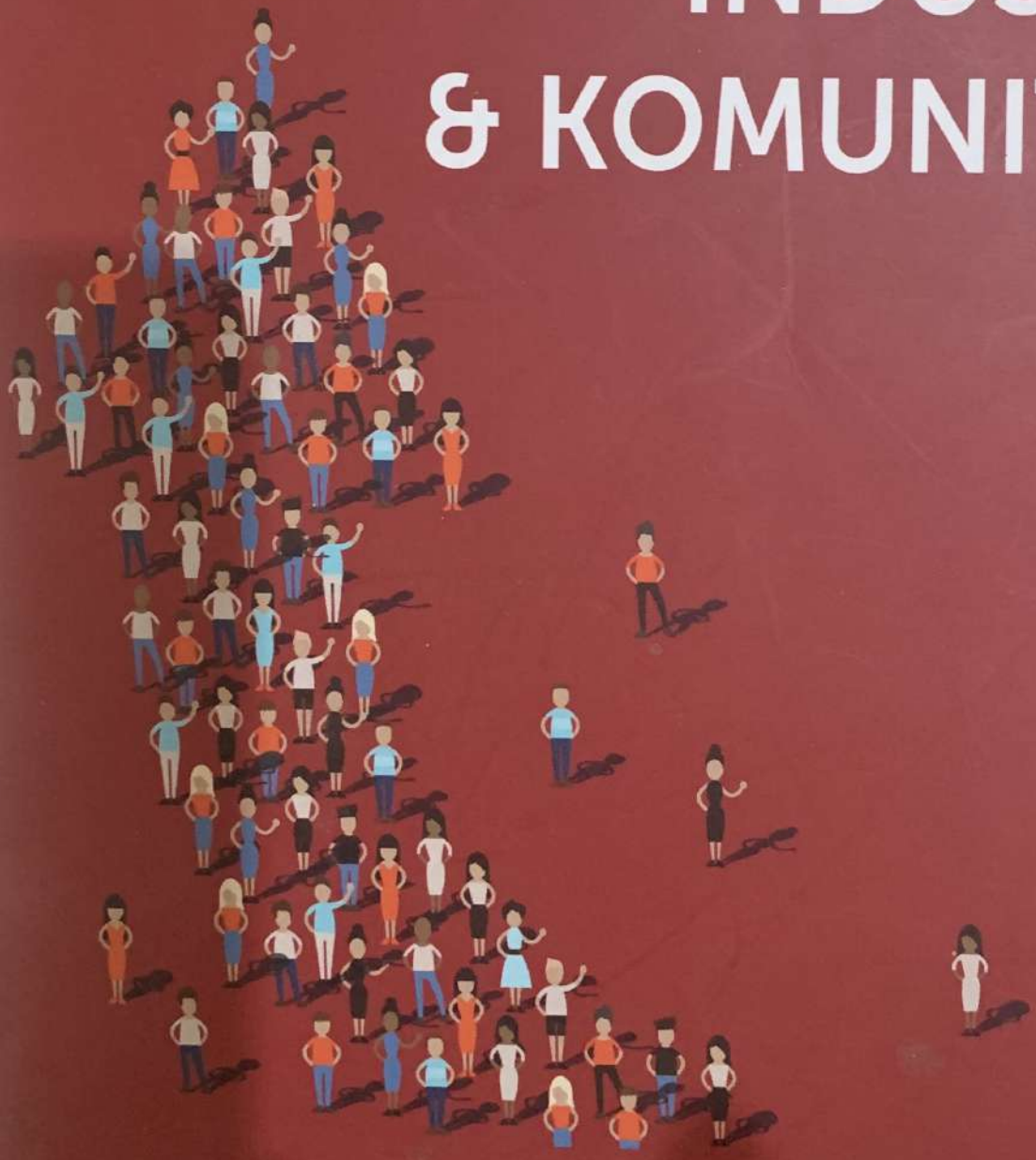
ICCIC

International Conference of Communication Industry and Community, Bali 2016

PROSIDING ICCIC :

KOMUNIKASI INDUSTRI & KOMUNITAS



Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

1

PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE OF COMMUNICATION, INDUSTRY AND COMMUNITY

Cetakan ke-1, Februari 2016
Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
Seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Editor:
Widayatmoko, Septia Winduwati

Desain dan tata letak:
Xenia Angelica

Cetakan ke-1, Jakarta, FIKom UNTAR 2016
ix-385 hlm, ukuran 7,17 x 10,12 inch

ISBN: 978-602-74139-1-7

Diterbitkan oleh:
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
Jl. Letjen S. Parman No. 1
Jakarta Barat 11440

PROCEEDING INTERNATIONAL CONFERENCE OF COMMUNICATION, INDUSTRY AND COMMUNITY

Reviewer:

Ahmad Djunaidi
Asep Muhtadi
Atwar Bajari
Chairy
Dorien Kartikawangi
Eko Harry Susanto
Endah Murwani
I Nengah Duija
Juliana Abdul Wahab
Kurniawan Hari Siswoko
Nurdin Abd Halim

KATA PENGANTAR

International Conference of Communication, Industry and Community atau ICCIC mengajak untuk melihat fenomena dan realitas sosial. Pertumbuhan pesat di sektor ini telah bersinggungan dengan praktek perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang bersinggungan dengan praktik perkembangan media industri serta komunitas di kehidupan masyarakat yang sangat dinamis. Ilmu komunikasi tidak dapat disangkal memiliki kontribusi besar pada perkembangan bisnis dan usaha bidang industri, baik di segi pemasaran, pengembangan *branding* dan *image* serta pembangungan masyarakat.

Pada kesempatan ini *International Conference Of Communication, Industry And Community* mengundang seluruh akademisi; praktisi baik dari pihak industri komersial, pihak pemerintah dan praktisi media; mahasiswa, dan peneliti, untuk berpartisipasi dalam Call For Paper ICCIC 2016. Penyelenggaraan *International Conference Of Communication, Industry And Community* dapat terselenggara berkat kerjasama antara Fakulras Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara berkolaborasi dengan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri di Bali. Subtema dalam *International Conference Of Communication, Industry And Community* adalah *media industry, Public Relations, communication & community, marketing communication, communication tourism industry and creative economy*.

