

ABSTRAK

Generasi Z yang tumbuh di era digital sangat terhubung dengan teknologi dan media sosial, membuat mereka lebih tertarik pada konten global dibandingkan budaya lokal. Meski budaya Indonesia kaya akan nilai moral dan filosofi, pengaruh globalisasi sering membuatnya kurang diminati. Namun, sebagian Generasi Z melihat budaya Indonesia sebagai identitas yang dapat diekspresikan secara kreatif melalui media sosial. YouTube, seperti Asisi Channel, menjadi platform potensial untuk mengenalkan dan melestarikan budaya Indonesia melalui konten visual yang menarik. Penelitian ini menganalisis penerimaan Generasi Z terhadap konten kebudayaan Indonesia di Asisi Channel menggunakan analisis resepsi teori Stuart Hall, yang membagi penerimaan pesan menjadi tiga posisi: hegemoni dominan, negosiasi, dan oposisi. Analisis dilakukan terhadap tiga video: "Negeri Dihyang 1," "Terbongkar! Misteri Asal-Usul Gajah Mada," dan "Misteri 'Bintang Daud' ala Jawa Kuno," berdasarkan tujuh unsur budaya Indonesia: bahasa, pengetahuan, sistem keluarga dan sosial, teknologi, sistem ekonomi, kepercayaan, dan seni. Hasil menunjukkan mayoritas Generasi Z berada dalam posisi hegemoni dominan (90%), dengan 59, 54, dan 58 posisi dominan pada masing-masing video. Kesimpulannya, YouTube terbukti menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi budaya kepada Generasi Z, dikarenakan penerima Generasi Z terhadap kebudayaan Indonesia memasuki 90% penerimaan dalam posisi hegemoni dominan, penerimaan dapat dipengaruhi dari latar belakang budaya, literasi, dan pendidikan.

Kata Kunci: analisis resepsi, generasi z, kebudayaan Indonesia, YouTube, Asisi Channel