

Ancaman Budaya Pop (*Pop Culture*) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban

Annisa Istiqomah¹

Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta-Indonesia

Abstract

National identity is an understanding of people's identity in an entity that has a common destiny and purpose. National identity is understood as a dynamic condition that is formed due to ethnicity, territorial, linguistic and religious factors. One of the factors that influence the dynamics of national identity is globalization. Globalization is interpreted as the freedom of the world community to develop various aspects of life such as science, technology, values, and culture. The increasingly easy interaction of the global community has an impact on the process of transmitting cultural values across countries such as the development of pop culture in Indonesia. Based on the study of literature by the author, the development of pop culture can have a negative impact on strengthening national identity, especially among urban communities, especially at the age of adolescence. The negative impact of culture is westernized behavior which tends to be pragmatic, hedonistic, and consumptive. Such behavior is certainly very contrary to the ideology of Pancasila so that it becomes a threat to the Indonesian people in strengthening national identity based on Pancasila. Thus, efforts are needed to strengthen the national identity of urban communities especially teenagers through internalization of community cultural values (local wisdom) in various fields of life, filtering of foreign cultures, and multicultural education to strengthen the foundations of each individual so that they are not easily uprooted by their cultural roots

Identitas nasional merupakan pemahaman tentang jati diri masyarakat dalam suatu entitas yang memiliki kesamaan nasib dan tujuan. Identitas nasional dipahami sebagai suatu kondisi dinamis yang terbentuk karena faktor etnisitas, teritorial, bahasa dan agama. Salah satu faktor yang mempengaruhi dinamika identitas nasional adalah globalisasi. Globalisasi dimaknai sebagai kebebasan masyarakat dunia dalam mengembangkan berbagai aspek kehidupan seperti ilmu pengetahuan, teknologi, nilai-nilai, dan budaya. Interaksi masyarakat dunia yang semakin mudah berdampak pada proses transmisi nilai-nilai budaya lintas negara seperti berkembangnya budaya pop di Indonesia. Berdasarkan studi literatur yang dilakukan penulis, perkembangan budaya pop dapat berdampak negatif terhadap penguatan identitas nasional terutama di kalangan masyarakat urban, khususnya pada usia remaja. Dampak negatif budaya yaitu perilaku kebarat-baratan yang cenderung pragmatis, hedonis, dan konsumtif. Perilaku tersebut tentunya sangat bertentangan dengan ideologi Pancasila sehingga menjadi ancaman bagi bangsa Indonesia dalam penguatan identitas nasional yang berdasarkan Pancasila. Dengan demikian, perlu adanya upaya untuk menguatkan identitas nasional masyarakat urban khususnya usia remaja diantaranya melalui internalisasi nilai-nilai budaya masyarakat (*local wisdom*) dalam berbagai bidang kehidupan, filterisasi budaya asing, dan pendidikan multikultural untuk menguatkan pondasi setiap individu agar tidak mudah tercerabut akar budayanya

Keywords: pop culture; national identity; ideology; urban society

¹**Korespondensi:** Annisa Istiqomah (annisa.istiqomah1992@gmail.com), Jurusan PPKn, Program Pascasarjana, UNY, Yogyakarta.

Pendahuluan

Pembauran nilai dan ideologi lintas negara merupakan implikasi dari berkembangnya teknologi sehingga dengan mudah masyarakat dunia saling berkomunikasi antara satu sama lain. Globalisasi diartikan sebagai suatu era yang ditandai dengan perubahan tatanan kehidupan dunia akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi informasi sehingga interaksi manusia menjadi sempit seolah-olah dunia tanpa ruang. Salah satu budaya yang berkembang sejalan dengan berkembangnya era globalisasi adalah budaya populer atau disebut budaya pop (*pop culture*). Dalam konsepsi budaya, dimensi kongkrit budaya populer terwujud dalam artifak-artifak budaya seperti makanan, musik, program televisi, arsitektur, pergaulan, periklanan, dll. Sedangkan dalam dimensi abstrak budaya populer ini terwujud dalam nilai, ideologi, norma, dan kepercayaan tradisi.

