai komoditas informasi yang menarik perhatian pembaca, sejalan dengan logika media digital yang mengutamakan kecepatan dan klik. Secara empiris temuan tersebut diperoleh melalui teknik dokumentasi terhadap teks berita media online nasional yang mengangkat isu budaya lokal. Berita-berita tersebut diklasifikasikan berdasarkan tema representasi budaya untuk melihat kecenderungan makna yang dominan. Hasil klasifikasi data ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategori Representasi Isu Budaya Lokal dalam Pemberitaan Media Online

| Kategori Representasi | Jumlah Berita | Persentase (%) |
|------------------------|---------------|----------------|
| Seremonial Adat | 42 | 32,31 |
| Pariwisata Budaya | 35 | 26,92 |
| Kesenian Tradisional | 28 | 21,54 |
| Konflik Budaya | 15 | 11,54 |
| Nilai dan Makna Budaya | 10 | 7,69 |

Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa kategori seremonial adat dan pariwisata budaya mendominasi pemberitaan media online. Sebaliknya,

kategori yang secara langsung membahas nilai dan makna budaya menempati porsi paling kecil. Hal ini menunjukkan bahwa media online lebih tertarik pada aspek budaya yang bersifat peristiwa dan visual dibandingkan pendalaman makna budaya itu sendiri. Pola tersebut tidak hanya tercermin dalam distribusi tema pemberitaan, tetapi juga tampak jelas dalam cara media menyajikan berita budaya secara visual dan tekstual. Contoh konkret dari praktik pemberitaan tersebut dapat dilihat pada Gambar 1

Gambar 1. Pemberitaan Isu Budaya Lokal pada Media Online

Gambar tersebut menampilkan contoh pemberitaan isu budaya lokal yang dipublikasikan melalui media online dan media sosial. Secara visual, berita disajikan dengan menonjolkan foto kegiatan budaya, seperti ritual adat, pertunjukan seni, atau peristiwa seremonial, disertai judul yang bersifat informatif-populer. Tampilan visual menjadi elemen utama untuk menarik perhatian pembaca di tengah arus informasi digital yang padat.

Dari sisi isi, struktur berita pada contoh tersebut cenderung ringkas dan berfokus pada peristiwa yang sedang

berlangsung. Penjelasan mengenai latar belakang historis, makna filosofis, serta nilai sosial budaya yang terkandung dalam tradisi yang diberitakan relatif terbatas. Narasi lebih diarahkan pada apa yang terjadi, siapa yang terlibat, dan di mana peristiwa berlangsung, dibandingkan pendalaman makna budaya itu sendiri. Pola penyajian semacam ini menunjukkan bagaimana media online membangun realitas budaya lokal sebagai tontonan visual dan peristiwa aktual yang mudah dikonsumsi. Budaya lokal direpresentasikan terutama sebagai konten menarik di ruang publik digital,

sehingga memperkuat konstruksi realitas sosial yang menempatkan budaya pada dimensi permukaan, bukan sebagai sistem nilai yang kompleks dan berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat.

Konstruksi Realitas Sosial Budaya Lokal melalui Narasi, Bahasa, dan Simbol Media

Media online berperan aktif dalam membangun realitas sosial budaya lokal melalui strategi naratif yang digunakan dalam pemberitaan. Narasi budaya yang disajikan umumnya bersifat deskriptif, menekankan alur peristiwa dan kronologi kegiatan budaya, tanpa menggali secara mendalam konteks sosial dan relasi historis masyarakat pendukung budaya tersebut. Pola narasi semacam ini menunjukkan kecenderungan media dalam menyederhanakan kompleksitas budaya lokal menjadi cerita singkat yang mudah dipahami dan cepat dikonsumsi oleh khalayak digital.