Setiap paper yang masuk ke dalam prosiding ICCIC telah melalui serangkaian proses review oleh tim reviewer yang berasal dari delapan institusi berbeda. Jumlah paper yang diterima dalam ICCIC 2016 berjumlah 135 paper yang dibagi kedalam empat jilid buku prosiding.

Akhirnya kami mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri, pihak sponsor, media partners, tim reviewer, Pimpinan Universitas, dan panitia yang telah bekerja keras untuk mewujudkan konferensi ini terlaksana.

Ketua Pelaksana ICCIC 2016

Suzy Azeharie

KATA PENGANTAR

Suatu kehormatan bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara untuk dapat menyelenggarakan acara *International Conference Of Communication, Industry And Community* berkolaborasi dengan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri. Konferensi internasional ini diselenggarakan sebagai wahana untuk mengembangkan dan berbagi pengetahuan khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

Dewasa ini, Ilmu Komunikasi menjadi salah satu kajian yang semakin menarik perhatian khalayak terlebih lagi dengan hadirnya media baru sebagai salah satu sarana potensial dalam meningkatkan peradapan manusia di berbagai aspek kehidupan. Tidak dapat dipungkiri bahwa Ilmu Komunikasi telah banyak memberikan kontribusi bagi perkembangan industri dan masyarakat.

Di industri media selain perkembangan media arus utama (*mainstream*) kemunculan portal *media online* menunjukkan pemanfaatan konvergensi media yang banyak diminati khalayak. Media baru serta pengaplikasian Ilmu Marketing Komunikasi juga dimanfaatkan oleh pihak industri, baik industri kecil, menengah maupun besar guna meningkatkan pelayanan dan memaksimalkan eksistensinya di dunia persaingan bisnis sekaligus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Di kalangan masyarakat, Ilmu Komunikasi dianggap mampu untuk membedah isu-isu sosial dan budaya yang ada. Ilmu Komunikasi juga dimanfaatkan untuk mengembangkan komunitas yang kuat dan mampu bersaing di dunia internasional.

Pada kesempatan ini, selayaknya saya menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung terlaksananya acara ini – pimpinan Universiti Sains Malaysia dan Institut Hindu Dharma Negeri, pihak sponsor, media partners, tim reviewer, Pimpinan Universitas, dan panitia yang telah bekerja keras untuk mewujudkan konferensi ini terlaksana.

Plh Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR.

Widayatmoko

PANITIA ICCIC

Penanggung Jawab	**:** Dr. Eko Harry Susanto, M.Si
Ketua Steering Committee	**:** Drs. Widayatmoko, MM, M.Ikom
Wakil Ketua SC	**:** Dr. Riris Loisa, M.Si

Panitia Pelaksana

Ketua	: Dra. Suzy S. Azeharie, M.A., M.Phil
Wakil Ketua	: Septia Winduwati, S,Sos., M.Si
Sekretaris	: Lusia Savitri Setyo Utami, S.Sos., M.Si
Bendahara	: Candra Gustinar
Koordinator Humas	: Yugih Setyanto, S.Sos, M.Si
Sponsorship dan LO	: Wulan Purnama Sari, S.Ikom., M.Si
Publikasi & Dokumentasi	: Xenia Angelica Wijayanto, S.H., M.Si
Koordinator Acara	: Sinta Paramita, SIP, MA
Perlengkapan	: Ady Sulistyo

DAFTAR ISI

REVIEWER i
KATA PENGANTAR Ketua Panitia ICCIC ii
KATA PENGANTAR Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi UNTAR iii
PANITIA ICCIC iv

Lokalisasi Sistem Penyiaran Di Aceh: Analisis Terhadap Harapan, Peluang Dan Tantangan
Hamdani M. Syam, Khairulyadi, Bukhari ..... 1 – 17

Lisensi Sebagai Alternatif Strategi Bisnis Media Cetak Olahraga Di Indonesia
Narayana Mahendra Prastya ..... 18 – 30

Manajemen Radio Islam: Pergulatan AntaraIdeologi Dan Eksistensi
Puji Hariyanti ..... 31 – 42

Logika Jangka Pendek Jurnalisme Online (Studi Kasus Replubika Online)
Ratna Puspita ..... 43 – 57

Dampak Penggunaan Smartphone Pada Perubahan Perilaku Anak
Taufik Suprihatini ..... 58 – 68

Situs *Online Dating* Sebagai Sarana Membangun Hubungan Romantis Berkomitmen
Reni Dyanasari, Tatya Mutiara Annisa ..... 69 – 79

Gaya Hidup Dan Perilaku Seksual Pengguna C*ybersex* (Studi Kasus: Pada Mahasiswa Di Kota Padang)
Elva Ronaning Roem ..... 80 – 93

Fenomena Perilaku Narsisme Di Instagram (Studi Fenomenologi Laki-Laki Metroseksual)
Welly Wirman, Emia Vintanta Kb, Eoudia Stefanie ..... 94 –104

Ujaran Kebencian: Membangun Literasi Era Digital
Benedictus A.S ..... 105 –113

Pengalihan Ekspresi Wajah Dengan Emoticon Media Sosial
(Studi Kasus: Penggunaan Stiker Pada Aplikasi *Line*)
Cicy Amelia, Desy Kurnia Wati 114–124

Long Distance Communications (Ldc) (Perilaku Penggunaan
Line Bagi Pasangan Hubungan Jarak Jauh)
Feby Diani Bosma, Cicilia Margarettha 125–135

Konsep Diri Stalker Di Media Sosial
(Study Kasus Stalking Mantan Kekasih)
Vindriana Adios, Randi Saputra 136–144

Tingkat Literasi Media Internet Mahasiswa Konsentrasi Ilmu
Komunikasi Dan Media Pascasarjana Ilmu Komunikasi
Fisipol Ugm
Clara Novita Anggraini 145–159

Media Digital Dalam Menciptakan Kesadaran Bermedia
(Studi Kasus: Sanggar Ananda)
Meilani Dhamayanti 160–166

Wattpad: Aplikasi Media Sosial, Media Convergence And
Participatory Culture
Fatma Dian Pratiwi 167–174

Penggunaan Tahapan *E-Learning* Dalam Sistem Pembelajaran
Mahasiswa Dan Identifikasi Permasalahan Sistem *E-Learning*
Berliana Sinaga, Devriani Rasitha Davron 175–185