Budaya pop disukai secara luas oleh banyak orang. (Storey 2009) mengemukakan bahwa budaya populer adalah budaya komersial tidak berdaya yang merupakan produk mengambang yang dikonsumsi massa. Dalam kehidupan sehari-hari, dapat dengan mudah kita amati contoh konkrit budaya populer yang sebagian besar adalah produk dari perusahaan korporasi komersial. Budaya nongkrong dan ngopi yang awalnya dipelopori oleh brand Seven Eleven dan Starbucks, lalu mulai menjamur warung-warung kopi yang menawarkan kenikmatan nongkrong. Budaya makan makanan cepat saji, yang dipelopori oleh Brand Mcdonalds, Kentucky Fried Chicken. Budaya musik populer seperti Dangdut Koplo, K-Pop dll. Budaya Populer Program televisi Reality Show semacam Indonesian Idol, The Voice Indonesia yang menawarkan ketenaran yang sifatnya instan. Budaya populer dalam bidang fashion juga dapat kita lihat dari gaya berbusana anak muda masa kini yang lebih cenderung menganut model

berbusana masyarakat Barat, Eropa dan Asia khususnya Jepang dan Korea. Sedangkan dari sisi abstrak, budaya populer dapat menumbuhkan sikap individu yang cenderung pragmatis, hedonis, dan konsumtif. Sebagai contoh, saat ini pemenuhan kebutuhan tidak lagi berdasarkan atas kebutuhan semata, tapi sangat dipengaruhi oleh pertimbangan status. Beberapa kebiasaan-kebiasaan yang dibawa oleh budaya pop tersebut dianggap bertentangan dengan nilai-nilai tradisional dalam masyarakat Indonesia. Kebiasaan-kebiasaan tersebut dapat mempengaruhi individu dalam mendefinisikan identitas diri yang selanjutnya dapat berdampak pada identitas nasional bangsa

Budaya pop sendiri, mudah berkembang dalam masyarakat urban karena masyarakat urban memiliki akses yang lebih mudah dalam menerima berbagai informasi, termasuk dalam mengakomodasi berbagai budaya dan nilai-nilai yang ditransmisikan lewat teknologi terutama lewat jejaring internet. Dalam studi kali ini, penulis ingin memfokuskan pada masyarakat urban dengan rentang usia remaja. Menurut WHO (Sarwono 2011) Usia remaja adalah rentang usia antara 10 hingga 11 tahun yang merupakan masa peralihan dari usia anak-anak menuju ke usia dewasa. Fase tersebut merupakan fase dimana seseorang mencari identitas dan jati diri. Berdasar data BPS, pengguna internet terbesar adalah kelompok usia remaja yaitu sebesar 58,21%, sehingga kelompok umur ini sangat rentan dalam terpapar budaya populer dalam lingkungan masyarakat urban.

Identitas nasional merupakan pemahaman tentang jati diri masyarakat dalam suatu entitas yang memiliki kesamaan nasib dan tujuan. Identitas nasional berkaitan dengan nilai-nilai, sejarah, dan cita-cita yang menyatukan suatu kelompok masyarakat dalam suatu ikatan. Identitas nasional dipahami sebagai suatu kondisi dinamis yang tidak hanya terbentuk karena faktor etnisitas, territorial, bahasa,

agama, dan sejenisnya tetapi juga karena faktor pembangunan dalam konteks perkembangan zaman. Remaja dalam masyarakat urban yang terpapar budaya pop akan dengan mudah terpengaruh karena sikap dasar dari budaya pop yang banyak disukai oleh masyarakat, sehingga remaja seringkali mengabaikan nilai-nilai tradisional yang seharusnya diinternalisasikan dalam diri untuk selanjutnya terwujud dalam identitas nasional.

Postmodernisme dan Budaya Populer (*Pop Culture*)

Populer merupakan konteks gagasan tentang budaya postmodernisme pertama yang terbentuk dan trend budaya dalam postmodernisme yang menentang permusuhan modernisme terhadap budaya massal. Terminologi populer banyak digunakan sebagai citra yang melingkupi berbagai aspek bidang kehidupan seperti pendidikan, gelar, proyek, dan pekerjaan. Budaya pop merupakan salah satu implikasi dampak invasif dari teknologi karena menempati banyak institusi yang memberikan dasar untuk menghasilkan makna baru dan ungkapan budaya baru (McRobbie 1994).

