

Book-chapter Pemikiran FISHUM 2021

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0:

Perspektif & Dinamika



Editor:

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Penulis:

Ul Ardaninggar Luhtitanti | Sabiqotul Husna | Astri Hanjarwati | Maya Sandra Rosita Dewi dan
Dwi Nur L. Fithriya | Katrin Purnomo Sari | Rama Kertamukti | Bono Setyo dan Lelita Azaria Rahmadiya |
Yayan Suryana, Yani Tri Wijayanti dan Alip Kunandar | Siantari Rihartono | Maulana Zulvian Rahman |
Muryanti dan Nur Hadi Prabowo | Candra Indraswari | Tri Muryani dan Lisa Aditia Putra | Kanita Khoirun Nisa



Diterbitkan oleh
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika

**Sanksi Pelanggaran Pasal 113 Undang-Undang
Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta**

1. Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. (Pasal 1 ayat [1]).
2. Pencipta atau Pemegang Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 memiliki hak ekonomi untuk melakukan: a. Penerbitan ciptaan; b. Penggandaan ciptaan dalam segala bentuknya; c. Penerjemahan ciptaan; d. Pengadaptasian, pengaransemenan, atau pentransformasian ciptaan; e. pendistribusian ciptaan atau salinannya; f. Pertunjukan Ciptaan; g. Pengumuman ciptaan; h. Komunikasi ciptaan; dan i. Penyewaan ciptaan. (Pasal 9 ayat [1]).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [3]).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah). (Pasal 113 ayat [4]).

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika

Penulis:

Ul Ardaninggar Luhtitianti | Sabiqotul Husna | Astri Hanjarwati
Maya Sandra Rosita Dewi | Dwi Nur L. Fithriya | Katrin Purnomo Sari
Rama Kertamukti | Bono Setyo | Lelita Azaria Rahmadiva
Yayan Suryana | Yani Tri Wijayanti | Alip Kunandar
Siantari Rihartono | Maulana Zulvian Rahman | Muryanti
Nur Hadi Prabawa | Candra Indraswari | Amalia De Tavarel
Muhammad Dimas Cahya R. K. | Rizky Amalia | Rizqon Abdillah
Tri Muryani | Lisa Aditia Putra | Kanita Khoirun Nisa

Editor:

Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Layout:

Toni Fajar Ristanto

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika

© UI Ardaninggar Luhtitianti, dkk.

xiv + 266 halaman; 16 x 24 cm.

ISBN: 978-602-50028-4-7

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang.

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun juga tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Juni 2022

Penulis : UI Ardaninggar Luhtitianti, dkk.

Editor : Dr. Rama Kertamukti, S.Sos., M.Sn.

Sampul : Toni Fajar Ristanto

Layout : Toni Fajar Ristanto

Diterbitkan oleh:

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

(FISHUM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Kantor: Jl. Marsda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok,

Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

<http://isoshum.uin-suka.ac.id>

KATA PENGANTAR

Dr. Mochamad Sodik, M. Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Buku ini merupakan sebuah ikhtiar dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk merespon isu Society 5.0. Dalam wacana Society 5.0 tersebut teknologi menjadi alat dan sarana yang digunakan untuk mempermudah seluruh aktivitas manusia dan kelompok-kelompok masyarakat. Meskipun Indonesia belum sampai pada tahapan Society 5.0 tersebut, namun ciri tersebut telah nampak dalam perilaku dan fenomena sosial masyarakat Indonesia. Setidaknya hal ini dapat diamati dalam perilaku digital warganet di sosial media, pemanfaatan teknologi tepat guna dalam berbagai kegiatan produksi dan pemasaran, optimalisasi perangkat teknologi untuk mempermudah berbagai kegiatan manusia dari institusi birokrasi hingga aktivitas dalam lingkup rumah tangga (keluarga). Kesemuanya ini menunjukkan bahwa masyarakat kita saat ini sedang bergerak menuju Society 5.0.

Ilmu pengetahuan sangat dituntut untuk merespon fenomena tersebut. Ilmu pengetahuan memiliki keterkaitan erat dalam melihat Society 5.0 dalam perspektifnya yang beragam. Ini sangat penting, karena perspektif ilmu sosial dan humaniora diperlukan sebagai acuan, pegangan bagi berbagai stakeholder dalam masyarakat untuk penentuan kebijakan, khususnya menyikapi massifnya peran teknologi di berbagai bidang kehidupan masyarakat. Potensi disrupsi yang dapat mengguncang ketahanan masyarakat dari level keluarga sampai negara sangat mungkin terjadi. Peran ilmu pengetahuan

adalah membuat analisis mendalam dan memberikan solusi agar Society 5.0 ini menjadi berkah bagi masyarakat Indonesia, sekaligus mengeliminir potensi disrupsi tersebut.

Apresiasi yang sangat mendalam untuk Bidang Akademik FISHUM yang telah menginisiasi kehadiran buku bunga rampai ini. Sebuah upaya yang sangat baik untuk mengoptimalkan berbagai potensi keilmuan civitas FISHUM untuk melihat Society 5.0 sebagai sebuah peluang besar menuju kemajuan masyarakat yang lebih bermakna. Selanjutnya, semoga buku ini mampu menjadi sumbangsih bagi insitusi dan masyarakat yang lebih luas.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

KATA PENGANTAR

Dr. Sulistyarningsih, S. Sos., M. Si.

Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahiroobil'alaamin. Segala puji hanya bagi Allah SWT. Hanya karena Ridho-Nya lah, kegiatan penerbitan Buku dengan judul “Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika”, sebagai salah satu tugas saya selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga bisa terlaksana dengan baik. Salam dan sholawat semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan pengikut-pengikut beliau sampai akhir jaman.

Kegiatan penerbitan Buku dengan judul “Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika” mempunyai beberapa tujuan. Pertama, untuk menumbuhkan iklim dan budaya akademik yang kondusif bagi para dosen di FISHUM UIN Sunan Kalijaga dalam aktualisasi publikasi ilmiah dalam bentuk buku bunga rampai. Kedua, untuk mendukung keperluan akreditasi di tiap program Studi di FISHUM dan UIN Sunan Kalijaga. Ketiga, untuk meningkatkan branding dan Rekoqnisi Dosen FISHUM di tingkat nasional maupun internasional. Keempat, menjadi media sharing session yang diharapkan bisa memberikan inspirasi dan motivasi bagi para Dosen FISHUM UIN Sunan Kalijaga khususnya untuk selalu “menulis karya ilmiah ” dan Dosen UIN Sunan Kalijaga dan para Dosen di seluruh Indonesia.

Buku ini hadir sebagai upaya merespon berbagai perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Pada tahun ini, FISHUM berusaha untuk merespon Society 5.0 sebagai sebuah isu yang akan dianalisis

dengan perspektif yang beragam dari para dosen, baik Psikologi, Sosiologi, maupun Ilmu Komunikasi. Isu terkait, Society 5.0 telah lama menjadi sebuah gebrakan baru khususnya di Jepang untuk menggantikan tenaga manusia dengan teknologi yang super canggih. Pemanfaatan teknologi ini adalah untuk mempermudah pekerjaan manusia di berbagai bidang kehidupan. Indonesia saat ini belumlah sampai pada tahapan 5.0 tersebut, namun demikian masyarakat kita telah mulai menunjukkan ciri-ciri yang mengarah kesana. Isu ini menjadi bahasan akademis yang disajikan secara estetik dengan beragamnya perspektif dari masing-masing dosen. Mulai dari bagaimana masyarakat bisa bertahan dengan gempuran teknologi, trend Artificial Intelligence (AI), interaksi sosialdigital, bahkan dikaitkan dengan isu seperti disabilitas dan pandemi. Tidak hanya itu, para dosen juga melihat dinamikanya dalam berbagai ruang virtual, agama, pendidikan, dan tidak kalah penting adalah pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, harapannya semoga kehadiran ini dapat menjadi salah satu wadah para dosen untuk mengoptimalkan potensi keilmuannya, dan secara tidak langsung akan meningkatkan performa FISHUM sebagai fakultas unggul dan terkemuka melalui penerbitan karya ilmiah.

Dalam buku yang berjudul "Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika", merupakan karya para Dosen tiga Program Studi (Program Studi Psikologi, Program Studi Sosiologi dan Program Studi Ilmu Komunikasi) dan Sebagian alumni FISHUM. Atas nama Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, ijinakan saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada banyak pihak yang telah terlibat dalam penerbitan buku ini terutama : Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si yang telah dengan sabar memberikan pengarahan sekaligus dukungan yang luar biasa bagi terbitnya buku "berjudul "Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika", Kepada Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Keuangan dan Perencanaan Dr. Yani Tri Wijayanti, Sos, M. Si, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama , Dr. Badrun, M.Si, Kepala Tata Usaha , Endah Susilandari, S.H, M.H, Kepala Sub Administrasi Umum dan Keuangan, Enny Iroh

Hayati,S.E,M.S.I, PLT Kasub Akademik dan Kemahasiswaan, Nurita Yuliasiarti,S.I.P, Tim Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga FISHUM, para ketua Program Studi dan Sekretaris Program Studi (Psikologi, Sosiologi dan Ilmu Komunikasi) terima kasih atas dukungannya.

The last but not least, saya menyampaikan banyak terima kasih kepada, Koordinator Penyusunan Buku Bunga Rampai, mbak UI Ardaninggar Luhtitiati, M. A beserta tim (Handini, M.I.Kom, Maya Rosita Dewi, M.A, Aditya Dedi Nugraha, M.A), Editor (Dr. Rama Kertamukti, M.Sn), Tim Administrasi Penyusunan Buku (Katrin Purnomosari, S.Psi, Toni Fajar Ristanto), Para penulis (UI Ardaninggar Luhtitianti, M.A., Sabiqotul Husna, M.Sc., Dr. Astri Hanjarwati, M.A., Maya Sandra Rosita Dewi, M.A., Dwi Nur L. Fithriya, M.A., Katrin Purnomo Sari, S.Psi., Dr.Rama Kertamukti, M.Sn., Dr Yayan Suryana, M.Ag., Dr. Yani Tri Wijayanti, M.Si., Alip Kunandar, M.Si., Dr. Bono Setyo, M.Si., Lelita Azaria Rahmadiya, S.I.Kom., Drs Siantari Rihartono, M.Si., Maulana Zulvian Rahman,S.Sos., Dr. Muryanti, M.A., Nur Hadi Prabawa, S.Sos., Dr. Sulistyaningsih, S.Sos.,M.A., Candra Indraswari, M.A., Amalia De Tavel, Muhammad Dimas Cahya R.K, Kanita Khoirun Nisa, M.A., Tri Muryani, S. Sos., Lisa Aditia Putra, S.Sos.) serta para pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga karya buku Bunga Rampai dari FISHUM ini bisa memberikan manfaat bagi banyak orang. Saya berharap kegiatan penerbitan buku “Menuju Masyarakat Indonesia 5.0: Perspektif dan Dinamika“ bisa bisa dilanjutkan kembali pada tahun -tahun mendatang. Sukses dan semangat sellalu selalu bagi para Dosen FISHUM UIN Sunan Kalijaga.

Wassalammu’alaikum Wr.Wb

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR DEKAN FISHUM.....	v
KATA PENGANTAR WAKIL DEKAN BIDANG AKADEMIK FISHUM	vii
DAFTAR ISI	xi
PENDAHULUAN	xiii

PERSPEKTIF-PERSPEKTIF DALAM SOCIETY 5.0

TEKNOLOGI DAN MASYARAKAT: PERSPEKTIF MAKRO SOSIOLOGI IBN KHALDUN

<i>UI Ardaninggar Luhtitianti</i>	2
---	---

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TREN, DEBAT DAN IMPLEMENTASI DALAM PSIKOLOGI

<i>Sabiqotul Husna.....</i>	31
-----------------------------	----

PELUANG DAN TANTANGAN UIN SUNAN KALIJAGA SEBAGAI UNIVERSITAS INKLUSIF DI ERA SOCIETY 5.0

<i>Astri Hanjarwati.....</i>	51
------------------------------	----

INTERAKSI SOSIAL DI ERA SOCIETY 5.0: DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMUNIKASI

<i>Maya Sandra Rosita Dewi, Dwi Nur L.Fithriya</i>	70
--	----

KOMPETENSI PSIKOSOSIAL SEBAGAI MODALITAS DIRI MENJADI PROFESIONAL YANG HUMANIS DI ERA SOCIETY 5.0

<i>Katrin Purnomo Sari</i>	91
----------------------------------	----

MEDIA DI ERA SOCIETY 5.0

VIRTUALITAS DIRI DALAM RUANG MASYARAKAT CYBER

<i>Rama Kertamukti.....</i>	104
-----------------------------	-----

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN URGENSI BAGI
PENDIDIKAN ISLAM**

Bono Setyo, Lelita Azaria Rahmadiva.....124

**DAMPAK ACARA DAKWAH DI TELEVISI TERHADAP
KEBERAGAMAAN WARGA KAMPUNG NAGA**

Yayan Suryana, Yani Triwijayanti, Alip Kunandar138

**KENDALA MEDIA MASSA TELEVISI REPUBLIK INDONESIA
(TVRI) SEBAGAI TELEVISI PUBLIK DALAM BERSAING
DENGAN TELEVISI KOMERSIAL**

Siantari Rihartono166

**PERAN PERFILMAN DALAM MENGGIRING PESAN DIGITAL:
STUDI FILM “MARLINA SI PEMBUNUH DALAM EMPAT BABAK”**

Maulana Zulvian Rahman.....185

PANDEMI DAN SOSIAL EKONOMI

STRATEGI UMKM BERTAHAN DI MASA COVID-19

Muryanti dan Nur Hadi Prabawa200

**DIGITAL MARKETING DAN MOTIVASI KOGNITIF PELAKU
USAHA DI PAGUYUBAN BATIK GIRILOYO**

*Candra Indraswari, Amalia De Tavel, Muhammad Dimas
Cahya R. K., Rizky Amalia, Rizqon Abdillah*220

**DESA DAN KEDAULATAN PANGAN (STUDI AKTIVITAS
MASYARAKAT DESA DI MASA PANDEMI COVID-19)**

Tri Muryani, Lisa Aditia Putra.....243

**FENOMENA MENJAMURNYA TOKO ONLINE SEBAGAI
MEKANISME SURVIVAL MASYARAKAT DI ERA PANDEMI**

Kanita Khoirun Nisa254

PENDAHULUAN

Inisiatif membangun “Society 5.0” telah dilakukan Pemerintah Indonesia dengan teknologi digital yang digunakan dalam berbagai sektor ekonomi dan bisnis, seperti fintech, e-commerce, layanan kesehatan/pendidikan/ transportasi online, maupun Internet of Things (IoT). Khusus untuk layanan kesehatan dan pendidikan, pemerintah memberikan dana yang besar karena menilik pada program kegiatan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Ri diprediksi akan sangat besar kontribusi teknologi digital dalam ekonomi Indonesia depannya. Bahkan perkembangan e-commerce sebagai sektor utama yang mendukung ekonomi digital di Indonesia sangat diperhatikan. Sebanyak 72,73% dari total transaksi ekonomi digital di Indonesia berasal dari e-commerce (laporan tahunan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Ri). Pada 2020, nilai e-commerce mencapai US\$32 miliar, dan diproyeksikan akan mencapai US\$83 miliar di 2025. Indonesia memiliki bonus demografi yang mendukung pembentukan ekosistem digital yang berkelanjutan. Mayoritas penduduk Indonesia adalah Generasi Z dan Milenial berusia 8 s.d. 39 tahun yang memiliki tingkat adopsi digital tinggi. Sementara, terdapat 37% konsumen baru ekonomi digital yang muncul selama pandemi Covid-19 dan 93% di antaranya akan tetap memanfaatkan produk ekonomi digital pasca pandemi Covid-19 (Google, Bain, Temasek; 2020).