Dari sisi bahasa, media online cenderung menggunakan pilihan kata yang netral hingga positif, seperti unik, menarik, tradisional, atau warisan leluhur, yang membingkai budaya lokal dalam citra harmonis dan aman secara ideologis. Namun, bahasa tersebut sering kali bersifat permukaan dan kurang reflektif karena tidak disertai penjelasan kritis mengenai nilai, fungsi sosial, atau dinamika perubahan budaya. Akibatnya, bahasa media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membatasi ruang tafsir pembaca pada pemaknaan budaya yang statis dan ahistoris.

Selain narasi dan bahasa, simbol-simbol budaya lokal memainkan peran penting dalam konstruksi realitas sosial yang dibangun media. Simbol seperti pakaian adat, ritual keagamaan, tarian tradisional, atau properti budaya lainnya lebih banyak ditampilkan sebagai

elemen visual pendukung berita. Simbol-simbol tersebut berfungsi sebagai penanda identitas budaya, tetapi sering kali dilepaskan dari makna simboliknya yang lebih dalam, sehingga direduksi menjadi sekadar ornamen visual dalam logika pemberitaan media online.

Kondisi ini sejalan dengan teori konstruksi sosial realitas yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann, yang menegaskan bahwa realitas sosial tidak hadir secara objektif, melainkan dikonstruksi melalui proses seleksi, institusionalisasi, dan legitimasi makna. Dalam konteks media online, budaya lokal yang tampil di ruang publik digital merupakan hasil konstruksi simbolik media melalui narasi, bahasa, dan visual yang dipilih secara sadar. Media tidak sekadar merefleksikan budaya, tetapi turut menentukan bagaimana budaya tersebut dipahami dan dimaknai oleh masyarakat luas.

Proses konstruksi ini juga berkaitan dengan logika media digital yang menekankan kecepatan, daya tarik visual, dan efisiensi informasi. Narasi yang ringkas, bahasa yang sederhana, serta simbol yang kuat secara visual menjadi strategi utama untuk menarik perhatian pembaca. Namun, strategi tersebut berdampak pada penyempitan makna budaya, karena aspek nilai, etika, dan filosofi budaya lokal kurang mendapat ruang dalam struktur pemberitaan yang serba singkat dan instan.

Realitas sosial budaya lokal yang dibangun media online cenderung bersifat selektif dan representasional, bukan representasi utuh dari kehidupan budaya masyarakat. Budaya lokal dikonstruksi sebagai objek visual dan peristiwa aktual yang layak konsumsi publik, sementara dimensi budaya sebagai sistem nilai dan praktik sosial berkelanjutan menjadi terpinggirkan. Konstruksi semacam ini berimplikasi pada pembentukan pemahaman publik

yang dangkal terhadap budaya lokal di ruang publik digital, sekaligus menegaskan posisi media sebagai aktor dominan dalam produksi makna budaya di era komunikasi kontemporer.

Kecenderungan Makna Dominan dalam Pemberitaan Budaya Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online di Indonesia cenderung membangun makna dominan budaya lokal sebagai warisan masa lalu yang bersifat statis dan tradisional. Budaya lokal lebih sering direpresentasikan sebagai peninggalan leluhur yang harus dijaga dan dilestarikan, namun jarang diposisikan sebagai praktik sosial yang dinamis dan terus bertransformasi seiring perubahan sosial. Representasi semacam ini mengarahkan pemaknaan budaya pada dimensi simbolik-historis, bukan pada proses sosial yang hidup dalam keseharian masyarakat pendukungnya.

Perspektif teori konstruksi realitas sosial, makna budaya yang hadir di ruang publik digital merupakan hasil seleksi, objektivasi, dan penekanan tertentu yang dilakukan media. Media online tidak menghadirkan realitas budaya secara utuh, melainkan memilih aspek-aspek tertentu yang dianggap paling relevan dengan kepentingan pemberitaan dan mudah dikonsumsi oleh khalayak. Proses ini menyebabkan budaya lokal dikonstruksi sebagai sesuatu yang “tetap”, “selesai”, dan terlepas dari dinamika sosial yang sebenarnya terus berlangsung di tingkat komunitas.