Teori postmodernisme dengan jelas memegang apa yang dianggapnya sebagai argumen penting tentang fenomena visual, dan film. Tanda-tanda yang paling jelas dari postmodernisme yaitu penekanan gaya, tontonan, efek khusus dan gambar, dengan mengorbankan konten, karakter, substansi, narasi dan komentar sosial. Postmodernisme menggambarkan kemunculan sebuah masyarakat dimana media massa dan budaya pop adalah institusi yang paling penting dan kuat. Media massa dan budaya pop mengendalikan dan membentuk semua jenis hubungan sosial lainnya. Budaya pop semakin mendominasi perasaan realitas kehidupan, mempengaruhi pemikiran masyarakat dalam mendefinisikan jati diri dan dunia di sekitar. Budaya pop cenderung

merusak kualitas seperti kemampuan artistik, integritas, keseriusan, keaslian, realisme, kedalaman intelektual dan narasi karena hanya menggambarkan gaya, main-main, dan lelucon yang mengorbankan isi, substansi, dan makna (Strinati 2004). Budaya pop bersifat dinamis yang selalu bergerak ke suatu tempat. Budaya pop bukanlah suatu budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi tetapi diciptakan atau dimodifikasi dalam setiap transmisi sosial (Fisher and Salmon 2012).

Produk budaya pop dapat diprediksi berdasarkan masalah yang dihadapi dalam sejarah nenek moyang seperti masalah kawin, pola asuh, bertahan hidup dan hidup social (Fisher and Salmon 2012). Budaya populer umumnya mengacu pada gambar, narasi, dan gagasan yang beredar dalam budaya mainstream. Budaya "populer" dikenal oleh kebanyakan massa di masyarakat tertentu yang terpapar dengan aspek dominan budaya pop yang sama. (Bieniek and Leavy 2014) mengemukakan bahwa orang-orang lebih cenderung melihat budaya pop sebagai hal yang menyenangkan dan sembrono, dan karena itu mungkin gagal untuk menginterogasi pesan budaya pop dan bagaimana dampaknya terhadap masyarakat.

Menurut (Guins and Cruz 2005) budaya populer membahas kombinasi perubahan ekonomi, teknologi, politik, sosial dan budaya yang membentuk kemampuan untuk mendefinisikan budaya populer. Esai-esai yang dikandungnya memberi rasa taruhan dan kompleksitas yang menjadi ciri khas ekspresi populer, material, dan ideologis dalam kehidupan sehari-hari. Guins and Cruz (2005) menyatakan bahwa guna mempertimbangkan budaya populer sebagai proses dinamis maka perlu menekankan satu set prinsip aksiomatik. *Pertama*, semua aspek budaya populer bersifat politis. *Kedua*, kaliber pertunangan dengan

budaya memerlukan pemahaman tentang sejarah dan perkembangan bentuk komoditas, dan *ketiga*, pentingnya budaya populer dipengaruhi oleh hubungannya dengan gerakan sosial dan transformasi dalam kesadaran sosial.

Dari beberapa pandangan ahli di atas, dapat ditarik benang merah, dimana budaya populer merupakan salah satu pembentuk dari postmodernisme. Budaya populer secara kasat mata dapat dikatakan sebagai sebuah arus massa yang kuat untuk mengikuti sebuah tren terkini yang secara konsensus dalam kehidupan bermasyarakat sudah diakui sebagai gaya hidup kekinian, modern dan tidak *primitive*.

Identitas Nasional Masyarakat Urban

Identitas nasional dipahami sebagai suatu kondisi dinamis yang tidak hanya terbentuk karena faktor etnisitas, territorial, bahasa, agama, dan sejenisnya tetapi juga karena faktor pembangunan dalam konteks globalisasi. (Sarinah, Muhtar, and Harmaini 2017) mengemukakan bahwa identitas nasional adalah kepribadian nasional atau jati diri nasional suatu bangsa yang terbentuk karena kesamaan dalam pengalaman sejarah dan penderitaan. Identitas nasional menurut Sarinah juga dapat diartikan sebagai pandangan hidup bangsa, filsafat Pancasila dan kepribadian bangsa. (Rahman and Madiung 2017) menyatakan bahwa identitas nasional adalah manifestasi nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam aspek kehidupan suatu bangsa dengan ciri-ciri yang membedakan dengan bangsa lain.