Memahami Wacana "Korban" Pada Konflik Personal
Selebgram Perempuan
Hapsari Dwiningtyas Sulistyani 186–198

Representasi Opini Publik Di Media Sosial (Kasus Meme
Bekasi Di Media Sosial Path Dan Twitter)
Fitrie Handayani, Siti Dewi Sri Rs, Wira Respati 199–207

Aktivitas Budaya Partisipatif Remaja Dalam Menggunakan
Media Baru
Endah Murwani, Indiwan Seto W, .Joice Caroll S 208–220

Imbangi Hegemoni Jurnalisme *Mainstream* Melalui
Jurnalisme Warga
Feri Ferdinan Alamsyah 221–233

Apa Yang Memungkinkan Jurnalisme Warga Terselenggara?
Kajian Terhadap Minat, Motivasi, Dan Jejaring Sosial Online
Devie Rahmawati 234–240

Citizen Journalism Di Koran Konvensional (Studi Deskriptif Isi
Rubrik *Citizen Journalism* Di Koran Tribun Jogja)
Yanti Dwi Astut, Lukman Nusa 241–250

Representasi Media Dalam Menampilkan Masa Lalu:
Studi Media Memori Atas Berita Penyelesaian
Kasus-Kasus Pelanggaran Ham
Doddy Salman 251–257

Komodifikasi Wartawan Dalam Industri Media
Metha Madonna 258–264

Persaingan Stasiun Televisi Dengan Internet Untuk Meraih Iklan
M. Adi Pribadi, M. Gafar Yoedtadi, Kurniawan Hs 265–274

Radio Komunitas Dan Pemberdayaan Masyarakat Perdesaan
Ika Yuliasari, Euis Komalawati 275–287

Keterlibatan Audiens Dengan Media Personae
(Studi Pada Proses Terbangunnya Hubungan Semu Antara
Penggemar Dengan Idola Dalam Program Acara *Running Man*)
Desideria Lumongga Dwihadiah Leksmono 288–299

Pengukuran Afek (*Mood*) Secara Kuantitatif Sebagai
Motivasi Individu Dalam Mengkonsumsi Media Hiburan Interaktif
Mochammad Kresna N 300–310

Kekuatan Media Massa Televisi Dan Konteks
Sosial Budaya Dalam Mengkonstruksi Relasi Jender
Sri Budi Lestari 311–320

Membaca Pilihan Penonton Pada Program Acara Ftv
Di Televisi Swasta Indonesia
Rama Kertamukti, Niken Puspitasari 321–331

Alay Sebagai Bagian Dari Industri Media
Dicky Andika 332–338

Pelanggaran Etika Dalam Kerja Jurnalistik Di Industri
Media Indonesia (Pemetaan Kasus-Kasus Pelanggaran Etika
Dan Kode Etik Oleh Jurnalis Indonesia)
Bonaventura Satya Bharata 339–353

Ledakan Maklumat Dan Teknologi Komunikasi
Baru Di Bawah Bayu
Intan S. Ibrahim, Nor Hs, Juliana A. Wahab, Suhaimi S 354–363

Karikatur-Karikatur Charlie Hebdo: Ekspresi Kebebasan
Atau Kebencian?
Triyono Lukmantoro 364–377

Konstruksi Realitas Bencana Pada Berita Banjir Jakarta
Suraya 378–385

ISBN: 978-602-74139-1-7

AKTIVITAS BUDAYA PARTISIPATIF REMAJA DALAM MENGGUNAKAN MEDIA BARU

Endah Murwani, Indiwan Seto Wibowo, Joice Caroll Siagian
Universitas Multimedia Nusantara
endahmurwani@umn.ac.id

Abstract

This research is motivated digital natives growing phenomenon in Indonesia. The new media has become a center for the life of young people who provide ease of access and interaction opportunities wider and faster to build a social network, a means of expression, share ideas and opinions. The potential use of this new media form a community of convergence that leads to a participatory culture and allows people to become prosumer - producers and consumers. The question is whether digital natives Indonesia has been using new media optimally to be an innovator, producer or contributors can change the media environment? This study aims to identify the youth participatory cultural activities, in this case the high school students in Jakarta. Reference the underlying concept of this study is the participatory culture of new media from Henry Jenkins is classified in the category of affiliation, expression, collaborative problem solving and circulation. The study used survey method, by taking a sample of 200 high school students in Jakarta through multistage sampling technique. The results showed that: 1) affiliate activity has been carried out by joining the various social networks; 2) While the expression activity which produces creative content, not many high school students do. The position they still tend as a connoisseur and observer creative contents; 3) For the activity of collaboration - although limited in scope but has already done the Jakarta high school students, especially in cooperation complements and completing school assignments; 4) For the circulation activity - a form of participatory culture which distributes the flow of information, do a lot of activities that are particularly podcasting download music, movies, programs. While blogging is still less do. Therefore a literacy about forms of participatory culture that is more productive content creation.

Keywords: *partisipatory culture, affiliation, expression, collaboration, sirculation*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi fenomena tumbuhnya digital natives di Indonesia. Media baru telah menjadi tempat pusat bagi kehidupan anak-anak muda yang memberikan akses kemudahan dan kesempatan interaksi yang semakin luas dan cepat untuk membangun jejaring sosial, sarana berekspresi, berbagi gagasan dan pendapat. Potensi penggunaan media baru ini membentuk masyarakat konvergensi yang mengarah pada budaya partisipatif dan memungkinkan orang-orang menjadi prosumer - produsen sekaligus konsumen. Persoalannya adalah apakah *digital natives* Indonesia telah menggunakan media baru secara optimal untuk menjadi inovator, produser atau kontributor yang bisa merubah lingkungan