Kemajuan teknologi digital ini membuat pemerintah Indonesia berusaha menciptakan masyarakat cyber dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dengan meningkatkan kolaborasi yang semakin erat dengan sistem kecerdasan buatan (artificial intelligence).

Namun, sebuah paradoks yang nyata bahwa terdapat upaya untuk menciptakan masyarakat yang lebih “berpusat pada manusia”, sebagai upaya manusia nyaman hidup berdampingan dengan robot sosial yang semakin otonom tetap terkendali.

Upaya analisis itu dihadirkan oleh para dosen di Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga dengan berbagai perspektif tulisannya di buku ini. Para dosen berusaha untuk menghadirkan analisis dan deskripsi mengenai upaya masyarakat Indonesia yang bergerak menjadi “Society 5.0”. Dalam ruang gerakanya, Society 5.0 berusaha untuk mengambil teknologi yang berkembang pesat di tahapan Industri 4.0 ke dalam kegiatan bisnis dan produksi, untuk selanjutnya digintegrasikan ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Apabila kita ketahui aktivitas Industri 4.0 hanya berfokus pada penerapan teknologi yang digunakan untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan (pada akhirnya) kinerja keuangan organisasi. Harapan pemerintah dalam membangun Society 5.0 adalah untuk menerapkan teknologi baru yang teknologi itu jauh berkembang dari industri 4.0.

Perkembangan dalam society 5.0 adalah dengan penggunaan robot untuk kehidupan di masyarakat, massifnya penggunaan kecerdasan buatan (AI) yang semakin diwujudkan, Internet of Things, augmented reality dan virtual reality. Kegiatan antarmuka manusia dengan komputer akan semakin canggih sehingga meningkatkan kehidupan masyarakat Indonesia.

Editor

Dr. Rama Kertamukti, S. Sos., M.Sn

Perspektif-Perspektif Dalam Society 5.0

TEKNOLOGI DAN MASYARAKAT: PERSPEKTIF MAKRO SOSIOLOGI IBN KHALDUN

UI Ardaninggar Luhtitianti
Prodi Sosiologi, UIN Sunan Kalijaga
Email: ui.luhtitianti@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Sejak tahun 2020 lalu, Jepang telah menarik perhatian dunia melalui kemampuan mereka menerapkan teknologi sebagai alat dalam bidang industri yang ditujukan untuk memaksimalkan kemudahan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Mereka menyebutnya dengan Society 5.0. Society 5.0 memiliki makna bagi Jepang untuk menciptakan masyarakat yang berkelanjutan dengan mempertimbangkan aspek keamanan dan kenyamanan manusia berbasis *specific cyber physical system* (Fukuda, 2020; Narvaez Rojas et al., 2021). Dalam konteks tersebut, beberapa sistem dikoneksikan dengan internet, baik itu sistem transportasi, management energi, dan ekonomi. Proses koneksi ini ditujukan untuk mitigasi berbagai persoalan sosial dalam skala global dan lokal (Fukuda, 2020). Melalui pemanfaatan *cyberspace* dan *physical space*, Society 5.0 berupaya untuk mengimplementasikan *Big Data Technology*, *Internet of Things* (IoT), dan *Artificial Intellegence* (AI) untuk mempermudah aktivitas manusia dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat tanpa merusak ekosistem lingkungan (Narvaez Rojas et al., 2021). Upaya ini secara *significant* telah membantu penanganan bencana alam di Jepang, termasuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Jepang (Mavrodieva & Shaw, 2020). Jepang secara meyakinkan telah menjadi model untuk penerapan teknologi dalam berbagai bidang kehidupan di era modern ini.

Beberapa pertanyaan muncul atas fenomena tersebut, khususnya bagi negara-negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Bagaimana masa depan masyarakat global menghadapi tantangan *high-technology* ini? Mampukah masyarakat global dan Indonesia pada khususnya beradaptasi dengan perubahan teknologi yang menuntut biaya dan resiko sosial yang tinggi? Apakah ini akan berdampak pada kehidupan sosial, politik, ekonomi, pendidikan, dan keagamaan? Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi topik perbincangan di sosial media dan portal-portal berita, mengindikasikan bahwa ada kekhawatiran sekaligus harapan. Merespon hal tersebut, tulisan ini akan membahas bagaimana perubahan sosial-teknologi di masyarakat dalam perspektif Sosiologis, khususnya dengan menggunakan pendekatan Ibn Khaldun. Sekaligus ‘menarik’ pelajaran praktis yang bisa diadopsi oleh masyarakat global, serta kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk menyiapkan masyarakat menuju tatanan sosial berbasis *cyber-physical system*.

Perubahan sosial dan teknologi sebetulnya telah banyak menjadi perhatian utama Sosiologi, khususnya pada awal Abad Pencerahan ketika Revolusi Industri untuk pertama kalinya memberikan dampak signifikan pada kehidupan manusia. Sebelum ke pendekatan Ibn Khaldun, penting untuk meninjau beberapa perspektif Sosiolog menjelang Abad Pencerahan hingga menjelang tahun 2000-an. Karl Marx sebagai salah satu Sosiolog yang pemikirannya berkenaan dengan teknologi dan masyarakat masih sangat berpengaruh hingga sekarang, perspektifnya banyak dipakai untuk menganalisis alienasi pada buruh dan bagaimana sistem kapitalisme bekerja melalui teknologi. Pada eranya Marx, adalah masa ketika manusia menghadapi teknologi produksi sebagai hasil dari kemajuan *science*, yang oleh Marx dikritik sebagai penyebab berbagai problem ketidakadilan ekonomi dalam sistem kapitalisme. Marx sebagaimana kita tau adalah ‘pengikut’ kritis Hegel dan Feurbach. Dalam *The German Ideology* (1947), Marx dan Engels mengkritik *Young Hegelian* tentang apa yang oleh mereka disebut sebagai “*real premises*”, yakni eksistensi individu manusia. Hegelian sepenuhnya meyakini bahwa manusia bisa eksis karena adanya kesadaran dalam diri mereka, sedangkan Marx meyakini bahwa eksistensi manusia bergantung sepenuhnya pada materi dan hubungan sosial.

Oleh karenanya, menurut Marx, teknologi berkaitan erat dengan masyarakat (Bauchspies et al., 2006). Keduanya memiliki hubungan timbal balik, dimana teknologi merupakan produk yang dihasilkan oleh masyarakat sebagai alat untuk mengatur proses produksi mereka. Pada sisi lain, teknologi memberikan makna penting bagi terbentuknya identifikasi diri suatu masyarakat. Proses inilah yang kemudian menghasilkan *division of labour*, terspesialisasikan cara produksi dan mendorong terjadinya pembagian kerja (Bauchspies et al., 2006). Dengan demikian maka organisasi sosial, teknologi merupakan hasil produk pemikiran manusia dan pada sisi lain juga ikut menentukan pemikiran manusia (Engels). Lebih lanjut, Marx berpendapat bahwa hubungan timbal balik antara teknologi dan masyarakat telah melahirkan struktur sosial, nilai, institusi dan pemikiran (ide). Ini mengandung makna bahwa hubungan resiprokal keduanya melahirkan perubahan demi perubahan di masyarakat.

Pada tahun 1960an hingga 1970an, banyak tulisan dari ahli teori Karl Marx yang menjelaskan perubahan sosial di era industrialisasi awal (Abad 20). Tulisan-tulisan ahli teori sosial Karl Marx seperti Lewis Mumford (1964), Ivan Illich (1973), dan Jacques Ellul (1964) ini lebih mengarah kepada bagaimana masyarakat modern itu dicirikan, seperti misalnya dengan pertumbuhan teknologi yang massif, *mass production dan urbanisasi* (Mumford, 1964). Kehadiran teknologi sebagai bagian dari kemajuan ilmu pengetahuan menjelang Abad Pencerahan telah mendorong proses produksi dalam sektor ekonomi menjadi lebih cepat, namun juga menimbulkan banyak implikasi dalam kehidupan sosial dan individu di masyarakat. Tulisan mereka telah membantu memahami hubungan teknologi dan masyarakat sebagai sesuatu yang bisa dievaluasi, dianalisis, dan diberikan solusi (Yates & Rice, n.d.)

Pasca 1970an, yakni sekitar 1990-2000-an isu hubungan teknologi dan masyarakat nampaknya diindikasikan sebagai bentuk hubungan yang melahirkan relasi kuasa. Industrialisasi di berbagai negara dunia telah menciptakan problem baru bagi lingkungan (Dietz & Rosa, 1994; Rennings, 2000). Selama lebih dari 1 (satu) dasawarsa isu *deforestation, air pollution*, telah menjadi problem hampir tak terpecahkan seiring meningkatnya aktivitas industri dengan teknologi produksi yang mengabaikan aspek ekologi (Luhmann,

1990; Bryant, 1998; Capello et al., 1998; Faucheux & Nicolai, 1998; Spaargaren, 1997). *Impact* terbesar dari kemajuan teknologi adalah global warming, kekhawatiran akan pemanasan global yang memicu 'menyusutnya' gletser di kutub selatan dan kerusakan lingkungan lain hingga saat ini masih menjadi isu utama dunia dan ilmu Sosiologi (Adger et al., 2015; de Witt, 2016; Diamond, 2005; Dunlap, 2015; Luís et al., 2018; Zehr, 2015) .

Penjelasan per periode waktu di atas setidaknya membantu kita memahami bahwa hubungan teknologi dan masyarakat tidaklah konstan, 'bergerak' dari satu titik perubahan ke perubahan selanjutnya. Saya tidak ingin fokus lebih dulu kepada *impact* yang ditimbulkan dari konsekuensi hubungan teknologi dan masyarakat, tetapi lebih kepada pola perubahan yang nampak per periode waktu. Awal industrilisasi hingga problem global warming menunjukkan bahwa per periode waktu hubungan masyarakat dan teknologi berada pada satu pola hubungan kausalitas yang sama. Kebutuhan manusia terhadap produksi ekonomi yang lebih efektif dan efisien didukung dengan penemuan teknologi untuk mendukung hal tersebut telah memunculkan akibat yang sama, yakni persoalan ekologi, ketidakmerataan kesejahteraan sosial, relasi kuasa antara struktur sosial dalam masyarakat, dan kecemasan (frustasi sosial). Lebih jelasnya, saya ingin mencontohkan kondisi ini dalam bentuk pertanyaan seperti misalnya: bukankah masyarakat Abad Pertengahan pernah membayangkan kekuasaan Gereja akan kalah pamor dengan munculnya ilmu pengetahuan? Bukankah masyarakat Abad Pertengahan tidak pernah membayangkan teknologi *farming/agriculture* akan muncul menjelang Abad 20? Demikian pula masyarakat di pertengahan Abad 20 tidak pernah membayangkan di tahun 1960-1970an teknologi semakin berkembang pesat tidak hanya di sektor industri tapi juga transportasi, telekomunikasi, dan IT. Sekarang, masyarakat di era 80-an juga tidak pernah membayangkan teknologi *bio solar* telah diupayakan para ilmuwan untuk mencegah semakin parahnya *global warming* yang diakibatkan oleh munculnya teknologi itu sendiri. Terlebih, manusia juga tidak pernah mengira bahwa di era 2020an manusia dapat 'bertemu' satu sama lain di ruang virtual tanpa batasan geografis. Hal tersebut yang dimaksud sebagai pola perubahan dalam tulisan ini.

