

## Efektivitas Pemanfaatan TikTok sebagai Upaya Pelestarian Arsip Warisan Budaya pada Era Generasi Z

Luthfi Hidayatulloh Soemiratmadja<sup>1</sup>, Endang Fatmawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi D-IV Kearsipan, Fakultas Hukum, Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Terbuka, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Informasi dan Hubungan Masyarakat, Fakultas Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Indonesia.

DOI: <http://dx.doi.org/10.26623/jils>

### Info Artikel

#### Sejarah Artikel:

Disubmit 16 Juli 2023

Direvisi 07 Nov 2022

Disetujui 03 Desember 2023

#### Keywords:

Social Media, Archive Preservation, Cultural Heritage, TikTok, Generation Z

### Abstrak

Tugas melestarikan informasi warisan budaya bukanlah merupakan tanggung jawab suatu profesi atau bidang tertentu, melainkan merupakan tanggung jawab setiap individu agar nilai-nilai warisan budaya agar tetap hidup dan membentuk identitas generasi baru bangsa. Artikel ini lebih membahas tentang pelestarian informasinya. Indikator yang dipakai dalam menjelaskan "efektivitas" dalam artikel ini adalah dengan mengidentifikasi pelestarian arsip warisan budaya di media sosial, jangkauan TikTok dan kecenderungan Gen Z, dan strategi pelestarian arsip warisan budaya di TikTok, maka lahirlah sebuah rumusan yang efektif untuk melestarikan informasi warisan budaya di TikTok. Selain itu, artikel ini juga mengevaluasi kelebihan dan kekurangan menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk melestarikan informasi warisan budaya pada era Generasi Z. Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian pustaka (library research) yang bersumber dari data primer dan sekunder sesuai dengan objek penelitiannya, antara lain dari kajian kearsipan dan komunikasi. Penulis membuat artikel yang berjudul "Efektivitas Pemanfaatan TikTok sebagai Upaya Pelestarian Arsip Warisan Budaya pada Era Generasi Z" dengan maksud dan tujuan untuk menjelaskan dan memberikan wawasan mengenai bagaimana media sosial dapat memberikan potensi besar sebagai sarana pelestarian arsip warisan budaya bagi Generasi Z.

### Abstract

*The task of preserving cultural heritage information is not the responsibility of a particular profession or field but rather the responsibility of every individual in order to keep the values of cultural heritage alive and shape the identity of the nation's new generation. This article is more about preserving the information. The indicators used in explaining "effectiveness" in this article are: identifying the preservation of cultural heritage archives on social media, TikTok's reach, Gen Z tendencies, and the strategy for preserving cultural heritage archives on TikTok; an effective formula for preserving cultural heritage information on TikTok is born. In addition, this article also evaluates the advantages and disadvantages of using TikTok as a medium for preserving cultural heritage information in the Generation Z era. This research will use library research methods sourced from primary and secondary data in accordance with the object of the research, including archival and communication studies. The author creates an article entitled "The Effectiveness of TikTok Utilization as an Effort to Preserve Cultural Heritage Archives in the Generation Z Era" with the intention and purpose of explaining and providing insight into how social media can provide great potential as a means of preserving cultural heritage archives for Generation Z.*

✉ Alamat Korespondensi:

E-mail: 042545005@ecampus.ut.ac.id; eenfat@yahoo.com

e-ISSN: 2723-2778

## PENDAHULUAN

Pengertian arsip menurut UU RI Pasal 1 ayat (1) Nomor 43 Tahun 2009 Tentang Kearsipan ialah “Arsip adalah rekaman Kegiatan atau peristiwa dalam berbagai bentuk dan media sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang dibuat dan diterima oleh lembaga negara, pemerintahan daerah, lembaga pendidikan, perusahaan, organisasi politik, organisasi kemasyarakatan, dan perorangan dalam pelaksanaan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara”. Jika ditinjau dari fungsinya, maka arsip dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni arsip dinamis dan arsip statis. Arsip dinamis adalah arsip yang digunakan secara langsung dalam kegiatan pencipta arsip dan disimpan selama jangka waktu tertentu. Sedangkan arsip statis adalah arsip yang memiliki nilai sebagai bukti, nilai guna kesejarahan dan telah habis masa retensinya.

Menurut Effendhie (2019), warisan budaya dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk menyampaikan pesan dari masa lalu kepada generasi saat ini dan generasi yang akan datang. Warisan budaya mencakup bentuk-bentukinggalan budaya, seperti perangkat dan simbol atau lambang. Warisan budaya yang terdokumentasi terdiri dari materi tekstual (misalnya: buku, manuskrip, dan arsip), materi nontekstual (misalnya: peta, film), dan berkas elektronik (misalnya: halaman situs, basis data). Senada dengan yang diungkapkan oleh Putra (2017), arsip warisan budaya adalah arsip yang menyimpan nilai budaya, nilai peristiwa, atau nilai rekaman bersejarah yang luhur bagi suatu negara yang memilikinya. Dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa arsip warisan budaya merupakan rekaman informasi dari masa lalu yang memiliki bentuk-bentuk peninggalan budaya, tradisi, cerita/peristiwa yang terjadi di masa lalu, dan identitas dari suatu masyarakat atau bangsa. Warisan budaya tidak hanya dipandang sebagai dasar ideologis, tetapi juga sebagai gerakan untuk memperkuat budaya, sejarah, dan identitas.

Tidak diragukan lagi bahwa arsip memainkan peran penting dalam penulisan sejarah dan pemerintahan, bahkan menjadi sumber utama dalam penulisan sejarah. Arsip merupakan kenangan kolektif, identitas warga negara atau bangsa, warisan bangsa, dan aset penting bagi pemerintah. Menurut Hofstede sebagaimana yang dikutip oleh Putra (2017), budaya terdiri dari pikiran, perasaan, dan tindakan manusia. Dengan kata lain, budaya adalah perangkat lunak jiwa manusia (*software of the mind*). Senada dengan pendapat yang diajukan oleh Lewis yang mengatakan bahwa pelestarian budaya lokal juga memiliki nilai filosofis, karena ini adalah upaya untuk mengukuhkan identitas, sejarah, dan kebudayaan lokal (Hermanto & Muhsinin, 2019).