ISBN: 978-602-74139-1-7

media ? Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi aktivitas budaya partisipasif para remaja, dalam hal ini pelajar SMA di DKI Jakarta. Acuan konsep yang mendasari penelitian ini adalah budaya partisipatif media baru dari Henry Jenkins yang diklasifikasikan dalam kategori afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif dan sirkulasi. Penelitian menggunakan metode survey, dengan mengambil sampel 200 pelajar SMA di DKI Jakarta melalui teknik multistage sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) aktivitas afiliasi telah dilakukan dengan bergabung dalam berbagai jejaring sosial; 2) Sedangkan aktivitas ekspresi yang menghasilkan konten kreatif, belum banyak dilakukan para pelajar SMA. Posisi mereka masih cenderung sebagai penikmat dan pengamat konten-konten kreatif; 3) Untuk aktivitas kolaborasi – meskipun dalam lingkup terbatas tetapi sudah dilakukan para pelajar SMA DKI Jakarta, terutama dalam kerjasama melengkapi dan menyelesaikan tugas-tugas sekolah; 4) Untuk aktivitas sirkulasi – bentuk budaya partisipatif yang mendistribusikan aliran informasi, aktivitas yang banyak dilakukan adalah *podcasting* terutama mengunduh musik, film, program acara. Sedangkan *blogging* masih kurang dilakukan. Oleh karenanya diperlukan literasi tentang bentuk-bentuk budaya partisipatif yang lebih produktif yaitu kreasi konten.
Kata Kunci: *budaya partisipatif, afiliasi, ekspresi, kolaborasi, sirkulasi*

Pendahuluan

Fenomena *digital natives* sedang tumbuh di Indonesia. Hal ini tampak tergambar dari data statistik yang dikeluarkan oleh www.internetworldstats.com yang menunjukkan bahwa pengakses internet di wilayah Asia, Indonesia menempati urutan kelima setelah China, Jepang, India, dan Korea Selatan. Data yang dilansir oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) juga menunjukkan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Tahun 2014 penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mencapai 88,1 juta orang atau 34.9% dari total penduduk Indonesia. Berdasarkan usia pengguna, hampir setengah dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yakni 49% adalah berusia 18-25 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa segmen pengguna internet di Indonesia adalah mereka yang termasuk dalam kategori *digital natives*. Sedangkan alat yang digunakan untuk mengakses internet mayoritas menggunakan telepon selular (85%).

Demikian pula dari sisi penggunaan media komunikasi, jejaring sosial telah mengubah cara orang berinteraksi. Jejaring sosial telah menggeser penggunaan email dan *messenger* sebagai sarana orang berkomunikasi. Munculnya jejaring sosial baru yang menawarkan layanan fitur-fitur lebih lengkap menggeser juga jejaring sosial yang telah ada sebelumnya. Bila 2-3 tahun yang lalu *facebook* dan *twitter* masih bertengger sebagai jejaring sosial dengan jumlah pengguna terbanyak. Akan tetapi, saat ini para remaja berangsur-angsur beralih ke jejaring sosial dan layanan aplikasi berbasis web seperti Instagram, Path, Snapchat dan LINE. Data yang dilansir bulan Agustus 2015

ISBN: 978-602-74139-1-7

memperlihatkan trend penggunaan media LINE oleh para remaja, menempatkan Indonesia menjadi negara ke 3 terbesar penggunaan LINE.

Hasil penelitian diatas memperlihatkan bahwa media baru telah menjadi tempat pusat bagi kehidupan sosial dan budaya anak-anak muda. Kekuatan besar media baru ini telah digenggam oleh anak-anak muda. Dunia masa depan adalah dunia para *digital natives*. Budaya dan gaya hidup masa depan adalah budaya dan gaya hidup *digital natives*. Bagi mereka, media baru memberikan akses kemudahan dan kesempatan interaksi yang semakin luas dan cepat untuk membangun jejaring sosial, sarana berekspresi, berbagi gagasan dan pendapat. Menurut Livingstone (2002 : 2) 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.

Paparan diatas memperlihatkan bahwa budaya partisipatif ini sangat potensial sehingga remaja perlu dikembangkan kemampuan untuk menjadi produser, kreator dan distributor yang mumpuni. Persoalannya, apakah *digital native* Indonesia hanya berbangga sebagai pengguna internet dan jejaring sosial terbesar ? apakah *digital native* Indonesia telah menggunakan media baru secara optimal untuk menjadi inovator, produser atau kontributor yang bisa merubah lingkungan media ?

Untuk itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi aktivitas budaya partisipatif remaja melalui jejaring sosial ke dalam kategori afiliasi, ekspresi, pemecahan masalah kolaboratif dan sirkulasi

Tinjauan Pustaka

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

ISBN: 978-602-74139-1-7

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 menempatkan 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) Afiliasi – keanggotaan formal dan informal dalam kelompok atau komunitas online seperti *facebook*, *twitter* ataupun *mailing list;* 2) Ekspresi – menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru seperti *fan fiction;* 3) Penyelesaian Masalah Kolaboratif – bekerjasama dalam tim, formal dan informal – untuk melengkapi tugas dan mengembangkan pengetahuan baru (misal melalui Wikepedia); 4) Sirkulasi – membentuk aliran media (seperti *podcasting* atau *bogging*).

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).

Metodelogi

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran umum (deskripsi) tentang aktivitas budaya partisipatif para pelajar SMA dalam jejaring sosial. Metode survey dipilih dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dan disebarkan pada para pelajar SMA di DKI Jakarta

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelajar SMA di DKI Jakarta. Pelajar SMA dipilih sebagai obyek penelitian, dengan pertimbangan sebagai berikut : 1) pelajar SMA termasuk dalam kategori usia remaja; 2) pelajar SMA merupakan *digital native* yang diasumsikan lahir dan tumbuh dalam era media baru; 3) pelajar SMA potensial untuk dikembangkan budaya partisipatif dalam komunitas on line.

Mengenai dipilihnya wilayah DKI Jakarta, penelitian ini merujuk pada hasil survey APJII tahun 2014 bahwa pengguna internet didominasi oleh mereka yang tinggal di wilayah urban Indonesia. Artinya, fenomena gaya hidup *digital native* bertumbuh di Jakarta sebagai kota urban dan metropolitan.

