

**PERAN DAN KONTRIBUSI
KAJIAN KOMUNIKASI DALAM
ERA KOMUNITAS ASEAN**



**MENJALIN HARMONI
LINTAS BATAS**

Menjalin Harmoni Lintas Batas

Editor : Bertha Sri Eko Murtiningsih, Harry

Tata Letak : Lukman Prabowo

Kulit Muka : Inco Harry Perdana

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Hak Cipta

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh bagian isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

©Mei 2015

Diterbitkan oleh

Fakultas Ilmu Komunikasi

UMN Press (Universitas Multimedia Nusantara)

Jl. Boulevard Gading Serpong Tangerang-Banten

Telp./Faks. +62 21 54220808/54220800

Email: fikom@umn.ac.id

www.umn.ac.id

Cetakan I, 246 Halaman + viii; 21 cm x 15 cm

ISBN 978-602-95532-9-1

DAFTAR ISI

Kata Pengantar

Daftar Isi

Pengembangan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Di Dalam Budaya Kolektivistik Negara-Negara Asean <i>R. Nia Kania Kurniawati</i>	1
Tampilan Personalitas Berita Asean Di Kompas.Com <i>Irwansyah dan Niken Febrina</i>	24
Peran Dan Kontribusi New Media Dalam Membangun Kebudayaan Islam Di Asia Tenggara Dengan Prinsip Humanis Primi Rohimi	52
Pesimisme “MEA” Dalam Kartun Pikiran Rakyat (Analisis Semiotika Sosial Theo Van Leeuwen Tentang Representasi Pesimisme Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) Dalam Kartun Pada Surat Kabar Pikiran Rakyat) <i>Adi Bayu Mahadian</i>	72
New Media Literacy Di Kalangan Remaja Indonesia <i>Monika Sri Yulianti</i>	90
Meningkatkan Pola Komunikasi <i>Softpower</i> Indonesia Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015 <i>Muhammad Iqbal</i>	113
Netralitas Media Nasional Dalam Spektrum Politik Regional (Analisis Pemberitaan Kantor Berita ANTARA Mengenai Pilpres	

2014 Di Tengah Dinamika Media Dan Politik Asia Tenggara) <i>F.X. Lilik Dwi Mardjianto</i>	135
Glokalisasi Karya Seni Batik Indonesia Sebagai Strategi Komunikasi Multikultural Dalam Era Komunitas Asean <i>M. Firdaus Benyamin, Arus Reka Prasetya</i>	156
Kelas Menengah Asean Dan Budaya Pop Belanja <i>Online</i> <i>Ranggabumi Nuswantoro</i>	182
Kompetensi Antar Budaya Sebagai Preferensi Untuk Membangun Keharmonisan Komunitas Masyarakat Asean <i>Bertha Sri Eko, Harry</i>	206
<i>Opportunities And Challenges Of Asean Community In Indonesian Students' Perspective</i> <i>Eni Maryani</i>	229
Mengembangkan Kolaborasi Sebagai Budaya Partisipatif Dalam Komunitas Digital ASEAN <i>Endah Murwani dan Joice Carol Siagian</i>	244
Biodata Penulis	265

MENGEMBANGKAN KOLABORASI SEBAGAI BUDAYA PARTISIPATIF DALAM KOMUNITAS DIGITAL ASEAN

Endah Murwani, Joice Carol Siagian
Dosen Universitas Multimedia Nusantara
endahmurwani@yahoo.com, joiceridel@yahoo.com

Abstrak

Komitmen 10 negara ASEAN untuk membangun komunitas ASEAN dalam era digital, membuka kesempatan partisipasi untuk berkreaitivitas, ekspresi diri dan penciptaan konten demi terwujudnya tujuan komunitas ASEAN. Potensi penggunaan media baru membentuk masyarakat konvergensi yang mengarah pada budaya partisipatif - orang-orang menjadi prosumer - produsen sekaligus konsumen. Persoalan ini menjadi signifikan mengingat tahun 2015 merupakan tahun dimulainya komunitas ASEAN dan Indonesia adalah pengguna internet terbesar. Apakah konsumen media di Indonesia yang telah menggunakan teknologi komunikasi berpartisipasi aktif menjadi inovator, produser atau kontributor yang bisa merubah lingkungan media ? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penggunaan media baru sebagai media partisipasi kolektif dan mengidentifikasi bentuk kolaborasi yang dilakukan dalam komunitas online. Acuan konsep yang mendasari penelitian ini adalah budaya partisipatif media baru dari Henry Jenkins dan kategori penggunaan media baru dari Mc Quail yang meliputi : *interpersonal communication media, interactive play media, information search media, & collective participatory media*. Penelitian ini menggunakan metode survey, dengan sampel mahasiswa yang terlibat dalam komunitas online, kuesioner didistribusikan melalui google.com. Hasil penelitian menunjukkan sebagai media partisipasi kolektif, media baru digunakan untuk mengembangkan *relationship*, membentuk komunitas, bertukar informasi dan ide. Sedangkan bentuk kolaborasi yang dilakukan masih sebatas berbagi informasi, belum memproduksi konten. Oleh karenanya diperlukan literasi tentang bentuk-bentuk kolaborasi yang lebih produktif yaitu kreasi konten.