Sebagai warga negara, kita memiliki tanggung jawab untuk menjaga sejarah dan memanfaatkannya untuk membangun bangsa (Mahmudah & Rahmi, 2016). Tanggung jawab yang dibebankan tersebut bukanlah kewajiban dari profesi atau lembaga tertentu, melainkan tugas kita semua untuk melestarikan nilai-nilai warisan budaya agar tetap hidup dan membentuk identitas generasi baru bangsa. Karena itu, generasi muda harus dilibatkan dalam perjalanan sejarah. Pendapat tersebut diperkuat dalam suaramahasiswa.com pada artikel yang diterbitkan pada tahun 2022, dengan judul “Pelestarian Warisan Budaya, Tanggung Jawab Siapa?”. Syahrial, seorang profesor di Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia, diwawancarai oleh Suara Mahasiswa UI tentang tanggung jawab pemerintah dalam pelestarian budaya. Ia menjelaskan, “Kebudayaan suatu masyarakat tidak akan hidup jika tidak didukung oleh masyarakatnya. Kesenian tradisi yang berlaku

dan hidup di suatu daerah akan mati kalau masyarakatnya meninggalkan budaya tersebut, walaupun pemerintah mau untuk melestarikan. Jadi sebenarnya, masalahnya terletak pada masyarakat pendukung budaya itu, mereka mau melestarikan atau tidak?”

Berbicara tentang pelestarian arsip warisan budaya, dalam [kbbi.web.id](http://kbbi.web.id), lestari memiliki tiga arti, yakni seperti keadaan semula, tidak berubah, dan kekal. Namun, karena artikel ini berfokus pada pemanfaatan penggunaan TikTok, maka upaya pelestarian yang dilakukan pada TikTok lebih berfokus kepada informasinya, bukan fisik arsipnya. Pelestariannya tersebut dapat dilakukan dengan digitalisasi terhadap arsip itu sendiri, untuk kemudian dapat didistribusikan dalam jaringan media sosial. Menurut Barthos, pada akhirnya dokumen fisik juga perlu didigitalisasi dalam rangka menjaga agar informasi yang terkandung di dalamnya dapat terus digunakan untuk jangka waktu yang lama, alih-alih menjadi tumpukan kertas yang tergeletak di dalam gudang. Kegiatan ini juga dapat disebut sebagai preservasi dokumen/bahan pustaka (Wakhid, 2022).

Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang didasarkan pada ideologi dan memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten mereka sendiri (Kaplan & Haenlein yang dikutip oleh Abdillah dalam Peranan Media Sosial Modern, 2022). Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi, melahirkan adanya new media yang menjangkau lebih banyak aspek kehidupan dari sosio-teknologi dalam komunikasi massa, yakni dengan munculnya media sosial seperti Twitter, WhatsApp, Instagram, Telegram, Snapchat, sampai TikTok yang kesemuanya ini dikategorikan sebagai online media.

Pada saat yang bersamaan, tidak diragukan juga media sosial merupakan unsur penting dalam kehidupan masyarakat informasi, khususnya bagi Generasi Z yang sering disebut sebagai iGeneration. Dalam teori generasi (Generation Theory) yang dijelaskan Benczik, et al., sebagaimana dikutip oleh Wijoyo, et al., (2020), Generasi Z lahir pada tahun 1995-2010, generasi ini lahir di akhir abad ke-20. iGeneration atau generasi internet ialah merujuk kepada generasi yang selalu terhubung dalam dunia maya dan memanfaatkan seluruh teknologi yang ada untuk melakukan berbagai aktivitas. Berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya, Generasi Z merupakan penduduk asli dari internet dan digital, karena mereka selalu dikelilingi media dan transaksi informasi yang kesemuanya bersifat instan. Peralihan generasi ini memang tidak dapat dibendung dari pesatnya perkembangan teknologi, yang kemudian melahirkan stigma bahwa Generasi Z selalu menginginkan hal yang serba instan. Dari data penelitian yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Senior Vice President Google, Prabhakar Raghavan, disebutkan bahwa mereka mengambil sampel dengan usia antara 18 - 24 tahun (Gen Z) menyatakan bahwa 40% Gen Z lebih memilih mencari informasi di aplikasi TikTok dibandingkan aplikasi product search lain, terlebih media konvensional seperti buku, majalah, dan lainnya. Berbagai macam informasi tersedia di TikTok, mulai dari hiburan, informasi, berita, sampai liburan dan makanan dicari oleh Gen Z di aplikasi asal Tiongkok tersebut.

Dari latar belakang tersebut, penulis melihat perlu adanya peran dari bidang kearsipan untuk mewariskan nilai-nilai keluhuran warisan budaya dalam rangka meningkatkan kesadaran yang perlu dimiliki dari generasi sebelumnya ke generasi yang akan datang. Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan permasalahan yang dielaborasi sebagai berikut:

1. Bagaimana efektivitas pemanfaatan TikTok dapat mempengaruhi kesadaran pengguna TikTok, lebih khusus Generasi Z terhadap arsip warisan budaya?
2. Apa kelebihan dan kekurangan dari aplikasi TikTok sebagai media pelestarian arsip warisan budaya pada era Generasi Z

Artikel ini dibuat dengan tujuan untuk menjelaskan ide-ide tentang penggunaan TikTok dalam pelestarian informasi warisan budaya, dengan fokus pada Generasi Z. Permasalahan yang dibahas meliputi pemanfaatan TikTok dalam konteks pelestarian informasi warisan budaya dan seberapa efektifnya itu dapat memengaruhi kesadaran dan keterlibatan Generasi Z. Selain itu, tulisan ini juga akan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan menggunakan aplikasi TikTok sebagai media untuk melestarikan informasi warisan budaya. Artikel ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana TikTok dapat memberikan potensi besar sebagai sarana pelestarian arsip warisan budaya bagi Generasi Z.

## **METODE**

Pembahasan artikel ini menggunakan studi literatur terkait topik yang dibahas, yaitu terkait efektivitas pemanfaatan TikTok maupun kelebihan dan kekurangan dari aplikasi TikTok sebagai media pelestarian arsip warisan budaya pada era Generasi Z. Studi literatur menurut Zed (2008) dilakukan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, lalu mengolah bahan kajian. Literatur yang digunakan dalam artikel ini bersumber dari buku dan artikel jurnal ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Efektivitas Pemanfaatan TikTok sebagai Upaya Pelestarian Arsip Warisan Budaya pada Era Generasi Z**

Efektivitas merupakan alat untuk mengukur pencapaian yang ingin dicapai oleh organisasi. Jika tujuan organisasi tercapai, organisasi tersebut dianggap efektif (Hutamy, et al., 2021). Menurut Ravianto (dalam Hutamy, 2021), dijelaskan efektivitas merupakan sebuah ukuran seberapa berhasil suatu pekerjaan dilakukan. Dari pendapat tersebut, saya dapat menyimpulkan bahwa efektivitas merupakan tingkat keberhasilan atau kinerja dari pemanfaatan TikTok dalam melestarikan arsip warisan budaya pada era Generasi Z.

