



# MASYARAKAT INDONESIA

## MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, JUNI 2018

### DAFTAR ISI

E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY <b>Ahmad Fuadillah Sam</b> .....	1
MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA <b>Ibnu Nadzir</b> .....	15
HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN <b>Triyono Lukmantoro</b> .....	31
KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL <b>Nina Widyawati</b> .....	47
JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN <b>Dian Tri Hapsari</b> .....	61
TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA <b>Ahmad Helmy Fuady</b> .....	75
BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS <b>Maruti Asmaul Husna, Subagio, dan Budi Irawanto</b> .....	89
KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL <b>Widjajanti M Santoso</b> .....	105
RINGKASAN DISERTASI ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA <b>Rosita Dewi</b> .....	121
TINJAUAN BUKU ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA <b>Fachri Aidulsyah</b> .....	137



# MASYARAKAT INDONESIA

## MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, ..... 2018

### DAFTAR ISI

E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY <b>Ahmad Fuadillah Sam</b> .....	1
MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA <b>Ibnu Nadzir</b> .....	15
HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN <b>Triyono Lukmantoro</b> .....	31
KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL <b>Nina Widyawati</b> .....	47
JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN <b>Dian Tri Hapsari</b> .....	61
TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA <b>Ahmad Helmy Fuady</b> .....	75
BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS <b>Maruti Asmaul Husna*) Subagio dan Budi Irawanto**)</b> .....	89
KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL <b>Widjajanti M Santoso</b> .....	105
RINGKASAN DISERTASI ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA <b>Rosita Dewi</b> .....	121
TINJAUAN BUKU ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA <b>Fachri Aidulsyah</b> .....	137





# MASYARAKAT INDONESIA

## MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 41

NOMOR 1, SEPTEMBER 2016

---

**DDC: 302.3****Ahmad Fuadillah Sam****E-NETWORK SOCIETY: KOMUNALITAS WARGA DALAM KONTEKS SMART CITY****ABSTRAK**

*Smart city merupakan produk dari masyarakat informasional, yakni ketika masyarakat menjadikan informasi sebagai bentuk utama dalam menjalin relasi. Dalam konteks ini, smart city menjadi infrastruktur yang mendukung masyarakat jaringan. Artikel ini bertujuan menggambarkan implikasi smart city terhadap lahirnya komunalitas di kota. Studi ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan untuk mendapat data terkait komunalisme warga pada lokus Jakarta Smart City. Studi-studi sebelumnya menghadirkan perdebatan teoretis terkait peran dan implikasi smart city dalam kepercayaan warga terhadap pemerintah melalui fasilitas teknologi. Artikel ini menawarkan optimisme smart city sebagai manifestasi bekerjanya masyarakat jaringan dalam bentuk hadirnya komunalitas melalui komunitas virtual. Studi ini menunjukkan bagaimana kebijakan smart city yang difasilitasi negara memberikan ruang bagi informasi yang diproduksi warga sehingga mampu membangun komunalitas di kalangan warga kota. Komunalitas di kota, nyatanya dapat terbangun melalui mekanisme masyarakat jaringan yang disediakan oleh infrastruktur pemerintah dalam bentuk smart city.*

**Kata kunci:** *Network Society, Smart City, Virtual Community, City Communalities, Jakarta Smart City*

---

**DDC: 305.8****Ibnu Nadzir****MEREBUT KEMBALI KEINDONESIAAN: AKTIVISME DARING-LURING OLEH EKSIL INDONESIA DI BELANDA****ABSTRAK**

Artikel ini mengeksplorasi keterlibatan daring dan luring dari eksil Indonesia di Belanda. Dengan melihat praktik penggunaan internet mereka, artikel ini menegaskan argumen yang menyatakan pentingnya melihat praktik budaya dan sosial di kedua arena tersebut sebagai satu kesatuan. Untuk menguraikan argumen tersebut, artikel ini menganalisis dua kasus penting yang menunjukkan keterlibatan daring dan luring eksil Indonesia, yaitu berbagai kegiatan IPT 1965 dan diskusi forum. Untuk menangkap praktik sosial dan budaya yang dilakukan di wilayah luring maupun daring, penelitian ini juga dilakukan dalam dua wilayah tersebut secara bersamaan. Penelitian ini sendiri diawali dari dua pertanyaan penting, pertama, bagaimana eksil Indonesia menggunakan keterlibatan daring dan luring untuk memobilisasi perjuangan mereka? Kedua, bagaimana keterlibatan daring dan luring mereka memengaruhi keberadaan mereka sebagai komunitas yang tersingkirkan? Artikel ini berargumen bahwa keterlibatan eksil Indonesia dalam ruang daring dan luring dilakukan dengan sangat cair. Implikasinya, peristiwa dan berbagai praktik yang dilakukan dalam kedua ruang tersebut saling memengaruhi satu sama lain. Lebih lanjut, artikel ini meminjam kerangka analisis Jackson (2013) mengenai kegiatan bercerita untuk melihat bahwa keterlibatan daring dan luring telah memungkinkan eksil Indonesia untuk merebut kembali perasaan menjadi Indonesia.

**Kata Kunci:** *daring, luring, keindonesiaan, eksil, internet*

---

**DDC: 302.2**

**Triyono Lukmantoro**

## **HOAKS SERBUAN TKA DARI TIONGKOK: KEPANIKAN MORAL DAN BUDAYA KETAKUTAN**

### **ABSTRAK**

*Pada akhir Desember 2016, muncul hoaks yang menyatakan bahwa ada sekitar sepuluh juta, bahkan dua puluh juta, Tenaga Kerja Asing (TKA) ilegal dari Tiongkok yang menyerbu Indonesia. Meskipun kabar bohong itu telah dibantah keras dan dianggap sebagai fitnah oleh pemerintah, kenyataannya, hoaks itu telanjur merebak. Salah satu situs yang memproduksi hoaks ini adalah Postmetro. Artikel ini merupakan kajian tekstual terhadap berbagai judul hoaks yang ditampilkan oleh Postmetro. Hasil studi ini menunjukkan bahwa berbagai hoaks itu tidak lebih merupakan praktik-praktik “jurnalisme Frankenstein,” yakni sekadar mengambil berita dan memoles bagian judulnya supaya sedemikian provokatif dari sumber-sumber pemberitaan media lain. TKA ilegal dari Tiongkok dideskripsikan sebagai pihak asing yang memperburuk kehidupan buruh nasional. Hal ini menunjukkan bahwa TKA ilegal dari Tiongkok itu diposisikan sebagai sosok yang menimbulkan kepanikan moral. Selain itu, mereka juga digambarkan sebagai setan rakyat yang memang pantas untuk dilaknat dan diusir dari Indonesia karena telah menciptakan ketakutan dan berwatak patologis.*

**Kata kunci:** *hoaks, tenaga kerja asing dari Tiongkok, kepanikan moral, budaya ketakutan*

---

**DDC: 302.2**

**Nina Widyawati**

## **KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL<sup>1</sup>**

### **ABSTRAK**

*Digital adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memengaruhi perubahan struktur masyarakat dari mass ke mass-self. Pesan media digital umumnya tersegmentasi dan menunjukkan pergeseran budaya dari budaya massa ke custom. Teknologi digital melahirkan berbagai platform media sosial yang memfasilitasi individu untuk memproduksi konten sehingga lahirnya masyarakat sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer). Perkembangan ini diasumsikan melahirkan masyarakat yang egaliter. Oleh sebab itu, media digital dilihat sebagai ruang publik yang netral. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perilaku prosumsi dalam praktik keseharian generasi internet, yaitu generasi Y dan Z serta implikasinya terhadap interaksi sosial. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui focus group discussion (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan merupakan prosumer. Produksi dilakukan melalui ekspose kehidupan sehari-hari. Informan merupakan audience aktif terkait human interest, tetapi sedikit pasif dalam konsumsi informasi sosial politik karena informasi diperoleh dari portal berita dan komunitas. Melalui teknologi digital, subjek penelitian mampu meningkatkan produktivitas karena dapat mengerjakan lebih dari satu kegiatan secara bersamaan, yaitu kuliah sambil bekerja. Namun, media digital belum sepenuhnya egaliter dan demokratis karena komunitas virtual bisa menghambat kebebasan berekspresi.*

**Kata kunci:** *budaya digital, prosumsi, komodifikasi, demokrasi semu*

---

<sup>1</sup> Data penelitian ini diambil dari FGD dalam rangka pengumpulan data penelitian “Media Baru dan Perubahan Masyarakat Pasca Orde Baru, Politik Sirkulasi Budaya Populer dan Media Baru Pasca Orde Baru” yang belum pernah dipublikasikan.

---

**DDC: 302.2**

**Dian Tri Hapsari**

## **JURNALISME RADIO PADA ERA DIGITAL: TRANSFORMASI DAN TANTANGAN**

### **ABSTRAK**

*Di Indonesia sepanjang tahun 2015, sejumlah media cetak memutuskan tutup dan beralih ke digital. Di tengah meningkatnya pertumbuhan pengguna Internet, bagaimana masa depan jurnalisme radio yang juga terbilang sebagai media tradisional seperti media cetak? Dalam artikel ini, penulis memfokuskan pada bagaimana radio sebagai media tradisional bertransformasi menjadi media baru di era digital. Garis besar tulisan ini membahas transformasi radio sebagai media baru dari sisi model aksesnya yang menggunakan Internet dan bagaimana perubahan regulasi siaran radio memengaruhi proses demokrasi di Indonesia. Artikel ini berpendapat bahwa dengan adanya perubahan tersebut, radio bukan saja beradaptasi dengan tuntutan teknologi baru, namun juga bertransformasi dalam menghadapi tantangan perubahan teknologi dan akses penggunaannya. Pascareformasi telah memberikan tanda zaman dalam perubahan jurnalisme radio. Kesadaran peran informasi radio diikuti oleh pertumbuhan jumlah informasi radio yang dinilai sebagai perubahan ekspresi masyarakat Indonesia yang lebih demokratis. Namun, perkembangan akses radio juga memunculkan gejala spiral of silence tentang relasi wacana mayoritas yang harus menjadi perhatian radio sebagai media alternatif pada era digital. Perimbangan suara yang terisolir dalam argumen teori spiral of silence menjadi tantangan radio pada era digital ini. Tulisan ini berdasarkan penelitian kualitatif yang mengkaji opini publik pada radio sebagai media digital interaktif dengan menggunakan teori spiral of silence.*

**Kata Kunci:** Radio, teknologi, media baru, jurnalisme, media tradisional, Opini Publik, Spiral of Silence.

---

**DDC: 390.9**

**Ahmad Helmy Fuady**

## **TEKNOLOGI DIGITAL DAN KETIMPANGAN EKONOMI DI INDONESIA**

### **ABSTRAK**

*Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang begitu cepat melalui revolusi digital telah menimbulkan optimisme kemajuan ekonomi. Namun, perkembangan teknologi tersebut juga memunculkan kekhawatiran akan semakin tingginya tingkat ketimpangan ekonomi karena sifat teknologi yang bias modal dan keterampilan. Selain itu, otomatisasi yang muncul akibat perkembangan teknologi dianggap akan menggerus permintaan atas tenaga kerja. Tulisan ini bertujuan menganalisis hubungan antara kemajuan TIK dan ketimpangan ekonomi di Indonesia. Data yang ada menunjukkan bahwa pembangunan TIK di Indonesia masih relatif rendah dibanding negara-negara tetangganya. Pembangunan TIK antarwilayah juga masih sangat timpang. Analisis dalam tulisan ini menunjukkan pembangunan TIK lebih menguntungkan tenaga kerja terampil dan kelompok berpendapatan tinggi dibanding tenaga kerja kasar dan kelompok berpendapatan rendah.*