Dari data yang diperoleh Dinas Pendidikan Provinsi DKI Jakarta terdapat sebanyak 116 SMA Negeri dan 426 SMA Swasta yang tersebar di 5 wilayah kotamadya DKI Jakarta. Sedangkan teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probabalitas, yakni area sampling. Lima kotamadya yang ada di DKI Jakarta diasumsikan sebagai area. Dalam upaya memperoleh

ISBN: 978-602-74139-1-7

keterwakilan dari berbagai kondisi, pemilihan sampel dilakukan melalui beberapa tahap. Langkah-langkah pengambilan sampel dilakukan dengan prosedur sebagai berikut

a. Langkah pertama menentukan 2 SMA (SMA Negeri dan SMA Swasta) yang berada di masing-masing wilayah kotamadya. Pemilihan dilakukan secara acak atas sekolah yang berada pada masing-masing wilayah kotamadya.
   Langkah ini menghasilkan 10 SMA Negeri dan SMA Swasta yang berada di 5 wilayah kotamadya di DKI Jakarta yaitu : SMA Negeri 112, SMA Tunas Muda, SMA Negeri 8, SMA Islam Al Azhar 1, SMA Negeri 68, SMA Muhamadiyah 1, SMA Negeri 81, SMA Kristen Penabur 7, SMA Negeri 45, SMA Don Bosco.
b. Langkah kedua memilih sampel secara acak dari populasi di SMA Negeri-SMA Swasta terpilih. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan populasi dari masing-masing SMA Negeri-SMA Swasta yang terpilih di wilayah kotamadya DKI Jakarta yaitu sebanyak 200 responden.

Kuesioner disebarkan kepada responden terpilih dalam rentang waktu dari tanggal 26 Agustus – 15 September 2015.

Hasil Temuan dan Diskusi

Pemetaan aktivitas budaya partisipatif responden dalam menggunakan media baru dikategorikan menjadi : 1) Afiliasi, penggunaan media baru menjadikan keanggotaan formal maupun informal dalam komunitas online; 2) Ekspresi, penggunaan media baru menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru; 3) Penyelesaian masalah kolaboratif - penggunaan media baru untuk bekerjasama dalam tim, baik secara formal maupun informal, untuk menyelesaikan tugas dan mengembangkan pengetahuan baru. 4) Sirkulasi, media baru digunakan untuk membentuk sirkulasi media.

Afiliasi

Hasil penelitian memperlihatkan seluruh responden telah bergabung dalam keanggotaan dari berbagai jejaring sosial seperti Path, Instagram, Snapchat, Twitter maupun layanan aplikasi web seperti LINE dan Whatsapp. Jejaring sosial yang digunakan para remaja mengalami pergeseran, Facebook dan Twitter mulai ditinggalkan dan beralih ke LINE, Instagram, Path dan Snapchat.

Dari berbagai jejaring sosial, responden paling aktif menggunakan aplikasi LINE. Hampir seluruh responden (90.6%) mengaku setiap hari membuka dan aktif terlibat dalam LINE. Aktivitas yang dilakukan mayoritas responden dalam menggunakan LINE adalah untuk chatting dan mengecek group-group LINE. Hasil diskusi terbatas dengan FGD terungkap pula bahwa mereka tergabung dalam group-group LINE untuk memudahkan komunikasi diantara mereka terkait dengan tugas-tugas sekolah, kepanitiaan, dan sebagainya.

Instagram merupakan jejaring sosial yang aktif digunakan responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa 62.5% responden aktif menggunakan

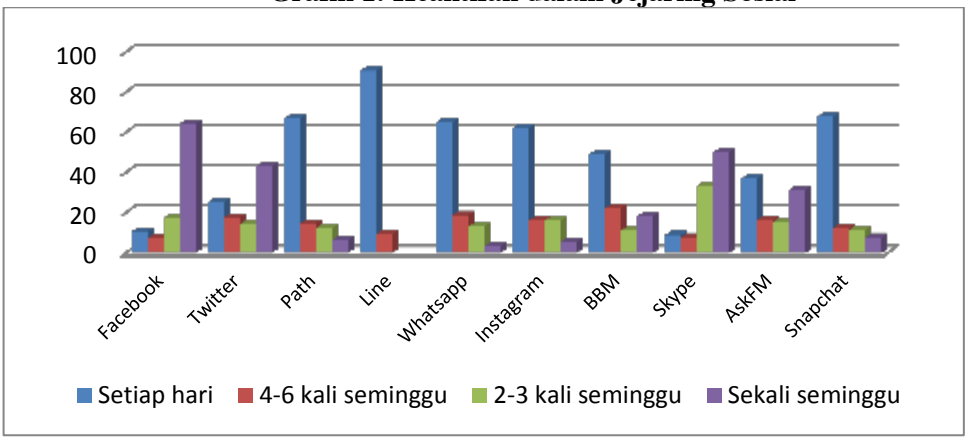
ISBN: 978-602-74139-1-7

Instagram setiap hari. Aktivitas yang dilakukan ketika menggunakan Instagram adalah untuk posting foto dan video, 'stalking' – mengikuti aktivitas seseorang melalui akun Instagram dengan melihat foto-foto yang diposting. Bagi para pelajar yang hobi fotografi dan videografi, media sosial Instagram merupakan media yang digunakan untuk unjuk karya kreatif fotografi dan videografi, bahan perbandingan dan sarana belajar dengan teman-teman dalam jejaring sosial Instagram.

Temuan menarik yang ditemukan dalam penelitian ini adalah menurunnya keaktifan dalam menggunakan jejaring sosial *Twitter* dan *Facebook*. Dari 182 responden yang memiliki akun Twitter, hanya 25.2% responden yang masih aktif setiap hari membuka Twitter. Fenomena ini merupakan anti klimaks dimana pada tahun 2012-2013 pengguna twitter di Indonesia termasuk peringkat 3 pengguna terbanyak di dunia dan pengguna yang aktif berkicau. Akan tetapi tanda-tanda Twitter mulai ditinggalkan para remaja sudah mulai tampak pada tahun 2014, ketika mulai muncul aplikasi-aplikasi lainnya. Temuan ini semakin memperkuat data dari Digital Spy (Antara News 29 Oktober 2015) dimana pertumbuhan jumlah pengguna tahun ke tahun dilaporkan hanya 8% per akhir September 2015, angka yang jauh lebih sedikit dibanding tahun 2014 dengan pertumbuhan 23%.

Demikian pula halnya dengan jejaring Facebook yang lebih dulu mengalami nasib serupa Twitter – mulai ditinggalkan responden. Temuan penelitian menunjukkan hanya 10.7% dari 173 responden yang memiliki akun facebook aktif menggunakan Facebook setiap hari.