Indikator yang dipakai dalam menjelaskan “efektivitas” pada artikel ini terdiri dari beberapa hal, diantaranya pelestarian arsip warisan budaya di media sosial, jangkauan TikTok dan kecenderungan Generasi Z, dan strategi pelestarian arsip warisan budaya di TikTok. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

#### **a. Pelestarian Arsip Warisan Budaya di Media Sosial**

Media sosial sekarang banyak menembus batas-batas baru yang menyediakan berbagai fitur-fitur dan sarana pendukung untuk berbagai bidang. Dari Artikel “Manfaat dan Kegunaan Media Sosial pada Kehidupan Anda”, media sosial saat ini menyediakan berbagai manfaat dan kegunaan untuk kehidupan sehari-hari, diantaranya ialah sebagai media bersosialisasi, tempat curhat, media penyimpanan, mempertemukan teman lama dan teman baru, media hiburan, penyaluran hobi, media informasi, media bisnis online dan

promosi. Bagi kearsipan, media sosial tidak hanya dianggap sebagai platform yang menyediakan media penyimpanan saja, namun dapat dijadikan sarana pelestarian sekaligus diseminasi arsip warisan budaya yang edukatif, informatif, dan menghibur.

Menurut Nasrullah (2016), pengguna media sosial menganggap "arsip" sebagai tanda bahwa data telah tersimpan dan dapat diakses melalui perangkat apa pun. Semua data yang diunggah di Facebook, Instagram, dan WhatsApp tidak hilang begitu saja setelah beberapa hari, bulan, atau bahkan tahun. Informasi tersebut tetap tersimpan dan dapat diakses dengan mudah. Dibandingkan dengan media lain, media sosial memiliki batasan-batasan tertentu. Hal ini dikemukakan oleh Nasrullah (2016), diantaranya (1) Jaringan, (2) Informasi, (3) Arsip, (4) Interaksi, (5) Simulasi sosial, (6) Konten oleh pengguna, dan (7) Penyebaran.

Safko dalam Angela & Yoedtadi (2019), menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan pengguna memiliki pengalaman langsung dalam mengonsumsi informasi yang dibagikan, yang membuatnya menjadi platform yang lebih efektif dibandingkan media konvensional lainnya. Karena itu, dengan hadirnya media sosial yang masif, arsip-arsip yang tersimpan di internet dapat disebar dan dikonsumsi menjadi sebuah pertukaran informasi yang dapat diakses dan dibagikan kembali. Hal ini tentu membuat arsip-arsip warisan budaya juga dapat tersimpan dan dimanfaatkan di media sosial, jika fisiknya dialihmediakan menjadi digital.

Sehubungan dengan arsip warisan budaya yang berbentuk fisik, diperlukan alih media digital untuk dapat dilestarikan informasinya di media sosial. Menurut Fatmawati (2022), alih media terbagi menjadi tiga tahapan, yakni pra alih media, alih media, dan pasca alih media. Lebih rincinya akan diurai sebagai berikut:

- a. Pra Alih Media
  - Persiapan: administrasi, alat-alat, dan perangkat lunak.
  - Mengumpulkan, memilih, survei, evaluasi, dan menganalisis metadata.
  - Memilih format file digital.
- b. Alih Media
  - Kalibrasi peralatan dan koreksi objek digital.
  - Mengambil objek, mengubah dan mengkompilasi file, dan memasukkan metadata.
  - Membuat kemasan informasi.
- c. Pasca Alih Media
  - Mengumpulkan data dari file master, melakukan pemulihan data, dan mengirimkan data ke server.
  - Perawatan, perbaikan, dan penyegaran.
  - Penambahan technical metadata.

Secara umum, alih media arsip menjadi digital dijelaskan oleh Sukoco Badri dalam Kussanti, et al., (2020), bahwa metode dalam mengalihmediakan arsip/dokumen terdiri dari: (1) Pemindaian, (2) Konversi, dan (3) Pengimporan. Dari ANRI (2016), yang membahas preservasi digital arsip warisan budaya. Dijelaskan bahwa setelah dilakukan digitalisasi, arsip kertas masih disimpan di depot, meskipun masyarakat umum tidak dapat mengaksesnya lagi. Arsip kertas akan terus mengalami kerusakan. Menggunakan spesifikasi dan perhitungan optikal yang obyektif, pelestarian digital ini dikenal sebagai

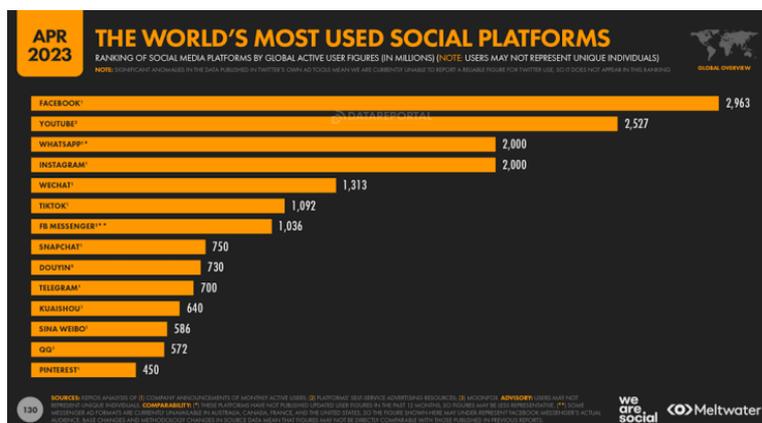
"melestarikan tampilan". Isi yang ditulis pada kertas yang rentan menjadi lapuk dan dialihkan melalui digitalisasi ke piranti penyimpanan lain, sehingga depot atau tempat penyimpanan digital dibuat untuk melestarikan isi dari arsip kertas yang asli.