Lebih lanjut, meski banyak *literature review* telah mengungkapkan *impact negative* teknologi, namun di dunia *science* (ilmu pengetahuan), teknologi telah diidentikkan dengan inovasi. Munculnya teknologi tertentu dalam masyarakat dapat dikatakan sebagai sebuah penemuan, sedangkan sesuatu hal bisa disebut sebagai inovasi apabila itu telah menyatu dengan masyarakat (Bauchspies et al., 2006). Fungsi inovasi ini seringkali berangkat dari adanya problem, digunakan untuk memberikan solusi atas suatu problem tertentu, dan di saat yang sama juga berfungsi sebagai alat pemenuhan kebutuhan (Fukuda, 2020). Penemuan-penemuan tersebut seringkali muncul dengan perencanaan. Penemuan teknologi *computer* misalnya, muncul karena kebutuhan efisiensi pekerjaan manusia. Atau penemuan internet muncul karena terdapat problem geografis antar masyarakat atau antar individu dalam berkomunikasi. Banyak contoh-contoh penemuan lain yang sering dikaitkan dengan *farming*, *farmasi*, *finance*, dan sebagainya. Namun demikian, pada saat yang bersamaan juga, inovasi dan penemuan-penemuan tersebut memunculkan konsekuensi-konsekuensi yang tidak pernah terbayangkan oleh manusia. Hal ini dapat kita lihat dalam penjelasan paragraf sebelumnya, dimana teknologi di satu sisi telah menjadi kebutuhan masyarakat, menjawab tantangan dan problem, tapi sekaligus membawa *impact-impact negative* yang tak terelakkan dalam masyarakat kita.

Kita dapat melihat *impact negative* ini pada salah satu kritik Marx dalam hubungan teknologi dan masyarakat, yakni bagaimana relasi antar keduanya ini memunculkan keterasingan dalam diri manusia (*alienation*). Teknologi kata Marx adalah produk pemikiran manusia, ia eksis karena ada relasi dengan masyarakat. Namun, pada kenyataannya hubungan ini justru tidak hanya memunculkan struktur sosial baru yang timpang dalam masyarakat (pengusaha dan buruh), namun juga membelenggu manusia dari apa yang sudah ia ciptakan sendiri (teknologi-red). Misalnya, Metaverse sebagai sebuah inovasi baru dalam masyarakat pada satu sisi akan mengefisiensikan transaksi *finance* dan komunikasi global, namun pada satu sisi juga menjadi problem pada masyarakat yang sedang berkembang. Problem bisa dalam adaptasi akan tuntutan keterbutuhan terhadap pemanfaatan teknologi tersebut untuk

aktivitas masyarakat. Maka, teknologi pada akhirnya menjadi sebuah paradoks, baik bagi individu sebagai penciptanya maupun masyarakat dalam level meso dan makro.

Sosiologi telah banyak memberikan perspektif teoritis mengenai paradoks ini melalui cara pandang Marx, Engels, Herbert Marcuse, sampai analisis masyarakat jaringan Manuel Castell. Marx, Engels dan Herbert Marcuse mungkin secara general berada dalam posisi kritis dibanding Manuel Castell yang *explanative*. Namun demikian, diantara beberapa teoritis besar tersebut nampaknya kita perlu memperhatikan Sosiolog lain, seperti Ibn Khaldun. Cara pandang Ibn Khaldun terhadap masyarakat dan teknologi sebetulnya tidak jauh berbeda Marx, namun eksplorasinya terhadap peradaban masyarakat modern di Middle East menjadi sangat penting diketahui. Ada beberapa hal yang menjadikan ini penting. *Pertama*, bahwa salah satu cara untuk memahami relasi masyarakat dan teknologi secara komprehensif adalah dengan perbandingan. Tidak hanya antara masyarakat di masa lalu dengan masyarakat saat ini, namun juga benua satu dengan benua lain yang memiliki corak sosial historis yang berbeda. Ibn Khaldun hidup di masa Abad Pertengahan, jauh sebelum Kant, Hegel, Marx dan Engels berbicara tentang relasi masyarakat dan teknologi. Ibn Khaldun memiliki daya eksplorasi yang mendetail tentang masyarakat dan teknologi di Afrika Utara dan Mesir (Middle East). *Kedua*, melalui perbandingan tersebut kita bisa menemukan apakah ada pola yang sama antar masyarakat di masa lalu dan masa sekarang, khususnya berkenaan dengan relasi kedua aspek tersebut beserta dengan paradoks yang dihasilkannya? Dan *ketiga*, Jared Diamond dalam buku *Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed*, menjelaskan bahwa kita bisa memilih untuk mengambil pelajaran dari berbagai kejadian yang telah lalu dengan tepat ataukah memilih untuk tetap berada dalam pola paradoks yang sama? Dalam aspek ketiga ini, Ibn Khaldun melalui Muqoddimah telah mengajarkan bagaimana memahami perubahan sosial dari relasi antara masyarakat dan teknologi dapat kita gunakan untuk bertahan, beradaptasi, maupun menghindari *collapse*, khususnya di era *high technology* saat ini.

B. MASYARAKAT MODERN DALAM PERSPEKTIF IBN KHALDUN

Memahami pandangan Ibn Khaldun tentang masyarakat adalah langkah awal untuk memahami relasi teknologi dan masyarakat. Ibn Khaldun memulai pembahasan masyarakat dengan menjelaskan sebuah istilah yang mewakili masyarakat itu sendiri, yaitu *Al-Umran*. Ibn Khaldun meyakini bahwa manusia tidak hanya dapat hidup tanpa saling bergantung satu sama lain dan bekerja sama dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Oleh karenanya, ia berpendapat bahwa untuk mewujudkan tujuan tersebut manusia memerlukan organisasi sosial yang ia sebut *Al-Umran* (Khaldun, 2008). Sebagaimana dalam definisi Sosiologis tentang organisasi sosial, sekup *Al-Umran* ini adalah meso dan makro. Ia bisa berbentuk negara, suku, kelompok sosial, perusahaan, partai politik, maupun peradaban (Alatas, 2014).

Dalam melihat masyarakat, Ibn Khaldun menggunakan ‘cara pandang’ *cyclical*. Maksudnya, perubahan sosial dalam masyarakat cenderung berulang dari satu kondisi dan pola tertentu ke kondisi dan pola tertentu lain, kemudian dalam suatu rentang waktu tertentu masyarakat ini akan kembali ‘menemui’ keadaan yang sama seperti kondisi awal. Pola siklus ini sering disebut oleh Khaldunian dengan Teori *The Rise and Fall of Dynasty*. Studi Sejarah menyebutnya sebagai Siklus Peradaban. Ibn Khaldun sendiri tidak memiliki istilah khusus untuk penemuannya tersebut. Namun, ia menjelaskan bahwa proses perubahan tersebut berlangsung dari satu kondisi masyarakat nomaden (*Badawah*) ke masyarakat modern (*Hadlarah*). Sebelum menyelusuri masyarakat modern, penting untuk mengetahui bagaimana masyarakat modern ini muncul dan mewarnai peradaban suatu negara.

1. *Badawah*: Masyarakat Nomaden Pemilik Solidaritas Terkuat

Ibn Khaldun menjelaskan bahwa masyarakat pada awal mulanya adalah kelompok-kelompok kecil, yang biasanya masih berada dalam 1 (satu) garis keturunan. Kelompok-kelompok kecil ini biasanya menempati daerah dengan tipikal geografis yang sulit. Afrika Utara sebagaimana halnya Kawasan Timur Tengah adalah perbukitan, pedalaman, dan gurun pasir. Kondisi ini tidak memungkinkan mereka untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup

primer dengan mudah. Ibn Khaldun mencirikan mereka sebagai kelompok sosial yang memiliki survivalitas tinggi, berkepribadian kuat, dan memiliki solidaritas yang sangat baik (Alatas, 2014; Khaldun, 2008; Luhtitianti & Arifin, 2020).

Solidaritas ini merupakan modal sosial kelompok *Badawah* khususnya dalam hal memenuhi kebutuhan pokok mereka. Seringkali dalam proses pemenuhan kebutuhan ekonomi, mereka harus menghadapi kelompok *Badawah* lain. Ibn Khaldun menegaskan bahwa kekuatan solidaritas sosial dalam kelompok ini memainkan peranan penting dalam menghadapi okupasi dan upaya infiltrasi dari kelompok lain yang juga memiliki kepentingan ekonomi yang sama (Karatas, 2006; Okene, 2011; Onder & Ulasan, 2018). Masing-masing kelompok berupaya untuk bertahan hidup, sementara sumber daya (*resources*) sangatlah terbatas, oleh karenanya konflik diantara kelompok *Badawah* biasanya terjadi karena perebutan sumber-sumber ekonomi. Penelitian Ibn Khaldun terhadap kelompok-kelompok ini (khususnya pada Suku Ber Ber di Maroko) menunjukkan bahwa kelompok yang memiliki solidaritas paling kuat adalah pemenangnya (Khaldun, 2008). Ia berhak atas kekayaan material dan mendapatkan kedaulatan (*Mulk*), dan kelompok yang kalah akan tunduk di bawah solidaritas pemenang (Khaldun, 2008; Luhtitianti & Arifin, 2020).

Solidaritas sosial ini disebut oleh Ibn Khaldun dengan istilah *Ashobiyah*. Syed Farid Alatas menjelaskan bahwa *Ashobiyah* maknanya dekat dengan kohesi sosial, yakni perasaan bersama dalam suatu kelompok (Alatas, 2014). Apa yang diamati oleh Ibn Khaldun ini hampir sama dengan apa yang menjadi penemuan Emile Durkheim di masyarakat Aborigin Australia dimana mereka juga memiliki solidaritas sosial (Durkheim, 1995). Terminologi Durkheim tentang solidaritas sosial ini selaras dengan interpretasi Syed Farid Alatas terhadap makna *Ashobiyah*, yakni perasaan kebersamaan diantara anggota dalam satu kelompok (Alatas, 2014).

Ibn Khaldun berpendapat bahwa karena solidaritasnya yang kuat inilah maka masyarakat nomaden ia kategorisasikan sebagai kelompok sosial yang memiliki survivalitas tinggi. Lingkungan alam dan sosial membentuk karakter sosial tersebut, dan di sisi lain secara

psikologis menguatkan kepribadian mereka (Khaldun, 2008). Ibn Khaldun sering menyebut kelompok sosial ini memiliki jiwa dan kepribadian yang bersih (Khaldun, 2008), sebelum kemudian mereka bertransformasi menjadi masyarakat modern. Karakter psikologis tersebut mereka dapatkan tidak hanya dari tempaan alam dan potensi-potensi konflik sosial antara kelompok *Badawah*, namun juga disebabkan karena besarnya ketergantungan mereka terhadap pemimpin kelompok (Luhtitianti & Arifin, 2021).

Pemimpin kelompok ini biasanya ditunjuk dari kalangan yang memiliki *Ashobiyah* paling kuat diantara anggota masyarakat yang lain. Aspek ini penting untuk mereka, karena pemimpin yang akan membawa mereka, melindungi mereka, dan menjadi penjamin sosial atas kebutuhan ekonomi dan material anggota (Alatas, 2014). Ada 3 unsur pembentuk *Ashobiyah*, yaitu: (1). Ikatan darah; (2). Ikatan Material; (3). Ikatan agama (Alatas, 2014). Menurut Ibn Khaldun, agama adalah unsur pembentuk *Ashobiyah* yang paling kuat diantara yang lain (Alatas, 2014; Khaldun, 2008). Agama memungkinkan seseorang dan kelompok masyarakat memiliki ikatan yang lebih kuat dari ikatan darah dan ikatan material (lintas unsur, tidak berdasarkan ras dan keturunan serta kepemilikan material). Oleh karenanya, dalam pandangan Ibn Khaldun, suatu kelompok sosial yang memiliki *Ashobiyah* kuat akan dapat bertahan hidup secara lebih baik dan memiliki *power* dibanding kelompok lain (Alatas, 2014; Khaldun, 2008).

Selain menyebutkan karakter-karakter *survive* dan solid ini pada masyarakat nomaden, Ibn Khaldun menempatkan *Badawah* sebagai basis terbentuknya masyarakat menetap (*Hadlarah*). Proses transformasi ini terjadi secara evolutif dan melalui penaklukan daerah perkotaan. Di tempat dimana *Badawah* mengalahkan masyarakat *Hadlarah* ini, kehidupan modern dimulai.

2. *Hadlarah*: Prototype Masyarakat Modern

Proses ketika masyarakat nomaden memasuki daerah perkotaan diawali dengan perjalanan masyarakat *Badawah* dalam mencari sumber-sumber penghidupan. Ibn Khaldun menyebutnya dengan *tamaddun* (urbanisasi). Masyarakat kota biasanya tinggal di

dataran rendah, dan ketika *Badawah* menemukan masyarakat kota maka mereka merasa takjub dengan kehidupan sosial ekonominya. *Badawah* yang memiliki solidaritas tinggi berhasil menguasai daerah perkotaan yang rata-rata masyarakatnya berada pada fase akhir (*collapse*). Dan ketika *Badawah* berhasil menguasai mayoritas daerah perkotaan, mereka memulai kehidupan baru mereka di daerah tersebut, Adapun masyarakat kota yang telah dikalahkan mayoritas mengikuti penakluknya (pemilik solidaritas terkuat), baik dalam aspek politik maupun ekonomi. Kadang-kadang *Badawah* yang baru berhasil mengalahkan *Hadlarah* menjadikan masyarakat yang telah berhasil mereka kuasai sebagai *partner* koalisi dalam pemerintahan (Khaldun, 2008).

Istilah ‘modern’ dalam terminologi Ibn Khaldun mengacu pada ciri-ciri kehidupan masyarakat perkotaan. Diantara ciri-ciri yang dijabarkan oleh Ibn Khaldun adalah memiliki jumlah populasi penduduk yang banyak, bersifat menetap dalam suatu pemukiman, memiliki hukum yang dibuat dan diatur oleh negara (pemerintah), adanya diferensiasi pekerjaan, tingkat pendapatan rata-rata penduduk menengah ke atas tinggi, masyarakat memiliki gaya hidup *glamour*, solidaritas sosialnya lemah, dan berkembangnya berbagai jenis teknologi. Sub bab ini akan mengulasnya satu persatu.