**Kata Kunci:** teknologi digital, ketimpangan, disrupsi, indeks pembangunan TIK

---

**DDC: 302.2**

**Maruti Asmaul Husna\*) Subagio dan Budi Irawanto\*\*)**

## **BEYOND PROSUMPTION: PRAKTIK PROSUMSI PENULIS KONTEN DALAM PLATFORM NEWS AGGREGATOR UC NEWS<sup>2</sup>**

### **ABSTRAK**

*Kemunculan teknologi Web 2.0 memungkinkan para pengguna internet tidak lagi terbatas menjadi konsumen yang mampu membaca, menjelajah, dan mengonsumsi konten internet saja. Lebih dari itu, kini pengguna dapat terlibat aktif menjadi konsumen sekaligus produsen (prosumer). Salah satu platform digital yang menjadi tren dalam satu dekade terakhir adalah news aggregator. Penelitian ini membahas aktivitas produksi-konsumsi (prosumsi) tulisan-tulisan sebagai bagian dari digital labor (pekerja digital) oleh para penulis konten di aplikasi UC News,*

---

<sup>2</sup> Tulisan ini merupakan bagian dari tesis yang disusun oleh Maruti Asmaul Husna Subagio (2018) dengan judul "Prosumsi Penulis Konten dalam Platform News Aggregator (Fenomena Digital Labor Penulis Konten dalam Aplikasi UC News) pada Program Studi Kajian Budaya dan Media Sekolah Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada.

salah satu news aggregator terbesar di Indonesia. Tujuan penelitian ini ialah menganalisis praktik-praktik prosumsi yang dilakukan oleh penulis konten UC News dikaitkan dengan posisinya sebagai pekerja digital. Metodologi yang digunakan adalah etnografi virtual untuk memperoleh gambaran tentang kebudayaan digital yang termediasi internet. Data didapatkan dari jawaban pertanyaan terbuka kepada enam orang informan yang dipilih berdasarkan variasi tingkat keaktifan dan lama keterlibatan menjadi penulis konten UC News. Selain itu, data sekunder penulis dapatkan dari konten-konten tulisan yang dihasilkan para informan di media UC News. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa para penulis konten melakukan praktik prosumsi dengan cara yang beragam, mulai dari mencari sendiri informasi tulisan (*witness journalism*) hingga mengolah informasi yang ada di media maupun literatur untuk dibuat tulisan baru. Peneliti juga menemukan bahwa bentuk kapitalisme era prosumer tidak sebatas memengaruhi penulis konten melakukan aktivitas produksi dan konsumsi saja, namun juga meluas pada distribusi dan marketisasi oleh para user sendiri.

**Kata kunci:** penulis konten, news aggregator, prosumsi, Web 2.0

---

**DDC: 305.4**

**Widjajanti M Santoso<sup>3</sup>**

## **KONSTRUKSI FEMININITAS DAN PROBLEMATIKA EKSPRESI RUANG PUBLIK VIRTUAL**

### **ABSTRAK**

Konstruksi femininitas menunjukkan perubahan sosial yang dapat dilihat dari konstruksi perempuan sebagai anak revolusi pada masa Orla dan “ibuisme” pada masa Orba. Namun, pada masa Orde Reformasi, terjadi situasi paradoks, yaitu perempuan kembali perlu berjuang untuk representasinya. Tulisan ini mengangkat masalah konstruksi gender yang ada pada saat ini, dengan tujuan membuka mata masyarakat tentang adanya ragam konstruksi gender dan melihat kelompok sosial yang menggagalkan pemaknaan tersebut. Masyarakat perlu mengetahui adanya upaya-upaya kelompok yang mempertanyakan konstruksi gender yang diwarnai oleh kepentingan dari kelompok tersebut. Ekspresi femininitas di ruang publik merupakan gambaran pandangan yang beredar di masyarakat tentang perempuan, seperti yang muncul dalam ruang publik di media sosial, yakni di aplikasi pesan singkat Whatsapp. Konstruksi sosial tentang perempuan yang awalnya dilakukan oleh negara, sekarang berada di tangan kelompok sosial di masyarakat yang menggunakan dalih keagamaan, misalnya yang dilakukan oleh HTI. Pemaknaan “baru” terhadap partisipasi perempuan terjadi di ruang publik virtual yang memiliki potensi mengganggu pemaknaan yang sudah berjalan di masyarakat. Pemaknaan ini menunjukkan kontestasi antara pemaknaan yang dikembangkan gerakan perempuan dengan pemaknaan yang dilakukan kelompok HTI. Dalam proses ini, konstruksi heteronormativitas menguat sehingga peran perempuan terdorong kembali ke ruang domestik dan menghasilkan gambaran ambigu tentang peran perempuan di ruang publik, termasuk di ruang publik virtual.

**Kata Kunci:** femininitas, ruang publik virtual, masalah perempuan

---

**Rosita Dewi**

### **RINGKASAN DISERTASI**

## **ADAT RECOGNITION IN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE IN PAPUA, INDONESIA**

*Summary of Dissertation, Adat Recognition in Merauke Integrated Food and Energy Estate in Papua, Indonesia, Graduate School of Asian and African Areas Studies, Kyoto University, Japan, xx+305pp.*

### **ABSTRAK**

Pemerintah Indonesia memberikan otonomi khusus (otsus) untuk Papua sebagai solusi menang-menang (*win-win solution*) upaya penyelesaian konflik di Papua. Otsus tersebut memberikan jaminan rekognisi bagi Papua secara legal. Meskipun demikian, orang Papua tidak puas dengan rekognisi tersebut karena adanya celah yang sangat luas antara pelaksanaan rekognisi dalam pandangan pemerintah dengan bentuk rekognisi yang diharapkan oleh orang Papua. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah melakukan “pembajakan” terhadap pelaksanaan rekognisi Papua sehingga terjadi korupsi terhadap rekognisi (*corrupted recognition*) melalui pembentukan Lembaga

<sup>3</sup> Artikel ini perbaikan dari naskah yang dipresentasikan pada Pre Conference ICWG 2018, kerjasama antara IPSK LIPI dengan AIWA dan KPPPA yang mendukung isu kepemimpinan Perempuan di Asia.

Masyarakat Adat (LMA) dan pemetaan partisipatif. Hal ini terlihat jelas dalam pengembangan proyek Merauke Integrated Food and Energy Estate (MIFEE) di Papua . Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografis yang mencakup pengamatan terlibat, wawancara, dan studi pustaka.

**Kata kunci:** rekognisi, adat, MIFEE, otonomi khusus, Papua, lembaga masyarakat adat, pemetaan partisipatif

---

**Fachri Aidulsyah**

## **TINJAUAN BUKU**

### **ISLAMISME DAN POLITIK KEWARGAAN DI INDONESIA**

*Judul Buku: Eric Hiariej And Kristian Stokke (Eds.). 2017. Politics Of Citizenship In Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor In Cooperation With Polgov Fisipol Ugm Dan University Of Oslo, Viii + 394 Pages; 16 X 24 Cm, Isbn: 978-602-433-507-6*





# MASYARAKAT INDONESIA

## MAJALAH ILMU-ILMU SOSIAL INDONESIA

VOLUME 44

NOMOR 1, ..... 2018

---

**DDC: 302.3****Ahmad Fuadillah Sam****E-NETWORK SOCIETY: CITIZENS COMMUNALITY IN SMART CITY CONTEXT****ABSTRACT**

Smart city is an informational society's product through which the society considers that information as a main form to build relations. In this context, smart city becomes an infrastructure that supports network society to work. This article aims to describe smart city's implication towards the emergence of communality in the city. This study used a qualitative method, through in-dept interviews with related stakeholders to exploring relevant and important data and information about citizens' communalism produced by Jakarta Smart City Program. Recent studies show theoretical debates about roles and implications of smart city on citizen's trust towards the government mediated by the technology. This article offers an optimism views concerning smart city as the way the network society manifests through a form of communalities within virtual community. This study shows the ways smart city regulation facilitated by state provides a space for information production by citizens hence communalism built in citizens context. City Communalism, in fact could be build within network society mechanism brought by government infrastructure within smart city form.

**Keywords:** *Network Society, Smart City, Virtual Community, City Communalism, Jakarta Smart City*

---

**DDC: 305.8****Ibnu Nadzir****RECLAIMING INDONESIAN-NESS: ONLINE AND OFFLINE ENGAGEMENT OF INDONESIAN EXILES IN NETHERLANDS****ABSTRACT**

*This article explores online-offline engagements of Indonesian exiles in Netherlands. By looking into their internet practices, this article affirms the notion that it is essential for Internet research to comprehend social and cultural practices engaged in both space as an entanglement. To elaborate the argument, this article analyzed two important cases where the online-offline engagements are performed by Indonesian exiles, which are IPT 1965 events and Diskusi Forum (forum discussion). Since the social and cultural practices were performed online and offline, this research is also conducted in both spaces simultaneously. The research itself was initiated from two main questions, first, how do Indonesian exiles employed online-offline engagement to mobilize their cause? Second, how do their online-offline engagement affect their existence as a displaced community? The article then argues that the engagement enacted by Indonesian exiles is performed fluidly in online-offline spaces. In consequence, events and practices in both arenas are influential to one another. Moreover, borrowing the framework of Jackson (2013) on storytelling, this article shows that the online-offline engagements has enabled Indonesian exiles to reclaim the sense of being Indonesian.*

**Keywords:** *online, offline, Indonesian-ness, exiles, Internet*

---

**DDC: 302.2**

**Triyono Lukmantoro**

## **THE HOAXES OF ILLEGAL FOREIGN WORKERS FROM CHINA: MORAL PANICS AND CULTURE OF FEAR**

### **ABSTRACT**

At the end of December 2016, several hoaxes emerged stating that there were about ten million, even twenty million, illegal foreign workers from China who were invading Indonesia. Although the hoaxes have been strongly denied and regarded as slander by the government, in fact, the hoaxes were already spreading. One of the sites that produce these hoaxes is *Postmetro*. This article is a textual review of various hoax titles displayed by *Postmetro*. The results of this study show that the various hoaxes are no more than the practices of “Frankenstein journalism,” which is simply taking news and polishing the title to be so provocative from other media sources. The illegal foreign workers from China are described as the foreigner who exacerbates the life of national laborers. This shows that illegal foreign workers from China were positioned as a figure that caused moral panics. In addition, they are also described as demons of the people (folk devils) who deserve to be cursed and expelled from Indonesia for creating fear and pathological character.

*Keywords: hoax, illegal foreign workers from China, moral panics, culture of fear*

---

**DDC: 302.2**

**Nina Widyawati**

## **COMMODIFICATION OF PRIVACY AND PSEUDO-DEMOCRACY IN DIGITAL CULTURE**

### **ABSTRACT**

Digital is the development of information and communications technology, that changes the social structure, from mass to mass-self. Segmented digital media messages have shifted the culture, from mass culture to custom. Digital technology delivers social media platforms that facilitate individuals in producing content. Now individuals are a producers as well as consumers (prosumer), and assumed in contributing toward egalitarian society, as a neutral public space. The aim of this research are analyzes the behavior of prosumption in the daily practice of internet generation that is Y and Z generation and its implication to social interaction. The subject of research is a student of Communication Studies Program, Atma Jaya University Yogyakarta. The approach used is qualitative, and data collection is through focus group discussion (FGD). The results showed that all informants were prosumer. They are producing by everyday life exposition. On the one hand, informants are active audience in consuming the human interest information, on the other hand, they are passive audience in consumption social and political information. Many of them obtain information from the news portal and community. Digital technology increases productivity because individuals are able to do more than one activity simultaneously such as a student and workers. Unfortunately, digital media has not been egalitarian and democratic sphere, as the effect the virtual communities may decrease the freedom of expression.