Grafik 1: Keaktifan dalam Jejaring Sosial



Namun secara garis besarnya, aktivitas yang dilakukan responden dalam jejaring sosial sebagian cenderung dapat dikategorikan pasif - hanya untuk *'stalking'* yakni memantau atau mengikuti aktivitas yang dilakukan pengguna jejaring sosial. Aktivitas berbagi konten seperti informasi, pengetahuan, pengalaman, ide, foto, video masih belum optimal. Oleh karenanya, meskipun seluruh responden sudah bergabung dalam jejaring sosial dan komunitas online,

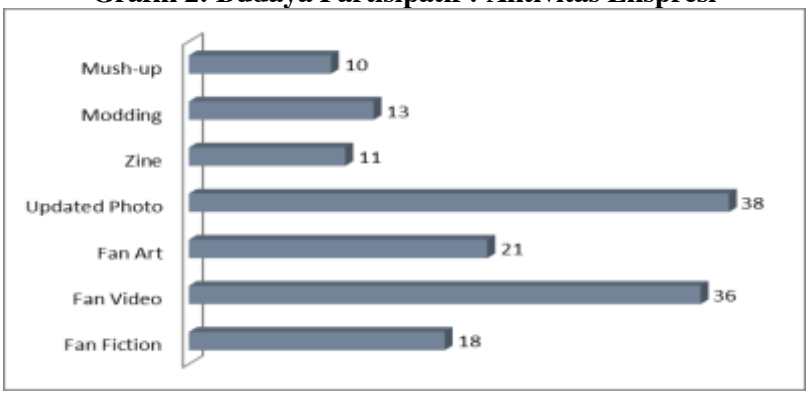
ISBN: 978-602-74139-1-7

potensi untuk mengoptimalkan afiliasi sebagai bentuk budaya partisipatif ini perlu segera dilakukan.

Ekspresi

Bentuk budaya partisipatif yang kedua adalah ekspresi, penggunaan media baru menghasilkan bentuk-bentuk kreatif baru seperti *Fan Fiction*, *Fan Vdeo, Fan Art, Updated Photo, Zine, Mush-up,Moding* dan *skining*.

Grafik 2: Budaya Partisipatif : Aktivitas Ekspresi



Hasil penelitian menunjukkan hanya 18% responden mengaku pernah menulis Fan Fiction yang biasa disingkat FanFic. FanFic ini merupakan sebuah karya yang dibuat oleh penggemar (fans) berdasarkan pada kisah, karakter atau setting yang sudah ada. FanFic bisa berlaku untuk film, TV, komik, novel, selebritis dan karakter terkenal lainnya yang diceritakan menurut persepsi mereka. Selebihnya mereka hanya penikmat dan pengamat FanFic atau disebut sebagai *silent reader*, melalui situs-situs blog komunitas FanFic yang paling terkenal yaitu www.fanfiction.com atau www.fanfiction.net yang merupakan komunitas terbesar penulis FanFic dunia.

Sedangkan untuk Fan Video, sebesar 36% responden pernah membuat fan video. Selebihnya para responden menjadi penikmat fan video. Sementara untuk Fan Art, sebanyak 16% responden yang telah menghasilkan suatu hasil karya seni yang berdasarkan pada suatu karakter/kostum/cerita. Untuk *updated photo*, sebanyak 38% responden menyatakan pernah melakukannya dengan aplikasi-aplikasi seperti Photoshop, Corell Draw, atau aplikasi yang ada dalam telepon selular, seperti InstaMag,

Bentuk ekspresi lainnya adalah Zine, yakni suatu bentuk publikasi yang diterbitkan oleh pembuatnya – otonom dan non komersial. Hasil penelitian menunjukkan hanya 11% responden yang pernah membuat Zine. Sedangkan *modding* – suatu bentuk ekspresi yang berkaitan dengan memodifikasi/mengedit telepon seluler baik *software* maupun *hardware*. Sebanyak 13% responden mengaku pernah melakukan aktivitas *modding* dengan memodifikasi telepon

ISBN: 978-602-74139-1-7

seluler yang standar menjadi lebih lengkap. Selain itu, ada yang pernah melakukan *modding games*.

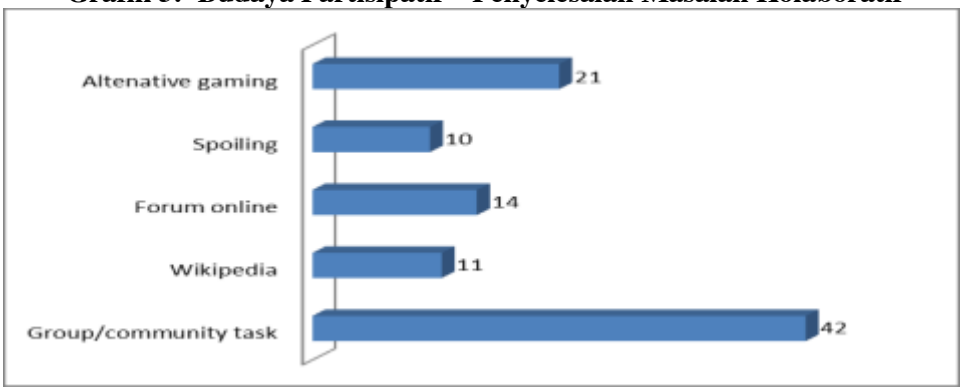
Bentuk budaya partsipatif ekspresi lainnya adalah Mashup – aplikasi web yang mengkombinasikan data lebih dari satu sumber ke dalam satu aplikasi yang terintegrasi. Mashup bisa dilakukan untuk music maupun video. Music Mashup merupakan teknik menggabungkan dua lagu atau lebih menjadi satu lagu secara online, sedangkan Video Mashup adalah teknik pengeditan video secara online yang menggabungkan berbagai sumber seperti videoklip, suara, lagu, foto, grafik mupun efek khusus yang diolah dan ditampilkan menjadi video yang lebih lengkap. Dari data yang terkumpul di lapangan, hanya 10% responden yang menyatakan pernah melakukan mashup video dan musik.