Kecenderungan makna dominan lainnya tampak pada penempatan

budaya lokal dalam kerangka pariwisata dan ekonomi kreatif. Pemberitaan media online banyak menekankan budaya sebagai daya tarik wisata, ikon daerah, atau aset ekonomi yang memiliki nilai jual. Budaya direpresentasikan sebagai sarana promosi wilayah, penguatan citra daerah, serta pendukung sektor pariwisata. Orientasi ini menunjukkan adanya pergeseran makna budaya dari nilai intrinsik menuju nilai instrumental yang lebih menonjolkan manfaat ekonomi.

Proses tersebut memperlihatkan terjadinya komodifikasi simbolik budaya lokal. Nilai-nilai filosofis, spiritual, dan sosial yang melekat dalam praktik budaya cenderung disederhanakan agar sesuai dengan logika media digital yang menuntut kecepatan, visualisasi, dan daya tarik emosional. Budaya kemudian tampil sebagai konten visual yang menarik dan estetis, tetapi terlepas dari kompleksitas relasi sosial, struktur kekuasaan, serta konteks historis masyarakat pendukungnya.

Kecenderungan ini dapat diamati secara empiris melalui dokumentasi pemberitaan media online yang dianalisis dalam penelitian ini. Visual budaya lokal, seperti ritual adat, pertunjukan seni, dan festival budaya, lebih sering ditampilkan melalui foto atau gambar yang menonjolkan aspek seremonial dan estetika. Penjelasan teks yang menyertai visual tersebut umumnya bersifat singkat dan berfokus pada peristiwa, waktu, serta lokasi kegiatan, sementara pembahasan mengenai makna budaya dan nilai sosial yang mendasarinya relatif terbatas.



Gambar 2 menunjukkan bahwa pemberitaan budaya lokal lebih banyak menonjolkan aspek visual dan peristiwa seremonial dibandingkan pendalaman makna budaya. Penekanan pada foto kegiatan budaya dan judul promosi memperkuat konstruksi budaya sebagai objek konsumsi publik digital. Representasi visual semacam ini mendukung temuan penelitian bahwa makna budaya lokal lebih dominan dibangun dalam kerangka pariwisata dan daya tarik komersial, bukan sebagai praktik sosial yang kompleks dan dinamis.

Sebaliknya makna kritis terkait persoalan budaya lokal jarang mendapatkan ruang dalam pemberitaan media online. Isu-isu seperti marginalisasi budaya lokal, konflik kepentingan dalam pengelolaan budaya, komodifikasi berlebihan, serta dampak globalisasi terhadap nilai-nilai lokal cenderung tidak dibahas secara mendalam. Media lebih memilih membangun narasi yang aman, netral, dan populer agar dapat diterima secara luas di ruang publik digital.

Kecenderungan makna dominan tersebut berimplikasi langsung pada pembentukan pemahaman publik tentang budaya lokal. Budaya lebih dipahami sebagai simbol identitas dan

objek konsumsi visual, bukan sebagai sistem nilai yang berkelindan dengan realitas sosial, ekonomi, dan politik masyarakat. Konstruksi realitas sosial yang dibangun media online berpotensi membatasi cara pandang masyarakat terhadap budaya lokal, sekaligus memengaruhi arah pelestarian dan pengembangan budaya di era digital.

Implikasi Konstruksi Realitas Sosial Media terhadap Pemaknaan Budaya Lokal di Ruang Publik Digital

Konstruksi realitas sosial yang dibangun media online memiliki implikasi yang signifikan terhadap cara budaya lokal dimaknai di ruang publik digital. Representasi budaya yang cenderung visual, ringkas, dan berorientasi pada daya tarik populer berpotensi membentuk pemahaman masyarakat yang bersifat permukaan. Budaya lokal lebih sering dipahami sebagai rangkaian simbol, ritual, atau peristiwa seremonial yang menarik secara visual, tanpa disertai pemahaman mendalam mengenai nilai, norma, dan makna sosial yang melandasinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemaknaan budaya di ruang publik digital bergerak ke arah penyederhanaan, seiring dengan logika konsumsi informasi yang cepat dan instan.