*Keywords: digital culture, prosumption, commodification, pseudo-democracy*

---

**DDC: 302.2**

**Dian Tri Hapsari**

## **RADIO JOURNALISM IN DIGITAL ERA: TRANSFORMATION AND CHALLENGE**

### **ABSTRACT**

During the periode of 2015, in Indonesia, a number of print newspapers decided to stop publishing their printing media and switch to digital. This is also challenging for radio since it could be considered as traditional media such as the printing media. In this article, the authors explain how radio as a traditional mass-media is transformed into a new medium in the digital era. The outline of this paper discusses radio transformation as a new medium in terms of access model that uses the Internet and radio broadcast regulatory changes affect the democratic process in Indonesia. This article argues that throughout those changes, radio has not only adapted to the new technological demands while at the same time transform the media by facing the new technological challenger and access to their audience. However, despite the adaptability of radio towards the digital era, this new media era has brought up the seemingly silencing process of minority voice by the majority. This could be concurred through concept

of spiral of silence. This article is a qualitative research that pays attention to several processes of adaptation and transformation that radio has gone through since the era of Reformasi in Indonesia.

**Key Words:** *Radio, technology, new media, journalism, traditional media, public opinion, spiral of silence*

---

**DDC: 390.9**

**Ahmad Helmy Fuady**

## **DIGITAL TECHNOLOGY AND ECONOMIC INEQUALITY IN INDONESIA**

### **ABSTRACT**

The rapid development of information and communication technology (ICT) through the digital revolution has raised optimism for economic development. However, it has also raised concerns about the increasing level of inequality because of capital and skill-biased technology. Automation arising from technological developments is also considered to decrease demand for labor. This paper aims to analyze the relationship between ICT development and economic inequality in Indonesia. It shows that ICT development in Indonesia is relatively poor and behind its neighbouring countries. There is also interregional inequality of ICT development in this country. Analysis of this paper shows that ICT development give more benefit to skilled labor and those in highest income group than to unskilled labor and those in lower income groups.

**Keywords:** *digital technology, inequality, disruption, ICT development index*

---

**DDC: 302.2**

**Maruti Asmaul Husna\*) Subagio dan Budi Irawanto\*\*)**

## **BEYOND PROSUMPTION: PROSUMPTION PRACTICE OF CONTENT WRITERS IN NEWS AGGREGATOR PLATFORM UC NEWS**

### **ABSTRACT**

The emergence of Web 2.0 technology has made the internet users not only restricted by reading, browsing, and consuming the internet content. Nowadays the users can contribute actively as both consumer and producer at the same time (prosumer). One of the digital platforms that has become a trend in the present decade is news aggregator. This research will examine how the content writers in UC News, as one of the biggest news aggregator in Indonesia, do their production-consumption (prosumption) writing activity as a part of digital labor. The purpose of this research is to analyze the prosumption practices which are done by the UC News's content writers in relation to their position as digital labor. The methodology that is applied in this research is virtual ethnography to obtain the representation of digital culture mediated by the internet. The data are obtained from the answers of open-ended questions to 6 informants who are selected according to rate of activity in the platform, and the period of involvement as a content writer in UC News. In addition, the secondary data are collected from the writing contents which are produced by the informants. The findings of this research show that the content writers did their prosumption practices in a variety of ways, either through the information of writing (witness journalism), or through process the available information in the media as well as literatures that become the stuff of new writings. The researcher also found that the form of capitalism in prosumer era did not influence the content writers in doing production and consumption activity only but also distribution and marketization by the users.

**Keywords:** *content writers; news aggregator; prosumption; Web 2.0*

---

**DDC: 305.4**

**Widjajanti M Santoso<sup>1</sup>**

## **PROBLEMATIC OF FEMININITY CONSTRUCTION IN VIRTUAL PUBLIC SPHERE**

### **ABSTRACT**

Femininity construction is very apparent in Indonesia's women's movement. It can discernible in the definition of women by the state, across in three political orders (Orla, Orba and Orde reformasi). In Orla woman is the daughter of revolution, in Orba is the "Ibuisme" and in Orde Reformasi, there are paradox; women have to fight back for her representation. The article shows the problematic of femininity construction, in order for society to

---

<sup>1</sup> Artikel ini perbaikan dari naskah yang dipresentasikan pada Pre Conference ICWG 2018, kerjasama antara IPSK LIPI dengan AIWA dan KPPPA yang mendukung isu kepemimpinan Perempuan di Asia.

understand the meaning making process. The expression of femininity captured in the social media such as the WA Group. Formerly state played a significant role, which eventually decreased according to the position of power in the state, now there are other, such as by the HTI. The growing 'new' definition of women's participation by the HTI, happening in virtual public sphere, contests definition of gender and position of women in society. This situation is in the same condition, where the heteronormativity is stronger. The virtual public sphere shows a new challenging scope of women's movement that need to be reconsidered thoroughly.

**Key words:** *femininity, virtual public sphere, women's problem.*

---

**Rosita Dewi**

## **RINGKASAN DISERTASI**

### **REKOGNISI ADAT DALAM PENGEMBANGAN MERAUKE INTEGRATED FOOD AND ENERGY ESTATE DI PAPUA, INDONESIA**

*Summary of Dissertation, Adat Recognition in Merauke Integrated Food and Energy Estate in Papua, Indonesia, Graduate School of Asian and African Areas Studies, Kyoto University, Japan, xx+305pp.*

#### **ABSTRACT**

*The Indonesia government issued the special autonomy law for Papua for granting legal recognition of the Papuan to reduce conflict in Papua. This recognition was not, however, a satisfactory answer for the Papuans; there is a wide gap between the adat (customary) recognition by the Indonesian state and the recognition expected by the Papuans. I argued that the Indonesian government applies the corrupted recognition by hijacking adat recognition in Papua. This is clearly shown in the issue of adat lands in the Merauke district, where the Merauke Integrated Food and Energy Estate (MIFEE) project was developed. This research shows the form of corrupted recognition in Papua by the existence of Customary Community Council (new LMA) and participatory mapping in MIFEE. This research uses qualitative approach with ethnographic method consisted of participant observations, interviews, and literature studies.*

**Keywords:** *recognition, adat, MIFEE, special autonomy law, Papua, customary community council, LMA, participatory mapping*

---

**Fachri Aidulsyah**

## **TINJAUAN BUKU**

### **ISLAMISM AND THE POLITICS OF CITIZENSHIP IN INDONESIA**

*Judul Buku: Eric Hiarij And Kristian Stokke (Eds.). 2017. Politics Of Citizenship In Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor In Cooperation With Polgov Fisipol Ugm Dan University Of Oslo, Viii + 394 Pages; 16 X 24 Cm, Isbn: 978-602-433-507-6*

# KOMODIFIKASI KEHIDUPAN PRIBADI DAN DEMOKRASI SEMU DALAM BUDAYA DIGITAL<sup>1</sup>

**Nina Widyawati**

*Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan (P2KK-LIPI)*

*Email: widyawati11@yahoo.com*

## **ABSTRACT**

Digital is the development of information and communications technology, that changes the social structure, from mass to mass-self. Segmented digital media messages have shifted the culture, from mass culture to custom. Digital technology delivers social media platforms that facilitate individuals in producing content. Now individuals are a producers as well as consumers (prosumer), and assumed in contributing toward egalitarian society, as a neutral public space. The aim of this research are analyzes the behavior of prosumption in the daily practice of internet generation that is Y and Z generation and its implication to social interaction. The subject of research is a student of Communication Studies Program, Atma Jaya University Yogyakarta. The approach used is qualitative, and data collection is through focus group discussion (FGD). The results showed that all informants were prosumer. They are producing by everyday life exposition. On the one hand, informants are active audience in consuming the human interest information, on the other hand, they are passive audience in consumption social and political information. Many of them obtain information from the news portal and community. Digital technology increases productivity because individuals are able to do more than one activity simultaneously such as a student and workers. Unfortunately, digital media has not been egalitarian and democratic sphere, as the effect the virtual communities may decrease the freedom of expression.

**Keywords:** *digital culture, prosumption, commodification, pseudo-democracy*

## **ABSTRAK**

*Digital adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memengaruhi perubahan struktur masyarakat dari mass ke mass-self. Pesan media digital umumnya tersegmentasi dan menunjukkan pergeseran budaya dari budaya massa ke custom. Teknologi digital melahirkan berbagai platform media sosial yang memfasilitasi individu untuk memproduksi konten sehingga lahirnya masyarakat sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer). Perkembangan ini diasumsikan melahirkan masyarakat yang egaliter. Oleh sebab itu, media digital dilihat sebagai ruang publik yang netral. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perilaku prosumsi dalam praktik keseharian generasi internet, yaitu generasi Y dan Z serta implikasinya terhadap interaksi sosial. Subjek penelitian adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui focus group discussion (FGD). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan merupakan prosumer. Produksi dilakukan melalui ekspose kehidupan sehari-hari. Informan merupakan audience aktif terkait human interest, tetapi sedikit pasif dalam konsumsi informasi sosial politik karena informasi diperoleh dari portal berita dan komunitas. Melalui teknologi digital, subjek penelitian mampu meningkatkan produktivitas karena dapat mengerjakan lebih dari satu kegiatan secara bersamaan, yaitu kuliah sambil bekerja. Namun, media digital belum sepenuhnya egaliter dan demokratis karena komunitas virtual bisa menghambat kebebasan berekspresi.*

**Kata kunci:** *budaya digital, prosumsi, komodifikasi, demokrasi semu*

---

<sup>1</sup> Data penelitian ini diambil dari FGD dalam rangka pengumpulan data penelitian “Media Baru dan Perubahan Masyarakat Pasca Orde Baru, Politik Sirkulasi Budaya Populer dan Media Baru Pasca Orde Baru” yang belum pernah dipublikasikan.

## PENDAHULUAN

Revolusi teknologi komunikasi berdampak terhadap perilaku masyarakat. Ketika teknologi *audio visual* berkembang, perilaku masyarakat juga berubah. Komersialisasi televisi yang terjadi pada 1920-an dan diperkenalkan di Indonesia pada 1962 membuat akses terhadap informasi global terbuka. Televisi yang memiliki sifat *audio visual* mampu menyebarkan pesan secara massa dalam waktu yang bersamaan sehingga disebut sebagai media massa atau media lama. Era ini menandai lahirnya masyarakat massa atau *mass society* dan melahirkan budaya massa atau *mass culture*. Budaya massa melahirkan produk yang sifatnya massa dan standar yang disebut dengan *mass production*.

Pada era masyarakat massa, penonton televisi bisa mengetahui kejadian yang ada di belahan lain dunia, tetapi sifatnya belum *real time*. Televisi membuat masyarakat terkoneksi antara satu wilayah dengan wilayah lain. Pada 1962, McLuhan menyebut dunia sudah menjadi satu atau tanpa batas, kemudian dikenal dengan nama desa global atau *global village*. Pada saat internet mulai berkembang, televisi menghadirkan siaran *real time*. Perkembangan berikutnya adalah teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang menghasilkan *world wide web (www)*. Pada era ini, dunia benar-benar tanpa batas dan saling terkoneksi dan disebut sebagai *global village reborn* (Baran & Davis, 2000, 8, & 287–290).