Dikarenakan kemudahan akses yang diberikan pada arsip yang sudah didigitalisasi ini, sudah tentu akan membuat lebih banyak orang dapat terlibat dalam pelestarian dan penyebaran informasi tentang warisan budaya yang berharga, sehingga tercipta pula bentuk lain dari efektivitas dalam melestarikan informasinya. Sebagai contoh, akses arsip warisan budaya yang dapat diakses oleh khalayak umum berada di laman Sejarah Nusantara ([www.sejarah-nusantara.anri.go.id](http://www.sejarah-nusantara.anri.go.id)) yang dapat di download dan dimanfaatkan menjadi konten di media sosial sebagai pelestarian informasi arsip warisan budaya. Hal itulah yang akan meningkatkan kesadaran dan apresiasi pengguna media sosial terhadap kekayaan budaya.

a. Jangkauan TikTok dan Kecenderungan Generasi Z

Hadirnya era *new media* ini, banyak media sosial menempati posisi pertama karena kemudahannya untuk diakses dari segala penjuru negeri. Dalam Syaharani (2023), "Menurut data terbaru dari Insider Monkey, pada tahun 2023 sebanyak 7,33 miliar orang memiliki ponsel atau smartphone, yang menghubungkan 91,40% populasi global melalui jaringan seluler". Tak mengherankan jika sekarang hampir setiap orang memiliki telepon pintarnya, untuk mengakses ke media sosialnya seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp, dan yang sedang digandrungi saat ini adalah TikTok.

TikTok merupakan platform berekspresi digital untuk membuat konten audio dan video yang dapat dibagikan dengan cepat dan mudah ke seluruh dunia. TikTok memiliki misi dalam menginspirasi kreativitas dan memberikan sukacita kepada penggunanya. Dari durasi video yang dimiliki rata-rata sekitar 15-60 detik, TikTok berfokus pada video pendek yang tidak banyak memakan waktu, sehingga hal ini akan menguntungkan penggunanya untuk dapat memilih variasi konten lain yang ingin ditonton. Banyaknya inovasi konten dan fitur seperti 'For You Page' atau 'TikTok Shop', membuat TikTok dengan cepat menguasai penggunaan media sosial di seluruh dunia, termasuk anak-anak, remaja, dewasa, sampai orang tua yang tidak ingin merasa tertinggal oleh trend di dunia maya (Kussanti, et al., 2020).



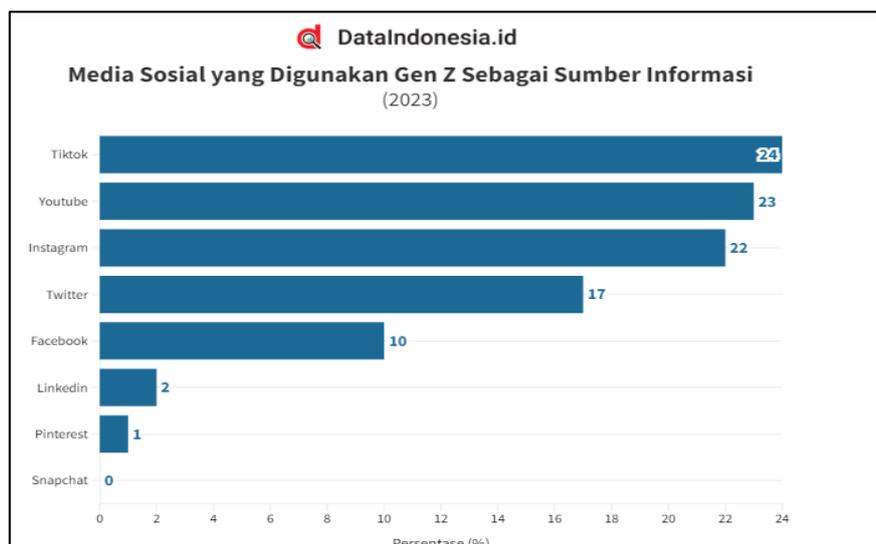
Gambar 1. Data Media Sosial Paling Sering Digunakan di Dunia (Sumber: <https://wearesocial.com/>)

Dilansir dari We Are Social Report, TikTok menempati posisi ke-5 di dunia platform jejaring sosial sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di dunia, yakni sebesar 1,09 miliar pengguna pada April 2023 (Gambar 1).



Gambar 2. Data Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia  
(Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>)

Sementara itu, Indonesia sendiri menyumbang sebanyak 113 juta akun sebagai pengguna TikTok terbanyak kedua setelah Amerika Serikat (Gambar 2). Dilanjutkan dengan riset yang dilakukan oleh cnbcindonesia.com, dalam artikel yang berjudul “Raja Aplikasi Terbaru 2023, Facebook-Instagram Tenggelam”, mengungkapkan bahwa pada tahun 2023 sebanyak 60% dari pengguna TikTok di dunia ialah berasal dari generasi Z yang sekarang berumur 11-26 tahun. Sementara itu, milenial menempati sebanyak 35% dari total pengguna di TikTok.



Gambar 3. Data Media Sosial yang Digunakan Gen Z sebagai Sumber Informasi  
(Sumber: <https://dataindonesia.id/>)

Penelitian lain dilakukan oleh hasil survei Jakpat yang dikemukakan oleh Widi (2023), dalam artikel “TikTok jadi Medsos Utama Gen Z untuk Cari Informasi pada 2022”, menemukan sebanyak 24% responden dari Gen Z menggunakan aplikasi TikTok untuk

mencari informasi yang dibutuhkannya, diikuti dengan aplikasi Youtube sebanyak 23% , 22% aplikasi Instagram, 17% aplikasi Twitter, 10% aplikasi Facebook, 2% dan 1% untuk aplikasi LinkedIn dan Pinterest (Gambar 3). Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh Measure Protocol, hal yang sama pun terjadi di Amerika Serikat, dimana mayoritas Gen Z menghabiskan paling banyak waktunya di TikTok dibandingkan dengan aplikasi lainnya. Dari fenomena ini, keunggulan telak yang dimenangkan aplikasi TikTok dengan cepat mempengaruhi banyak media berita ternama untuk mengaktifkan akun TikTok mereka. Sebagai contoh, New York Times hingga The Wall Street Journal. Hal ini kemudian juga banyak mempengaruhi berbagai macam jenis media di dunia untuk mengikuti jejak media-media berita tersebut, termasuk Indonesia.

Berdasarkan data-data yang telah ditampilkan tersebut, tentu TikTok merupakan platform yang sangat efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya untuk generasi penerus bangsa, yakni Generasi Z. Dilihat dari data penggunaan TikTok yang begitu besar, akan memperbesar pula kemungkinan bagi Generasi Z memiliki kesadaran dan ketertarikan mereka terhadap warisan budaya. Terlebih lagi jika konten warisan budayanya disajikan dengan gaya, kreativitas dan preferensi format tontonan Generasi Z di TikTok.