Kata kunci : *budaya partisipatif, kolaborasi, komunitas online*

Pendahuluan

Tahun 2015 telah dicanangkan sebagai tahun dimulainya komunitas ASEAN (ASEAN Community). Komunitas ASEAN melibatkan 10 negara anggota ASEAN yakni Filipina, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Brunei Darussalam, Vietnam, Laos, Myanmar, dan Kamboja yang berkomitmen mengoptimalkan kerjasama dalam bidang keamanan, ekonomi, dan sosial-kebudayaan. Tujuan Komunitas ASEAN ini meningkatkan kesejahteraan seluruh negara yang menjadi anggota ASEAN, serta memajukan negara yang masih lemah dan belum mampu secara optimal memanfaatkan potensi domestiknya untuk berkembang. Dengan semangat kebersamaan, komunitas ASEAN dibangun melalui slogan “*one vision, one identity, one community*”.

Komunitas ASEAN yang akan dimulai tahun 2015 ini berada dalam era teknologi komunikasi yang terkonvergensi, dalam arti berbagai perangkat teknologi yang berbeda-beda telah menjadi satu untuk melakukan berbagai kegiatan komunikasi yang sebelumnya dilakukan secara terpisah (Jenkins, 2001 dalam Grant & Wilkinson, 2009). Perkembangan teknologi komunikasi ini mendorong munculnya generasi yang bertumbuh bersama teknologi baru dan telah merasakan dunia digital sebagai rumah sendiri. Generasi yang lahir di era digital ini diistilahkan *digital native, digital generation* yang merujuk pada kemampuan anak-anak beradaptasi dengan berbagai piranti digital yang ada di sekelilingnya. John Palfrey dan Urs Gasser (2008: 1-15) menyebutkan beberapa fakta tentang *digital generation*. Fakta-fakta tersebut diantaranya : 1) Mereka belajar, bekerja, menulis, dan berinteraksi dengan orang lain melalui cara yang berbeda dengan generasi sebelumnya; 2) Mereka menjalani sebagian

besar waktunya di dunia maya (*online*), tanpa membedakan antara *online* dan *offline*; 3) Mereka lebih memilih untuk membaca blog dibanding surat kabar; 4) Mereka lebih memilih untuk bertemu orang lain secara *online* sebelum bertemu secara langsung; 5) Mereka mendapatkan musik secara *online*; 6) Mereka lebih suka mengirimkan *instant message*; 7) Mereka mengadopsi dan bermain dengan binatang peliharaan melalui virtual; 8) Mayoritas aspek kehidupan mereka berupa interaksi sosial, pertemanan, aktivitas kemasyarakatan yang dimediasi oleh teknologi digital.

Trendwatching.com (2004) menyebut generasi ini sebagai *Generation "C"*. Arti "*C*" di sini adalah *content*, siapapun dengan kemampuan tertentu bisa ikut ambil bagian karena semua orang ingin 'menunjukkan' dirinya. Teknologi komunikasi -yang semakin murah dan semakin "*powerful*"- mendorong konsumen untuk melakukan itu dalam produksi dan penggunaan konten media. Hal yang sama dinyatakan Livingstone (2002 : 2) bahwa media baru membuka kesempatan bagi partisipasi demokratis dan komunitas untuk berkreativitas, ekspresi diri dan tak terbatasnya pengetahuan dapat mendukung keberagaman, perbedaan dan debat yang sehat. Bahkan Jenkins (2006) melihat potensi penggunaan media baru ini akan memunculkan budaya partisipatif yang memungkinkan orang-orang menjadi prosumer - produsen sekaligus konsumen. Audiens yang tadinya mengkonsumsi secara pasif (hanya mendengar apa yang disajikan di radio, menonton program TV, membaca berita di surat kabar) berubah menjadi audiens yang aktif dalam partisipasi kreasi konten.

Apa yang telah dipaparkan diatas memperlihatkan bahwa budaya partisipatif ini sangat potensial sehingga anak-anak muda

perlu dikembangkan kemampuan untuk menjadi produser, kreator dan distributor yang mumpuni. Persoalan ini menjadi signifikan mengingat tahun 2015 ini merupakan tahun dimulainya komunitas ASEAN dan Indonesia adalah pengguna internet terbesar. Menurut data yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88 juta orang atau 34% dari total penduduk Indonesia. Usia pengguna internet terbanyak pada segmen usia produktif (18-35 tahun) yang mencapai 80%. Secara demografis pengguna internet terbanyak adalah karyawan sebanyak 55% , mahasiswa 18%, dan pelajar 5%. Sedangkan alat yang digunakan untuk mengakses paling banyak adalah telpon seluler 85 % , laptop 32%, desktop dan tablet dibawah 15%.

Selain itu, Indonesia secara demografis pada tahun 2030 akan mendapatkan bonus demografi dengan penduduk usia produktif dalam jumlah besar. Persoalannya, apakah digital native Indonesia telah menggunakan teknologi-teknologi yang ada untuk berpartisipasi aktif menjadi inovator, produser atau kontributor dalam komunitas ASEAN dan bisa merubah lingkungan media ?