Revolusi TIK diikuti oleh berkembangnya berbagai *platform* media sosial. Hal tersebut berpengaruh terhadap perubahan struktur sosial dan industri. Pada era ini, pesan yang tadinya bersifat massa berubah menjadi *mass-self*. Stimulus yang sifatnya *mass-self* berpengaruh pula terhadap struktur masyarakat yang tidak lagi bersifat masyarakat massa. Pada era *mass-self*, produk industri media dan industri lainnya berkembang menjadi lebih tersegmentasi. Segmentasi pesan pada media sosial membuat selera masyarakat lebih bervariasi. Akibatnya, pengguna media yang sifatnya *mass-self* lebih menyukai produk yang sifatnya *custom* (Castells, 2010, xxx).

Sebutan media baru mengacu pada sifatnya yang berbeda dengan media lama. Ada empat sifat media baru yang membedakannya dengan

media lama. Sifat pertama adalah digitalisasi. Semua bentuk informasi (teks, suara, gambar) dalam bentuk kode biner 0–1 sehingga informasi menjadi lebih banyak. Sifat kedua adalah konvergensi. Pada media baru terjadi penggabungan teknologi informasi, telekomunikasi dan media. Sifat ketiga adalah interaktivitas. Pada media baru, pengguna memiliki pilihan terhadap akses sistem informasi baik sumber informasi maupun kontrol terhadap hasil dari penggunaan sistem dan pilihan sumber. Sifat keempat adalah jaringan. Kapasitas untuk membawa informasi dalam jumlah besar yang sifatnya interkoneksi (Flew, 2004, 8–15). Dengan demikian, media baru identik dengan media digital.

Sifat-sifat media baru tersebut membuat kemunculannya digadang-gadang sebagai ruang publik. Ruang publik, dalam pengertian Habermas, adalah pembicaraan yang tidak berada di bawah tekanan yang berorientasi pada penyampaian hal yang sifatnya pragmatis. Tekanannya adalah adanya emansipatori. Felski, seorang feminis, memaknai ruang publik sebagai perpanjangan dari diskusi politik oleh seluruh individu yang tertindas (Poster dalam Porter 1997, 208).

Biaya untuk akses informasi melalui TIK rendah, tetapi memiliki banyak akses informasi. Oleh karena itu, kemunculan media baru diharapkan mampu menciptakan demokrasi. Cornfield dkk (2007) mengharapkan media baru (dalam kasus ini *blog*) berkembang menjadi pilar keempat demokrasi. Dalam pengertian lama, keempat pilar tersebut adalah: 1) penyelenggara negara, yaitu pemerintah, partai dan kelompok advokasi; 2) penguasa pengetahuan; 3) warga yang populer; 4) pers. Hasil studi Cornfield (tanpa menyertakan pilar kedua atau penguasa pengetahuan) menunjukkan bahwa *blog* biasa digunakan untuk menyampaikan *buzz*.<sup>2</sup> Terdapat kedekatan hubungan antara pembuat *buzz* pihak yang berkampanye, media, *blogger*, dan warga internet. Hal senada juga ditemukan dalam studi yang menjelaskan bahwa media baru mengubah kepemimpinan politik (Widyawati, 2014, 226). Melalui media baru, pemimpin politik dan konstituen bisa berkomunikasi secara langsung.

<sup>2</sup> Buzz adalah suara di publik di mana banyak orang membicarakan hal yang sama di saat yang sama.

TIK menandai perubahan epos menuju masyarakat dinamis dan kontemporer yang ditandai dengan lahirnya struktur sosial dan ekonomi baru. Struktur baru ini memiliki ciri digitalisasi, konvergensi, dan jaringan yang menyatu dengan struktur ekonomi yang sifatnya global dan *knowledge-based*. Interaksi ini memungkinkan terbentuknya konstruksi identitas dan komunitas baru. *Knowledge-based* dan *service based economy* mengubah bentuk budaya, salah satunya adalah transformasi industri media karena tantangan digital (Flew, 2004, 224–225).

Untuk memahami perubahan perilaku masyarakat akibat revolusi teknologi, terlebih dahulu harus memahami cara kerja teknologi itu sendiri. Pada akhir abad ke-21, ketika teknologi informasi dan komunikasi berkembang cepat, media baru bekerja dengan cara berbeda dengan media lama. Dalam era ini, masyarakat hidup pada interval sejarah yang ditandai oleh transformasi budaya material karena ada paradigma teknologi baru, yaitu teknologi informasi (Castells, 2010, 28). Revolusi teknologi berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Teknologi menembus seluruh segi kehidupan manusia, terutama pembentukan aktivitas sosial yang tidak hanya berorientasi pada proses, tetapi juga membentuk produk baru. Revolusi teknologi kali ini merujuk pada teknologi proses informasi dan komunikasi (Castells, 2010, 29–30).

Kranzberg dan Mokyō (dalam Castells 2010, 30–31) membagi revolusi industri dalam tiga tahapan. Revolusi industri pertama sifatnya tidak *science-based*, penggunaan informasi yang ekstensif, dan menggunakan serta mengembangkan pengetahuan yang sudah ada. Revolusi industri kedua terjadi setelah tahun 1850. Di sini peran ilmu dalam pengembangan inovasi cukup besar. Lahirlah *research and development* pertama dalam industri kimia Jerman akhir abad ke-19. Revolusi teknologi sekarang fokusnya bukan pengetahuan dan informasi, tetapi aplikasi untuk peningkatan pengetahuan dan proses informasi atau perangkat komunikasi untuk umpan balik inovasi dan penggunaan inovasi.

Revolusi teknologi ini berbeda dengan revolusi teknologi sebelumnya. Ilustrasi penggunaan teknologi telekomunikasi baru dalam dua dekade

terakhir dibagi dalam tiga tahap, yaitu otomasi tugas (*automation of task*), pengalaman dalam penggunaan (*an experimental of uses*), dan rekonfigurasi aplikasi (*reconfiguration of application*). Tahapan pertama dan kedua dilakukan dengan cara belajar sambil menggunakan (*learning by using*). Pada tahap ketiga, *users* mempelajari teknologi melalui *doing* dan diakhiri dengan membentuk jaringan serta aplikasi baru.

Pada era media baru, *users* juga berfungsi sebagai *doers*. Teknologi informasi baru bukan sekadar peralatan, tetapi prosesnya dikembangkan oleh *users* dan *doers* dalam waktu yang sama atau berbeda. *Users* dapat mengontrol teknologi (internet). Berikut ini contoh yang paling mudah dipahami. Pada era media lama, ketika individu mengadopsi teknologi televisi, individu tersebut melakukan pembelajaran dalam posisinya sebagai *users*. Ketika televisi menyala, individu tersebut bertindak sebagai *users* atau *consumer*. Cara kerja ini berbeda dengan media baru. Ketika individu mengadopsi media baru, misalnya media sosial, individu bertindak lebih dari sekadar *users*, tetapi juga melakukan tindakan (*doers*) produksi, misalnya produksi pesan di media sosial atau mengunggah foto. Sebagai *doers*, individu memiliki pengalaman dalam berjejaring. Hal inilah yang disebut dengan *users experience*. Dalam teknologi baru, *users* dimungkinkan untuk bertindak sebagai *doers*. Artinya, konsumen sekaligus bisa bertindak sebagai produsen sehingga melahirkan terminologi baru, yakni produsen konsumen (*prosumer*).

Istilah *prosumsi* menurut Williams dan Marquez (2014) pertama kali diperkenalkan oleh Alvin Toffler (1980), kemudian dikembangkan oleh Ritzer, Dean, dan Jugerson (2012) yang mengatakan bahwa media sosial telah mengubah cara *prosumsi* menjadi *prosumsi* massa sebagai pengalaman sehari-hari. Sementara itu, definisi *prosumsi* menurut Williams (2014) adalah proses produksi dan konsumsi (*prosuming*) atau pengalaman yang dibangun dan memungkinkan orang lain untuk berbagi pengalaman.

Studi terdahulu tentang *prosumsi* dilakukan oleh Williams dan Marquez (2014) dengan judul *The Lonely Selfie King: Selfies and the Conspicuous Prosumption of Gender and Race*. Studi ini

membahas *selfie* sebagai fenomena sosial yang menarik karena telah menjadi bagian dari pengalaman media sosial. Setelah memproduksi *selfie*, pengguna akan mengonsumsinya. Kini *selfie* berkembang menjadi artefak sosial yang digunakan untuk menyampaikan pesan sosial. Pesan ini bisa dinegosiasikan oleh budaya yang menghasilkannya. Sebagai sebuah artefak budaya, gender dan ras memainkan peran penting dalam membaca pesan sosial dalam analisis produksi dan konsumsi *selfie*.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa selama proses *selfie*, gender memainkan peran penting. Saat pengguna memposting *selfie* di *platform* media sosial, hasil posting bisa dibedakan berdasarkan gender. Laki-laki dan perempuan menggunakan bahasa yang berbeda untuk mendeskripsikannya, dan identitas rasial juga berpengaruh. *Selfie* pada laki-laki sering kali menunjukkan identitas maskulinitas yang aktualisasinya berbeda pada tiap ras. Perempuan dan laki-laki kulit putih memiliki keengganan ber-*selfie*, sedangkan perempuan dan laki-laki kulit hitam serta Latin umumnya menyukai *selfie*. Responden kulit hitam dan Latin menghasilkan *selfie* dalam jumlah yang jauh lebih banyak dibanding yang berkulit putih.

Teknologi digital telah mengubah kebiasaan seseorang. Carr (2008) dalam tulisannya yang terkenal, *Is Google Making Us Stupid? What the Internet is Doing to Our Brain*, menyebutkan bahwa kebiasaan individu dalam mengonsumsi bacaan menjadi kurang mendalam. Waktu yang digunakan untuk membaca juga lebih pendek. Studi yang dilakukan oleh peneliti dari University College London tentang perilaku pengunjung perpustakaan menunjukkan bahwa pengunjung umumnya membaca beberapa artikel sepanjang 1–2 halaman dengan cepat, barulah memilih artikel panjang. Tidak diketahui apakah artikel tersebut kemudian dibaca atau tidak.

Stimulus pendek ini disebabkan karakteristik media sosial yang hanya bisa memuat pesan pendek. *Twitter* sejak didirikan hanya menyediakan ruang menulis 140 karakter, baru pada 2017 ditambah menjadi 280 karakter. *YouTube* memang tidak memiliki batasan durasi untuk video yang diunggah. Namun, rata-rata durasi

menonton video tidak lebih dari dua menit. Meningkatnya penggunaan media sosial memunculkan tiga kontroversi. Pertama, teknologi komputer memengaruhi cara berpikir. Pengaruh tersebut meliputi kemungkinan melakukan kegiatan secara bersamaan atau *multitasking*. Pengguna menjadi mudah bereaksi terhadap stimuli visual sehingga kurang kritis. Kedua, media sosial berpengaruh terhadap hubungan sosial. Kini individu lebih tertarik bergabung dalam komunitas virtual dibanding dengan komunitas riil dalam lingkungan fisik yang lebih dekat. Ketiga, apakah betul teknologi bisa meningkatkan produktivitas mengingat investasinya besar (Wood 2011, 325–332)?