Diferensiasi pekerjaan merupakan ciri khas yang menonjol pada masyarakat modern. Hal ini muncul karena didorong oleh pertumbuhan populasi penduduk yang meningkat. Ketika populasi semakin bertambah, kebutuhan masyarakat juga ikut mengalami peningkatan. Kebutuhan ini tidak hanya sebatas kebutuhan *basic* seperti sandang, pangan, dan papan, namun juga kebutuhan-kebutuhan tersier. Beberapa contoh diantara pekerjaan-pekerjaan yang berkembang di masyarakat modern menurut Ibn Khaldun adalah perusahaan percetakan, industri kain, industri rumah tangga, industri manufaktur, lembaga-lembaga birokrasi pemerintah, perdagangan (baik lokal maupun eksportir), dan lembaga peradilan dan keagamaan.

Adapun berbagai macam jenis industri yang berkembang tersebut terjadi karena dorongan kebutuhan hidup masyarakat yang selalu meningkat, sehingga memungkinkan sektor ekonomi membuat

penemuan dan inovasi di bidang teknologi untuk mendukung efisiensi, efektifitas dan ketercepatan proses produksi. Ibn Khaldun mencontohkan barang-barang rumah tangga memiliki permintaan yang tinggi di pasar, seperti misalnya alat-alat dapur yang bervariasi. Atau misalnya di Mesir perkembangan percetakan sangat pesat karena keterbutuhan produksi publikasi di masa tersebut.

“...Bila negara besar, dan daerah kekuasaannya luas, tenaga pekerja dikumpulkan dari seluruh pelosok daerah dan untuk mengerjakan berbagai usaha. Sering terjadi, pekerjaan mereka dibantu mesin, yang melipatgandakan kekuatan dan kemampuan..”
(Khaldun, 2008)

Tenaga kerja ini dimaksudkan untuk mengoperasikan mesin (teknologi-red), demi mencapai efektifitas dan efisiensi, khususnya dalam aspek pembangunan infrastruktur. Banyak bangunan di Afrika Utara dan Mesir pada masa dulu yang menggunakan alat-alat teknologi mesin, seperti misalnya piramid Mesir dan arca Cherchel, terowongan-terowongan air, dan bendungan di Maghribi (Maroko-red). Ibn Khaldun menyebutkan bahwa negara-negara yang pada akhirnya menguasai daerah ini tidak mampu menghancurkan bangunan-bangunan raksasa yang telah dibangun dengan alat rekayasa tersebut.

Di bidang industri rumah tangga, tingginya kebutuhan permintaan alat-alat rumah tangga menurut Ibn Khaldun terjadi karena aspek modernitas mendorong gaya hidup *glamour* (mewah/*luxurious*). Masyarakat modern cenderung mengeluarkan konsumsi yang berlebihan pada kebutuhan mereka. Meningkatnya kebutuhan akan gaya hidup mewah, mendorong munculnya keahlian untuk memenuhi tuntutan tersebut. Pandangan Ibn Khaldun terhadap gaya hidup masyarakat kota memang sangat tajam, ia bahkan menyebutkan bahwa kehidupan kemewahan masyarakat dan pemerintah telah mendorong sejumlah masalah ekonomi sehingga masyarakat ini tinggal menunggu untuk *collapse*. Ibn Khaldun mencontohkan pernikahan raja dalam suatu dinasti di Maghribi telah menghabiskan banyak sekali dana, ia juga mengkritik gaya hidup tersebut mendorong banyak pejabat untuk melakukan korupsi dan menyebabkan *deficit* kas negara, sehingga pemerintah menanggung

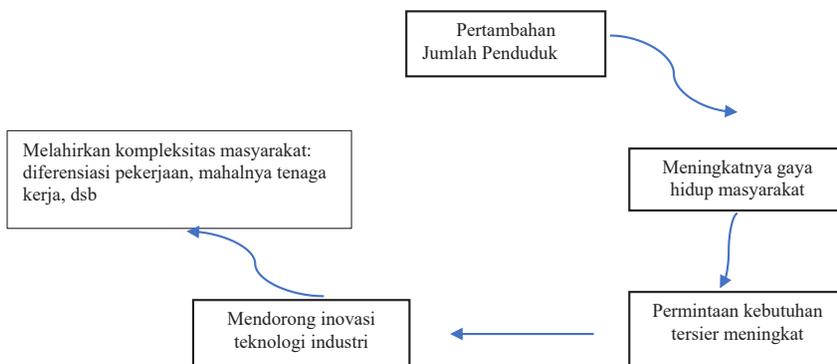
hutang yang tidak terbayarkan kecuali dengan menarik pajak yang sangat tinggi kepada masyarakat (Islahi, 2015; Khaldun, 2008). Ini adalah akhir dari masyarakat modern.

C. TEKNOLOGI SEBAGAI INOVASI DAN PUNCAK PERADABAN MASYARAKAT

Berdasarkan penjelasan di atas, Ibn Khaldun melihat teknologi sebagai sebuah inovasi, khususnya dalam aspek ekonomi dan berjalannya proses produksi dalam suatu industri. Teknologi diciptakan ketika populasi manusia semakin bertambah. Konsekuensi dari jumlah populasi yang banyak ini adalah kebutuhan manusia yang tidak terbatas, dari waktu ke waktu. Berbeda dari masyarakat nomaden, ketika masyarakat telah berada tahap yang lebih maju, pemenuhan kebutuhan hidup tidak hanya sekedar untuk kebutuhan pokok. Masyarakat membutuhkan berbagai keperluan tersier, dan ini mendorong pasar untuk menciptakan teknologi dan diferensiasi pekerjaan di perkotaan.

Secara garis besar proses munculnya teknologi dapat dilihat pada bagan di bawah ini:

Bagan 1. Proses Pertumbuhan Teknologi Industri Perspektif Ibn Khaldun



Ibn Khaldun berpendapat bahwa ketika masyarakat nomaden mulai bertransisi menjadi masyarakat modern (menetap) dan populasi penduduk mereka semakin bertambah, hal ini menyebabkan permintaan akan kebutuhan tersier semakin tinggi. Mengapa

kebutuhan tersier menjadi tinggi? Ibn Khaldun berpendapat bahwa kebutuhan akan gaya hidup mewah adalah penyebab utamanya. Manusia ketika sudah sudah pada titik pencapaian kebutuhan pokok, akan mencari kebutuhan lainnya. Upayanya pada pengejaran material membawa konsekuensi sosial baik pada gaya hidup maupun berbagai inovasi.

Jadi dalam pandangan Ibn Khaldun, penemuan dan inovasi ditujukan dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Tingginya kebutuhan tersebut tidak bisa dipenuhi oleh sektor ekonomi tanpa adanya upaya dan pemikiran untuk mengefisiensikan pekerjaan mereka. Efisiensi menjadi hal penting bagi sektor ekonomi agar dapat memenuhi kebutuhan pasar dalam waktu cepat. Kita ambil contoh industri rumah tangga yang berkembang pesat di masyarakat modern pada zamannya Ibn Khaldun. Industri ini telah menciptakan spesialisasi pekerjaan, sebab kebutuhan rumah tangga pada masyarakat modern tidak hanya tungku api dan alat masak. Namun, segala pernak-pernik yang berkaitan dengan proses memasak ikut menjadi kebutuhan baru. Maka, muncullah pandai besi yang tidak hanya mensuplai senjata, tapi juga untuk peralatan memasak. Saya kira ini sangat kontekstual dengan masyarakat modern saat ini yang menyediakan berbagai macam kemudahan dalam proses memasak melalui inovasi peralatan yang bisa menciptakan makanan dalam waktu yang lebih cepat. Suatu kebutuhan baru manusia modern yang berharap pekerjaan seperti ini bisa mengefisiensikan waktu mereka juga yang terbatas. Kepemilikan barang-barang jenis ini pada satu sisi tak hanya untuk pemenuhan kebutuhan, namun juga *privilege* bagi anggota status sosial kelas menengah ke atas. Ketika sudah 'memasuki' ranah kebutuhan akan *previlege* maka ciri *luxurious* sudah dapat kita lekatkan pada masyarakat modern.

Perkembangan infrastruktur pada masyarakat urban juga menunjukkan kemajuan pengetahuan berpikir manusia, khususnya ketika Ibn Khaldun menceritakan bagaimana masyarakat perkotaan pada peradaban-peradaban yang sudah maju mendirikan berbagai bangunan yang tinggi dan monumen-monumen yang besar dan kuat. Tenaga manusia tanpa dukungan peralatan (teknologi) tidak akan mampu melakukan pekerjaan infrastruktur yang berat. Bangunan dan monumen pada masa tersebut digunakan sebagai lambang

sejarah. Sehingga kembali menjadi jelas disini teknologi pada masa itu dipergunakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan.

Menurut Ibn Khaldun, ada beberapa konsekuensi yang muncul ketika diferensiasi pekerjaan dan perkembangan teknologi ini meningkat, diantaranya adalah mahalanya tenaga kerja. Mahalnya tenaga kerja ini disebabkan oleh besarnya kebutuhan yang ditimbulkan oleh kehidupan yang mewah, mudahnya bahan makanan pokok didapatkan di kota sehingga tenaga kerja tidak mau menerima upah yang rendah, dan banyaknya kelas menengah ke atas yang kebutuhannya akan tenaga kerja besar. Kondisi ini berimplikasi pada adanya kompetisi dalam mendapatkan layanan jasa, sehingga industri maupun perseorangan berani membayar mahal untuk itu (Khaldun, 2008).

Oleh karenanya, Ibn Khaldun berpendapat bahwa tenaga kerja memperoleh keahlian dengan cara belajar. Dan keahlian mereka ini, karena tuntutan pasar yang tinggi, dipelajari oleh orang lain yang tertarik dengan pekerjaan tersebut. Maka, wajar jika kemudian nilai dari tenaga kerja ini memiliki daya saing yang tinggi. Sebagai contoh, nilai kerja sebagai pegawai perusahaan Google atau Apple tentu lebih tinggi dibandingkan sebagai penyedia jasa layanan rumah tangga (misal *cleaning sevice*, dan sejenisnya). Hal ini karena usaha dan modal yang sudah dilakukan dan dikeluarkan untuk dapat memiliki keahlian dalam bidang IT cukup mahal, sekaligus didorong oleh kebutuhan pasar digital dimana IT dan alat-alat elektronik lain seperti laptop dan iphone memiliki nilai atau harga yang tinggi.

Ibn Khaldun membagi jenis keahlian ini menjadi dua, yaitu yang berhubungan dengan kebutuhan pokok dan yang berhubungan dengan kebutuhan tersier. Untuk jenis keahlian yang kedua, menurutnya membutuhkan pemikiran yang yang berhubungan dengan ilmu pengetahuan dan politik. Kualitas suatu keahlian tertentu menurutnya juga bergantung pada kualitas pendidikan dan metode yang digunakan dalam pengajaran keahlian tersebut. Dalam masyarakat modern, keahlian jenis kedua (tersier) yang sifatnya khusus ini membutuhkan pendidikan keterampilan khusus, yang produk dari proses pendidikan tersebut ditujukan untuk memenuhi permintaan tenaga kerja di sektor ekonomi dan perdagangan.

Dalam aspek ini, Ibn Khaldun cenderung memiliki kesamaan pandangan dengan Marx, dimana teknologi merupakan hasil dari kemampuan berpikir manusia, ini yang membedakannya dengan binatang (Khaldun, 2008; M. Mahdi, 1957). Ilmu dan teknologi ‘datang’ setelah kebutuhan pokok. Kualitas produk pemikiran manusia menurut Ibn Khaldun juga sangat berhubungan dengan kualitas *al umran* (peradaban) tempat dimana kebutuhan akan pemenuhan barang-barang tersier tersebut eksis. Masyarakat nomaden misalnya, hanya membutuhkan keahlian umum dalam memenuhi kebutuhan pokok, sedangkan masyarakat modern (*Hadlarah*) telah selesai dengan pemenuhan kebutuhan primer. Maka, surplus pendapatan pada masyarakat menengah ke atas biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan tersier, teknologi digital seperti iphone atau transportasi yang canggih.

Konsekuensi selanjutnya dari keahlian dalam bidang teknologi ini adalah memunculkan jenis-jenis keahlian baru lain yang lebih banyak dan lebih spesifik. Menurut Ibn Khaldun, apabila perubahan dalam suatu peradaban telah mencapai kemajuan, maka berbagai macam teknologi menjadi sempurna dan mencapai puncaknya (Khaldun, 2008; Şentürk & Nizamuddin, 2008). Di perkotaan, keahlian dalam bidang teknologi ini menjadi mata pencaharian bagi mereka yang mempraktekkannya. Misalnya keahlian *robotic* menjadi profesi bagi ahli robotika dari teknik mesin dan informatika, mereka biasanya dipekerjakan untuk menghasilkan teknologi di bidang manufaktur untuk mempercepat dan mempermudah aktivitas produksi barang.

Ibn Khaldun mencontohkan tentang kehidupan masyarakat Andalusia (Spanyol) dimana teknologi dan berbagai lembaganya masih eksis meskipun peradaban Andalusia sendiri sudah tidak sekuat dulu, begitu pula dengan Tunisia dan Maroko (Khaldun, 2008). Bagi Ibn Khaldun, teknologi dihasilkan sebagai bentuk kebudayaan manusia yang paling tinggi dan menjadi warna peradaban. Aspek ini menurutnya hanya terdapat pada masyarakat modern.

D. PEMBELAJARAN PRAKTIS UNTUK MASYARAKAT SAAT INI

Pandangan Ibn Khaldun yang positivis terhadap proses perubahan dalam suatu masyarakat telah mendapatkan banyak apresiasi dari para Sosiolog dan Sejarahwan, sekaligus menuai kontroversi dan kritik pada sisi lainnya. Arnold Toynbee, Pitirim A. Sorokin, Lewis Coser dan Thariq Khalidi adalah beberapa diantara generasi awal yang mengapresiasi pemikiran futuristik Ibn Khaldun. Secara umum, mereka melihat bahwa melalui perspektif Ibn Khaldun ini, kita dapat memprediksi tahapan selanjutnya dari suatu masyarakat. Hal ini akan membantu masyarakat untuk mengambil tindakan preventif dari berbagai kemungkinan buruk yang akan terjadi di masa depan.