Untuk mengantisipasi hal tersebut, penelitian ini pada tahap awal akan mengidentifikasi jenis dan kategori penggunaan media baru oleh para mahasiswa serta mengidentifikasi budaya komunikasi partisipatif seperti apa yang digunakan mahasiswa melalui komunitas online ?

Tinjauan Pustaka

Dari penelusuran yang dilakukan ternyata sejauh ini tidak ada satupun penelitian yang komprehensif dan masif menyangkut kategori penggunaan media baru oleh anak muda Indonesia.

Ketidakterediaan data base secara komprehensif menyangkut kategori penggunaan media baru oleh anak muda di Indonesia menjadi salah satu hal yang menyebabkan sulitnya pemerintah maupun pihak-pihak yang berkepentingan untuk merancang kebijakan, regulasi, model maupun mengimplementasikan program yang tepat terkait dengan masa depan anak-anak muda Indonesia. Terlebih lagi pada tahun 2015 ini mulai dicanangkan sebagai tahun mulainya komunitas ASEAN, yang merupakan momentum untuk menyiapkan anak-anak muda Indonesia menjadi lebih produktif dan inovatif dalam penggunaan media baru.

Mc Quail (2000 : 127) mengklasifikasikan media baru menjadi empat kategori yaitu :

- 1) *interpersonal communication media*, meliputi telepon dan email. Dalam konteks sebagai *interpersonal communication media*, isi yang dibicarakan lebih bersifat pribadi, topik yang dibicarakan cepat berganti dan dilakukan tidak hanya sekedar menyampaikan informasi, akan tetapi untuk memperkuat atau mempertahankan *relationship*;
- 2) *Interactive play media*, menggunakan komputer dan video games serta peralatan *virtual reality*. Dalam konteks ini digunakan sebagai alat untuk *tele-presence* dan *de-communication*;
- 3) *information search media*, media baru dipandang sebagai perpustakaan dan sumber data yang mudah diakses, aktual dan jumlah data yang diperoleh belum pernah sebanyak itu;
- 4) *collective participatory media*, yang meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, ide, pengalaman, mengembangkan *relationship* dan membentuk komunitas.

Jenkins (2006) menyatakan bahwa sifat teknologi yaitu interaktivitas mendorong munculnya budaya partisipatif. Lebih

lanjut Jenkins (2006) memaparkan bahwa budaya partisipatif adalah budaya dimana orang-orang (baik sebagai pribadi maupun publik) tidak dapat bertindak sebagai konsumen saja, tetapi juga menjadi kontributor atau produser (prosumers). Internet memungkinkan orang secara pribadi untuk menciptakan dan mempublikasikan media melalui internet. Budaya baru ini menghubungkan internet yang digambarkan sebagai web 2.0. Dalam budaya partisipatif ‘orang-orang muda secara kreatif merespon signal-signal elektronik dan komoditas-komoditas budaya’

Meningkatnya akses ke internet telah menjadi suatu bagian integral dalam ekspansi budaya karena meningkatkan kemampuan orang bekerja kolaboratif yakni mengembangkan dan menyebarkan berita, ide dan karya-karya kreatif dan berhubungan dengan orang yang memiliki tujuan dan kepentingan yang sama. Potensi budaya partisipatif untuk keterlibatan dan ekspresi kreatif telah diteliti oleh Jenkins (2006). Budaya partisipatif dianggap potensial karena 1) hambatan untuk ekspresi artistik dan keterlibatan anggota termasuk relatif rendah; 2) adanya dukungan yang kuat untuk menciptakan dan membagi kreasi dengan orang lain; 3) kepercayaan diantara para anggota tentang cara mereka saling memberi kontribusi; 4) adanya tingkat koneksi sosial dengan orang lain

Dalam budaya partisipatif, konsumen aktif berhubungan dengan partisipan lainnya untuk merubah lingkungan media. Teknologi baru menjadi alat dalam suatu ‘multimedia sandbox’ yang memberdayakan konsumen menjadi kreator, artis dan visioner. Seseorang dengan mudah mengedit video, memanipulasi grafik dan menempatkannya di YouTube. Bagi Jenkins “*the power of participation comes not from destroying commercial culture, but from writing over it, modding it, amending it, expanding it, adding*

greater diversity of perspective, and then re-circulating it, feeding it back into the mainstream media.”

Bentuk-bentuk budaya komunikasi partisipatif menurut Jenkins :

- 1) *Affiliations - memberships, formal and informal, in online communities centered around various forms of media (e.g. Friendster, Facebook, message boards, metagaming, game clans, or Myspace)*
- 2) *Expressions - Producing new creative forms, such as digital sampling, skinning and modding, fan video making, fan fiction writing, zines, or mash-ups;*
- 3) *Collaborative Problem Solving - Working together in teams, formal and informal, to complete tasks and develop new knowledge (e.g. through Wikipedia, alternative reality gaming, spoiling);*
- 4) *Circulations - Shaping the flow of media (e.g. podcasting or blogging).*

Sebuah budaya partisipatif juga merupakan salah satu di mana para anggotanya percaya dengan kontribusi mereka, dan merasa memiliki kesamaan derajat hubungan sosial satu sama lain. Setidaknya, mereka peduli dengan apa yang orang lain pikirkan mengenai apa yang mereka ciptakan (Jenkins, 2007: 3).