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perilaku prosumsi dalam praktik keseharian generasi internet, yaitu generasi Y dan Z, serta implikasinya terhadap interaksi sosial. Generasi Y adalah individu yang lahir pada 1981–1995. Generasi Y akrab dengan *platform Facebook, Twitter* serta aplikasi pesan singkat, seperti *Line*. Generasi Z adalah individu yang lahir pada 1995–2010. *Platform* media sosial yang digunakan oleh generasi Z masih mirip dengan generasi Y. Perbedaannya adalah kemahiran dalam mengoperasikan berbagai aplikasi secara bersamaan atau *multitasking*. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui *focus group discussion (FGD)*.<sup>3</sup>

## PROSUMSI: SAYA MENONTON DIRI SAYA

Sifat prosumsi dimungkinkan karena media sosial memfasilitasi pengguna untuk memproduksi konten. Hal tersebut membuat individu bisa bertindak sebagai *users* sekaligus *doers*. Sebagai *users*, individu memiliki akses untuk memproduksi konten, contohnya konten *selfie*. Ketika individu memproduksi *selfie*, individu tersebut bertindak sebagai produsen. Tahap berikutnya adalah individu produsen mengunggah hasil *selfie* ke media sosial. Artinya, individu tersebut melakukan tindakan distribusi atau sirkulasi. Pengguna media

<sup>3</sup> FGD dilakukan pada 3 April 2017.

sosial sebagai konten kreator ikut menikmati hasil *selfie* yang diproduksi. Di sini individu tersebut bertindak sebagai konsumen dari produksinya sendiri. Selama melakukan aktivitas tersebut, individu memiliki pengalaman berjejaring di media sosial. Selain menikmati produksinya sendiri, individu juga mengonsumsi konten yang tidak jauh berbeda dengan karakternya, misalnya individu yang menyukai *traveling* atau jalan-jalan akan mengonsumsi konten sejenis. Rangkaian kegiatan itu disebut dengan *users experience*.

Studi ini ingin melihat *users experience* dan perilaku prosumsi di Indonesia dalam praktik keseharian. Hasil studi menunjukkan bahwa perilaku prosumsi banyak dilakukan oleh generasi muda. Seluruh informan penelitian yang merupakan generasi Y dan Z yang aktif menggunakan media sosial. Bahkan, ada seorang informan yang sudah sejak tahun 2004 menggunakan media sosial. Beberapa media sosial yang digunakannya juga sudah ditutup, yaitu *Friendster*, *Myspace*, dan *mIRC*. Kini informan tersebut aktif berjejaring melalui *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*; serta menggunakan *blog* dan aplikasi pesan singkat *Line*. Aktivitas di media sosial meliputi proses produksi dan konsumsi. Konten yang diproduksi tidak jauh berbeda dengan konten yang mereka konsumsi, dan konten yang dikonsumsi adalah konten yang mencerminkan dirinya. Seorang peserta FGD menjelaskan, "...konten yang menarik adalah konten yang gue banget, memilih konten sesuai dengan apa yang kita sukai. Jadi menurut saya menarik itu relatif. Mungkin ada konten yang bagi saya menarik, tetapi ternyata tidak bagi teman-teman yang lain."

Konten yang diproduksi umumnya tentang keseharian kehidupan produsen, yakni foto atau cerita tentang diri atau kegiatan produsen. Produksi konten yang dilakukan oleh produser dalam media sosial merupakan komodifikasi kehidupan pribadi dirinya atau kehidupan orang lain yang menjadi selebritas di media lama maupun di media baru. Beberapa peserta FGD mengatakan bahwa dalam sehari paling tidak sekali mengunggah foto pribadi atau foto kebersamaannya dengan teman-teman. Konten lain yang diproduksi adalah cerita dan *caption*. Cerita tentang jalan-jalan atau *traveling* merupakan konten favorit.

Konten terkait dengan makanan juga favorit untuk di-*posting*. Makanan yang dibuat sendiri di rumah atau yang disajikan di rumah makan besar sampai warung pinggir jalan merupakan komoditas menarik untuk dibagikan di media sosial. Beberapa peserta FGD sering melakukan aktivitas ini. Kegemaran individu untuk menikmati kuliner memunculkan profesi baru, yakni *blogger* bidang kuliner (*food blogger*). Referensi *blogger* cukup efektif membuat seseorang datang ke sebuah tempat makan. OK, informan penelitian yang hobi memasak, sering mengunggah kegiatan masak-memasaknya di *YouTube*.

Dunia sosial politik juga menarik bagi warga internet (*netizen*). Oleh karena itu, kegiatan *posting* pendapat mengenai sosial politik melalui *Twitter* banyak dilakukan netizen. Melalui media sosial, kini individu bisa menyalurkan ekspresi sosial politiknya. Tema yang banyak dibicarakan di antaranya marginalisasi terhadap kelompok atau individu dan perilaku ketidakadilan yang dilakukan oleh aparat. Tidak jarang liputan tersebut berujung pada pengumpulan dana, misalnya dalam kasus Saeni.<sup>4</sup> Hadirnya media sosial memperkuat fungsi media sebagai pengawas lingkungan atau *watchdog*.

Pada era media lama, untuk mengekspresikan pendapat terkait masalah sosial politik, individu harus mengirim artikel opini ke surat kabar. Artikel yang dikirim belum tentu dimuat karena harus melalui proses *gate keeping*. Seiring dengan berjalannya waktu, media lama juga mengubah *platform* menjadi media digital. Sebagai contoh, harian *Kompas* memiliki versi daring dengan nama *Kompas.com* yang memiliki fasilitas *sharing* dan *connecting*. Situs ini menyediakan rubrik *citizen media*, yakni *Kompasiana*; di sini individu bisa berkontribusi menyumbangkan tulisannya. Kepiawaiannya individu dalam menganalisis masalah sosial politik sering kali tidak berhenti di media sosial saja. Sebuah media alternatif di Yogyakarta, *Mojok.Co*, mengangkat status media sosial yang berisi pendapat sosial politik. Status

<sup>4</sup> Saeni adalah pedagang warung makan di Banten yang terkena razia aparat karena warungnya buka saat bulan puasa. Dagangan Saeni saat itu dirampas oleh aparat. Melihat kejadian tersebut, seorang netizen berinisiatif melakukan pengumpulan dana untuk mengganti dagangan Saeni.

terpilih setelah melalui proses editing kemudian diangkat untuk menjadi artikel *Mojok.Co*. Beberapa penulis status yang artikelnya banyak diangkat di *Mojok.Co* kini ada yang menjadi kolumnis ternama.

Sosial media juga bisa digunakan sebagai media diseminasi informasi. Informan yang aktif di komunitas sosial yang bergerak di bidang pendidikan anak menggunakan media sosial untuk menyebarkan kegiatan komunitas dan mempromosikan acara. Kegiatan sehari-hari biasanya diunggah di *Instagram* dan *tumblr*.<sup>5</sup> Tulisan-tulisan yang dimuat bentuknya pengalaman keikutsertaan dalam komunitas sosial.

Pertanyaannya, siapakah yang akan mengonsumsi postingan-postingan kehidupan pribadi tersebut? Selain dirinya, komunitas sang produsen merupakan konsumen yang prospektif. Beberapa informan menyatakan bahwa salah satu kegiatannya di media sosial adalah mengintip akun-akun pribadi orang lain. Konsumsi kehidupan pribadi semacam ini tidak bisa dilakukan pada era media lama karena memang tidak ada *platform* yang memfasilitasi. Kini, berbagai *platform* media sosial bisa menjadi ruang pameran kehidupan pribadi seseorang. Implikasinya adalah tidak ada pemisahan antara kehidupan privat dan kehidupan publik. Bahkan kini beberapa individu dengan sengaja mengkomodifikasikan kehidupan pribadinya, seperti Awkarin.<sup>6</sup> Kegiatan semacam ini bisa menjadi profesi yang menjanjikan penghasilan yang tinggi.

Kehidupan pribadi orang terkenal merupakan komoditas yang cukup laku di media sosial. Salah satu akun ternama yang piawai dalam mengungkap kehidupan pribadi orang terkenal adalah Lambe Turah<sup>7</sup>. Mahasiswi peserta *FGD* senang mengonsumsi konten *Instagram Lambe*

*Turah* di akun *Instagram* yang privat. Untuk diterima oleh admin *Instagram Lambe Turah* tidak mudah, harus ada referensi dari akun yang sebelumnya sudah menjadi *followers*. Kalau tidak ada referensi, tidak bisa menjadi *follower*. Informan tersebut mengakui bahwa meskipun beritanya nyeleneh, *Lambe Turah* bisa membeberkan fakta dalam bentuk berita dan gambar sehingga berita tersebut bisa dianggap realita, bukan hoaks. Rubrik *infotainment* di televisi sering menggunakan *Lambe Turah* sebagai sumber berita dan sumbernya ditulis dalam tayangan televisi dengan kata-kata “*source by Lambe Turah*.” Dibanding dengan akun lain atau *infotainment* di televisi, informan dalam penelitian ini lebih suka *Lambe Turah* karena informasinya lengkap. Fenomena ini menandai adanya pergeseran sumber berita. Kini agenda media lama sering kali didikte oleh media sosial, demikian juga agenda masyarakat. Hal ini berbeda dengan era media lama. Pada waktu itu, agenda masyarakat mengikuti agenda media atau *agenda setting* (McCombs & Shaw, 1995, 153–162).

Sangat menarik adalah kisah mahasiswi produsen video yang aktif di *Instagram*, dan *Video Blog (Vlog)* untuk menyebarkan karyanya berupa video yang terdiri atas dua tema, yaitu *#aroundtheworldwithlintang* yang berisi lagu-lagu dari seluruh belahan dunia dan *#singinwitlintang* untuk menyebarkan lagu lama yang belum tentu dikenal oleh generasi sekarang. Informan tersebut membuat *cover* lagu<sup>8</sup> diiringi ukulele yang dimainkannya, kemudian memperkenalkan lagu tersebut melalui media sosial. Teknik produksinya sederhana, yakni hanya menggunakan *handphone*. Pada masa mendatang, sang informan ingin bekerjasama dengan teman yang memiliki keahlian sinematografi.

Hobi membuat *cover* lagu dilakukan sang informan sejak kelas 6 Sekolah Dasar. Waktu itu dia mengunggah dua video ke *YouTube*. Awalnya, belum banyak orang yang melihat videonya. Ketika menginjak bangku SMP, kegiatan *cover* lagu dilakukan dengan lebih serius. Saat dia membuat *Vlog*, barulah banyak yang kagum. Kegiatan di media sosial membuat dirinya mulai

<sup>5</sup> *Tumblr* adalah platform mikroblog dan situs jejaring.

<sup>6</sup> Awkarin adalah selebritas mikro atau selebritas media sosial.

<sup>7</sup> *Lambe Turah* merupakan akun gosip ternama di Indonesia, *platform Instagram*-nya memiliki lima juta *followers*. Akun *Lambe Turah* adalah akun anonim, yang artinya identitas admin sebenarnya tidak dikenal masyarakat. Mereka menyebutnya dengan ‘minceu.’ Meskipun anonim, akun ini mendeklarasikan diri sebagai anti-hoaks. Artinya, gosip yang ditampilkan didasarkan fakta, bukan hoaks. Bahasa yang digunakan jenaka sehingga akun ini banyak digemari masyarakat.

<sup>8</sup> *Cover* lagu adalah menyanyikan ulang lagu yang sebelumnya pernah dirilis secara komersial.

banyak dikenal, kemudian sering diundang untuk mengisi berbagai acara *offline*. Popularitasnya di media sosial membuat seorang produser tertarik dan menawarinya untuk produksi video musik secara komersial.