(Castell 2011) menyatakan bahwa identitas nasional sebagai hasil interaksi historis berbagai unsur yang saling melekat erat seperti sosial, agama, ekonomi, budaya, geografis. Jenkins (Schnabel and Hjerm 2014) mengemukakan bahwa identitas nasional mencakup dimensi emosional dari kesetiaan, afiliasi, dan komitmen yang jauh lebih besar dan spesifik dari

kepercayaan umum karena berakar pada asumsi kesamaan. Menurut Ramlan Surbakti (Widodo, Anwari, and Maryanto 2015) identitas nasional dibentuk dengan menyatukan berbagai faktor perbedaan yang terdapat dalam masyarakat (*unity in diversity*) seperti suku, bangsa, adat istiadat, ras, dan agama tanpa menghilangkan keterikatannya. Identitas nasional adalah kekuatan mengikat yang membentuk hubungan erat antara individu dan negara. Identitas nasional tidak sama dengan semua kelompok sosial karena beberapa kelompok dapat memprioritaskan identitas budaya dan etnis mereka sendiri daripada identitas nasional (Kymlicka 2007).

Miller (Hung 2014) berpendapat bahwa negara terbentuk dari bahan etnik yang bercampur dengan identitas nasional sehingga dalam realitasnya tidak dipungkiri bahwa keragu-ruguan terhadap identitas nasional akan sering muncul karena adanya pemikiran tentang upaya mendukung kelompok budaya mayoritas atau kelompok yang secara tradisional mendominasi politik. Menurut Koenta Wibisona (Herdianto and Juanta 2010) bahwa identitas nasional sebagai manifestasi nilai-nilai budaya yang tumbuh dan berkembang dalam aspek kehidupan suatu bangsa (*nation*), ciri khas tersebut yang membedakan satu bangsa dengan bangsa yang lain. (Kaelan 2013) menyatakan bahwa identitas nasional suatu bangsa tidak hanya bersifat statis tetapi juga dinamis. Artinya, bahwa identitas nasional tidak hanya terbentuk dari berbagai unsur seperti etnis, suku, budaya, adat-istiadat, atau agama tetapi juga karena proses pembangunan dalam proses interaksi secara global.

Proses interaksi bangsa Indonesia dengan bangsa lain secara sosial maupun budaya dapat mempengaruhi proses penguatan identitas nasional khususnya dalam lingkungan masyarakat urban. Masyarakat urban hidup dalam semi-identitas. Mereka cenderung merujuk pada wajah perubahan yang terjadi

secara terus-menerus. Dengan demikian, kerapuhan akan sangat rentan menyerang identitas yang tidak final tersebut (Antoni 2012). Masyarakat urban yang dianggap menikmati langsung proses globalisasi dengan berbagai fasilitas yang memadai memberikan ruang bagi mereka untuk mengeksplor berbagai bentuk nilai atau ideologi yang pada akhirnya akan mempengaruhi identitas diri dan cara mereka dalam merepresentasikan identitas nasional. Masyarakat urban dalam merepresentasikan identitas nasionalnya akan terus mengalami keragu-raguan karena terus mengalami perubahan mengikuti perkembangan arus global dan pembangunan.

Dilematika terhadap identitas nasional akan terus dialami oleh masyarakat urban khususnya kaum usia remaja sejalan dengan perubahan berbagai aspek kehidupan dalam konteks globalisasi. Sebagaimana yang diungkapkan (Widjanarko and Hidayat 2008) bahwa reproduksi identitas nasional terjadi melalui hal-hal rutin dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya yang mencerminkan pemenuhan hak-hak sipil, politik, dan ekonomi. Dengan demikian, penguatan identitas nasional masyarakat urban khususnya remaja perlu mendapatkan perhatian karena apabila tidak diberikan pondasi yang kuat maka akan terjadi distorsi atau perbenturan nilai-nilai yang mengarah pada *sosial lag* atau *cultural lag*.