Lebih jauh Jenkins menjelaskan bentuk-bentuk dari budaya partisipatif itu adalah afiliasi berupa keanggotaan dalam kelompok atau komunitas tertentu seperti facebook ataupun mailing list, ekrpresi dalam berbagai format dari tulisan sampai video, kerjasama dalam mengerjakan sesuatu (misalnya *Wikipaedia*) atau menyelesaikan masalah, dan sirkulasi ide atau informasi dengan orang lain.

Budaya partisipatif bergerak dari fokus literasi dari ekspresi individu kepada keterlibatan masyarakat. Literasi yang baru hampir melibatkan semua perkembangan keterampilan sosial melalui kerjasama dan jaringan. Keterampilan ini dibangun dengan dasar dari literasi tradisional, keterampilan meneliti, keterampilan teknis, dan keterampilan melakukan analisis kritis yang semuanya diajarkan di sekolah.

Potensi budaya partisipatif dalam media baru memunculkan perspektif tentang literasi media baru (*New Media Literacies – NML*). Literasi pada ranah cyber tersebut lebih menekankan pada peran individu sebagai peserta aktif dalam kreasi dan distribusi artefak budaya (Jenkins, 2006). Perspektif literasi didasarkan pada studi literasi media dan termasuk pula penekanan pada keterampilan evaluasi kritis dan reflektif (Gee, 2010). Perhatian utama literasi media baru adalah kesempatan dan tantangan yang dihadapi lingkungan media digital yang semakin kompleks.

Jenkins et al (2006) mengidentifikasi ketrampilan sosial berkaitan dengan literasi budaya partisipatif dalam media baru, yaitu : 1) Keterampilan yang berorientasi pada interaksi dengan dan dalam lingkungan, improvisasi dan eksperimentasi terhadap identitas seseorang dengan lingkungan sekitarnya; 2) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mencari, mengakses, mengubah dan mendistribusikan konten; 3) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk menyimpan, mengolah, dan mengambil informasi – secara individual, dengan bantuan piranti digital atau dalam sekelompok orang yang mengumpulkan informasi/ pengetahuan untuk mencapai tujuan bersama; 4) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mengalihkan perhatian di antara beberapa aliran informasi atau mengikuti alur cerita

dari beberapa format media; 5) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk mengolah, menafsirkan dan menampilkan informasi (simulasi dan visualisasi); 6) Keterampilan berkaitan dengan kemampuan untuk secara kritis mengevaluasi/menilai informasi.

Beberapa aspek yang menjadi perhatian sebagai tantangan literasi media baru, diantaranya adalah ketimpangan akses, kesempatan partisipasi, pengalaman atau pengetahuan. Aspek ini disebut Jenkins et al (2006) sebagai 'kesenjangan partisipasi'. Lebih lanjut Jenkins menyatakan bahwa kesenjangan dilihat dari orang yang hanya berdaya sebagai konsumen tetapi tidak dalam penciptaan isi/pesan, atau bahkan tidak berbagi isi/pesan. Kedua, bidang yang menjadi persoalan adalah berkaitan dengan kemampuan untuk mengevaluasi informasi dalam ruang digital secara kritis (Flanagin & Metzger, 2008). Persoalan ini juga menyebabkan persoalan pada kredibilitas dan kepercayaan di lingkungan *online*. Ketiga, tantangan mengenai persoalan etika di dunia cyber, privasi on line, keamanan identitas, masalah hak cipta dan kepemilikan.

Di sisi lain, Jenkins mengeksplorasi potensi budaya partisipatif yaitu sebuah budaya yang memberikan dukungan sosial dan interaksi, mendorong dan mempromosikan kegiatan berbagi serta belajar secara informal. Partisipasi terkait dengan keanggotaan dalam komunitas online dan pemecahan masalah secara kolaboratif, serta pembuatan dan penyebaran isi media. Kapasitas untuk terlibat merupakan bagian integral dari budaya partisipatif. Untuk lebih memahami partisipasi di era digital, penelitian Livingstone (2007) menunjukkan bahwa para praktisi pendidikan di lapangan harus melihat strategi analitik untuk

meneliti keberhasilan dan kegagalan platform partisipatif yang ditargetkan untuk kalangan generasi muda.

Jenkins et al (2006) menekankan pada tiga isu utama yang perlu diperhatikan sistem pendidikan, terkait dengan peluang generasi muda untuk mengakses dan berpartisipasi, kapasitas untuk evaluasi kritis terhadap isi media, dan memahami nilai-nilai etika yang diperlukan untuk beradaptasi dengan lingkungan sosial yang kompleks di dunia *online*.

Dalam melihat literasi dengan konteks digital maka dikenal istilah literasi digital. Istilah ini dipopulerkan oleh Paul Gilster (dalam Martin, 2009: 7), yang dalam bukunya dengan judul yang sama menjelaskan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai format dari berbagai sumber yang disajikan melalui komputer.

Konsep literasi tidak sekadar bisa membaca dan menulis saja, melainkan kemampuan untuk membaca dengan makna dan pemahaman. Literasi digital juga telah memperluas batas-batas definisi literasi sebelumnya. Tidak sekedar merupakan keterampilan dalam menemukan informasi namun juga kemampuan untuk menggunakan hal-hal itu dalam hidup.