Kegiatan *cover* lagu juga dilakukan oleh OK. Menyanyi memang menjadi hobinya sejak kecil. Ketika duduk di bangku SMA di Probolinggo, hampir setiap minggu OK menyanyi di kafe bersama teman-temannya. Ketika lulus SMA, dia memilih melanjutkan studi di Yogyakarta, sedangkan teman-teman satu grup menyanyi berpencar di seluruh Jawa. Dia ingin bergabung ke komunitas baru, namun ternyata tidak mudah. Muncullah ide untuk memproduksi video *cover* lagu. Awalnya video diunggah di *Instagram*, kemudian atas saran teman-temannya, OK mengunggah ke *YouTube*. Kegiatan ini membuat OK mendapat tawaran untuk bekerja sama. Namun, karena kesibukannya kuliah, hobinya menyanyi belum dikembangkan menjadi profesi.

Konten yang menarik untuk dikonsumsi pada umumnya terkait dengan hobi dan pekerjaan. Bagi pecinta musik, menonton konten musik di *YouTube* sangat berguna dan menghibur. Seorang peserta *FGD* menyukai video Erix Soekamti.<sup>9</sup> Menurutnya, video Erix Soekamti bisa memberi referensi untuk pekerjaannya. Kecintaannya pada Erix Soekamti mengantar sang mahasiswa menulis skripsi tentang Erix Soekamti. Erix Sukamti adalah salah satu personel band Endank Soekamti yang merupakan band dengan genre *hip-hop* ternama di Yogyakarta. Erix Soekamti menginisiasi *Diary of Erix Soekamti* atau *DOES University*. Dalam *diary*-nya, Erix memberi pelajaran gratis tentang animasi, dan seri *diary* ini disebut sekolah animasi. Menurut Erix, sekolah tersebut mengajak *audience* mengerjakan sesuatu yang disukai, kemudian dijadikan profesi (Yanuar, 2018).

Hal yang sama juga dilakukan oleh pecinta jalan-jalan. Seorang informan penelitian sering mengakses *YouTube channel*, baik yang

diproduksi oleh *YouTuber* ternama, seperti Arief Muhammad, ataupun pengguna *YouTube* lainnya. Referensi jalan-jalan juga bisa didapat dari *Instagram* atau *blog*. Sebelum melakukan perjalanan, informan biasanya mengakses artikel tempat wisata yang akan dituju. Artikel *blog* dinilai lebih menjanjikan karena informasinya detail, misalnya mengenai akses transportasi, jenis bus yang tersedia, apakah bus tersebut dilengkapi dengan fasilitas AC atau tidak, dan kondisi jalan mulus atau bergelombang. Informasi yang dibuat oleh *blogger* sering diperbarui. Oleh karena itu, pengguna media sosial merasa informasi dari *blogger* seperti riil. *Blogger* sangat membantu pecinta jalan-jalan untuk mencapai tempat wisata. Hal ini berbeda dengan portal milik pemerintah yang sifat informasinya tidak detail dan jarang diperbarui. Oleh karena itu, portal milik pemerintah dianggap tidak terlalu banyak membantu.

Seorang mahasiswa yang memiliki profesi sebagai kreator konten mengidolakan Arief Muhammad.<sup>10</sup> Konten video yang diunggah Arief Muhammad dianggap menarik karena terkait dengan pekerjaannya. Jadi, video Arief Muhammad bisa dijadikan referensinya dalam bekerja. Sementara itu, informan lain yang memperdalam periklanan lebih menyukai konten-konten yang tidak ada di Indonesia, di antaranya drama-drama yang dilarang di Indonesia. Untuk mendukung pekerjaannya, seorang informan sering menggunakan *i-Flick*, yaitu aplikasi untuk menambahkan file video ke *iTunes*. Informan lain juga menggunakan media sosial sebagai referensi untuk *start-up* yang dirintisnya. Keunikan media sosial yang diaksesnya digunakan untuk pengembangan bisnisnya.

## PERGESERAN POLA KONSUMSI

Pada era media baru, konsumsi media sifatnya personal, bukan massa. Sifat personal ini dibaca oleh pengusaha media sehingga muncul industri portal berita yang bisnisnya menyaring berita dari berbagai media, kemudian menyuguhkannya

<sup>9</sup> Erix merupakan tokoh ternama di dunia virtual. Memiliki berbagai *platform* media sosial, yaitu *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Blog*, serta aktif mengunggah video di *YouTube channel*. Erix Soekamti juga memiliki akun *Instagram* erixsoekamti yang memiliki 242.000 *followers*, sementara akun *Twitter*-nya memiliki 113.000 *followers*.

<sup>10</sup> Arief Muhammad adalah penulis yang memiliki nama pena Poconggg. Arief Muhammad juga dikenal sebagai selebriti di *Twitter*, *YouTube*, dan *blog*. *Video blog*-nya telah dikunjungi lebih dari 7 juta orang, videonya di *YouTube* pada 2017 sudah tayang lebih dari 82 ribu kali dan memiliki lebih dari 600 ribu *subscriber*.

kepada pembaca yang prospektif. Remaja adalah salah satu segmen pasar dari portal berita seperti ini. Portal berita *Line Today* menyajikan berita-berita yang sesuai dengan para penggunanya yang mayoritas generasi muda. Portal berita lain yang diakses peserta FGD di antaranya *Tirto.id*, *Kumparan.com*, dan *Vice Indonesia*. Seorang peserta FGD mengatakan, “Kalau media saya suka bukan berita, tetapi semacam portal yang mengulas sesuatu yang lucu, misalnya *Kumparan.com*, *Tirto.id*. Itu primadona saya dalam mencari informasi.” Ketika dikonfirmasi mengenai kredibilitas berita yang disajikan oleh portal berita tersebut, informan merasa yakin akan kredibilitas konten yang disajikan.

Hal senada disampaikan oleh EL yang memiliki kebiasaan mengonsumsi berita melalui *Line Today*. Keuntungan membaca *Line Today*, selain mendapat informasi, juga bisa menjadi bahan pembicaraan dengan teman-temannya. FL menyukai *Vice Indonesia*. Menurut FL, generasi milenial lebih menyukai kemasan berita seperti yang ditampilkan oleh portal berita. Di *Vice Indonesia*, berita berat dikemas dengan ringan sehingga generasi Z yang tidak paham dengan bahasa-bahasa berat bisa mengikuti berita yang serius karena bahasanya lebih mudah dipahami.

Media baru juga memengaruhi perilaku konsumen dalam membeli barang dari apa? menuju *e-commerce*. Hal ini disebabkan internet memiliki kemampuan membuat manusia berkumpul dan membentuk sebuah grup. Oleh karena itu, internet cocok digunakan untuk mengembangkan bisnis dengan cepat (Brunson, 2015, 39). KN yang berpengalaman menjadi admin (sering juga disebut mimin) toko *online* menceritakan pengalaman menarik terkait perilaku konsumen. Banyak pemesan yang lebih senang bertanya kepada mimin tentang sesuatu yang terkait transaksi padahal semua keterangan sudah tertera. Jadi, bertransaksi di toko *online* dianggap seperti belanja di warung dunia nyata. Hal ini menunjukkan ketidaksiapan masyarakat untuk menghadapi *e-commerce*.

Perkembangan *e-commerce* di *Facebook* memunculkan kejahatan model baru. Hal ini diungkap seorang informan yang aktif di forum jual beli di *Facebook*. Suatu hari, ada seseorang

ingin membeli barang yang ditawarkan informan ini dengan harga Rp400.000,00. Pembeli mengirim bukti transfer, tetapi tidak ada uang yang masuk ke rekening. Namun, pembeli tersebut meminta barang segera dikirim dengan alasan sudah membayar. Ia marah-marah ke akun penjual dan menyebarkan berita ke teman-temannya bahwa si penjual belum mengirim barang yang sudah dibayar. Artinya, penjual difitnah sebagai penipu dan hendak dilaporkan kepada yang berwajib. Karena uang belum ada di rekening, informan dan teman-temannya patungan untuk membayar “kerugian” pembeli sejumlah Rp400.000,00. Akhirnya, oleh admin, informan dipertemukan dengan pembeli. Setelah bertemu, barulah diketahui bahwa pembelinya adalah pelajar SMP. Dari pertemuan tersebut, diketahui bahwa bukti transfer yang dikirimnya palsu dan ia dapatkan dari seorang karyawan bank pemerintah. Informan merasa kasus seperti ini belum ada solusinya karena sistem *e-commerce* di *Facebook* belum sebagus *Lazada* atau *Tokopedia*. Solusi sementara ialah *cash on delivery (COD)*. *COD* merupakan bentuk transisi *e-commerce*; teknologi informasi komunikasi hanya sebagai ruang pemesanan, tetapi masih diperlukan tatap muka dalam proses transaksi.

## FLEKSIBILITAS RUANG DAN WAKTU

Teknologi informasi komunikasi (TKI) menjanjikan fleksibilitas ruang dan waktu. Hal ini ternyata berdampak pada dunia kerja yang kini juga menunjukkan adanya fleksibilitas tersebut. Sebelum TIK berkembang, berbagai jenis pekerjaan dilakukan di ruang kantor dengan jam tertentu, misalnya pukul 08.00–17.00. Kini, ruang kerja bisa bergeser ke dunia virtual yang memiliki fleksibilitas ruang dan waktu. Individu bisa melakukan lebih dari satu kegiatan, contohnya banyak peserta FGD sudah mulai berkarier ketika studi belum selesai. BR, seorang informan yang berstatus mahasiswa semester akhir, menekuni profesi sebagai *production officer*. Tugasnya mengatur produksi *social media image expose* di sebuah agensi digital. PDT, seorang informan yang berstatus sebagai mahasiswa tingkat akhir, menjajaki karier sebagai *junior content strategist*.

Informan lain, DV, bekerja sebagai pengolah data dan KN, seorang mahasiswi, yang menjadi admin sebuah toko *online*. Para mahasiswa tersebut bekerja pada perusahaan yang dimiliki orang lain. Namun, ada juga informan yang bekerja mandiri, seperti HS yang memiliki digital *start-up* yang bergerak di bidang kuliner dan RY yang bekerja sebagai penjual item *game*. Fleksibilitas ruang dan waktu ini menimbulkan profesi baru sebagaimana dilakoni oleh mahasiswa-mahasiswa ini.

Selama ini pandangan yang muncul adalah bahwa fleksibilitas ruang dan waktu itu menguntungkan, terutama bagi perempuan. Hal ini karena fleksibilitas ruang dan waktu memungkinkan adanya *multitasking*. Namun, tidak semua informan memiliki pandangan yang sama. EL, mahasiswi jurusan jurnalistik, agak sedikit khawatir dengan media baru. Seorang jurnalis bisa bekerja di rumah, tetapi dituntut bekerja selama 24 jam sehari. Seorang teman EL yang magang di sebuah portal berita harus bekerja tujuh hari dalam seminggu, bahkan Sabtu dan Minggu pun masuk kerja. EL masih ingin bekerja di kantor meskipun harus keluar rumah setiap hari; yang penting, batas antara hari kerja dan hari libur jelas. Media baru berakibat pada tuntutan aktualitas lebih tinggi dibanding media lama. Oleh karena itu, pada hari libur pun jurnalis harus tetap bekerja. AL beranggapan bahwa adanya media baru ada sisi menguntungkan, tetapi ada juga kurang menguntungkan, salah satunya adalah waktu kerja.