Optimisme Ibn Khaldun pada ilmu pengetahuan dan teknologi terlihat jelas pada statementnya di Muqoddimah. Menurut Ibn Khaldun, teknologi adalah warna peradaban, puncak kemajuan masyarakat *Hadlarah*. Kemajuan teknologi menunjukkan tingkat kemajuan ilmu pengetahuan. Relasinya dengan masyarakat bersifat fungsional, teknologi jelas diciptakan sebagai salah satu inovasi untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang semakin kompleks. Di sisi lain teknologi khususnya di bidang industry diciptakan untuk melipatgandakan keuntungan. Hal ini tentu akan memberikan fungsi ekonomi dan kesejahteraan pada masyarakat.

Sekilas, perspektif Ibn Khaldun ini mirip dengan tahapan kemajuan masyarakat August Comte. Keduanya sama-sama memberikan pandangan optimis dan linear berkenaan dengan bagaimana dan apa yang membuat sebuah masyarakat dapat mencapai titik kemakmuran dan ketinggian peradaban. Ibn Khaldun dan August Comte sama-sama memberikan penekanan pada ilmu pengetahuan. Bagi Ibn Khaldun, teknologi adalah produk kemajuan berpikir manusia, dan puncak peradaban suatu masyarakat. Bagi Comte, ilmu pengetahuan adalah titik kulminasi suatu masyarakat dapat dikatakan telah mencapai kemajuan. Ketika Comte *stuck* pada ilmu pengetahuan sebagai ciri modernitas peradaban, Ibn Khaldun membalikkan titik kemajuan itu ke level awal lagi (siklus), yakni tahap akhir dari sisa usia suatu kelompok masyarakat. Comte sama sekali tidak menyediakan 'apa yang akan terjadi' pasca ilmu

pengetahuan telah menjadi keyakinan dan landasan hidup manusia.

Perspektif siklus pada perubahan sosial dalam masyarakat yang diyakini oleh Ibn Khaldun berangkat dari berbagai fenomena sosial yang ia hadapi dan amati di masanya. Pendapatnya tentang teknologi sebagai puncak peradaban dan ilmu pengetahuan bagaimanapun baginya memiliki peluang kelemahan. Artinya, dia tidak menganggap bahwa periode atau tahapan masyarakat yang mencapai titik kemakmuran dan kecanggihan teknologi akan selesai dan menjadi *ending* dari suatu peradaban. Tetapi ia berpendapat bahwa ketika titik kemajuan masyarakat telah tercapai, maka itu juga menjadi penanda akhir dari suatu peradaban, sekaligus tanda akan dimulainya lagi peradaban yang baru.

Ibn Khaldun memberikan catatan bahwa akhir dari kemajuan masyarakat ini tidaklah terjadi secara serta merta, namun memiliki beberapa penyebab. Ia menyebutkan sejumlah persoalan moral sebagai faktor utama *collapse*-nya masyarakat. Beberapa kasus yang menjadi perhatian Ibn Khaldun adalah korupsi, kolusi, *bad governance*, dan gaya hidup mewah. Beberapa faktor tersebut menyebabkan melemahnya solidaritas dalam masyarakat, survivalitas dalam menghadapi berbagai problem sosial ekonomi politik dan militer menjadi lemah, dan pada akhirnya membawa mereka ke dalam situasi yang lebih buruk (*collapse*). Pandangan ini berkaitan erat dengan posisinya yang tidak hanya sebagai ilmuwan, namun juga sebagai seorang Muslim, sehingga perspektifnya tidak akan 'jauh' dari interpretasi keagamaan. Sebagai seorang hakim Madzab Maliki, memiliki habitus pengetahuan dan pendidikan agama yang kuat sejak kecil, ia melihat model ideal sebuah masyarakat yang maju tidak hanya sekedar pencapaian ilmu pengetahuan yang terwujud dalam teknologi.

Meskipun demikian, Ibn Khaldun sangat optimis bahwa teknologi akan membawa masyarakat ke tahap yang lebih maju, menyelesaikan persoalan ekonomi dan kebutuhan hidup manusia. Ia mengapresiasi dan menegaskan bahwa kemajuan berpikir manusia seharusnya mewujudkan dalam berbagai keahlian yang *applicable* untuk kehidupan manusia. Namun lebih dari itu, terwarnainya masyarakat dengan rona religious (meninggalkan gaya hidup mewah, tidak

korupsi, amanah dalam jabatan, dan berbagai perkara moral etik lain) dapat menghindarkan masyarakat dari situasi *chaos* dan *collapse*.

Pandangan futuristiknya atas siklus kehidupan masyarakat itu di sisi lain telah menuai beberapa kontroversi dan kritik dari Sosiolog lain. Terlebih pada poin ketika masyarakat telah mencapai puncak peradaban, kemudian *collapse* karena beberapa sebab. Beberapa Sosiolog berpendapat bahwa Ibn Khaldun pesimis terhadap kondisi masyarakat. Sebagian juga melihat bahwa siklus tersebut telah berakhir pada akhir masa dinasti-dinasti di Afrika (Wylie, 2008), tempat teori ini lahir. Bahkan tidak sedikit yang menganggap bahwa siklus sosial Ibn Khaldun tidak relevan lagi untuk masyarakat modern saat ini.

Terlepas dari semua kritik dan apresiasi terhadap perspektif Ibn Khaldun di atas, teknologi dan masyarakat sebagai sebuah hubungan yang fungsional, secara garis besar dapat kita terima. Pada sisi lain, hubungan tersebut juga menunjukkan relevansi perspektif Ibn Khaldun terhadap kemajuan suatu masyarakat. Dan jika dihubungkan dengan peradaban modern yang ditandai dengan eksistensi penggunaan *high-technology* saat ini, perspektif Ibn Khaldun tersebut dapat kita reinterpretasikan kembali sesuai dengan konteks masa kini. Pada satu (1) dekade terakhir ini kecenderungan yang besar pada beberapa penelitian para akademisi untuk melihat kembali relevansi dan reinterpretasi teori Ibn Khaldun. Diantaranya adalah bagaimana menerapkan perspektif ekonomi Ibn Khaldun pada masyarakat modern (Aryanti, 2018; Azlan Annuar et al., 2018; Chapra, 2008; Haniza Khalid, 2006; Islahi, 2015; M. Andic, 2019; Mc Caffrey, 2014; Mujahidin, 2018), rekonstruksi teori masyarakat nomaden dan perkotaan dengan mengkontekskannya pada jatuh dan banggunya industri teknologi (Gierer, 2001; Chapra, 2008; Vilchez, 2017; Hashemi, 2019; Shahidipak, 2020; Shihade, 2020; Verza, 2021). Ini menunjukkan bahwa teori Ibn Khaldun masih relevan, dapat direkonstruksi, dan direinterpreasikan kembali sesuai konteks masyarakat yang diteliti.

Dari sini, maka menjadi relevan pula bagi masyarakat saat ini untuk dapat mengambil pelajaran dari perspektif Ibn Khaldun, khususnya berkenaan dengan teknologi dan masyarakat yang

menjadi salah satu bagian dari siklus sosial masyarakat. *Pertama*, kita tidak dapat mengabaikan bahwa kebutuhan dasar kehidupan manusia tidak pernah berubah, dan manusia juga memiliki cara serta strategi survivalitas yang tidak berubah, meski dengan bentuk yang berbeda-beda, tapi pada intinya ditujukan untuk *survive* (bertahan hidup). Ilmu pengetahuan di berbagai periode waktu kehidupan manusia telah memainkan peran penting sebagai sumber ide, sumber pemikiran yang kemudian mewujud dalam berbagai ‘alat’ yang digunakan untuk mempermudah manusia mencapai kebutuhannya. Inovasi teknologi telah menjadi salah bagian satu dari *problem solver*, berbagai kemudahan dalam bidang kehidupan manusia telah tercapai dengan penemuan-penemuan penting tersebut. Berbagai problem juga terurai, dari masalah kesehatan, lingkungan, pelayanan sosial, dan kesejahteraan. Ini mengandung arti bahwa teknologi memiliki makna positif bagi perkembangan masyarakat. Sehingga, perkembangan teknologi khususnya dalam ranah digital saat ini dapat menjadi bagian dari penyelesaian berbagai persoalan di masyarakat.

Kedua, penemuan dalam bidang teknologi menunjukkan tingkat kemajuan ilmu pengetahuan. Ibn Khaldun bahkan menyebutnya sebagai warna peradaban. Mendorong bidang pendidikan untuk menghasilkan *learning outcome* di bidang teknologi akan sangat membantu pertumbuhan inovasi di berbagai bidang kehidupan. Saat ini, ketika dunia telah menjadi ‘terdigitalisasikan’, pembekalan kemampuan individu untuk memasuki dunia kerja digital menjadi sangat urgen saat ini. Sehingga, pendidikan sebagai pusat pengembangan dan tranfer ilmu pengetahuan dapat mengembangkan kurikulum yang relevan dengan apa yang menjadi kebutuhan untuk menyelesaikan berbagai persoalan di masyarakat saat ini.

Ketiga, teknologi sebagai warna peradaban akan menjadi lebih kuat dan *sustainable* apabila didukung dengan komponen dalam bidang etik, moral, dan agama. Teori Ibn Khaldun memprediksikan bahwa masyarakat yang telah mencapai puncak peradaban akan mengalami degradasi apabila beberapa komponen lain tidak dipelihara dan ditingkatkan. Dalam konteks ini adalah memberikan perhatian pada moralitas dan pentingnya memberikan rona religius pada peradaban. Melalui kedua aspek ini maka masyarakat akan

menjadi semakin kuat, dan menghindari beberapa resiko yang sudah diprediksikan oleh Ibn Khaldun.

Disini kita akan mencermati satu-satu kedua aspek tersebut sebagai pembelajaran paling berharga yang diberikan Ibn Khaldun pada kita. Aspek moralitas berkali-kali disebutkan Ibn Khaldun melalui contoh-contoh empirik di masyarakat perkotaan, dan membandingkannya dengan moralitas masyarakat nomaden. Dalam penjelasan ini, kita perlu memahami bahwa tulisan ini maupun teori Ibn Khaldun sendiri tidak dimaksudkan untuk mendikotomikan kedua jenis masyarakat tersebut sebagai masyarakat yang paling baik dan masyarakat yang paling buruk. Konteksnya adalah mengambil pelajaran dari contoh-contoh empiris tersebut yang akan penulis jelaskan secara umum.

Luxurious life, mengutip interpretasi Syed Farid Alatas atas ‘gaya hidup bermewah-mewah’ di masyarakat perkotaan, telah menjadi sebab dari melemahnya masyarakat pada masa Ibn Khaldun (Alatas, 2014). Pemikiran ini begitu sederhana, meski tidak bisa melepaskan dari konteks historis Ibn Khaldun sebagai seorang Muslim yang tentunya konteks itu mempengaruhi cara pandang Ibn Khaldun terhadap masyarakat. *Luxurious life* merupakan perilaku kolektif yang dalam sistem hukum Islam perlu direduksi dalam kehidupan pribadi dan sosial masyarakat Muslim. Sebagai seorang Muslim dengan latar belakang pernah menjabat sebagai hakim dalam Madzab Maliki, pandangan Ibn Khaldun ini dapat dipahami. Ia menempatkan *luxurious life* ini sebagai sebab dari melemahnya *Ashobiyah* masyarakat kota, sekaligus menimbulkan efek domino bagi berbagai problem sosial ekonomi dan politik. Seperti misalnya monopoli ekonomi pada kelas pengusaha tertentu dan para pejabat, merebaknya korupsi karena tuntutan gaya hidup, melemahnya militer karena kas negara tidak digunakan sebagaimana mestinya, sehingga berakibat pada kurangnya upaya peningkatan kesejahteraan anggota militer. Jika militer melemah, maka pertahanan negara akan ikut melemah dan mudah dikuasai oleh masyarakat nomaden yang kuat.

Mengambil pelajaran pada pandangan tersebut, modernitas telah membawa sejumlah konsekuensi pada aspek ekonomi dan material lain, termasuk gaya hidup orang-orang modern.

Kemajuan teknologi dalam masyarakat modern pada satu sisi telah membawa berbagai manfaat positif, meski demikian, pada tahap ini pula manusia kemudian bertanya-tanya tentang dirinya sendiri, kehidupan sosialnya, dan keyakinan keagamaannya. Sosiologi telah memprediksikan bahwa ‘kelahiran’ modernitas yang diawali dari masyarakat Eropa akan mereduksi peran agama, tergantikan sepenuhnya oleh teknologi dan ilmu pengetahuan. Ini mengandung arti bahwa sekulerisme menjadi kehidupan baru bagi segala aktivitas masyarakat. Hal ini pula yang menjadi titik perhatian Ibn Khaldun pada masyarakat *Hadlarah*, sekaligus dengan sendirinya menafikan beberapa kritik terhadapnya yang menganggap pemikirannya sekuler. Ketika materialisme menggantikan nilai-nilai keagamaan dalam aktivitas keseharian masyarakat, maka hal tersebut akan melemahkan ikatan solidaritas sosial/kohesivitas/Ashobiyah (Khaldun, 2008). Implikasi dari ini adalah melemahnya berbagai fungsi-fungsi sosial, politik, ekonomi, dan ketahanan negara (Okene, 2011; Onder & Ulasan, 2018; Wylie, 2008). Oleh karena itu, peradaban akan eksis apabila rona religius dipertahankan dan dipelihara oleh anggota masyarakatnya.