Gilster mengidentifikasi berpikir kritis dibanding kompetensi teknis sebagai elemen inti dari literasi digital. Ia menekankan evaluasi kritis dari apa yang ditemukan di Web, daripada keterampilan teknis yang diperlukan untuk mengaksesnya. Dia juga menekankan penggunaan keterampilan yang relevan “bagi hidup kita” dan tidak sekedar keahlian atau kompetensi.

Sementara itu menurut Allan Martin, literasi digital adalah kesadaran, sikap dan kemampuan individu untuk dapat menggunakan alat digital dan fasilitas untuk mengidentifikasi, mengakses, mengelola, mengintegrasikan, mengevaluasi, menganalisis dan mensintesis sumber daya digital, membangun pengetahuan baru, mengekspresikan sesuatu melalui media, dan berkomunikasi dengan orang lain, dalam konteks situasi hidup tertentu, dalam rangka untuk mengaktifkan aksi sosial yang konstruktif, dan untuk merefleksikan proses ini. (Martin, 2006: 19)

Literasi dapat dilihat pada tiga tingkatan. Pada tingkat *pertama* merupakan penguasaan teknis kompetensi digital yang berupa keterampilan, konsep, pendekatan, dan sikap. Pada tingkat *kedua* berupa penggunaan digital yang mempertimbangkan aplikasi kontekstual. *Ketiga*, pada tingkat refleksi kritis yakni pemahaman tentang dampak manusia dan sosial transformatif dari tindakan digital. Model ini juga cocok digunakan dalam pendekatan untuk literasi komputer yang telah berkembang mencakup semua tiga tingkat. Pentingnya literasi digital ini terlihat dari bagaimana pemerintah Australia terus memfokuskan kegiatan pendidikan medianya pada *digital media literacy*. ACMA (Australian Communication and Media Authority) menggambarkan *digital media literacy* sebagai kemampuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk partisipasi yang efektif dalam ekonomi digital dan mendorong inklusi sosial dalam masyarakat yang berjaringan.

Infrastruktur dan akses fisik ke alat-alat digital merupakan dasar untuk *digital literacy*. Untuk memaksimalkan partisipasi, investasi di bidang infrastruktur haruslah disertai dengan investasi dalam pelatihan tentang cara menggunakan alat-alat ini. Pada

gilirannya keterampilan praktis ini mendukung pengembangan keterampilan *digital literacy* yang lebih tinggi yang memungkinkan pengguna tidak sekadar berpartisipasi namun sampai ke area transformasi inovasi, aksi sosial yang konstruktif, serta pemikiran kritis dan kreatif.

Literasi media baru memiliki ciri yang sangat menonjol dalam hal partisipasi. Hal ini bahkan ada yang menyebut sebagai budaya partisipasi. Sebuah budaya partisipatif adalah sebuah budaya dengan hambatan yang relatif rendah untuk ekspresi artistik dan keterlibatan masyarakat, dukungan yang kuat untuk menciptakan dan berbagi kreasi seseorang, dan beberapa jenis bimbingan informal, dimana apa yang dikenal oleh paling berpengalaman dilewatkan bersama untuk pemula.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran secara terperinci tentang : 1) kategori penggunaan media baru; 2) mengidentifikasi komunitas-komunitas online; 3) mengidentifikasi bentuk kolaborasi sebagai budaya komunikasi partisipatif dalam komunitas on line

Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dalam kaitan dengan penelitian ini, maka survey dilakukan terhadap mahasiswa sebagai sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang dalam satu tahun terakhir terlibat sebagai anggota salah satu komunitas online. Pertimbangan memilih mahasiswa dikarenakan peran strategis mereka dalam komunitas ASEAN. Teknik sampling

menggunakan purposive dengan kriteria mahasiswa yang terlibat sebagai anggota komunitas online. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar melalui google.com. Dengan keterbatasan waktu pengisian kuesioner (1 minggu) yang didistribusikan menggunakan google.com jumlah responden yang terkumpul selama survey berlangsung sebanyak 48 orang.

Untuk mencapai tujuan penelitian, instrumen penelitian ini terbagi dalam 4 bagian, yaitu: jenis-jenis media baru yang digunakan, kebiasaan dalam menggunakan media baru, keterlibatan sebagai warga/anggota komunitas online dan bentuk kolaborasi yang dilakukan dalam komunitas online.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Responden yang terjaring dalam penelitian ini berjumlah 48 orang merupakan mahasiswa dari Universitas Indonesia (UI), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Padjadjaran (Unpad), Institut Pertanian Bogor (IPB), Universitas Atmajaya Jakarta (UAJ), dan Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Secara lebih rinci mereka mengambil fakultas Ilmu Komunikasi (37,5%), Teknik (25%), Kedokteran (4,17%), Psikologi (4,17%), dan Ekonomi. Dari data yang terkumpul, separuh responden (50%) duduk di semester 2, mahasiswa semester 4 sebesar 25%, mahasiswa semester 6 sebesar 16,67% dan sisanya mahasiswa semester 8.