Menanggapi pergeseran waktu kerja, GR sebagai informan menuturkan bahwa nantinya banyak pekerja kantoran dengan memiliki jam kerja tertentu, yang mempunyai pekerjaan lain di sela-sela jam kerja mereka, biarpun sekadar menulis *blog*. Pekerjaan berdasarkan hobi diprediksi akan *booming*. GR sendiri tidak ingin memiliki pekerjaan yang mengikat dan terkungkung dalam suatu ruangan. Salah satu pekerjaan yang memiliki fleksibilitas ruang dan waktu adalah *travel blogger*. Pekerjaannya menyenangkan dan bisa membantu orang lain. Pekerjaan lain yang memiliki fleksibilitas ruang dan waktu adalah membuat konten media sosial, seperti yang dilakukan oleh DV. DV sudah nyaman dengan pekerjaan di agensi digital yang sudah

dilakoninya selama 2 tahun karena di sana dia bebas berkreasikan. Tujuannya bekerja sambil kuliah adalah belajar sesuatu yang tidak didapatkan di bangku kuliah sebagai persiapan memasuki dunia kerja. Rencananya, ia ingin menjadi corong merek dalam mengomunikasikan melalui dunia digital.

Transisi menuju jam kerja yang fleksibel belum bisa diterima sebagian orang. Menanggapi hal ini, informan pada umumnya tidak peduli. BR mengatakan, "...cuek dengan orang lain karena saya tidak hidup dari omongan orang lain. Rencananya saya akan bekerja di bidang agensi digital." BR menambahkan bahwa kurikulum perkuliahan saat ini belum menunjang. Mahasiswa Komunikasi seharusnya mendapat pelajaran teknologi informasi. Sementara itu, AD mengatakan bahwa komentar orang tentang dunia kerja yang memiliki kebebasan waktu masih membebani pikirannya, tetapi AD tetap ingin berkarier di bidang yang membuatnya bertemu dengan orang banyak.

Fleksibilitas ruang dan waktu juga memengaruhi kebiasaan seseorang mengonsumsi media. Pada era media lama, bila seorang mengonsumsi sebuah produk hiburan, ruang dan waktu ditentukan oleh produsen atau distributor. Misalnya, menonton acara Hitam Putih di Trans TV harus pada hari Senin–Jumat pukul 18.30–19.45. Pada era media baru, konsumen cukup dimanjakan oleh fleksibilitas ruang dan waktu. Kemewahan tersebut dinikmati oleh BR yang suka menonton *The Comment* di Net TV. Ketika acara itu tayang pukul 21.30, BR tunduk pada ruang dan waktu yang disediakan oleh Net TV. Namun, ketika jam tayang pindah ke sore hari, BR tidak bisa mengikuti siaran langsung dari Net TV karena bekerja. Oleh karena itu, BR memindahkan ruang dan waktu menontonnya. Dengan menggunakan *streaming*, BR bisa menonton acara kesukaannya saat istirahat dari pekerjaan kantor. Ia menonton *streaming* melalui telepon pintar.

## RUANG PUBLIK?

Media baru menghadirkan dua sisi mata uang, yaitu adanya kebebasan berekspresi atau sebaliknya. Jelaskan sebaliknya itu apa. FL adalah informan yang sadar betul bahwa media baru

bisa menjadi bumerang buatnya. Oleh karena itu, ia memilih menjadi pengguna pasif, tidak terlalu banyak komen walaupun menyukai komen yang ada di media sosial. Berbeda dengan AY yang menggunakan media sosial dan aplikasi pesan singkat sebagai sarana mengekspresikan pendapat. AY pernah dikeluarkan oleh admin sebuah grup aplikasi pesan singkat karena status yang ditulisnya.

AY menuliskan opini dan pengalamannya di *Line* terkait dengan aksi demonstrasi 212 di Jakarta. Waktu demo terjadi, dirinya terjun langsung di lokasi dan melihat situasi yang ada. Menulis status panjang dilakukannya karena melihat rujukan informasi kawan-kawannya pada umumnya berupa informasi yang pendek. AY bermaksud mengklarifikasi informasi yang beredar dengan cara menyajikan fakta lapangan. Waktu itu terdapat 200 *share* dan 700 *like*, namun postingan tersebut dihapus oleh admin. Dengan perasaan penuh tanda tanya, AY mem-posting lagi dan postingan-nya sempat bertahan tiga hari. Jumlah *share* dan *like* hampir sama dengan postingan pertama, dan secara substansi, komen yang diberikan pun hampir sama. Namun, postingan tersebut dihapus lagi. Sebelum dihapus, AY melihat ada komen-komen yang kurang mendukung tulisannya, tetapi banyak anggota grup membelanya dengan mengatakan bahwa tulisannya tidak memihak dan cukup netral. Mungkin ada anggota yang kurang suka dengan tulisannya, melaporkannya ke admin, kemudian admin menghapus tulisan tersebut. AY berpendapat bahwa tidak mudah menceritakan kebenaran ketika ada benturan dengan admin. Kalau mengalami kejadian seperti ini, AY menyarankan bahwa sebaiknya pembaca media sosial membaca tulisannya sebagai referensi. Mungkin pembaca belum siap menerima perbedaan pendapat sehingga yang dilakukan adalah menghapus pendapat tersebut.

Media baru menjanjikan adanya transparansi dan akuntabilitas, tetapi ternyata hal itu tidak sepenuhnya menjadi kenyataan. Pengalaman buruk berkaitan dengan hal tersebut menimpa seorang informan. Pada waktu masih duduk di bangku SMP, informan terpilih sebagai admin di grup pesan singkat sekolah yang menaungi pendidikan SMP dan SMA. Grup dibuat agar

siswa yang belajar di institusi pendidikan yang bernaung dalam satu yayasan saling kenal. Pada suatu saat, informan mengkritik guru yang sering memberi nilai jelek tanpa alasan yang jelas karena ia ingin mengetahui letak kesalahannya. Guru tersebut dianggap pemilih; hanya senang dengan siswa dari kalangan berada. Menurut informan, seorang guru sebaiknya dekat dengan semua siswa. Kritikan informan sempat viral, banyak yang memberi *like* dan *comment*.

Informan berani melakukan kritik karena grup dianggapnya sebagai ruang publik. Informan mengatakan bahwa pendapatnya mewakili opini teman-teman lainnya. Teman-teman banyak yang mendukung informan, tetapi tidak dapat membantu informan keluar dari ancaman skorsing. Situasi tersebut diperburuk oleh komentar guru sekolah lain di media sosial. Yang terjadi kemudian bukan guru tersebut yang diminta introspeksi, malah siswa yang diskors. Pernah dalam satu hari terdapat 300 siswa yang diskors. Beberapa orangtua mengeluarkan anaknya dari sekolah tersebut karena malu anaknya diskors satu hari. Informan mendapat sanksi sosial di lingkungan sekolahnya, diminta menghapus postingan-nya, dan tidak mengungkit masalah itu lagi. Harapan informan adalah pada zaman media sosial seperti sekarang ini, literasi digital diberikan bukan hanya pada dewasa, tetapi juga kepada siswa SD, SMP, SMA, dan mahasiswa. Informan sangat prihatin dengan anak kecil (usia 5 tahun) sudah memiliki akun *Instagram* dengan komen yang kurang mendidik. Literasi ini bisa diberikan melalui orangtua dan guru. Menurut informan hal tersebut penting agar jangan sampai hal yang dialami informan terjadi kepada orang lain.

### **AUDIENCE AKTIF VS AUDIENCE PASIF**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memiliki beberapa implikasi. Pada era ini, jumlah informasi yang tersedia melimpah. Perilaku prosumsi mengakselerasi produksi informasi. Digitalisasi membuat informasi yang diproduksi dan didistribusikan melimpah karena pada dasarnya media digital memiliki lima karakteristik. Pertama, media digital bisa

dimanipulasi (diubah, diadaptasi, dikreasi, disimpan, dikirimkan dan digunakan). Kedua, media digital bisa berjejaring. Artinya, informasi dapat dibagikan dan dipertukarkan di antara sejumlah besar pengguna secara simultan melewati jarak yang sangat jauh. Ketiga, media digital bisa dipadatkan. Maksudnya, informasi digital dalam jumlah besar dapat disimpan dalam tempat yang secara fisik kecil, contoh CD. Keempat, media digital bisa dikompresi. Ini berarti informasi digital dalam jaringan dapat dimampatkan. Kelima, media digital tidak memihak. Informasi yang dibawa melalui jaringan sifatnya acuh tak acuh (*indifferent*) terhadap yang direpresentasikan, pemilik, dan kreator konten (Flew, 2004, 8)

Prosumsi informasi yang sifatnya pribadi, yaitu foto dan status pengguna media sosial yang kontennya terkait kegiatan individu, sangat berlimpah. Produksi konten yang sifatnya publik, yaitu komen terhadap masalah sosial politik, juga melimpah. Dilihat dari konsumsinya, pengguna media sosial merupakan pengguna aktif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peserta *FGD* umumnya adalah konsumen aktif dalam mengonsumsi informasi dari akun-akun pribadi. Mengintip-intip akun kawan, selebritas *Instagram* (selebgram) atau individu yang populer di dunia virtual merupakan kebiasaan media pada era TIK.

Temuan penelitian juga menunjukkan sifat paradoks pengguna media sosial. Konsumsi informasi yang sifatnya publik yang diproduksi oleh institusi media menunjukkan perilaku agak pasif. Dalam kasus ini, sifat *information seeking* kurang diperlihatkan oleh konsumen. Konsumsi informasi yang sifatnya publik dan berita biasa didapatkan dari portal berita. *Audience* pasif mengacu pada perilaku *audience* yang tunduk pada informasi pilihan portal berita.

Konsumsi portal berita yang menyajikan berita pilihan yang ringan sebenarnya sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Nicolas Carr bahwa *audience* kini lebih suka dengan stimulus yang sifatnya pendek dan ringan (Car, 2008, 1–5). Namun, asumsi ini sedikit menyimpang dari karakteristik media digital yang sifatnya tidak memihak sebagaimana dikemukakan Flew (2004). Pemilihan berita oleh portal berita mirip dengan proses *gate keeping* pada era media lama.

Tingginya konsumsi akun pribadi dan rendahnya konsumsi akun institusi media memunculkan beberapa hal yang perlu didiskusikan. Akun pribadi sifatnya lebih banyak opini dibanding dengan fakta empiris karena akun pribadi jarang yang melakukan liputan langsung. Media sosial menyajikan liputan langsung, tetapi jumlahnya tidak banyak. Liputan langsung pada umumnya dilakukan secara kebetulan. Sebagai contoh, seorang netizen kebetulan melewati Jl. M.H. Thamrin ketika terjadi bom pada 2016, mem-posting liputan langsungnya di akun media sosialnya. Liputan langsung yang dilakukannya belum tentu memenuhi standar jurnalistik, salah satunya *cover both side*.

## DEMOKRASI MEDIA, KOMUNITAS OTORITARIAN

Penelitian terkait media baru pada umumnya memiliki asumsi bahwa media baru membawa harapan adanya ruang publik. Sifat imparial atau tidak memilah-milah konten yang diproduksi dan siapa aktor di balik produksi konten memang ideal. Adanya karakteristik tersebut juga membuat media baru diharapkan meningkatkan demokrasi. Berbagai riset menunjukkan bahwa ketersediaan akses informasi melalui media baru telah membawa berbagai negara mengubah sistem politiknya dari negara otoritarian ke negara demokrasi, contohnya Arab Spring. Peningkatan penggunaan media sosial dan pembentukan masyarakat jaringan asumsi-asumsi tersebut perlu didiskusikan dan dikaji secara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku produksi menjamin terciptanya demokrasi. Media sosial memungkinkan individu memproduksi teks tanpa melalui institusi. Oleh karena itu, peserta *FGD* bisa mengekspresikan pendapatnya, baik masalah politik sebagaimana yang dilakukan AY, maupun masalah sosial sebagaimana dilakukan L. Media baru memberi ruang bagi AY dan L untuk berpendapat. Media baru bisa dikatakan memfasilitasi kebebasan berpendapat dan hal ini akan berujung pada meningkatnya iklim demokrasi. Namun, sirkulasi konten melalui media sosial melibatkan masyarakat jaringan. Pertukaran informasi dalam masyarakat jaringan tidak seindah mimpi para ahli yang mendambakan

media baru sebagai ruang publik yang sifatnya egaliter. Teknologi memang tidak berpihak, tetapi masyarakat penggunaannya memihak.

