

ABSTRAK

Kebudayaan menjadi salah satu aset penting didalam kehidupan bermasyarakat. Kebudayaan lokal di setiap daerah Indonesia harus terus dijaga karena tanpa budaya lokal, Indonesia tidak akan memiliki identitas yang jelas. Pemanfaatan media sosial menjadi salah satu cara untuk melestarikan kebudayaan Indonesia. Membuat konten mengenai kebudayaan Indonesia mulai dilirik serta diproduksi oleh beberapa *content creator*. Hal ini dapat menarik perhatian generasi muda untuk menikmati konten tersebut sekaligus melestarikannya. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan paradigma konstruktivisme bersifat realistik yang memiliki berbagai makna bagi setiap orang. Data penelitian ini menggunakan tahapan observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan mengambil sembilan mahasiswa sebagai informan utama dan satu informan ahli yang memiliki kapabilitas pada bidang budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sensasi yang didapatkan informan melalui alat indera (penglihatan dan pendengaran) sehingga informan melihat melihat tarian budaya Indonesia, kebiasaan masyarakat sunda dan thumbnail pada konten kebudayaan Indonesia serta penggunaan CGI yang menarik. Informan juga mendengar instrument dan lagu tradisional Indonesia yang juga digabungkan dengan musik modern EDM (*electronic dance music*) serta informan mendengarkan penggunaan bahasa sunda dari konten kebudayaan Indonesia tersebut sehingga menunculkan rasa senang, terhibur, takjub kepada budaya Indonesia yang dikemas modern di Youtube. Pada atensi informan memperhatikan hal yang mencolok didalam konten kebudayaan Indonesia yaitu penggunaan bahasa sunda, menceritakan kebiasaan masyarakat sunda dengan dibalut komedi dan juga tarian dan lagu yang dikemas oleh unsur modern. Pada bagian interpretasi informan menitikberatkan bahwa konten kebudayaan Indonesia di Youtube memberikan wawasan baru dan dapat mempertahankan budaya Indonesia saat ini karena informan menilai generasi muda menganggap budaya Indonesia sebagai suatu yang kuno dan monoton.

Kata Kunci : Budaya Indonesia, Konten Digital, Persepsi, *User Generated Content*