Bila dipilah berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan sebesar 58,33% dan 41,67% laki-laki. Mereka berasal dari berbagai daerah : Medan, Palembang, Tangerang, Bekasi, Jakarta, Bogor, Cirebon, Semarang, Surabaya, Pontianak dan Balikpapan. Mayoritas responden tinggal di rumah kos,

apartemen dan rumah kontrakan yang dilengkapi dengan fasilitas TV Berlangganan, Radio, Komputer, Video Game. Hanya 8 orang responden yang tinggal di rumah sendiri bersama orang tua.

Jenis Perangkat Media Baru Yang Digunakan

Salah satu tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi jenis perangkat media baru yang digunakan responden. Dari data yang terkumpul ternyata seluruh responden secara pribadi memiliki minimal 2 perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan mengakses internet, yaitu telepon seluler dan laptop. Telepon seluler yang dimiliki responden adalah telepon seluler cerdas (smartphone) dengan merek terbanyak Iphone. Selain dua perangkat media tersebut, sebagian besar responden memiliki perangkat media lainnya yaitu tablet personal computer, Ipod, computer dan desktop.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden paling sering menggunakan telepon seluler sebagai perangkat untuk mengakses internet. Selain menggunakan telepon seluler, mereka juga menggunakan laptop untuk mengakses internet dan kadang-kadang menggunakan tablet dan desktop. Laptop digunakan untuk mengirim file yang tidak hanya berisi tulisan, download e-book, lagu, film, dan sebagainya.

Bagi responden yang tinggal di rumah sendiri, seluruh responden memiliki akses internet dengan berlangganan internet dan TV Berbayar. Demikian pula responden yang tinggal di rumah kos maupun sewa apartemen, mereka prioritas memilih tempat kos atau apartemen yang menyediakan akses internet. Meskipun demikian, hampir seluruh responden mengaku telepon seluler cerdas mereka dilengkapi untuk akses internet.

Kategori Penggunaan Media Baru

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden setiap hari mengakses internet dengan menggunakan telepon seluler cerdas (smartphone). Dengan kata lain, bisa dikatakan bahwa smartphone selalu ada dalam genggamannya mereka. Untuk aktivitas yang tidak bisa menggunakan telepon seluler, sebagian besar responden memilih menggunakan laptop. Hanya beberapa orang responden yang menggunakan Personal Computer ketika mereka tidak bisa melakukan aktivitas dengan smartphone. Ketergantungan pada akses internet mobile akhirnya mempengaruhi penggunaan internet.

Aktivitas yang dilakukan responden ketika mengakses internet dalam penelitian ini dikategorikan menjadi 4 (empat) yaitu media komunikasi interpersonal, media permainan interaktif, media pencarian informasi dan media partisipasi kolektif.

Pertama, aktivitas yang termasuk dalam kategori media komunikasi interpersonal antara lain berkaitan dengan surat elektronik (mengirim dan menerima email), komunikasi melalui telepon, SMS, BM, chat melalui Whatsapp, Line, Skype, Yahoo Messenger, Google+, dsb. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan bertujuan untuk membangun dan mempertahankan *relationship* secara pribadi. Responden menyebut sebagai 'japri' singkatan dari jaringan pribadi.

Secara rinci hasil penelitian mengenai aktivitas responden yang berkaitan dengan surat elektronik yaitu mengirim dan menerima email, menunjukkan 50% responden melakukannya 4-6x seminggu, 12.5% responden melakukan aktivitas email setiap hari dan 37.5% responden melakukan 1-3x dalam seminggu.

Temuan penelitian yang menarik untuk dicermati adalah

hampir semua responden tidak pernah melakukan aktivitas telepon dan Short Message Service (SMS). Dalam beberapa tahun terakhir ini, aktivitas menelepon dan SMS digantikan dengan menggunakan aplikasi Line dan Whatsapp yang menyediakan fasilitas chat dan call. Frekuensi menggunakan line, whatsapp dilakukan setiap hari untuk aktivitas berkomunikasi antar teman maupun group-group.

Kedua, aktivitas responden yang termasuk dalam kategori media permainan interaktif paling banyak dilakukan adalah permainan game, game online, menonton film, mendengarkan music/videoklip.

Ketiga, aktivitas responden yang termasuk dalam kategori pencarian informasi - media baru dipandang sebagai perpustakaan dan sumber data yang mudah diakses dan actual. Aktivitas dalam kategori ini yang paling banyak dilakukan adalah searching untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan tugas-tugas kuliah. Mereka mencari ebook sebagai buku wajib dan referensi kuliah. Laptop mereka seperti sebuah perpustakaan mini yang berisi ebook maupun data-data. Mereka paling sering menggunakan google untuk mencari informasi-informasi yang dibutuhkan. Selain untuk keperluan tugas kuliah, responden melakukan searching untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan hobby, minat, event-event maupun produk atau jasa yang diperlukan oleh mereka. Kategori pencarian informasi ini juga termasuk pencarian informasi yang terkait dengan film, iklan, music, videoklip, buku yaitu melalui aktivitas download.

Kategori keempat, aktivitas responden yang termasuk dalam kategori media partisipasi kolektif dimana penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, ide, pengalaman, mengembangkan *relationship* dan membentuk komunitas.