Kasus AY menunjukkan adanya ambiguitas sifat media baru dan masyarakat jaringan. Komunitas dalam jaringan AY tidak bisa menerima pendapat AY karena pendapatnya tidak *mainstream*. Akurasi informasi dan netralitas yang diberikan tidak menolong AY terhindar dari *bullying* dan sanksi sosial oleh komunitas. Hal ini merupakan bentuk otoritarianisme baru yang melekat bukan pada level negara, tetapi pada level komunitas. Otoritarianisme komunitas membawa masyarakat yang terikat dalam komunitasnya untuk memiliki pendapat yang sama dan tidak ada diferensiasi opini.

Kasus AY dan informan lain yang cenderung berperilaku sebagai *audience* pasif sangat menarik untuk dianalisis dengan menggunakan teori pengaruh media. Harold Innis dan Marsall McLuhan pada 1970-an sudah meramalkan bahwa TIK akan berkembang dan para akademisi diminta berpikir ulang tentang sifat *audience* serta pengaruh media. TIK menjanjikan *audience* aktif menggunakan konten media untuk menciptakan pengalaman yang berharga. Pada era ini, teori-teori efek media bangkit lagi, tetapi dengan asumsi efek yang moderat karena pengaruhnya memerlukan waktu yang lama (Baran & Davis, 2000, 17–19).

Kasus L menunjukkan bahwa media baru belum menjanjikan terciptanya transparansi dan akuntabilitas. Tuntutan transparansi yang disampaikan L belum bisa menjadi kenyataan. Perlakuan yang diterima L menunjukkan bahwa masyarakat belum menerima kaidah masyarakat jaringan, yakni adanya interaktivitas dan sifatnya setara atau egaliter. Dialog antara pihak sekolah terhadap L berlaku sebagaimana masyarakat konvensional, di mana ada pihak yang dominan dan ada pihak yang subordinat. Studi yang dilakukan Widyawati dkk (2011) dengan judul *Cyberdemokrasi Wacana Emansipatoris dalam Pemilihan Presiden 2009* menemukan hal yang serupa. Perempuan masih dianggap kelompok subordinat sehingga pendefinisian tentang pemimpin perempuan di *Facebook* masih bias gender. Bahasa yang digunakan juga seksis. Posting

yang berpendapat bahwa pemimpin perempuan bisa diterima jumlahnya terbatas.

Temuan tersebut berbeda dengan sifat anonimitas dalam komunitas virtual. Wilson mengatakan bahwa partisipan dalam komunitas virtual bisa menanggalkan identitas dirinya sehingga bisa melepaskan diri dari hubungan tidak egaliter dari segi ras, jenis kelamin, atau ketidakadilan sosial lainnya (Wilson 1997, 149). Tidak adanya diskriminasi pada kelompok sosial tertentu membuat anggota komunitas virtual dalam masyarakat jaringan bersifat egaliter.

Otoritarianisme yang dilakukan anggota komunitas juga diperlihatkan oleh konsumen *e-commerce* yang menyebarkan informasi bahwa si penjual belum mengirim produk yang dipesan padahal sudah mengirim bukti transfer (palsu). Pembeli berpikir penipuan yang dilakukannya tidak bisa ditelusuri karena transaksinya melalui *online*. Padahal dunia virtual bukanlah ruang hampa yang membuat identitas seseorang tidak dapat ditelusuri. Dalam kasus tersebut, admin-lah yang bertindak sebagai mediator antara penjual dan pembeli. Anonimitas dalam dunia virtual bukan berarti tidak bisa ditelusuri di dunia nyata. Scott McNeally menyebut jejak tersebut sebagai *digital fingerprint* (Winder, 2008, 236). Penelusuran dalam komunitas virtual dimungkinkan karena setiap objek atau data yang di-posting, termasuk ketika individu melakukan penelusuran melalui mesin pencari, akan disimpan atau diarsipkan (Beer, 2013, 166).

## PRIVAT VS PUBLIK

Di satu pihak, perilaku prosumsi menjanjikan kemudahan individu dalam mengembangkan kariernya. Postingan kegiatan pribadi yang menunjukkan kemampuan individu dalam bidang musik, menyanyi, menulis, animasi, kegiatan sosial, atau bisnis kadang menguntungkan bagi yang bersangkutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspose diri melalui media sosial membuat informan mendapat tawaran untuk mengembangkan karier, di antaranya tawaran rekaman. Pada era digital, pengembangan karier makin terbuka. Selain tawaran langsung dari *viewers /followers*, kini hadir media sosial yang memfasilitasi ekspose kehidupan pribadi,

seperti *LinkedIn*. Di pihak lain, prosumsi kehidupan pribadi bisa menimbulkan kerugian. Berbagai referensi mengaitkan antara keterbukaan data pribadi dengan kriminalitas.

Kehidupan pribadi kini menjadi komoditas yang laku dijual ke publik dan telah mengubah cara pandang manusia tentang nilai dan hubungan sosial. Pada era media lama, ekspose kehidupan pribadi lebih banyak atas persetujuan tokoh yang dieskpose, misalnya kisah kehidupan keluarga seorang artis yang diangkat dari hasil wawancara. Kini, kehidupan yang sangat privat, seperti pertengkarannya suami dan istri, tidak lagi tabu untuk dieskpose, bahkan dikomersialisasi sebagaimana dilakukan oleh akun Lambe Turah.

Nilai mengenai privat juga mengalami pergeseran. Hal ini bisa dilihat dari ekspose hal yang sifatnya privat dilakukan secara sukarela, bahkan menjadi bisnis. Pada era media lama, hanya privasi seorang tokoh yang punya nilai berita. Namun kini privasi orang biasa juga menjadi objek untuk dikonsumsi. Menganalisis fenomena ini, Solovo (2007) mengatakan bahwa tidak ada lagi hal yang dinamakan privat karena dunia sudah *overexposed*. Privasi yang secara tradisional bersifat biner, yaitu publik dan privat, sudah sulit dibedakan. Hal yang sudah diperkenalkan di publik bukan lagi privasi. Namun, privasi sebaiknya diproteksi. Oleh karena itu, perlu dirumuskan ulang atau redefinisi.

## PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku generasi Y dan Z sudah mengarah pada budaya digital yang ditunjukkan oleh sikap-sikap yang *flexi times* dan *multitasking*. Perilaku ekonominya juga mengarah pada budaya digital yang ditunjukkan pada pilihan pekerjaan terkait dengan *e-commerce*. Perilaku prosumsi secara individu subjek penelitian tidak jauh berbeda dengan ramalan para ahli, yakni lebih banyak mengonsumsi sesuatu yang *custom* yang sesuai dengan kepribadiannya dan informasi yang dikonsumsi sifatnya instan. Sifat instan juga diperlihatkan dalam mencari informasi. Kemudahan akses membuat subjek penelitian menjadi *audience* aktif untuk mencari informasi terkait dengan kebutuhan pribadi, misalnya tugas kuliah atau

pengembangan karier. Untuk informasi yang tidak memiliki keterkaitan langsung, subjek penelitian cenderung menjadi *audience* pasif. Informasi yang dikonsumsi didapat dari komunitas dan portal berita. Sisi positifnya adalah *multitasking* mampu meningkatkan produktivitas. Dalam kasus ini, kuliah sambil kerja.

Budaya digital yang terjadi baru pada tahap transisi. Perilaku komunitas belum kompatibel dengan karakteristik budaya digital. Masyarakat masih belum bisa menerima perbedaan pendapat. Antara kelompok dominan dan subordinat hubungannya belum egaliter. Guru dengan murid belum melakukan diskusi secara terbuka. Perbedaan pendapat mengenai masalah sosial politik masih belum bisa diterima. Media baru atau media digital masih belum sepenuhnya menjadi ruang publik.

Transisi menuju budaya digital juga ditunjukkan oleh perilaku konsumen *e-commerce* yang belum bersifat melayani diri sendiri. Kemudahan bertransaksi melalui *e-commerce* sebenarnya menjanjikan individu konsumen melakukan pemesanan produk hanya dengan mengklik telepon pintar, lalu barang langsung diantar di depan pintu. Namun masih banyak individu konsumen yang memilih pertemuan tatap muka dengan sistem *cash on delivery (COD)*.

Perubahan paling nyata dalam budaya digital adalah pergeseran nilai-nilai terkait dengan privasi. Hukum biner dalam privasi yang memisahkan antara ruang privat dan ruang publik makin kabur karena dunia sudah *overexposed*. Ekspose ruang privat ini dilakukan secara sukarela.

## PUSTAKA ACUAN

- Baran, S., & Dennis K. D. (2000). *Mass communication theory. Foundations, ferment, and future*. Ontario: Wadsworth Thomson Learning.
- Beer, D. (2013). *Popular culture and new media, the politics of circulation*. New York: Palgrave Macmillan.
- Brunson, R. (2015). *Dotcom secrets, the underground playbook for your company online*. New York: Morgan James.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society (second edition with a new preface)*. West Sussex: Wiley-Blackwell.

- Cornfield, M., Carson, J., Kalis, A., & Simon, E. (2007). Buzz, blogs, and beyond: the internet and the national discourse in the fall of 2004. Dalam Nagrine, Ralph & James Stanyer, *The political communication reader*. London: Routledge
- Flew, T. (2004). *New media: an introduction (second edition)*. Melbourne: Oxford University Press.
- McCombs, M., & Shaw, D. L. (1995). The agenda setting function of mass media. Dalam Boyd-Barret, Oliver & Chirs Newbold (eds), *Approaches to media, a reader*. London: Arnold.
- Poster, M. (1997). Cyberdemocracy: internet and the public sphere. Dalam David Porter, *Internet culture*. London: Routledge.
- Solove, D. J. (2007). *The future of reputation: gossip, rumour, and privacy on the internet*. London: Yale University Press.
- Widyawati, N. (ed). (2010). *Cyber demokrasi, wacana emansipatoris dalam pemilihan presiden 2009*. Jakarta: P2KK-LIPI.
- Widyawati, N. (2014). Etnisitas dan agama sebagai isu politik, kampanye JK-Wiranto pada pemilu 2009. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Wilson, M. (1997). Community in The Abstract “A Political and Ethical Dilema? Dalam D. Holmes(ed.), *Virtual politics, identity and community in cyberspace*. London: Sage Publications.
- Wood, J. T. (2011). *Communication mosaics: an introduction to the field of communication*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Williams, A.A., & Marquez, B.A. (2015). The lonely selfie king: selfies and conspicuous prosumption of gender and race. *International Journal of Communication*, 9, hal?.
- Winder, D. (2008). *Being virtual: who you really are online*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

### Surat Kabar /Majalah

- Carr, N. (2008, Juli/Agustus). Is Google making us stupid? What the internet is doing to our brain. *Atlantic Monthly*.
- Yanuar, H. (2018, Februari 7). Erix Soekamti punya 11 mahasiswa di *DOES University*. *Liputan 6.com*. Diakses pada 25 Mei 2018 dari <https://www.liputan6.com/showbiz/read/3265875/erix-soekamti-punya-11-mahasiswa-di-does-university>

**STT**  
**NO.1052/SK/DITJEN/PPG/STT/1986**

ISSN 977-0125-9989-1-9



9 770125 998919

LIPI Press