Mari kita lihat bagaimana Jepang sebagai negara yang telah memulai dan memasuki masa Society 5.0. Jepang telah berhasil menjadi negara yang memiliki kemampuan menerapkan teknologi sebagai alat dalam bidang industri. Meskipun demikian, pemerintah Jepang mengakui bahwa upaya ini bukan tidak menuai problem lanjutan. Diantaranya adalah persoalan data pribadi dan data-data penting perusahaan seiring dengan meningkatnya penggunaan IoT akan disalahgunakan atau menjadi sasaran *hackers* (Narvaez Rojas et al., 2021). Di samping itu, melihat kemajuan masyarakat Jepang dalam aspek teknologi tidak lengkap tanpa melihat sisi sosial mereka. Jepang merupakan negara dengan jumlah populasi yang selama beberapa dekade ini mengalami penurunan. Pemerintah Jepang telah memberikan sejumlah kompensasi bagi para orangtua yang melahirkan anak. Jika fenomena ini tidak diberikan perhatian serius maka Jepang akan mengalami penyusutan populasi, penyusutan populasi berarti penurunan peradaban. Di sisi lain, tingkat kesehatan mental masyarakat Jepang khususnya pada segment usia muda tidak begitu baik. Selama bertahun-tahun, Jepang menghadapi problem

hikikomori, yaitu tindakan individu untuk menghindari kontak sosial dengan siapapun, termasuk keluarga. Jumlah mereka 1,57% dari total populasi 128 juta jiwa (Rooksby et al., 2020). Meski angka ini terbilang rendah namun telah menimbulkan sejumlah problem kesehatan mental yang dikaji berulang-ulang oleh para ahli psikiatri dan sampai sekarang belum ditemukan penyebabnya, kecuali sedikit asumsi berkenaan dengan intensenya penggunaan teknologi dan tuntutan hidup masyarakat Jepang yang sangat ekspektatif. Mereka mengalami degradasi harga diri, ketidakpercayaan diri, memilih berinteraksi di sosial media, sebab teknologi komunikasi ini memungkinkan mereka untuk tidak dikenal (anonim) dari orang-orang terdekatnya. Selain *hikikomori*, tingkat bunuh diri di Jepang menduduki peringkat kelima sedunia, bahkan di tahun 2020 diperkirakan jumlah kasus bunuh diri lebih banyak dibanding angka pasien Covid-19 yang meninggal dunia¹. Ini mengandung makna bahwa di balik pesatnya perkembangan teknologi di Jepang, tersembunyi sejumlah problem sosial-psikologis yang Jepang sendiri belum mampu menyelesaikannya dengan teknologi hasil ciptaan mereka. Jepang berhasil menekan laju positif Covid-19 tetapi tidak mampu menekan laju angka bunuh diri di negaranya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa Jepang memiliki akar sejarah budaya dan agama yang kuat. Shinto, Budha dan Kristen adalah diantaranya. Namun, secara praktik, rata-rata masyarakat Jepang mempraktekkan beberapa ritual dan ajaran keagamaan tersebut secara bersamaan. Mereka dapat bersembayang sebagai pemeluk agama Shinto, namun juga dapat pergi ke Gereja atau melaksanakan ritual dalam agama Budha (Nieuważny et al., 2020b). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa agama di Jepang hanya mendapatkan respon baik pada masyarakat pedesaan dibanding perkotaan (Nieuważny et al., 2020a). Mayoritas dari mereka bahkan tidak tertarik sama sekali, meskipun, sejumlah penelitian lain menunjukkan bahwa perkembangan sekte (aliran) agama di Jepang telah tumbuh pesat (Bachika, 2010; Beyers, 2015; Jun'ichi, 2017). Kondisi ini tentu memberikan kita pemaknaan yang lebih rasional

¹ Lihat di <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/news/pr-351492095/angka-bunuh-diri-singleton-lampau-jumlah-korban-covid-19-darurat-hikikomori-jepang-angkat-menteri-kesehian>

berkenaan dengan kehidupan masyarakat Jepang jika dilihat dari sekup makro dan multidimensional.

Menyimpulkan bahwa Jepang akan mengalami kemerosotan peradaban tentu tidaklah tepat terlebih tulisan ini bukan berangkat dari penelitian empiris yang komprehensif dan longitudinal. Tetapi disini kita hanya akan menarik pelajaran saja sebagaimana hal ini menjadi tujuan dari penulisan artikel. *Pertama*, bahwa relevansi prediksi Ibn Khaldun terhadap usia peradaban dan determinisme *Ashabiyah* yang melemah akibat degradasi moral, sosial, dan keagamaan perlu penelitian dan pengujian empiris lebih lanjut. Namun, kita dapat 'menarik' pelajaran dari sini secara general, bahwa belajar dari masyarakat Jepang, pencapaian teknologi dapat membawa pertumbuhan ekonomi negara menjadi lebih baik (Fukuda, 2020; Pereira* et al., 2020; Potočan et al., 2020). Teknologi telah terbukti menjadi solusi bagi berbagai persoalan ekologi, ekonomi, kesehatan, birokrasi, industri manufaktur, dan management kebencanaan tidak hanya di Jepang sendiri namun juga di beberapa negara besar lain yang telah mampu mengaplikasikan *cyber-physical system* untuk kelangsungan hidup masyarakatnya. Fakta ini tidak dapat kita abaikan sebagai sebuah pencapaian ilmu pengetahuan dan kemajuan masyarakat sebagaimana yang telah menjadi perspektif dan keyakinan Ibn Khaldun. Ibn Khaldun mengagumi Mesir sebagai kota yang sangat maju peradabannya dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi disana pada masanya mampu menumbuhkan kemakmuran ekonomi, jauh dibandingkan masyarakat Tunisia maupun Maghribi.

Kedua, melalui dimensi sosial masyarakat Jepang kita dapat memahami mengapa Ibn Khaldun menekankan arti penting agama dan moralitas pada masyarakat perkotaan (*Hadlarah*) yang telah maju. Warna peradaban ini bagi Ibn Khaldun perlu diberikan rona religius sebagai penyeimbang dan penopang tatanan sosial dan kekokohan individu-individu di dalamnya. Disini kita dapat 'membaca' bahwa basis ketahanan suatu masyarakat bukan saja pada ilmu pengetahuan dan teknologi tapi juga ketahanan individu di dalamnya sebagai satu kesatuan masyarakat yang ia sebut sebagai kohesi sosial/solidaritas sosial/*Ashobiyah*. Jika ini melemah maka peradaban yang telah mencapai puncaknya akan turut melemah,

menimbulkan sejumlah implikasi serius baik itu moralitas birokrasi dan politik, militer, maupun kondisi sosial-psikologis warganya.

Ketiga, belajar dari kelemahan penggunaan teknologi sebagai basis berbagai kehidupan sosial yang menimbulkan implikasi dehumanisasi dan penyalahgunaan data pribadi serta perusahaan, ini mengindikasikan bahwa secanggih apapun teknologi yang diciptakan oleh kemampuan berpikir manusia, kunci atau kendalinya tetap pada aspek etis (moral) dari manusia sebagai penemu, pengguna, sekaligus objek. Disini balutan dan rona religius diperlukan pada masyarakat modern yang sedang menikmati tahap *luxurious life*.

Pada akhirnya, sebagaimana yang dikatakan oleh Jared Diamond dalam buku *Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed*, bahwa pilihan ada di tangan masyarakat kita saat ini. Apakah akan memilih untuk mengulangi kegagalan yang sama secara berulang, atau sukses dengan melakukan sejumlah kebijakan dan tindakan preventif berdasarkan pengalaman masa lalu dan pengalaman masyarakat lain.

E. SIMPULAN

Ibn Khaldun ingin menekankan bahwa Teknologi sebagai sebuah produk dari kemajuan berpikir manusia, akan menjadi alat yang dapat menyelesaikan berbagai persoalan hidup manusia jika di tangan manusia dan masyarakat religius. Kemakmuran dan kemajuan sebisa mungkin tidak menjadi peluang yang mengalienasikan manusia dari alat (teknologi) yang telah ia kreasikan sendiri. Hal ini sekaligus menjadi pembelajaran untuk masyarakat global bahwa menuju Society 5.0 harus diimbangi dengan penguatan ketahanan masyarakat melalui nilai-nilai religius. Peran dari berbagai stakeholder sangat dibutuhkan, seperti lembaga agama, pemerintah, keluarga, dan pendidikan dalam jangka waktu yang panjang.

Pada sisi lain, melalui pembahasan di atas, membuktikan bahwa pemikiran atau perspektif yang 'lahir' pada masyarakat lampau tidak mengenal 'usang'. Namun, kita bisa 'melihatnya' dari sudut pandang *applicable* atau tidak jika dikontekskan secara tepat pada masyarakat tertentu. Sehingga dikotomisasi teori yang diyakini tidak relevant atau tidak mampu menjawab problem masyarakat saat ini terdekonstruksi dengan sendirinya.

F. REFERENSI

- Adger, W. N., Arnell, N. W., Black, R., Dercon, S., Geddes, A., & Thomas, D. S. G. (2015). Focus on environmental risks and migration: Causes and consequences. *Environmental Research Letters*, 10(6). <https://doi.org/10.1088/1748-9326/10/6/060201>
- Alatas, S. F. (2014). *Applying Ibn Khaldūn The Recovery of a Lost Tradition in Sociology*. Routledge Taylor and Francise Group.
- Aryanti, Y. (2018). Pemikiran ekonomi ibn khaldun; pendekatan dinamika sosial ekonomi dan politik ibn khaldun's economic thought; social economic and political dynamics approach. *Jurnal Imara*.
- Azlan Anuar, H., Isa, K., Ibrahim, S. A., & Solarin, S. A. (2018). Malaysian corporate tax rate and revenue: the application of Ibn Khaldun tax theory. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 10(2), 251–262. <https://doi.org/10.1108/IJIF-07-2017-0011>
- Bachika, R. (2010). A look at religion in Japan. *Politics and Religion Journal*, 4(1), 7–23. <https://doi.org/10.54561/prj0401007b>
- Bauchspies, W. K., Croissant, J., & Restivo, S. (2006). *Science, Technology, and Society A Sociological Approach* (I).
- Beyers, J. (2015). Religion as political instrument: The case of Japan and South Africa. *Journal for the Study of Religion*, 28(1), 142–164.
- Bryant, R. L. (1998). *Power, Knowledge and Political Ecology in the Third World: A Review*.
- Capello, R., Camagni, R., & Nijkamp, P. (1998). Towards sustainable city policy: an economy-environment technology nexus. In *Ecological Economics* (Vol. 24).
- Chapra, M. U. (2008). Ibn Khaldun's theory of development: Does it help explain the low performance of the present-day Muslim world? *Journal of Socio-Economics*, 37(2), 836–863. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2006.12.051>
- de Witt, A. (2016). Global warming calls for an inner climate change: The transformative power of worldview reflection for sustainability. In *Spirituality and Sustainability: New Horizons and Exemplary Approaches* (pp. 199–214). Springer International

- Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-34235-1_13
- Diamond, J. M. (2005). *Collapse : how societies choose to fail or succeed*. Viking.
- Dietz, T., & Rosa, E. A. (1994). Rethinking the Environmental Impact of Population, Affluence, and Technology. *Human Ecology Review*, 1(2), 277–300.
- Dunlap, R. (2015). *Sociology and Climate Change*.
- Durkheim, E. (1995). The Elementary Forms of Religious Life. In *The Free Press*. The Three Press. <https://doi.org/10.2307/2077075>
- Faucheux, S., & Nicolai, I. (1998). Environmental Technological Change and Governance in Sustainable Development Policy. *Ecological Economics*, 27(3), 243–256. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(97\)00176-6](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(97)00176-6)
- Fukuda, K. (2020). Science, Technology and Innovation Ecosystem Transformation Toward Society 5.0. *International Journal of Production Economics*, 220. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2019.07.033>
- Gierer, A. (2001). Ibn Khaldun on Solidarity (“ Asabiyah “) -Modern Science on Cooperativeness and Empathy: a Comparison. *Philosophia Naturalis*, 38, 91–104.
- Haniza Khalid. (2006). Comparing Ibn Khaldun and The New Institutional Economics. In *Conference on Ibn Khaldun, 3-5 November 2006, Madrid, Spain.*, 1–26.
- Hashemi, M. (2019). Bedouins of Silicon Valley: A neo-Khaldunian approach to sociology of technology. *Sociological Review*, 67(3), 536–551. <https://doi.org/10.1177/0038026118822823>
- Islahi, A. A. (2015). Ibn Khaldun S Theory of Taxation and Its Relevance. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 2(2), 1–1. <https://doi.org/10.15238/tujise.2015.2.2.1-19>
- Jun'ichi, I. (2017). *Deconstructing “ Japanese Religion “ : A Historical Survey Author (s) : Jun ' ichi Isomae and 磯前順一 Source : Japanese Journal of Religious Studies , Vol . 32 , No . 2 , Essays from the XIXth World Congress of the IAHN , Tokyo , March 2005 (2005) , pp . 23. 32(2), 235–248. <https://www.jstor.org/stable/30234062>*
- Karatas, S. C. (2006). The Economic Theory of Ibn Khaldun and the Rise and Fall of Nations. *Foundation for Science Technology and Civilisation*, 1–10.