Aktivitas yang dilakukan responden terlibat dalam jejaring sosial baik jejaring sosial berbasis web maupun aplikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden masuk dalam berbagai jejaring sosial yaitu facebook, twitter, path, line, whatsapp, instagram, Google+. Beberapa responden juga memiliki akun untuk jejaring sosial Ask FM, Snapchat. Flitto, Tinder, YGOpro, Deviant Art, Formspring.me. Akan tetapi, temuan penelitian yang menarik dicermati ternyata sebagian besar responden sudah mulai meninggalkan facebook maupun twitter dan beralih ke Path, Line dan Whatsapp. Mereka tetap memiliki akun facebook tetapi tidak aktif menggunakan. Keaktifan responden dalam jejaring sosial sebatas mengubah profil, memposting status, 'like' dan retweet.

Selain terlibat dalam jejaring dan komunitas, aktivitas responden yang termasuk dalam kategori media partisipasi kolektif adalah memposting informasi di blog pribadi. Penelitian ini hanya menemukan 12 orang dari 48 responden yang memiliki blog pribadi. Aktivitas lain yang termasuk kategori ini adalah memposting informasi di website atau blog orang lain dan memberikan comment di situs web atau blog orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden hampir tidak pernah melakukan aktivitas tersebut, hanya beberapa responden yang kadang-kadang membaca blog orang lain ketika responden memerlukan informasi misalnya untuk tugas kuliah. Bahkan menurut beberapa responden, tren menggunakan blog mulai menurun digantikan dengan media sosial untuk sharing informasi.

Aktivitas mengunggah hasil karya sendiri seperti music, film, foto dilakukan melalui jejaring sosial termasuk dalam kategori media partisipasi kolektif. Hasil penelitian ternyata sebagian besar responden pernah mengunggah hasil karya mereka seperti rekaman

film, foto dan lagu melalui Youtube. Jejaring sosial Youtube menjadi tren yang digemari anak-anak muda untuk mengunggah hasil karya apapun. Namun demikian, beberapa responden secara khusus mengunggah karya musik mereka melalui sound-cloud. Sedangkan untuk karya foto paling banyak diunggah responden melalui instagram.

Keterlibatan Dalam Komunitas Online

Penelitian ini mengidentifikasi keterlibatan responden dalam komunitas online. Mayoritas responden menyatakan bahwa keterlibatan mereka dalam komunitas terarah pada media sosial dan group-group yang dibuat berdasarkan project, tugas kuliah, organisasi, dsb. Beberapa komunitas online yang teridentifikasi adalah : facebook, twitter, line, whatsapp, instagram, path, google+, kakao, Ask FM, snapchat, Flitto, Skype, Formspring. me, Tinder, Viber, ooVo, YGOpro, Deviant Art, fotografer.net, penggemar anime. Dalam 2-3 tahun terakhir ini kecenderungan remaja Indonesia terlibat dalam komunitas online terpilah-pilah dalam berbagai media sosial yang ditawarkan. Media sosial Path yang berbasis aplikasi dengan cepat menarik perhatian responden untuk masuk dalam jejaring Path ini. Bahkan beberapa responden mengatakan bahwa Path ini menggantikan fungsi facebook.

Data yang terkumpul menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki akun facebook, twitter, line, Whatsapp, Path dan Instagram. Selain itu, beberapa responden memiliki akun media sosial seperti Ask FM, snapchat, Deviant Art, Tinder, dsb. Lalu seberapa aktif responden terlibat dalam komunitas online ? Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden secara aktif – hampir tiap hari terlibat dalam perbincangan di komunitas yang dibuat melalui

Line, Path, instagram, Whatsapp dan Twitter. Sedangkan facebook hanya dibuka 3-6 kali seminggu bahkan ada beberapa responden yang dalam satu tahun terakhir tidak pernah membuka facebook. Aplikasi media sosial Line, Whatsapp dan Path digunakan untuk membentuk kelompok-kelompok berdasarkan project, komite, tugas kuliah, kelas dan sebagainya.

Bentuk-bentuk kolaborasi yang dilakukan dalam komunitas online masih sebatas pada berbagi informasi terkait tugas kuliah, project, dsb melalui group-group yang dibuat. Budaya masyarakat Indonesia yang senang berkumpul bersama dan bersifat sosial mendukung kecenderungan untuk berbagi informasi, bukan untuk menciptakan konten. Salah satu hambatan budaya partisipasi adalah responden banyak mengakses internet melalui perangkat mobile dan bukan personal computer.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan dalam komunitas online sangat dinamis. Facebook sudah mulai ditinggalkan anak-anak muda, bahkan penggunaan twitterpun sudah mulai menurun. Path mulai digemari anak-anak muda untuk menggantikan facebook. Fenomena ini menunjukkan bahwa anak-anak muda senang mengikuti tren dan media sosial di Indonesia masih menjadi tren.

Simpulan

Simpulan pertama yang bisa ditarik dari temuan penelitian ini adalah responden setiap hari menggunakan telepon seluler cerdas untuk mengakses internet. Aktivitas yang dilakukan mengakses internet terklasifikasi dalam 4 kategori yaitu : 1) media komunikasi interpersonal meliputi aktivitas terkait surat elektronik, telepon, chat secara personal menggunakan line dan whatsapp; 2) media

permainan interaktif, aktivitas yang paling sering dilakukan adalah permainan game dan game online; 3) media pencarian informasi, aktivitas yang dilakukan diantaranya pencarian informasi terkait tugas-tugas kuliah, event-event, produk, dsb; 4) media partisipasi kolektif, aktivitas yang dilakukan masih sebatas keterlibatan dalam media sosial, chatting group, milis group.