Ancaman Budaya Populer Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban Khususnya usia remaja

Identitas nasional yang bersifat dinamis memberikan dampak dilematis masyarakat dalam merepresentasikan identitas nasionalnya. Masyarakat urban khususnya usia remaja, cenderung mengikuti kebaruan dan arus utama sehingga dikhawatirkan akan mengalami kebingungan dalam menginternalisasikan nilai atau ideologi yang berkembang dalam

masyarakat karena adanya sistem globalisasi. Hal ini dianggap dapat menjadi sebuah ancaman bagi penguatan identitas nasional bangsa, karena apabila remaja tidak mampu melakukan filterisasi dengan baik maka akan terjadi sebuah perbenturan nilai-nilai. Nilai-nilai atau ideologi yang dibawa oleh arus global tidak seluruhnya dapat berbaur dan diadopsi dalam kehidupan masyarakat. Nilai-nilai hidup yang berkembang dalam masyarakat Indonesia tercermin dalam sebuah ideologi bangsa yaitu Pancasila.

Pancasila adalah pedoman bagi bangsa Indonesia dalam menyelenggarakan kehidupan masyarakat. Namun, karena perkembangan globalisasi maka banyak nilai atau ideologi yang berkembang dalam kehidupan masyarakat misalnya kapitalisme, liberalisme, neoliberalisme, komunisme, atau sosialisme. Dengan demikian, masyarakat urban khususnya remaja dikhawatirkan akan mudah terpapar berbagai bentuk ideologi asing yang dapat mengancam penguatan identitas nasional. Sebagaimana diungkapkan oleh (Antoni 2012) bahwa pijakan masyarakat urban yaitu sesuatu yang dianggap baru dan *booming* yang mereka peroleh dari realitas empiris. Obyek yang dianggap baru dan *booming* dalam perkembangan zaman pastmodernisme adalah merebaknya budaya populer (*pop culture*).

Budaya populer dapat terwujud dalam bentuk mode pakaian, film, musik, makanan, yang kesemuanya termasuk dalam bagian dari kebudayaan populer yang tidak lepas dari campur tangan industri dan hiburan (Agustinus and Gatot T.R 2007). (Hadi 2005) menggambarkan budaya pop sebagai paket "ideologi gaya hidup" yang terus merangsang masyarakat untuk terus mengonsumsi produk-produk ekstasi yang serba glamour di era masyarakat industri dewasa ini. Raymond Williams (Haryanto 2006) menyatakan bahwa budaya populer bisa didefinisikan ke dalam

empat macam: 1) Budaya populer sebagai kebudayaan yang disukai oleh banyak orang; 2) Kerja kebudayaan yang inferior; 3) Kerja kebudayaan yang dimaksud untuk meraih simpati banyak orang; dan 4) Kebudayaan yang dibuat sekelompok orang untuk diri mereka sendiri.

Budaya pop yang datang dengan adanya globalisasi ini memberikan sesuatu yang baru di mata masyarakat Indonesia. Rasa keingintahuan yang tinggi dalam diri manusia menjadi penyebab utama masyarakat urban menjadi suatu komunitas yang berperilaku konsumtif. George F. Mclean (dalam (Antoni 2012)) menyebut hal ini sebagai krisis rasio objektif, yakni krisis saat kemampuan rasio manusia direduksi sehingga hanya bersifat empiris, eksternal, instrumental, utilitarian, dan eksploitatif. Menurut McLean, krisis ini berawal dari hilangnya pemikiran yang menekankan kesatuan antara imajinasi dan akal budi manusia, antara keseluruhan fisik dan metafisik. Krisis inilah yang melanda banyak masyarakat urban yaitu melakukan pemaknaan realitas yang berpijak pada logika empiris.

Budaya pop menjadi salah satu ancaman penguatan identitas nasional masyarakat urban khususnya usia remaja karena mampu menghilangkan kerangka acuan tradisional masyarakat seperti etnis, agama, suku, budaya, dan nilai-nilai atau falsafah hidup bangsa. Penafsiran identitas menjadi isu utama dalam perdebatan yang diangkat oleh teori postmodern. Identitas saling bersaing dan hilangnya identitas kolektif yang menyebabkan meningkatnya fragmentasi identitas pribadi. (Strinati 2004) menyatakan bahwa terjadi proses bertahap yang membuat hilangnya kerangka acuan tradisional sebagai penentu individu terhadap identitasnya dan kedudukan mereka di masyarakat. Sumber tradisional seperti masyarakat lokal, lingkungan, agama, serikat

pekerja, negara, bangsa dianggap mengalami kemunduran sebagai akibat tendensi kapitalisme modern yang semakin pesat.