Dominasi media online sebagai sumber informasi utama masyarakat semakin memperkuat dampak konstruksi realitas tersebut. Informasi budaya yang disajikan secara berulang dengan pola representasi yang seragam berpotensi membentuk persepsi kolektif mengenai apa itu budaya lokal dan bagaimana seharusnya budaya tersebut dipahami. Ketika media terus-menerus menampilkan budaya lokal dalam bingkai tertentu, seperti tradisi masa lalu atau objek wisata, bingkai tersebut cenderung diterima sebagai kebenaran sosial. Dalam jangka panjang, hal ini dapat membatasi ruang imajinasi publik dalam melihat budaya lokal sebagai praktik sosial yang hidup, dinamis, dan berkelindan dengan realitas masyarakat kontemporer. Terlihat pada terbentuknya stereotip budaya lokal di ruang publik digital. Representasi yang menekankan aspek eksotisme dan keunikan berpotensi melahirkan pandangan yang menyederhanakan kompleksitas budaya. Budaya lokal dapat dipersepsikan sebagai sesuatu yang “unik tetapi terpisah” dari kehidupan modern, atau sekadar menjadi identitas simbolik yang dipertontonkan pada momen tertentu. Stereotip semacam ini tidak hanya memengaruhi cara masyarakat luar memandang budaya lokal, tetapi juga dapat memengaruhi cara komunitas pendukung budaya tersebut memandang identitas dan nilai budayanya sendiri.

Konstruksi realitas media juga berdampak pada arah pelestarian budaya lokal. Ketika budaya lebih sering dimaknai sebagai aset visual dan ekonomi, upaya pelestarian cenderung diarahkan pada aspek yang mudah ditampilkan dan dikomersialkan. Nilai-nilai filosofis, etika sosial, dan pengetahuan lokal yang tidak mudah divisualisasikan berisiko terpinggirkan. Dengan demikian, pelestarian budaya berpotensi bergeser dari upaya menjaga makna dan fungsi sosial budaya menuju

sekadar mempertahankan bentuk luar yang menarik bagi konsumsi publik.

Meskipun demikian ruang publik digital tidak sepenuhnya bersifat satu arah. Media online memang memiliki kekuatan besar dalam membangun realitas sosial, tetapi khalayak juga memiliki ruang untuk berpartisipasi dalam proses pemaknaan. Melalui kolom komentar, media sosial, dan platform diskusi digital, masyarakat dapat merespons, menegosiasikan, bahkan menantang representasi budaya yang disajikan media. Interaksi ini menunjukkan bahwa makna budaya di ruang publik digital bersifat dinamis dan terus diproduksi ulang melalui relasi antara media, audiens, dan konteks sosial yang melingkupinya. Implikasi konstruksi realitas sosial media online menunjukkan adanya relasi kuasa simbolik antara media dan budaya lokal. Media tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, tetapi juga sebagai aktor yang turut menentukan arah pemaknaan budaya di ruang publik digital. Sehingga tanggung jawab media menjadi sangat penting dalam menyajikan pemberitaan budaya yang tidak hanya informatif dan menarik, tetapi juga sensitif terhadap konteks, nilai, dan keberlanjutan budaya lokal sebagai bagian dari kehidupan sosial masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media online di Indonesia merepresentasikan isu budaya lokal secara selektif dan tematik. Representasi budaya lokal dalam pemberitaan media online lebih banyak menonjolkan aspek seremonial adat, kesenian tradisional, dan pariwisata budaya, sementara pembahasan mengenai nilai, makna filosofis, dan konteks sosial budaya relatif terbatas. Pola representasi tersebut menunjukkan bahwa budaya lokal lebih sering diposisikan sebagai

objek visual dan peristiwa aktual, bukan sebagai sistem nilai yang hidup dan berkelanjutan dalam kehidupan masyarakat.