Secara keseluruhan hasil penelitian memperlihatkan belum optimalnya aktivitas para pelajar SMA di DKI Jakarta menghasilkan konten kreatif dan inovatif, terutama menulis *Fan Fiction, Zine, Modding dan Mashup*. Posisi para pelajar masih cenderung sebagai penikmat dan pengamat bentuk-bentuk kreatif tersebut. Bentuk ekspresi budaya partisipatif ini perlu dikembangkan sehingga para pelajar SMA DKI Jakarta bisa menjadi *creator* dan *innovator* bukan hanya sebagai *silent reader*.

Penyelesaian Masalah Kolaborasi

Hasil penelitian memperlihatkan kolaborasi sebagai bentuk budaya partisipatif sudah dilakukan para siswa SMA DKI Jakarta, terutama dalam kerjasama melengkapi dan menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Selain itu, sebagian sudah melakukan kolaborasi project melalui keanggotaan mereka dalam komunitas online, terutama untuk alternative gaming. Meskipun sifat kolaborasi ini masih dalam lingkup sekolah dan komunitas, setidaknya akan memberikan peluang untuk melakukan kolaborasi dalam lingkup lebih luas.

Grafik 3: Budaya Partisipatif – Penyelesaian Masalah Kolaboratif



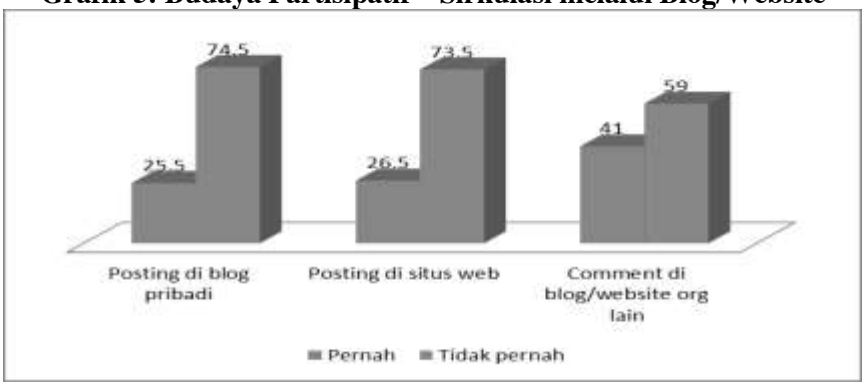
Sirkulasi

Bentuk budaya partisipatif yang keempat adalah sirkulasi – kegiatan membentuk aliran informasi dalam media baru. Salah satu bentuk sirkulasi media

ISBN: 978-602-74139-1-7

adalah *blogging* dan *podcasting*. *Blogging* adalah aplikasi web yang berupa tulisan atau gambar – sebagai suatu cara mengkomunikasikan gagasan, pikiran atau ide-ide. Penelitian ini hanya menemukan hanya 25.5% dari 200 siswa SMA di DKI Jakarta yang memiliki blog pribadi. Beberapa orang yang memiliki blog pribadi mengaku sudah tidak aktif lagi untuk memposting informasi dan karya diri sendiri.

Grafik 5: Budaya Partisipatif – Sirkulasi melalui Blog/Website



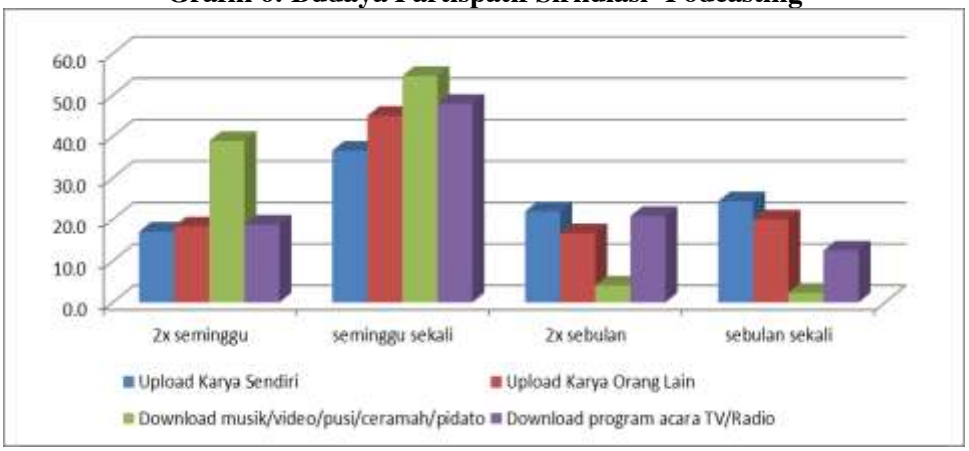
Aktivitas lain yang termasuk kategori *blogging* adalah memposting informasi di website atau blog orang lain dan memberikan *comment* di situs web atau blog orang lain. Hasil penelitian menunjukkan hanya 26.5% responden yang pernah melakukannya. Demikian pula dengan aktivitas memberikan komentar di web dan blog orang lain, lebih dari separuh responden (59%) mengaku tidak pernah melakukan aktivitas tsb.

Dari 51 responden yang memiliki blog pribadi, data yang terkumpul menunjukkan sebanyak 45,1% responden memposting seminggu sekali di blog pribadinya. Hal-hal apa saja yang diposting oleh responden di blog pribadinya ? Menurut penuturan responden, yang diposting biasanya adalah kegiatan yang dilakukan di sekolah, pengalaman menarik dan unik.

Bentuk budaya partisipasi sirkulasi lainnya adalah Podcasting yang merupakan jenis media digital terdiri dari serangkaian episodic audio, video radio, PDF atau file ePub berlangganan dan download melalui sindikasi web atau streaming secara online ke komputer atau telepon seluller. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 43% responden telah melakukan aktivitas download program acara TV maupun radio dalam computer atau telepon seluler dengan streaming online. Sedangkan untuk download lagu, music, pidato, ceramah, dan sebagainya – sebanyak 86% responden pernah melakukan aktivitas download ini, terutama melalui Youtube.