#### b. Strategi Pelestarian Arsip Warisan Budaya di TikTok

Pertama-tama, dalam rangka melestarikan informasi, terlebih tentang informasi-informasi yang datang dari masa lampau, dengan menargetkan Generasi Z, serta media sosial yang kekinian, tentu bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan. Jika kita mengunggah dengan apa adanya, kemungkinan besar konten informasi warisan budaya yang kita buat tidak akan diminati oleh orang banyak. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang tepat untuk dapat beresonansi dengan audiens Gen Z di TikTok. Pendekatan yang cerdas dan kreatif diperlukan untuk menyampaikan konten tentang informasi warisan budaya dibuat. Menurut Wuebben, sebagaimana yang dikutip oleh Setyadi & Syah (2022), menurut bukunya yang berjudul "Content is Currency", strategi konten yang diperlukan untuk membuat konten di media sosial antara lain: (1) Development, (2) Delivery, dan (3) Management.



Gambar 4. Berita di TikTok yang Sesuai dengan Generasi Z  
(Sumber:<https://tiktok.com/@patroli.indosiar/>)

Hal yang dapat dicontoh ialah dengan melihat fenomena salah satu media ternama di Indonesia, yakni Patroli Files dari Indosiar. Media tersebut membuat konten beritanya di TikTok dengan cara mengadopsi format video pendek yang populer, gaya penyampaian yang lebih akrab, bahasa yang santai dan tidak baku, penggunaan musik yang sedang viral, dan penggunaan sound effects. Hal inilah yang membuat berita dari media tersebut lebih mudah untuk dicerna oleh pengguna TikTok. Hal tersebut menunjukkan bahwa media berita di Indonesia terus berusaha untuk tetap relevan dan terhubung dengan audiens target mereka, yang sebagian besar terdiri dari Generasi Z (Gambar 4). Contoh lainnya yakni di bidang musik, pada tahun 2020 Billboard telah menjadi saksi bagaimana orang biasa tiba-tiba menjadi artis terkenal. Contohnya seperti Doja Cat, 24kGoldn, Lil Nas X, Powfu, dan StaySolidRocky lahir karena viral di TikTok. Bahkan dengan cepat, mereka dapat menandatangani kontraknya bersama Sony menjadi musisi.

Berkat algoritma yang canggih tersebut, TikTok menampilkan konten kepada ratusan juta audiensnya berdasarkan apa yang disukai oleh penonton, dan bukannya siapa yang mereka sukai. Karena itu, tanpa memandang bulu, setiap orang dapat membuat konten apapun dan menjadi siapapun yang mereka mau di platform raksasa asal Tiongkok tersebut. Dilansir dari mix.co.id, pada akhirnya popularitas nama tidak begitu penting untuk mendapatkan jangkauan yang besar. Konten yang menentukan jangkauan, ialah konten yang menarik dan sesuai dengan target audiens, inilah yang memungkinkan suatu konten mendapatkan jangkauan yang tinggi. Hal inilah yang membuat TikTok berbeda dengan media sosial lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, kita dapat memahami bagaimana TikTok telah berkembang menjadi platform besar yang memungkinkan orang berbagi informasi dengan cepat, sehingga dapat dikonsumsi oleh orang banyak. Menurut Otike, et al., (2022), menjelaskan bahwa karena internet telah mengubah bagaimana data diakses, dikemas, dibagikan, dan disebarluaskan. Pendekatan kreatif diperlukan untuk memastikan bahwa informasi tetap relevan. Karena itu, diperlukan strategi yang terencana dan inovatif untuk menjaga warisan budaya di TikTok agar dapat menjangkau Gen Z dengan efektif dan relevan. Diantara strateginya ialah sebagai berikut:

1) Menggunakan gaya konten “Anak Muda”

Sama seperti uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, gaya konten “Anak Muda” menjadi pilihan konten yang disukai Generasi Z. Strategi ini mungkin akan menjadi yang paling utama dan penting dalam menjangkau anak muda. Gen Z lebih menyukai konten dengan pembawaan kreatif yang terlihat mentah, berenergi tinggi, penyemat musik yang sedang trending, efek visual pada video, dan penyampaian/storytelling yang mampu merangkul imajinasi Generasi Z. Tidak mengherankan hal inilah yang membuat aplikasi TikTok memiliki keterlibatan yang lebih jauh dengan Gen Z dibandingkan dengan aplikasi serupa lain seperti Instagram, Facebook, dan Twitter. Strategi ini menyelaraskan gaya konten yang akrab bagi generasi ini, dan menjadikan pelestarian informasi warisan budaya menjadi perjalanan yang menghibur dan mendidik secara bersamaan.

2) Memiliki keunikan tersendiri

Menurut content creator edukasi TikTok Tjokro Wimantara yang dikutip dari inet.detik.com, dalam artikelnya yang berjudul “Cara Bikin Konten Edukasi di TikTok, Biar

Disuka Banyak Orang”, bahwa konten TikTok itu harus praktis dan menarik, dan kreator juga harus mengetahui keunikan yang dimiliki dalam kontennya agar menjadi konten yang khas. Ia mengatakan "Harus konsisten dengan keunikan di konten video. Karena keunikan ini yang bisa di ingat apa yang ada di dalam konten untuk pengguna."

### 3) Mengikuti konten trending dan tantangan

Konten trending merupakan konten atau topik yang pada waktu tertentu sedang ramai dibuat atau populer, yang juga ditonton oleh orang banyak. Jelas konten trending akan memberikan jumlah traffic penonton yang sangat besar dalam waktu tertentu, sehingga ini merupakan strategi yang efektif untuk diimplementasikan pada konten informasi warisan budaya. Sedangkan tantangan merupakan salah satu jenis tren kampanye yang dapat dijadikan konten di TikTok. Tantangan ini dapat mengundang audiens yang menonton untuk melakukan tugas yang ditantang oleh creator, seperti quiz tanya jawab, menampilkan bakat, menggunakan suatu barang, atau perlombaan yang dilaksanakan di TikTok. Misalnya, menantang penonton untuk menjawab quiz yang diadakan pada hari kemerdekaan, dengan pertanyaan "Siapakah yang menulis naskah proklamasi?", dengan pertanyaan tersebut maka penonton akan terlibat untuk menjawabnya. Sebagai balasannya, creator akan memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.