Salah satu yang menyebabkan terkikisnya identitas tradisional adalah globalisasi ekonomi yaitu kecenderungan investasi, produksi, pemasaran dan distribusi yang berlangsung secara internasional di atas dan di luar negara atau masyarakat setempat. Budaya pop menumbuhkan sikap hedonisme, konsumerisme, dan pragmatis dalam diri masyarakat urban khususnya usia remaja. Konsumerisme menumbuhkan sifat individualisme yang berpusat pada diri sendiri yang mengganggu kestabilan identitas nasional. Seperti halnya televisi, salah satu produk dari budaya pop yang memiliki efek serupa karena bersifat individualistik dan universal. Sumber tradisional yang diyakini secara kolektif dan merupakan gagasan yang sah sebagaimana tercermin dalam nilai-nilai Pancasila cenderung diabaikan, terkikis atau terfragmentasi.

Ancaman budaya pop terhadap identitas nasional tidak dapat dibiarkan begitu saja karena dikhawatirkan akan mengganggu stabilitas keutuhan sikap afiliasi dan kesetiaan masyarakat terhadap ideologi bangsa Pancasila. Dengan demikian, diperlukan upaya yang dianggap mampu menguatkan identitas nasional masyarakat urban. *Pertama*, internalisasi nilai-nilai budaya masyarakat (*local wisdom*) dalam berbagai bidang kehidupan. Nilai-nilai yang berasal dari kehidupan budaya dalam masyarakat (*local wisdom*) perlu diinternalisasikan dalam berbagai aspek kehidupan baik sosial, ekonomi, dan pendidikan, sehingga dalam implementasinya berbagai aspek kehidupan tersebut dijiwai oleh semangat nilai-nilai hidup bangsa Indonesia. *Mindset* masyarakat pun secara tidak langsung akan mengikuti nilai-nilai kearifan lokal tersebut,

melalui proses habituasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Kedua, upaya filterisasi berbagai budaya asing yang dianggap membawa nilai-nilai yang bertentangan dengan budaya Indonesia. Masyarakat urban harus memiliki sistem benteng diri yang kuat ketika berinteraksi dalam kehidupan global. Hal ini sebagai upaya masyarakat agar tidak mudah terbawa oleh arus budaya pop yang menghadirkan nilai-nilai yang dapat mengancam identitas nasional. *Ketiga*, pendidikan multikultural untuk menguatkan pondasi setiap individu agar tidak mudah tercerabut akar budayanya. Pendidikan multikultural dapat diperoleh individu baik di sekolah maupun masyarakat. Pendidikan multikultural memberikan pemahaman kepada individu untuk melestarikan berbagai bentuk budaya yang ada dalam masyarakat, bagaimana cara menghargai budaya, dan juga bagaimana menghargai budaya orang lain. Individu harus merasa bangga terhadap budaya yang dimilikinya, hal ini sebagai pondasi bagi individu agar tidak mudah terombang-ambing dalam menghadapi pergumulan nilai-nilai budaya dalam masyarakat global yang selanjutnya berimplikasi pada identitas nasional.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian mengenai ancaman budaya populer terhadap penguatan identitas nasional masyarakat urban khususnya usia remaja, maka dapat disimpulkan Masyarakat urban usia remaja cenderung mengikuti kebaruan dan arus utama sehingga dikhawatirkan akan mengalami kebingungan dalam menginternalisasikan nilai atau ideologi

yang berkembang dalam masyarakat karena adanya sistem globalisasi. Budaya populer menjadi salah satu ancaman dalam penguatan identitas nasional masyarakat urban karena mampu menghilangkan kerangka acuan tradisional masyarakat seperti etnis, agama, suku, budaya, dan nilai-nilai atau falsafah hidup bangsa. Budaya populer menumbuhkan sikap hedonisme, konsumerisme, dan pragmatis dalam diri masyarakat urban. Upaya untuk menguatkan identitas nasional masyarakat urban usia remaja antara lain dengan cara internalisasi nilai-nilai budaya masyarakat (*local wisdom*) dalam berbagai bidang kehidupan. Cara ini dapat dilakukan melalui konsep seminar, pengadaan acara-acara festival budaya, maupun dalam bentuk slogan slogan budaya. Dengan cara tersebut diharapkan msayarakat urban khususnya kaum remaja tetap mengenal budaya local di tengah derasnya arus budaya populer yang masuk.