- Khaldun, I. (2008). *Muqoddimah Ibn Khaldun*. Pustaka Firdaus.
- Luhmann, N. (1990). Technology, Environment and Social Risk: A Systems Perspective. *Industrial Crisis Quarterly*, 223–231.
- Luhtitianti, U. A., & Arifin, A. Z. (2020). Ashabiyah Theory of Ibn Khaldun: An Alternative Perspective for Studying the Indonesian Muslim Society. *Al-A'raf: Jurnal Pemikiran Islam Dan Filsafat*, 2(1), 259–280. <https://doi.org/10.46405/ejms.v2i1.119>
- Luhtitianti, U. A., & Arifin, A. Z. (2021). Applying Ibn Khaldun's Theory Into The Islamic Preaching's Movement in The Period of Demak Empire: Reflection fo The Contemporary Muslim Society. *Religia Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 21(1), 1–21.
- Luís, S., Vauclair, C. M., & Lima, M. L. (2018). Raising awareness of climate change causes? Cross-national evidence for the normalization of societal risk perception of climate change. *Environmental Science and Policy*, 80, 74–81. <https://doi.org/10.1016/j.envsci.2017.11.015>
- M. Andic, F. and S. A. (2019). An Exploration into Fiscal Sociology: Ibn Khaldun, Schumpeter, and Public Choice. *FinanzArchiv / Public Finance Analysis*, 3(1985), 454–469.
- M. Mahdi. (1957). *Ibn Khaldun's Philosophy of History*. George Allen and Unwin Ltd.
- Mavrodieva, A. v., & Shaw, R. (2020). Disaster and climate change issues in Japan's society 5.0-A discussion. *Sustainability (Switzerland)*, 12(6). <https://doi.org/10.3390/su12051893>
- Mc Caffrey, J. (2014). Ibn khaldun: the forgotten father of economics? *ISOR Journal of Business and Management*, 16(3).
- Mujahidin, M. (2018). Ibn Khaldun ' s Economic Thought. *Ibn Khaldun's Economic Thought Mujahidin*, 87192(87192), 87192.
- Mumford, L. (1964). Authoritarian and Democratic Technics. In *Source: Technology and Culture* (Vol. 5, Issue 1). Winter. <https://about.jstor.org/terms>
- Narvaez Rojas, C., Alomia Peñafiel, G. A., Loaiza Buitrago, D. F., & Tavera Romero, C. A. (2021). Society 5.0: A Japanese concept for a superintelligent society. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 12). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/su13126567>

- Nieuważny, J., Masui, F., Ptaszynski, M., Rzepka, R., & Nowakowski, K. (2020a). How religion and morality correlate in age of society 5.0: Statistical analysis of emotional and moral associations with Buddhist religious terms appearing on Japanese blogs. *Cognitive Systems Research*, 59, 329–344. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2019.09.026>
- Nieuważny, J., Masui, F., Ptaszynski, M., Rzepka, R., & Nowakowski, K. (2020b). How religion and morality correlate in age of society 5.0: Statistical analysis of emotional and moral associations with Buddhist religious terms appearing on Japanese blogs. *Cognitive Systems Research*, 59, 329–344. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2019.09.026>
- Okene, A. A. (2011). *Ibn Khaldun , Cyclical Theory and the Rise and Fall of Sokoto Caliphate , Nigeria West Africa*. 100, 80–91.
- Onder, M., & Ulasan, F. (2018). Ibn Khaldun’s Cyclical Theory on The Rise and Fall of Sovereign Powers: The Case of Ottoman Empire. *ADAM AKADEMÍ Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2).
- Pereira*, A. G., Lima, T. M., & Charrua-Santos, F. (2020). Industry 4.0 and Society 5.0: Opportunities and Threats. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(5), 3305–3308. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D8764.018520>
- Potočan, V., Mulej, M., & Nedelko, Z. (2020). Society 5.0: balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems. *Kybernetes*, 50(3), 794–811. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>
- Puerta Vilchez, J. M. (2017). Aesthetics in Arabic Thought from pre-Islamic Arabia through al-Andalus. In *Aesthetics in Arabic Thought from pre-Islamic Arabia through al-Andalus*.
- Rennings, K. (2000). Redefining innovation-eco-innovation research and the contribution from ecological economics. In *Ecological Economics* (Vol. 32). www.elsevier.com/locate/ecocon
- Rooksby, M., Furuhashi, T., & McLeod, H. J. (2020). Hikikomori: a hidden mental health need following the COVID-19 pandemic. *World Psychiatry*, 19(3), 399–400. <https://doi.org/10.1002/wps.20804>

- Şentürk, R., & Nizamuddin, A. M. (2008). The sociology of civilisations: Ibn Khaldun and a multi-civilisational world order. *Asian Journal of Social Science*, 36(3), 516–546. <https://doi.org/10.1163/156853108X327065>
- Shahidipak, M. (2020). Ibn Khaldun as a paradigm for the past and future of sociology and humanity. *Sociology International Journal*, 4(5). <https://doi.org/10.15406/sij.2020.04.00240>
- Shihade, M. (2020). Asabiyya – Solidarity in the age of barbarism: An Afro-Arab-Asian alternative. *Current Sociology*, 68(2), 263–278. <https://doi.org/10.1177/0011392119898203>
- Spaargaren, G. (1997). *The Ecological Modernization of Production and Consumption Essays in Environmental Sociology*.
- Verza, A. (2021). Ibn Khaldūn and the Arab Origins of the Sociology of Civilisation and Power. In *Ibn Khaldūn and the Arab Origins of the Sociology of Civilisation and Power*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-70339-4>
- Wylie, D. (2008). Decadence? The Khaldunian cycle in Algeria and South Africa. *Journal of North African Studies*, 13(3), 395–408. <https://doi.org/10.1080/13629380701844730>
- Yates, S., & Rice, R. E. (n.d.). *The Oxford Handbook of Digital Technology and Society*.
- Zehr, S. (2015). The sociology of global climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 6(2), 129–150. <https://doi.org/10.1002/wcc.328>

ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TREN, DEBAT DAN IMPLEMENTASI DALAM PSIKOLOGI

Sabiqotul Husna

Prodi Psikologi, UIN Sunan Kalijaga

Email: sabiqotul.husna@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Artificial Intelligence (AI) bersama *big data analytic*, dikatakan sebagai dua dari produk utama penelitian dan pengembangan mutakhir, yang telah mempermudah masyarakat modern dalam mengembangkan riset, melakukan profesi-profesi modern dan aktivitas keseharian beserta interaksinya. Hal ini berkaitan erat dengan munculnya rencana dasar berbasis teknologi yang dinamai Society 5.0, sebuah gambaran masa depan tentang masyarakat modern yang hidup dalam inovasi-inovasi *scientific* yang melibatkan teknologi terkini. Konsep ini dipaparkan oleh pemerintahan Jepang sebagai sebuah tindak lanjut dari revolusi industri 4.0 yang dievaluasi memiliki potensi mendegradasi peran manusia (Deguchi & Kamimura, 2018).

Dalam Garis besar *Basic Plan Sains dan Teknologi ke-5*, Society 5.0 diilustrasikan sebagai “sebuah inisiatif penggabungan ruang fisik (dunia nyata) dan ruang dunia maya dengan memanfaatkan TIK (Teknologi Informasi & Komunikasi) secara maksimal. Pemerintahan Jepang yang menggagas ide dasar Society 5.0 tersebut mengusulkan bentuk ideal masyarakat masa depan adalah sebuah ‘masyarakat super cerdas’ dan ‘serangkaian inisiatif yang diarahkan untuk mewujudkan hal tersebut’ (Deguchi & Kamimura, 2018).

Cabinet Office (2017) juga mendeskripsikan Society 5.0 sebagai masyarakat yang berpusat pada manusia itu sendiri (*human centered society*), melalui tingkat penggabungan yang tinggi antar dunia maya (*cyberspace*) dan ruang fisik (*physical space*). Masyarakat 5.0 akan mampu menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan resolusi masalah sosial melalui penyediaan barang dan jasa yang menjadi kebutuhan warga masyarakat secara keseluruhan, terlepas dari usia, ras, jenis kelamin, atau bahasa. Tujuan akhirnya tidak lain adalah mencapai kehidupan yang berkualitas tinggi, vitalitas dan kenyamanan yang diharapkan dapat dinikmati seluruh masyarakat.

Dari sudut pandang tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan AI menjadi sebuah *tool* teknologi yang akan mempermudah terwujudnya rencana dasar penggabungan ruang fisik dan ruang maya dalam *basic plan* Society 5.0 tadi. Secara teoritis, *Artificial Intelligence* (AI) sendiri merupakan teknologi yang dirancang untuk mengeksekusi segala bentuk aktifitas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia. AI juga diartikan sebagai bidang ilmu multidisiplin yang berkaitan dengan pengembangan dan eksplorasi terkait teknologi kecerdasan buatan (Luxton, 2013). AI dirintis pada perkembangan era komputer di tahun 1940-an, dan secara resmi istilah AI dicetuskan oleh John McCarthy seorang ilmuwan komputer, pada tahun 1956 (Buchanan, 2006).

Lebih lanjut Luxton (2013) menjelaskan bahwa teknologi AI bisa berwujud dalam bentuk fisik mesin, perangkat lunak komputer mandiri, didistribusikan ke seluruh jaringan lunak, diterapkan pada robotika, atau direkayasa dari makhluk biologis atau penggabungannya seperti misalnya *brain-computer interfaces*. Telah kita ketahui bersama pula bahwa teknologi AI dapat ditujukan untuk fungsi kecerdasan khusus atau untuk meniru perilaku manusia yang kompleks (mampu menalar/berfikir, belajar, dan bertindak atas lingkungan) sebagai agen kecerdasan otonom (Russell & Norvig, 2003).

Menyoal perkembangan teknologi AI serta implementasinya dalam berbagai bidang kehidupan dan keilmuan, bidang psikologi juga mengalami interaksi dengan AI dalam praktik pengembangan pelayanan kesehatan mental maupun praktik risetnya. Sehingga, muncul diskusi yang berisi pro serta kontra terkait pengembangan dan

implementasi AI dalam bidang psikologi. Banyak pihak yang melihat perlunya bahasan dan diskusi kontinue terkait implikasi-implikasi yang berhubungan dengan bagaimana transformasi layanan praktik dan riset terkait kesehatan mental dapat mencapai tingkat yang lebih maksimal dengan pelibatan AI. Namun di sisi lain perdebatan implementasi AI juga diwarnai dengan kontra dan pertanyaan-pertanyaan terkait hal *ethics*, keakuratan intervensi, *error judgment*, privasi data dan resiko *job loss* bagi manusia (Luxton, 2013; Mehrotra, dkk, 2017; Mohr, dkk, 2017; Anthes, 2016; Nadimpalli, 2017; Fiske, Henningsen & Buyx, 2019; Fiske, Henningsen & Buyx, 2019).

AI sendiri telah mulai diimplementasikan dalam konteks intervensi, training klinis psikologi, pemberian treatment/terapi, asesmen psikologis, dan pembuatan keputusan klinis (Luxton, 2013; Mehrotra, 2017; Fulmer et al, 2018; De Melo & De Souze, 2019; Glomann dkk, 2019; Fiske, Henningsen & Buyx, 2019). Fokus dari artikel ini adalah untuk mereview dan mendiskusikan tren pengembangan dan implementasi AI serta pro dan kontranya dalam riset dan praktik psikologi dengan mengkaji artikel-artikel jurnal terkini (20 tahun terakhir) yang didapatkan dengan keywords *artificial intelligence in psychology*, *digital mental health*, *robot therapist*, dan *digital therapy* dari *academic database* jurnal ilmiah seperti Science Direct, Google Scholar, PubMed dan *open access database* jurnal baik nasional maupun internasional ini.

B. INTEGRASI AI DALAM PENGEMBANGAN DIGITAL MENTAL HEALTH SERVICE

AI telah diimplementasikan sedemikian rupa dalam layanan kesehatan mental secara digital, paling tidak dalam kurun waktu dua dekade terakhir ini. Intervensi berbasis website dan berbagai *tools self-help* juga dikembangkan dalam rangka memperluas akses pertolongan kesehatan mental di banyak negara, utamanya negara-negara maju. Sucharitha, dkk (2020) menjelaskan bahwa pengembangan aplikasi kesehatan mental (*mental health applications*) terus digalakkan selama kurun waktu dua dekade dengan basis teknologi komunikasi dan informasi dalam layanan kesehatan secara global. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi gap yang besar antara kebutuhan akan treatment dan pelayanan kesehatan

mental dengan ketersediaan akses terhadap treatment tersebut.

Aplikasi *Internet-based* juga utamanya dikembangkan dengan tujuan untuk membantu menyediakan informasi dan strategi terkait dengan kesehatan mental, termasuk strategi *coping mechanism* bagi individu secara mandiri dengan bantuan teknologi berbasis *self-help* (Mehrotra, dkk, 2017). Aplikasi digital kesehatan mental pada akhirnya dipandang menjadi sebuah solusi mutakhir untuk menjembatani berbagai problem dalam layanan kesehatan mental meliputi problem terbatasnya akses terhadap tenaga professional, masih tingginya stigma yang membuat individu urung pergi ke psikiater/psikolog secara langsung, mahalnya biaya layanan kesehatan mental langsung, dan rendahnya literasi kesehatan mental secara global (Schröder, dkk, 2016).

Lebih lanjut, Anthes (2016) menjelaskan bahwa dalam psikologi, intervensi elektronik sebetulnya bukan hal yang baru. Banyak literature yang mendeskripsikan bahwa rintisan *Internet-Based Cognitive Behavioral therapy* (I-CBT) sesungguhnya telah dikembangkan sejak lama sebagai pendekatan terapi terapeutik yang dapat digunakan untuk mengubah perilaku dan pikiran yang dianggap bermasalah. Pada masa awal, program online ini dilakukan dengan *device* komputer konvensional. Seiring berkembangnya teknologi dan perangkat lunak, aplikasi kesehatan mental berbasis *smartphone* menjadi platform yang semakin dikembangkan.

Lebih jauh lagi, terdapat pengembangan riset dan implementasi penggunaan avatar berbasis *virtual reality* yang khusus dirancang untuk memberikan informasi terkait literasi dan layanan kesehatan mental. De Angelis (2012) menyebutkan bahwa para psikolog dan ilmuwan psikologi saat ini sudah mulai menggunakan *immerse virtual reality* dan teknologi layar datar untuk konteks terapi, training dan juga pengajaran.

Dalam konteks Indonesia, Kementerian Kesehatan RI juga telah mengggagas layanan aplikasi seluler “Sehat Jiwa” yang dapat diakses masyarakat luas dengan cara yang mudah melalui ponsel seluler. Aplikasi sehat mental ini memberikan informasi layanan kesehatan mental untuk deteksi dini dan informasi lanjutan untuk memperoleh pertolongan dari tenaga professional yaitu psikolog & psikiater jika

deteksi dini mengarah pada gangguan kesehatan mental sedang dan berat (Wijaya, 2019).