### 4) Penggunaan kombinasi Hashtag yang relevan & khusus

Fungsi dari penggunaan hashtag di TikTok tidak hanya digunakan untuk mengategorikan konten, tetapi juga digunakan untuk ekspresi kreatif dan merencanakan cara menjadi lebih dilihat oleh penonton di antara banyak konten yang tersedia. Penulisan hashtag dapat dilakukan dengan menambahkan hashtag yang relevan dengan konten yang disajikan, dikombinasikan hashtag yang sedang banyak digunakan. Hal ini bertujuan untuk menjangkau lebih banyak orang, sehingga jika dilihat dari sisi creator akan menyediakan variasi dari konten, sedangkan audiens hanya tinggal memutuskan konten apa yang akan ia tonton. Sebagai contoh, dilansir dari isellercommerce.com, penggunaan hashtag #viral telah mencapai lebih dari 12 triliun penonton, #tiktok dengan 4,1 triliun penonton, #duet dengan 2,9 triliun penonton, dan #trending dengan 2,9 triliun penonton.

### 5) Kolaborasi bersama institusi pelestarian warisan budaya

Salah satu pendekatan strategis untuk memberikan validitas dan mendukung informasi yang disajikan di TikTok adalah dengan bekerja sama dengan institusi pelestarian arsip warisan budaya nasional atau dalam konteks ini adalah ANRI. Jika kita dapat bekerja sama dengan institusi pelestarian, konten yang disajikan sudah pasti juga dapat diperkaya dengan keahlian dan otoritas yang lebih tinggi di bidang tersebut. Selain itu, institusi pelestarian dapat membantu dalam membangun kampanye atau tantangan pelestarian yang lebih terorganisir. Dengan demikian, akun TikTok yang dimiliki dapat menjadi lebih akurat, mendalam, dan terpercaya dengan melibatkan ahli budaya.

Sebagai kesimpulannya, dalam membuat konten informasi warisan budaya relevan dan efektif bagi Gen Z, strategi ini dapat menjadi kunci. Strategi ini diformulasikan dengan memperhatikan dan menyesuaikan konten yang sesuai dengan preferensi yang disukai Generasi Z. Kita dapat membangun jembatan yang kuat antara masa lalu dan masa kini dengan menyelaraskan gaya berkonten yang akrab bagi generasi ini. Ini menggaris bawahi

pentingnya cara penyampaian nilai-nilai budaya kepada generasi penerus dalam bentuk yang dapat diterima oleh mereka.

## **2. Kelebihan dan Kekurangan Aplikasi TikTok sebagai Media Pelestarian Arsip Warisan Budaya**

Berkaitan dalam eksplorasi mendalam terhadap peran aplikasi TikTok sebagai media pelestarian informasi warisan budaya, perlu untuk memahami secara komprehensif kelebihan dan kekurangannya. Penjelasan yang selanjutnya dibahas ialah mengenai aspek-aspek kritis dari penggunaan TikTok sebagai platform pelestarian warisan budaya. Membangun hal tersebut, dengan memahami dinamika antara kelebihan dan kekurangan ini, kita dapat merancang strategi yang lebih holistik dan efisien dalam melestarikan informasi berharga bagi generasi masa kini dan mendatang.

### **a) Kelebihan Aplikasi TikTok sebagai Media Pelestarian Arsip Warisan Budaya**

#### **1. Meningkatkan kesadaran dan keterlibatan Generasi Z terhadap informasi warisan budaya**

Salah satu kelebihan utama yang diberikan TikTok adalah karena aplikasi tersebut beresonansi kuat dengan Generasi Z. Pada akhirnya, memastikan bahwa penyampaian informasi tentang warisan budaya lebih penting dari sekedar mendidik, tetapi juga menarik, menghibur, dan sesuai dengan nilai estetika mereka. Kita tidak hanya menyimpan informasi, tetapi juga menciptakan sebuah narasi yang menciptakan kedekatan emosional, yang akan meningkatkan kesadarannya serta keterlibatannya terhadap pelestarian informasi warisan budaya.

#### **2. Pemeliharaan identitas budaya berkelanjutan**

Penggunaan media digital tidak hanya dipandang sebagai penyimpanan arsip, tetapi juga dapat diakses oleh generasi sekarang, maupun yang akan datang, serta kapan saja dan di mana saja. Banyak keuntungan yang didapat dari informasi warisan budaya berbentuk digital, terutama dalam hal efisiensi, keamanan, kolaborasi, dan keberlanjutan. Karena keuntungan ini, TikTok sebagai platform media sosial, memberikan kontribusi dalam pembentukan pemeliharaan identitas budaya yang berkelanjutan, dapat diteruskan dengan mudah, dan memastikan bahwa nilai-nilai budaya tersebut tetap hidup dalam era digital, serta dapat dihargai oleh seluruh komunitas global.

#### **3. Membentuk komunitas muda kearsipan**

Manfaat dari terbentuknya komunitas muda seperti yang dijelaskan dalam medium.com, komunitas di TikTok menunjukkan rasa hormat dan nilai yang dimiliki penonton terhadap pembuat konten, hal ini karena komunitas memberikan banyak perhatian pada konten asli dan pengguna akan menegur siapa pun yang menjiplak tanpa merujuk pada pembuat aslinya. Oleh karena itu, elemen ini sangat penting untuk sebuah aplikasi. Sebagai contoh, ialah sebuah komunitas kearsipan bernama Indonesian Visual Art Archives yang muncul pada era media sosial, komunitas ini pernah mengadakan suatu program bertajuk Festival Arsip yang melibatkan peran masyarakat.