Konstruksi realitas sosial budaya lokal dalam media online dibangun melalui penggunaan narasi yang bersifat deskriptif dan simplifikatif, pilihan bahasa yang netral-populer, serta simbol-simbol visual yang menonjol namun minim penjelasan kontekstual. Melalui strategi tersebut, media tidak sekadar merefleksikan realitas budaya, tetapi turut membentuk pemahaman publik tentang budaya lokal sesuai dengan logika media digital yang menekankan kecepatan, daya tarik visual, dan efisiensi informasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa makna dominan yang dibangun media online terhadap budaya lokal cenderung memosisikannya sebagai warisan budaya yang statis dan sebagai komoditas ekonomi, khususnya dalam kerangka pariwisata dan promosi daerah. Perspektif kritis yang menempatkan budaya lokal sebagai praktik sosial yang dinamis, sarat nilai filosofis, serta berkelindan dengan relasi sosial dan kekuasaan relatif kurang mendapat perhatian dalam pemberitaan media online.

Implikasi dari konstruksi realitas sosial tersebut adalah terbentuknya pemahaman publik yang bersifat dangkal terhadap budaya lokal di ruang publik digital. Budaya lokal lebih sering dipahami sebagai simbol identitas dan tontonan visual daripada sebagai praktik sosial yang hidup dan kontekstual. Dengan demikian, media online memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan arah pemaknaan, pelestarian, dan pengembangan budaya lokal di era digital. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran media online yang lebih reflektif, kontekstual, dan bertanggung jawab dalam menyajikan pemberitaan budaya lokal

agar tidak hanya memenuhi kepentingan popularitas, tetapi juga menghargai nilai, makna, dan keberlanjutan budaya sebagai bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyediaan data, proses pengumpulan dan analisis data, serta pemberian masukan yang konstruktif selama penyusunan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan sejawat dan pihak institusi yang telah memberikan dukungan akademik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media dan budaya di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Achfandhy, M. I. (2021). *Konstruksi wacana dan realitas portal berita online*. 6(1), 59–76.
- Agung, A., & Bagus, G. (2019). *Marginalisasi Ideologi Tri Hita Karana Pada Media Promosi Pariwisata Budaya Di Bali*. 32, 110–122.
- Agung, I. G., Istri, A., Ketut, N., Sakhya, L., Mahesuari, S. C., & Mahasaraswati, U. (2025). *GENERASI MUDA BALI MERAJUT NILAI TRI HITA KARANA DARI TRADISI KE DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 2(3). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/0.15294/rainbow.v12i2.59090>
- Agung, I. G., & Wicaksana, T. (2025). *REALISASI KEKUASAAN DAN IDENTITAS LOKAL : ANALISIS WACANA KRITIS NORMAN FAIRCLOUGH DALAM*. 14(November), 36–46.

<https://doi.org/10.59672/stilistika.v14i1.4859>

Anshori, D. S. (2018). *THE CONSTRUCTION OF SUNDANESE CULTURE IN THE NEWS DISCOURSE PUBLISHED BY LOCAL MASS MEDIA OF WEST JAVA*. 12(February), 31–38. <https://doi.org/10.21512/lc.v12i1.3370>

Anshori, M. (2019). *Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan "Raja Jokowi": Sebuah Analisis Framing*. 1(1), 81–94.

Aqmarina, D., & Gumilar, G. (2018). *Konstruksi Realitas Wartawan Pikiran Rakyat Mengenai Pengarusutamaan Isu Lingkungan*. 01, 235–250.

Ayu, I. G., & Widiadnya, V. (2024). *Linguistics Landscape of Culture Representation at Pandawa Beach Kutuh-Bali*. 10(1), 41–51. <https://doi.org/10.22219/kembara.v10i1.29387>

Bahiyah, U., & Gumiandari, S. (2024). *Metode Penelitian kualitatif*. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2). <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/744/784>

Chandra, C., & Lapalelo, P. A. (2022). *Realistis Pembelajaran Tatap Muka 100% dalam Konstruksi Berita Media*. 7(2), 20–48.