Simpulan kedua yang dapat ditarik dalam penelitian ini bahwa kolaborasi sebagai bentuk budaya partisipatif belum banyak dilakukan responden. Partisipasi memang sudah mulai terbangun, namun keaktifan responden masih terbatas pada kegiatan *update status, retwet, share* di sosial media. Responden yang menulis di blog, mengunggah hasil karya dan membuat artikel di Wikipedia masih sangat sedikit. Dengan demikian dapat dikatakan bentuk kolaborasi sebatas pada *content exchange* bukan pada *content creation*. Artinya, konsep prosumer yang ideal belum sepenuhnya terwujud. Implikasi dari dua simpulan tersebut mengerucutkan perlunya literasi tentang pentingnya kolaborasi dalam membangun budaya partisipatif.

Daftar Pustaka

- Castells, M, 2000. *The rise of the network society 2nd edition*. Malden, MA : Blackwell Publishers.
- Jenkins, Henry. 2006 *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press
- _____, 2007. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theory*, London-Thousand

Oaks-New Delhi, Sage Publications

Pacey, Arnold. 2003. *The Culture of Technology*. MIT Press.

Palfrey, John. dan Gasser, Urs. 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. New York.

Potter, James W. 2008. *Media Literacy 4th ed*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Straubhaar & LaRose. 2008. *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology*, Fifth Edition, Thomson Wadsworth

Wood, Andrew F. & Matthew J. Smith, *Online Communication : Linking Technology, Identity and Culture*, Lawrence Erlbaum Associate, 2005

Jurnal

Tomasello, Tami K. & Youngwon Lee & April P. Baer. 'New media' research
publication trends and outlets in communication, 1990-2006. New Media & Society June 2010 12: 531-548,
doi:10.1177/1461444809342762

Joanna Goode, *The digital identity divide: how technology knowledge impacts college students*. New Media & Society May 2010 12: 497-513,
doi:10.1177/1461444809343560

BIODATA PENULIS

R. Nia Kania Kurniawati, A lecturer at Sultan Ageng Tirtayasa University, Serang – BANTEN. Currently she is studying doctoral degree in Padjadjaran University majoring in Communication studies. Has been teaching in many campuses since 2004 and recently became a visiting student at TU Dortmund Germany with the supervision of Prof. Cristoph Schuck. Her latest book is Interpersonal Communication, Concept and Basic Theories (Graha Ilmu, 2014). Other interest of her are about human trafficking and the protection of children in rural areas

Irwansyah merupakan dosen inti penelitian Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Indonesia. Saat ini fokus pada penelitian Bipolar Emotional Response Testing (BERT). Aktif sebagai Ketua Bidang Keilmuan ISKI Pusat.

Primi Rohimi, S.Sos., M.S.I. adalah ibu 2 anak yang berprofesi sebagai dosen jurusan Dakwah dan Komunikasi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus. NIP 198003012006042003. Gelar Sarjana Sosial didapatkan dari Ilmu Komunikasi UNDIP Semarang, Magister Studi Islam konsentrasi Ilmu Dakwah/ Komunikasi Islam didapatkan dari Program Pasca Sarjana IAIN Walisongo Semarang, dan sekarang sedang menempuh S3 Studi Islam di UIN Walisongo Semarang dengan konsentrasi Ilmu Dakwah/Komunikasi Islam. Bidang keahlian sertifikasi profesi adalah Komunikasi Penyiaran Islam. Anggota organisasi profesi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI). Pengurus Lembaga

Dr. Bertha Sri Eko M.Si, dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sejak tahun 2007. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UGM, pendidikan S2 pada Jurusan Ilmu Komunikasi Pasca Sarjana Sahid, dan S3 Ilmu Komunikasi di Universitas Padjajaran. Pengampu Mata Kuliah Pengantar Ilmu Komunikasi, Komunikasi Antar Pribadi, dan Seminar Proposal Penelitian.

Harry, S.I.Kom. M.A, pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Ia menyelesaikan pendidikan S1 dari Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara pada 2011, serta mendapatkan gelar Master of Arts dari Graduate School of Journalism, Chinese Culture University, Taiwan. Minat penelitiannya mencakup peran media serta hubungannya dengan agama dan identitas.

Endah Murwani. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Menyelesaikan Sarjana dari Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang, Magister Ilmu Komunikasi dan Doktor Ilmu Komunikasi dari Universitas Indonesia.

Joice Carroll Siagian. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Tangerang. Menyelesaikan Sarjana dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung, Magister Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran dan sedang menyelesaikan studi S3 Ilmu Komunikasi di Universitas Padjadjaran Bandung.

ISBN : 978-602-95532-9-1



Universitas Multimedia Nusantara
Scientia Garden Jl. Boulevard Gading Serpong, Tangerang
Telp. (021) 5422 0808 | Fax. (021) 5422 0800