#### **4. Diseminasi arsip warisan budaya berbentuk konten**

Munculnya TikTok di era media sosial, memberikan wadah bagi semua orang untuk dapat bereksprese sesuai bidangnya masing-masing. Platform ini juga menawarkan

penyampaian informasi yang efektif, sesuai dengan preferensi konten yang digemari, serta interaktivitas yang tinggi yang melibatkan keaktifan pengguna. Penggunaan fitur yang beragam, memungkinkan informasi warisan budaya dapat didiseminasikan ke dalamnya sehingga informasi tersebut tidak hanya menjadi tumpukan kertas disajikan dengan “kaku”, namun disajikan menjadi konten yang mengedukasi dan tetap menghibur.

b) Kekurangan Aplikasi TikTok sebagai Media Pelestarian Arsip Warisan Budaya

1. Pengaburan batas antara konten pribadi dan konten komunitas

Menurut Boffone yang dikutip oleh Chafe (2023), dalam artikelnya yang berjudul “*The Tiktok Problem: Issues of Preservation, Cultural Memory, and Archiving on Social Media Platforms*”, dijelaskan bahwa TikTok sering mengaburkan batas antara konten pribadi dan komunitas, yang membuat sulit untuk membahas penggunaan TikTok sebagai konten pribadi atau konten komunitas yang memiliki hak cipta. Bagi rata-rata pengguna platform media sosial serupa seperti Facebook dan Instagram ditujukan untuk berbagi momen kehidupan pribadi yang nyata dengan sekelompok teman dan keluarga. Sedangkan TikTok ditujukan untuk publik, sehingga permasalahan hak cipta dalam konteks penggunaan informasi warisan budaya sebagai konten di TikTok menjadi semakin kompleks.

2. Kurangnya dukungan untuk metadata khusus

TikTok yang berfokus pada video pendek, tidak memiliki metadata yang memadai untuk memberikan konteks tambahan pada informasi warisan budaya. Metadata sangat penting untuk pelestarian arsip karena dapat memberikan informasi tambahan seperti tanggal, lokasi, konteks historis, dan penjelasan lebih lanjut tentang konten. Oleh karena itu, kurangnya fitur metadata khusus di TikTok dapat menjadi hambatan dalam upaya pelestarian informasi warisan budaya secara komprehensif.

3. Risiko penyalahgunaan informasi warisan budaya

Dari salah satu artikel majalah ANRI yang berjudul “Menakar Masa Depan Kearsipan Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0” oleh Nurjaman (2019), dijelaskan bahwa meskipun media sosial mempermudah kita dalam komunikasi, sisi lainnya juga dapat menyebabkan efek negatif seperti ujaran kebencian, ajakan untuk melakukan tindak pidana, dan penyebaran berita bohong atau hoaks. Penyalahgunaan ini dapat menyebabkan efek domino yang akan memicu kesalahpahaman dan ketegangan sosial. Jangka panjangnya, hal ini akan membuat informasi warisan budaya itu sendiri tidak berharga bagi identitas bangsa.

4. Kurangnya kedalaman konteks informasi dalam penyampaian

TikTok dengan durasi video singkatnya sekitar 15-60 detik, bertujuan menarik perhatian penonton dengan cepat. Meskipun format ini efektif untuk menarik perhatian, pada saat yang sama, keterbatasan durasi sering memaksa *creator* untuk memadatkan informasi. Keterbatasan itu yang membuat konten warisan budaya menjadi kurang ideal yang seharusnya memerlukan kedalaman, konteks sejarah, dan interpretasi cermat. Solusinya, strategi pembuatan konten harus dibuat lebih efektif untuk memastikan penyampaian pesan dan pemahaman yang optimal.

## KESIMPULAN

Sebagai warga negara, pelestarian informasi warisan budaya merupakan tanggung jawab kita semua dalam rangka menjaga nilai-nilai tersebut agar tetap hidup dan membentuk identitas generasi baru bangsa, khususnya Generasi Z yang akan menjadi pewaris nilai-nilai bangsa. Oleh karena itu, Generasi Z perlu dilibatkan dalam upaya pelestarian ini. TikTok, dengan pengguna lebih dari 1,09 miliar, menjadi wadah potensial untuk melestarikan dan menyebarkan informasi warisan budaya. Memanfaatkan akses arsip warisan budaya yang telah didigitalisasi, seperti pada laman Sejarah Nusantara ([www.sejarah-nusantara.anri.go.id](http://www.sejarah-nusantara.anri.go.id)), TikTok dapat menjadi sarana efektif untuk pelestarian dan diseminasi arsip-arsip tersebut. Dikarenakan pembuatan konten informasi warisan budaya ini ditargetkan bagi Gen Z, maka diperlukan strategi yang tepat agar pesan pelestarian budaya dapat tersampaikan dengan efektif dan relevan, diantara strateginya ialah: (1) Menggunakan gaya konten “anak muda”, (2) Memiliki keunikan tersendiri, (3) Mengikuti konten trending dan tantangan, (4) Penggunaan Hashtag yang relevan & khusus, (5) Kolaborasi bersama institusi pelestarian warisan budaya. Meskipun TikTok memiliki kelebihan dalam meningkatkan kesadaran dan keterlibatan Generasi Z, terdapat kekurangan terkait dengan keterbatasan durasi video yang tidak ideal untuk konten warisan budaya yang memerlukan kedalaman dan konteks sejarah. Jadi, diperlukan strategi yang terencana dan inovatif untuk menjaga data arsip warisan budaya di TikTok agar tetap relevan dan efektif. Demikian artikel ini memberikan wawasan tentang bagaimana TikTok dapat menjadi sarana pelestarian arsip warisan budaya bagi Generasi Z.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. Bening Media Publishing.
- Angela, N., & Yoedjadi, M. G. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komunitas Historia Indonesia. *Prologia*, 3(2), 393-400. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6371>.
- Arsip Nasional Republik Indonesia (2016). *Preservasi Digital*. [https://sejarah-nusantara.anri.go.id/id/digital\\_preservation/](https://sejarah-nusantara.anri.go.id/id/digital_preservation/).
- Aruman, Edhy. (2020, Agustus 3). *Yang Membedakan TikTok dari Media Sosial lain*. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/yang-membedakan-tik-tok-dari-media-sosial-lain/>.
- Bestari, N. P. (2023, Maret 1). *Google Ditinggal, Gen Z Pakai ini Buat Cari Informasi*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230301092035-37-417840/google-ditinggal-gen-z-pakai-ini-buat-cari-informasi>.
- Bogliari, A. (2019, September 30). *TikTok Memiliki Komunitas yang Hebat: Inilah Alasannya*. *Medium*. <https://medium.com/@alexeyidos/tiktok-has-a-great-community-heres-why-2b8577dfe42f>.
- Chafe, H. (2023). The Tiktok Problem: Issues of Preservation, Cultural Memory, and Archiving on Social Media Platforms. *The iJournal: Student Journal of The Faculty of Information*, 8(2). <https://doi.org/10.33137/ijournal.v8i2.41039>.
- CNBC Indonesia. (2023, Mei 11). *Raja Aplikasi Terbaru 2023, Facebook-Instagram Tenggelam*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230511134131-37-436553/raja-aplikasi-terbaru-2023-facebook-instagram-zenggelam#:~:text=TikTok%20Kuasai%20Gen%20Z,terbanyak%2C%20yakni%20135%20juta%20pengguna>.