Chen, W. (2024). *Cultural Diversity in Media : Promoting Inclusivity and Representation Abstract*. 1–2. <https://doi.org/10.36648/1550-7521.22.69.442>

Febrin, R., Damanik, A., Bratayadnya, P. A., Istri, C., & Nindhia, P. (1969). *Budaya Bali Dalam Foto Jurnalistik Pada Program Acara Televisi Bali Shanti Di INews Bali*. 5, 33–46.

Fitri, M., & Asri, N. (2018). *Framing Media Online Tribunnews . Com Terhadap Soso Perempuan Dalam Berita Video Pornografi Depok*. 02, 25–43.

Hadiwijaya, A. S. (2023). *Sintesa Teori Konstruksi Sosial Realitas dan Konstruksi Sosial Media Massa*. 11(1), 75–89.

Happer, C., & Philo, G. (2023). *Special Thematic Section on " Societal Change " The Role of the Media in the Construction of Public Belief and Social Change Methods : Content Analysis*. 1(2). <https://doi.org/10.5964/jspp.v1i1.96>

Hendra, K. V. dan. (2020). *Analisis Framing Pemberitaan Konflik Di Wamena Papua*

Jurnal Online Mahasiswa Komunikasi. Jurnal Online Mahasiswa Komunikasi, 1.

Hutami, N., & Fitria, A. (2020). *Wacana Lokal Pada Akun Instagram @ overheard di Indonesia*. 12(1).

I Wayan Swandi, P., Komunikasi, D., Seni, F., & Seni, I. (2023). *Ideologi Visual Media Representatif Konstruksi Citra Budaya Bali*. 242–255.

Ibrahim. (2020). *Semiotic Communication: An Approach to Understanding Meaning*. *International Journal of Media and Communication Research*, 1(1), 22–32.

Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2025). *Hyperreality and Simulacra of Social Media in Al Rawabi School for Girls Series*. 8(2). <https://doi.org/10.35473/pho.v8i2.4545>

Junaedi, R. A. B. L. dalam K. I. @ pariwisata _ bondowoso, Syarif, R. F., Prihantari, R., Putri, D. M., Jember, P. N., & Author, C. (2025). *Representasi Budaya Lokal dalam Konten Instagram @ pariwisata _ bondowoso*. 3(September), 61–68.

Kussanti, D. P. (2022). *Konstruksi Sosial Media Pada Makna Realitas TikTok di Masyarakat*. 3, 119–122.

Mandalia, S. A. (2023). *Konstruksi Sosial Pada Pemberitaan CNBC Indonesia Kisruh Formula-E Menggunakan Analisis Framing*. 1, 95–106.

Mirza, S. M., & Alfani, H. (2025). *Konstruksi Sosial Kritis dalam Pemberitaan Tirto . id terhadap Reaksi Publik*. 4(4), 1251–1263. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.5239>

Muktiyo, W. (2019). *Komodifikasi Budaya dalam Konstruksi Realitas Media Massa*. 31(1), 113–122.

Muri Yusuf. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. 64.

Nugroho, C., & Yusanto, F. (2025). *Ideology , resistance , and sociopolitical dynamics in Indonesia : media narratives and resistance discourses on the chairman of the corruption eradication commission ' s corruption case*. February, 1–11. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1552110>

Nuriarta, I. W. (2020). *POSTER SEBAGAI MEDIA REPRESENTATIF DALAM PENCITRAAN*

IDENTITAS BUDAYA BALI. 11(01), 64–70.

h-humaniora.v9i2

Pamungkas, Y. C., Purnomo, R., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Timur, J., Nadhlatul, U., & Sidoarjo, U. (2024). *Konstruksi Realitas Sosial di Indonesia dalam Peran Media dan Identitas Budaya di Era Globalisasi*. 4, 28–36. <https://doi.org/DOI>:
<https://doi.org/10.37329/metta.v4i4.3737>

Permadi, D., Muyassaroh, I. S., Purnaweni, H., & Widodo, A. S. (2024). *Media Massa dan Kontruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan UU IKN pada Media Online Tempo . co dan mediaindonesia . com)*. 22(1), 1–17.