ISBN: 978-602-74139-1-7

Grafik 6: Budaya Partispatif Sirkulasi- Podcasting



Data-data yang tertera dalam table diatas, memperlihatkan bahwa aktivitas upload karya sendiri baik berupa music, video, puisi, dan sebagainya dilakukan seminggu sekali oleh 36.6% dari 41 responden, 24.4% responden melakukannya hanya sebulan sekali. Sedangkan frekuensi responden mengunggah karya orang lain dalam penelitian ini mencapai 60 responden. Dari 60 responden yang pernah mengunggah karya orang lain, sebanyak 45% melakukannya seminggu sekali dan 18.3% responden melakukannya 2x seminggu. Sebaliknya, responden yang melakukan aktivitas download sebanyak 172 orang. Temuan penelitian memperlihatkan lebih dari setengah jumlah responden (54.7%) melakukan download music/video, dsb bahkan 39% responden melakukannya 2x seminggu. Sementara responden yang pernah melakukan aktivitas download program acara TV dan radio online, 47.9% diantaranya melakukan download setiap minggu.

Benang merah yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah aktivitas-aktivitas penggunaan media baru masih cenderung sebatas sebagai *consumer*, belum mengarah pada prosumer (produser sekaligus consumer) dan budaya partisipatif. Dari pemetaan penggunaan media baru dan bentuk budaya partisipatif diatas, dapat dikatakan tingkat penggunaan media baru termasuk tinggi akan tetapi aktivitas-aktivitas yang dilakukan masih sebatas pada *content exchange* bukan pada *content creation*. Artinya, konsep budaya partisipatif dan konsep prosumer (producer-consumer) belum sepenuhnya terwujud.

Simpulan

Untuk menjawab tujuan penelitian ini, maka simpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian ini adalah teridentifikasinya aktivitas-aktivitas budaya partisipatif melalui penggunaan media baru yang dilakukan para siswa SMA kedalam 4 kategori budaya partisipatif yaitu:

1) Afiliasi – aktivitas afiliasi telah dilakukan para pelajar SMA yang tergabung dalam berbagai jejaring sosial. Aktivitas yang dilakukan dalam jejaring sosial

ISBN: 978-602-74139-1-7

cenderung pasif, hanya untuk *'stalking'* yakni memantau atau mengikuti aktivitas yang dilakukan pengguna jejaring sosial. Untuk itu, perlu ditingkatkan kemampuan kultural para siswa dalam berinteraksi.
2) Ekspresi – bentuk budaya partisipatif yang menghasilkan konten kreatif seperti *Fan Fiction, Zine, Modding dan Mashup* ini belum banyak dilakukan para pelajar SMA. Posisi mereka masih cenderung sebagai penikmat dan pengamat konten-konten kreatif.
3) Penyelesaian Masalah Kolaborasi - sudah dilakukan para siswa SMA DKI Jakarta, terutama dalam menyelesaikan tugas-tugas sekolah. Aktivitas kolaborasi yang masih belum banyak dilakukan para siswa adalah menyunting Wikipedia dan diskusi dalam forum online;
4) Sirkulasi – bentuk budaya partisipatif yang mendistribusikan aliran informasi, salah satunya melalui aktivitas blogging masih kurang dilakukan para siswa SMA karena tidak banyak siswa yang memiliki blog pribadi. Untuk aktivitas *podcasting* terutama mengunduh musik, film, program acara, dan sebagainya sudah banyak dilakukan

Implikasi dari simpulan diatas mengerucutkan perlunya literasi tentang pentingnya mengembangkan budaya partisipatif dalam jejaring sosial. Potensi penggunaan jejaring sosial oleh para remaja sangat besar, sehingga potensi para remaja perlu dikembangkan menjadi creator, innovator dan produser yang dapat merubah lingkungan media. Selain itu, untuk mengembangkan budaya kolaborasi dan sirkulasi – para guru bisa mengoptimalkan kemampuan kolaborasi dan sirkulasi melalui pelajaran dan tugas-tugas yang diberikan pada para siswa. Demikian pula dengan orang tua yang dapat ikut berkontribusi mengembangkan budaya partisipatif melalui sosialisasi nilai-nilai.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktur Riset dan Pemberdayaan Masyarakat Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Ristek dan Pendidikan Tinggi, yang telah membiayai penelitian ini melalui skema Hibah Bersaing. Ucapan yang sama juga kami sampaikan kepada Rektor dan Direktur LPPM Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan dukungan selama proses pelaksanaan penelitian.

Daftar Pustaka

Buku

Consalvo, Mia & Charles Ess. 2011. *The Handbook of Internet Studies*. Blackwell
Publishing Ltd.
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.

ISBN: 978-602-74139-1-7

McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory*, 6th edition, London-Thousand Oaks-New Delhi, Sage Publications, 2010.

Lister, Martin, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly. 2009. *New Media : A Critical Introduction*. Second Edition. London & New York : Routledge

Livingstone, Sonia & Lievrouw, Leah A. 2002. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, London : Sage Publications

Mueller, Bryan. 2014. *Particapatory Culture on Youtube : A Case Study of the Multichannel Network Machinima*, London : Media@LSE

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.

Safko, Lon. 2010. *The Social Media Bible*. *Tactics, Tools, and Strategies for Business Success*. *Second Edition*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc

Straubhaar D. Joseph, Robert LaRose & Lucinda Davenport. 2015. *Media Now : Understanding Media, Culture and Technology, 9th edition*, Thomson Wadsworth,

Tapscott, Don.2009. *Grown up digital*. *How the net generation is changing your world*. United States : Mc Graw Hill

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

Jurnal

Christine, Larabie. 2011. Participatory Culture and The Hidden Costs of Sharing. The McMaster Journal of Communication vol 7, Issue I, 2011. https://journals.mcmaster.ca/mjc/article/.../222

Hardey, Marrian. Generation C : content, creation, connections and choice. International Journal of Market Research, vol 53 no 6, 2011. http://www.ijmr.com/AboutIJMR/Samples/Sample2.pdf

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

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

Biografi Penulis

Endah Murwani
S1 : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro Semarang
S2 : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia Jakarta
S3 : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia Jakarta
Dosen Universitas Multimedia Nusantara Tangerang

ISBN: 978-602-74139-1-7

Indiwan Wahyu Seto Wibowo
S1 : Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Gajah Mada Yogyakarta
S2 : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia Jakarta
S3 : Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia Jakarta
Dosen Universitas Multimedia Nusantara Tangerang

Joice Caroll Siagian
S1 : Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung
S2 : Kebijakan Publik Fakultas Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran Bandung
Sedang menempuh S3 Ilmu Komunikasi di UNPAD
Dosen Universitas Multimedia Nusantara Tangerang