## Information Science and Library e-ISSN:2723-2778 Vol.4 (2) (Desember 2023)

- Coombs, C. (2023, Februari 16). *Gen Z Menghabiskan Lebih Banyak Waktu di Tiktok daripada Aplikasi Lainnya*. <https://thred.com/id/hustle/gen-z-are-spending-more-time-on-tiktok-than-any-other-app/>.
- Effendhie, M. (2019). *Publikasi dan Pameran Arsip*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Fatmawati, E. (2022). Alih Media Digital dalam Kegiatan Pelestarian Informasi. *Al-Ma'arif: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam*, 2(1). 92-106. <https://rjfahuinib.org/index.php/almaarif/article/view/822>.
- Hermanto, L., Rosadi, A. & Muhsinin. (2019). Strategi Komunikasi Dinas Pariwisata dalam Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan Lokal di Kota Bima. *Jurnal Komunikasi dan Kebudayaan*, 6(2), 12-25. <https://jurnal.universitasmbojobima.ac.id/index.php/jkk/article/view/21>.
- Hutamy, E. T., Alisyahbana, A. N. Q. A., Arisah, N. & Hasan, M (2021). Efektivitas Pemanfaatan Tik Tok sebagai Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dompet Dhuafa*, 11(01), 21-26. <http://jurnal.pendidikandd.org/index.php/JPD/article/view/242>.
- iSeller. (2023, Februari 11). *Hashtag TikTok mana yang Paling Pas untuk Konten?*. <https://www.isellercommerce.com/blog/hashtag-tiktok-mana-yang-paling-pas-untuk-konten>.
- Josina. (2022, Juni 30). *Cara Bikin Konten Edukasi di TikTok, Biar Disuka Banyak Orang*. <https://inet.detik.com/tips-dan-trik/d-6155359/cara-bikin-konten-edukasi-di-tiktok-biar-disuka-banyak-orang>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. (2023). <https://kbbi.web.id/lestari>
- Kussanti, D. P., Risyana, F. & Armelsa, D. (2020). Faktor yang Mendorong Remaja dalam Menggunakan Aplikasi Tiktok. *Cakrawala Jurnal Humaniora*, 20(1). <https://repository.nusamandiri.ac.id/index.php/unduh/item/228201/8138-23564-1-PB.pdf>
- Kusumawardani, G. & Hanggoro, B. T. (2018). Media Sosial sebagai Alternatif Penyimpanan Arsip Digital Pribadi. *Jurnal Kearsipan*, 13(1), 157-175. <https://jurnalkearsipan.anri.go.id/index.php/ojs/article/view/45>.
- Mahmudah, A. R. & Rahmi, L. (2016). Urgensi dan Integritas Arsip dalam Konteks Kebangsaan dan Kesadaran Sejarah. *Lentera Pustaka*, 2(1), 1-8. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v2i1.12353>.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurjaman, J. (2019, Januari-Juni). Menakar Masa Depan Kearsipan Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0. *Kearsipan di Era Revolusi Industri 4.0*. 76, 12.
- Otike, F., Barat, H.A., Kizsl, P. (2022). Innovation Strategies in Academic Libraries Using Business Entrepreneurial Theories: Analysis of Competing Values Framework and Disruptive Innovation Theory. *The Journal of Academic Librarianship*, 48. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102537>.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Sistem Kearsipan. (2021, Desember). *Kajian Preservasi Arsip Elektrnoik/Digital*. [https://www.anri.go.id/download/kajian-preservasi-arsip-elektronikdigital-1675305199#:~:text=Preservasi%20digital%20adalah%20mekanisme%20yang,%20\(Owen%2C%202018\)](https://www.anri.go.id/download/kajian-preservasi-arsip-elektronikdigital-1675305199#:~:text=Preservasi%20digital%20adalah%20mekanisme%20yang,%20(Owen%2C%202018)).

- Putra, H. S. A. P. (2017). Aspek Fundamental dalam Pengelolaan Arsip Warisan Budaya. *Buletin Perpustakaan*, (58), 45-66. <https://journal.uui.ac.id/Buletin-Perpustakaan/article/view/9073>.
- Redaksi Suara Mahasiswa. (2022, Mei 31). *Pelestarian Warisan Budaya, Tanggung Jawab Siapa?*. <https://suaramahasiswa.com/pelestarian-warisan-budaya-tanggung-jawab-siapa>.
- Rizaty, M. A. (2023, Mei 19). *Per April 2023, Pengguna Tiktok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>.
- Rustam, M. (2019). *Pengelolaan Arsip Elektronik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setyadi, A., N. & Syah, K., D. (2022). Peran Media Sosial Instagram sebagai Medium Literasi Publik (Studi Naratif pada Konten Publikasi Kesejarah Arsip Nasional Republik Indonesia). *e-Proceeding of Management*, 9(3).
- Syahrani, M. (2023, Agustus 10). *10 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia Indonesia Masuk Daftar!*. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-pengguna-smartphone-terbanyak-di-dunia-indonesia-masuk-daftar-fDv25>.
- Tribrata. (2022, Maret 7). *Manfaat dan Kegunaan Media Sosial pada Kehidupan Anda*. <https://tribrataneews.kepri.polri.go.id/2022/03/07/manfaat-dan-kegunaan-media-sosial-pada-kehidupan-anda/>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 43 Tahun 2009 Tentang Kearsipan. <https://jdih.go.id/files/4/2009uu043.pdf>.
- Wakhid, A. (2022, Mei 8). *Jenis Metode Pelestarian Manuskrip Digitalisasi, Restorasi dan Fumigasi*. <https://preservasi.perpusnas.go.id/artikel/113/jenis-metode-pelestarian-manuskrip-digitalisasi,-restorasi-dan-fumigasi>.
- Widi, S. (2023, Juni 4). *Media Sosial yang Digunakan Gen Z sebagai Sumber Informasi*. <https://dataindonesia.id/gaya-hidup/detail/tiktok-jadi-medsos-utama-gen-z-untuk-cari-informasi-pada-2022>.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L. & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0. Pena Persada*.
- Yudhianto. (2016, Desember 10). *consumer detiknet*. Retrieved from [inet.detik.com](http://inet.detik.com): <https://inet.detik.com/consumer/d-3367959/cuma-sehari-25-quintillion-byte-terciptadi-seluruh-dunia>.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.