Upaya filterisasi juga perlu dilakukan guna menyaring berbagai budaya asing yang dianggap membawa nilai-nilai yang bertentangan dengan budaya Indonesia. Filterisasi salah satunya dapat dilakukan melalui bidang pendidikan, dimana perlu adanya arahan dan tuntunan kepada remaja, mana budaya yang pantas untuk diadopsi dan mana budaya yang sebaiknya dihindari. Selain itu juga perlu adanya pendidikan multikultural untuk menguatkan pondasi setiap individu agar tidak mudah tercerabut akar budayanya. Pendidikan multiultural mengajarkan bahwa kita beragama, bukan budaya massa yang sama, yang sifatnya hanya semata mata untuk kepenntingan sesaat pemuas nafsu belaka.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, N., and Gatot T.R. 2007. *Satu Dekade Perjalanan Komunitas BETA-UFO Indonesia Melacak Fenomena UFO*. Surabaya: BETA_UFO Indonesia.

- Antoni, C. 2012. *Wacana Ruang*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bieniek, A.T, and P Leavy. 2014. *Gender & Populer Culture*. Rotterdam: Sense Publishers.
- Castell, M. 2011. *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Fisher, Maryanne L., and Catherine Salmon. 2012. "Human Nature and Pop Culture." *Review of General Psychology* 16(2): 104–8.
- Guins, R., and O.Z Cruz. 2005. *Populer Culture*. London: Sage.
- Hadi, A. 2005. *Matinya Dunia Cyberspace: Kritik Humanis Mark Slouka Terhadap Jagat Maya*. Yogyakarta: LKis.
- Haryanto, I. 2006. *Aku Selebriti Maka Aku Penting*. Yogyakarta: PT Bintang Utama.
- Herdianto, H., and Juanta. 2010. *Cerdas, Kritis, Dan Aktif Berwarga Negara*. Jakarta: Erlangga.
- Hung, Cheng Yu. 2014. "Teachers' Perceptions of National Identity in the: English and Taiwanese Citizenship Curricula: Civic or Ethnic Nationalism?" *Research in Comparative and International Education* 9(2): 197–212.
- Kaelan. 2013. *Problem Epistemologis Empat Pilar Berbangsa Dan Bernegara. Prosiding FGD Pakar, PSP UGM. Kajian Ilmiah Masalah Perbedaan Pendapat 4 Pilar Kehidupan Berbangsa Dan Bernegara, Kerjasama Pusat Studi Pancasila UGM Dan Masyarakat Pengawal Pancasila Joglo Semar*. Yogyakarta: Prosiding FGD Pakar, PSP UGM.
- Kymlicka, W. 2007. *Multicultural Odysseys*. New York: Oxford University Press.
- McRobbie, A. 1994. *Postmodernism and Populer Culture*. London: Routledge.
- Rahman, A., and B Madiong. 2017. *Pendidikan Kewarganegaraan Di Perguruan Tinggi*. Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Sarinah., D, Muhtar, and Harmaini. 2017. *Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan (PPKn Di Perguruan Tinggi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sarwono, S. 2011. *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Schnabel, Annette, and Mikael Hjerm. 2014. "How the Religious Cleavages of Civil Society Shape National Identity." *SAGE Open* 4(1): 1–14.
- Storey, J. 2009. *Cultural Theory and Populer Culture: An Introduction (Fifth Edition)*. London: Perasong Longman.
- Strinati, Dominic. 2004. *An Introduction to Theories of Populer Culture (Second Edition)*. London: Routledge.
- Widjanarko, P., and K Hidayat. 2008. *Reinventing Indonesia (Menemukan Kembali Masa Depan Bangsa)*. Jakarta: Mizan.
- Widodo, W., B. Anwari, and Maryanto. 2015. *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Andi.