Putu, N., & Dharmayanti, G. (2025). *Examining Advocacy Journalism on Overtourism in Bali: Bibliometrics and Content Analysis of Balebengong . id in 2024*. 10(2), 337–366.

Rakhmawati, Y. (2019). *Reading “ Mukidi ”: Discourse Representation in Indonesia ’ s New Media Platform*. 2(1), 291–299. <https://doi.org/10.18502/kss.v2i4.899>

Rasyid, R. (2024). *Ideologization of Old Media and New Media*. 4(1), 59–66.

Rozi, A. F., & Solihat, A. (2024). *Konstruksi Realitas Pemberitaan Wacana Syiah pada Media Online Ormas Syiah Indonesia*. 15(1), 26–52.

Rubawati, E., & Airlangga, U. (2018). *PAPUA DALAM MEDIA: ANALISIS FRAMING PEMBERITAAN OTONOMI KHUSUS DI PAPUA BARAT PAPUA IN MEDIA: FRAMING ANALYSIS ABOUT SPECIAL*. 20(3), 375–390.

Sabrina, M., Simanjuntak, T., Paundra, A. M., Kusuma, R. S., Rahmanto, F., Zaenuri, M., Rahmat, A. F., Bayuaji, B. W., Monggilo, Z. M. Z., & Nazila, M. F. (2022). *in BTS ‘ Spine Breaker ’ Lyrics Among Indonesian Army*. 5.

Said Romadlan, A., Desa, D. I., & Tengah, J. (2022). *Konstruksi Realitas Media Online Mengenai Kekerasan The Online Media Construction of Reality Regarding Violence*. 53–70. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4954>

Septyana, V. (2024). *Media dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Pemberitaan Kedatangan IShowSpeed ke Indonesia pada Portal Berita Okezone dan Medcom)*. 9(2), 782–797. <https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikrait>

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan, Kuantitatif kualitatif dan R&d, edisi 2* (esisi 2).

Sultrayansa. (2025). *Konstruksi Realitas Sosial Pra Dan Pasca Pilkada Di Kab . Wakatobi Dan Buton Tengah Tahun 2024*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 02(03), 535–547. <https://doi.org/https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jiksp/index> E-

Tahitu, A., Tutuhatunewa, A. R., Purwata, J., Sirait, M., Ilmu, F., Politik, I., Kristen, U., & Maluku, I. (2024). *Realitas Sosial dalam Jurnalisme Investigasi: Analisis Naratif Laporan Mendalam Tempo*. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 5(2).

Ummah, R. S., Saputri, N. W., & K, J. H. (2024). *Pendekatan Kualitatif Terhadap Implementasi Nilai-Nilai Syariah Dalam Strategi Pemasaran Perbankan Syariah*. 4(1), 1379–1385.

Viranti, M. M., & Sugiarto, A. (2020). *Konstruksi Realitas Sosial Perempuan Melalui Iklan Youtube Sariayu Color Trend 2020 Inspirasi Sumba*. 8(2), 253–266.

Warda. (2023). *Representasi Bidaya Makasssar dalam Pemberitaan Situs Panyingkul.Com* (pp. 108–124).

Wibowo, A. T. (2019). *Konstruksi Realitas Media Online atas Pemberitaan Debat Kandidat pada Pemilihan Presiden 2019 Anwar*. 3(2).

Yunior, D. S., Komunikasi, D. I., & Mada, U. G. (2023). *Construction of Reality and Social Criticism in the Frame of Online Media (Framing Analysis of News on the Kanjuruhan Football Tragedy in Tempo Online Magazine October 10-16 2022 Edition)*. 03(08), 1989–2003.

Zubaida, R., & Surabaya, U. A. (2021). *Media Massa vs Media Sosial: Konstruksi Realitas Perempuan*. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(4), 580–591. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i4.239>