Paisal, Hairani & Annida (2020) melalui penelitiannya juga mengembangkan sebuah aplikasi tes kesehatan mental dengan basis landasan SRQ (*Self Reporting Questionnaire*)-20 dari WHO untuk membantu individu melakukan deteksi dini kesehatan mental melalui ponsel seluler masing-masing. Selain itu, dalam perkembangannya, terdapat beberapa aplikasi kesehatan mental yang populer digunakan masyarakat di Indonesia. Sebagian aplikasi bahkan telah sampai pada tahap pemberian fasilitas pelayanan online. Mulai dari aplikasi bicarakan.id yang merupakan sebuah platform yang dapat digunakan untuk mendapat konseling secara online, spesifiknya melalui video call maupun online call. Konselor dan psikolog disediakan untuk membantu user yang membutuhkan konsultasi namun tidak dapat datang langsung. Dalam laman websitenya, bicarakan.id juga memuat profil lengkap konselor, psikolog dan prosedur yang dapat diikuti setiap user yang ingin mengikuti konseling online (<https://www.bicarakan.id/about/>). Kemudian aplikasi digital selanjutnya yang dapat diakses masyarakat Indonesia adalah aplikasi halodoc di mana diketahui tidak hanya membantu konsultasi langsung dengan dokter spesialis kejiwaan (psikiater) dan psikolog, namun juga dapat membuat janji temu secara langsung jika konsultasi online dirasa perlu didukung dengan konsultasi langsung ke rumah sakit atau tempat praktek psikiater (<https://www.halodoc.com/>).

Selanjutnya, aplikasi riliv (<https://riliv.co/>) juga menjadi sebuah contoh *digital mental health platform* yang dapat membantu individu dalam mencari bantuan konseling dengan identitas anonim bagi individu yang mungkin masih memiliki keraguan dalam mengungkapkan identitasnya saat hendak meminta bantuan konseling dari psikolog/psikiater. Riliv juga merupakan aplikasi digital yang menawarkan fitur meditasi online bernama 'hening riliv' yang dimaksudkan untuk membantu user agar dapat melakukan meditasi secara online dengan panduan dan dasar yang dapat dipertanggungjawabkan dari praktisi dan ahli di bidang kesehatan mental.

Dalam konteks global, Morin (2021) juga mendeskripsikan beberapa aplikasi digital kesehatan mental yang juga meramalkan

perkembangan *digital mental health service*. CBT *Guide to Depression Self-help* adalah salah satu aplikasi yang selain menyediakan literasi informasi kesehatan mental khususnya terkait dengan gejala depresi, juga memberikan panduan terkait strategi koping sederhana yang dapat digunakan sebagai *self-help* yang mudah diikuti dengan mandiri oleh penggunanya. Aplikasi ini juga termasuk menyediakan *screening test* untuk memonitor tingkat keparahan *symptom* depresi, panduan meditasi dengan *emotion training audio* dan relaksasi berbasis audio bagi penggunanya. Kemudian aplikasi lainnya yaitu *talk space* memberikan akses untuk publik agar dapat terhubung secara online dengan terapis, psikiater dan psikolog berlisensi resmi, dengan jaminan kerahasiaan data selama mengikuti sesi konseling dan terapi secara online. Platform lain sejenis termasuk di antaranya adalah *moodfit* (aplikasi untuk membantu user meregulasi emosi dan mengatasi pikiran-pikiran negatif), *moodmission* (aplikasi *self-help* untuk mengurangi gejala stress dan depresi ringan melalui aktivitas-aktivitas yang dirancang berdasarkan hasil riset), *sanvello* (aplikasi penyedia informasi terkait teknik dan prosedur koping mandiri untuk mengatasi stress, kecemasan dan depresi ringan), *headspace* (aplikasi untuk melakukan *self-meditation*), dan *happify* (aplikasi pemandu aktifitas untuk menurunkan stress berbasis *science* dan *research*).

C. ASESMEN, TREATMENT, DAN TES PSIKOLOGI BERBASIS DIGITAL

Penggunaan AI pertama kali dalam bidang psikologi dimulai tahun 1966 dalam bentuk *human computer interface* yang diberi nama Komputer Eliza dan berfungsi sebagai robot psikoterapis. Eliza dirancang dengan *prototype* gaya komunikasi empatetik Carl Roger, seorang tokoh psikologi humanistik. Pola kerja Eliza adalah menggunakan tanya jawab dan berinteraksi dengan individu yang akan menjawab pertanyaan Eliza dengan mengetik jawaban menggunakan keyboard yang terkoneksi dengan Komputer Eliza. Jawaban tersebutlah yang akan diproses oleh Komputer Eliza dengan analisis sintaks bahasa, dan dari analisis tersebutlah Eliza akan merumuskan sebuah respon berdasarkan model yang telah terprogram sebelumnya (Luxton, 2013).

Lebih lanjut, seiring dengan berkembangnya zaman, banyak riset telah dikembangkan untuk praktik asesmen, treatment, tes dan pelatihan psikologi di bidang psikologi klinis yang menggunakan AI. Fulmer, dkk (2018) melalui riset eksperimennya menjelaskan bahwa *Psychological Artificial Intelligence (Tess)*, sebuah teknologi *chatbot* berbasis AI dapat secara efektif difungsikan untuk memberikan terapi berbasis kognitif dan perilaku (*Cognitive Behavioral Therapy/ CBT*) bagi para mahasiswa yang memiliki *symptom* depresi dan kecemasan. Dalam hal ini AI menawarkan solusi agar para mahasiswa dapat mengakses terapi dengan biaya yang lebih terjangkau dan mudah diakses. Kemudian Dulmus & Wodarski (1997) juga mendeskripsikan bagaimana AI dikembangkan dalam penelitian untuk memprediksi proses mental. Penelitian ini dikembangkan berdasarkan data di lapangan bahwa penderita penyakit mental semakin bertambah jumlahnya dari tahun ke tahun, dan basis data terkait diagnosis penyakit mental juga semakin mudah dikembangkan. Salah satu modeling menggunakan AI yang telah dilakukan dalam hal ini adalah memodelkan *Alzheimer's Disease* dan pola deteksi dininya.

Riset lain yang dilakukan oleh Adikari, dkk (2020) mencoba mengeksplorasi sebuah metode berbasis AI dan pemrosesan bahasa untuk menginvestigasi tingkat morbiditas psikologis para pasien kanker berdasarkan percakapan mereka dalam kelompok *support online* untuk pasien kanker. Dari hasil analisis bahasa dan AI bernama PRIME, didapatkan informasi-informasi yang relevan mencakup informasi demografis dan klinis setiap pasien, ekspresi emosi para pasien, profil terkait efek samping dan khususnya morbiditas psikologis. Dalam hal ini morbiditas psikologis tersebut dianalisis berdasarkan alasan pasien bergabung dengan kelompok online support, ekspresi emosi spesifik selama bergabung dalam kelompok online support, dan variasi emosi yang ditampilkan selama kurun waktu mengikuti fase diagnosis hingga pemulihan dari kanker.

Steigman dalam De Angelis (2012) juga mendeskripsikan pengembangan riset yang dilakukannya terkait *immerse virtual reality* dalam praktik terapi psikologis. Dengan bantuan AI, Steigman merancang aplikasi yang dapat menyembuhkan kecanduan pasien dengan menghadirkan stimulus virtual yang nantinya dapat menurunkan persentase kecanduan dengan mempraktikkan skill

menolak terhadap stimulus tersebut. Pada praktek lain, teknologi berbasis AI juga digunakan untuk merancang terapi penyembuhan fobia, PTSD (*Post Traumatic Stress Disorder*), gangguan kecemasan sosial, dan autisme. Lebih spesifiknya, psikolog di USA telah menggunakan teknologi virtual imersif yang diimplementasikan dalam terapi paparan yang berkelanjutan untuk merawat tentara veteran yang mengalami PTSD (De Angelis, 2012).

Dalam konteks asesmen dan tes psikologis, Luxton (2013) juga menjelaskan bahwa teknologi AI yang telah terintegrasi dapat menghasilkan praktisi klinis tersimulasi yang disebut *super clinician*. Konsep *super clinician* ini dilengkapi dengan teknologi sensori mutakhir yang membuatnya dapat mendeteksi stimulus dan meresponnya. Seperti misalkan *infrared imaging* yang dapat mendeteksi perubahan temperatur tubuh manusia (indikasi perubahan kondisi emosi dan keadaan internal individu), dan sensori optik yang dapat mengobservasi dan menganalisis ekspresi wajah yang samar, kedipan mata, karakter suara dan pola perilaku lainnya yang secara klinis memberikan informasi yang relevan.

Super clinician ini dapat difungsikan sebagai asisten praktisi psikolog atau psikiater selama sesi asesmen, tes dan intervensi. Lebih spesifiknya, *super clinician* akan membantu praktisi kesehatan mental dalam proses review rekam jejak pasien/klien, proses memonitor data fisiologis, pelaksanaan wawancara pre-treatment, dan pengadiministrasian tes.

Institusi yang sejauh ini telah merancang teknologi AI dengan konsep *super clinician* yaitu Massachusetts Institute of Technology (MIT) Computer Science and Artificial Intelligence Laboratory (CSAIL), di mana para peneliti di sana telah mengembangkan perangkat lunak yang dapat melakukan tugas observasi terhadap perubahan samar yang bahkan secara umum sulit tertangkap mata manusia. Teknologi ini dapat digunakan untuk mendeteksi denyut nadi seseorang (keadaan gairah internal) melalui observasi perubahan warna kulit yang merepresentasikan aliran darah (Hardesty dalam Luxton, 2013).

Beralih pada konteks asesmen, pendeteksian dan penanganan autisme, Daroczy (2010) menjelaskan bahwa dalam era ini telah

terjadi pengembangan alat bantu teknologi berbasis AI agar autisme dapat teridentifikasi lebih awal sehingga intervensi atau terapi juga dapat dilakukan lebih cepat. *AI Gaming System* merupakan sebuah training dengan *agent model* untuk para anak dengan autisme, di mana di dalamnya terdapat *pre training* dan *post training*. Sistem pelatihan ini dilakukan dengan perangkat komputer yang dirancang secara *context-free environment* di mana banyak individu dengan autisme merasa nyaman menggunakannya. Adapun guru dan terapis yang terlibat juga dapat menggunakan alat bantu *virtual reality* (VR) untuk mengajari anak dengan autisme dalam konteks pengembangan kemampuan interaksi sosial, proses kognitif dan pengembangan kosakata serta atensi.

Selain treatment untuk autisme, teknologi AI juga dikembangkan sebagai basis perancangan *social robot*, sebuah robot yang berfungsi untuk membantu orang lanjut usia tanpa gangguan kognitif dan orang lanjut usia dengan gangguan kognitif semisal terdiagnosis demensia. *Social robots* menjadi asisten para orang lanjut usia untuk membantu agar mereka dapat bergerak dan beraktivitas secara independen sehingga well-being mereka juga meningkat. Robot ini akan membantu mereka beraktivitas secara mandiri dalam konteks aktivitas dasar sehari-hari, mengurangi gejala stress, dan membantu menjalin komunikasi efektif dengan orang-orang di sekitar mereka. Sebagai mana diketahui bahwa khususnya di negara-negara maju persentase orang lanjut usia yang hidup sendirian terpisah dari anak-anaknya semakin banyak, sehingga keberadaan *social robot* akan membantu mereka hidup secara mandiri (Alonso dkk, 2019).

Kemudian pada konteks treatment dan psikoterapi, De Melo & De Souza (2019) menjelaskan mengenai pengembangan psikoterapi dengan *computer-implemented tools* yang saat ini telah mulai dilakukan. Dengan pendekatan psikologi dan AI secara bersama-sama, tujuan untuk meningkatkan layanan psikoterapi dapat dicapai. AI sebagai mesin berkecerdasan dalam konteks ini dapat membantu proses psikoterapi khususnya dalam bentuk *brief therapy*, termasuk dalam proses pengkarakterisasian area afektif pasien, pengembangan genogram, penyelidikan pola interaksi kognitif, dan penentuan derajat diferensiasi pasien serta pencapaian *self-awareness*

pasien. Penelitian lain yang dilakukan oleh Fitzpatrick, Darcy & Vierhile (2017) juga telah melaporkan pengimplementasian AI dalam program *self-help* berbasis CBT (*Cognitive Behavioral Therapy*) yang diperuntukkan bagi mahasiswa yang memiliki gejala ringan kecemasan dan depresi. Format program *self-help* ini menggunakan format percakapan dengan bantuan teknologi yang disebut Woebot, robot yang dapat melakukan percakapan berbasis teks.

Fiske, Henningsen & Buyx (2019) dalam studinya juga memaparkan bagaimana perangkat psikoterapi virtual berbasis AI sedang dikembangkan secara pesat. Psikoterapi virtual ini menggunakan aplikasi layanan pesan teks yang singkat, whatsapp atau platform website yang khusus dirancang untuk membantu individu mengatasi gejala awal kecemasan dan depresi. Nama-nama dari aplikasi *chatbots* terapeutik yang mungkin sudah sebagian di kenal publik adalah Tess, Sara, Wysa, dan Woebot.

Tidak kalah pentingnya juga adalah penelitian yang dilakukan oleh Glomann dkk (2019) yang telah melangkah setahap lebih jauh yaitu merancang aplikasi *e-mental health post treatment* khusus untuk pasien penderita penyakit mental yang telah selesai menjalani *treatment* dari rumah sakit dan kembali ke rumah dan menjalankan aktivitas sehari-hari. Landasan pengembangan *tool* berbasis AI ini adalah adanya fakta lapangan bahwa pasien yang baru selesai menjalani *treatment* justru memerlukan support berkelanjutan dari sekitar sedangkan hal tersebut kadang tidak didapatkan. Dengan adanya *e-mental health app* yang mereka kembangkan bernama *mindtastic phoenix*, pasien mendapatkan support paska terapi termasuk panduan penyesuaian perilaku, psikoedukasi dengan penyampaian yang dapat diatur sesuai dengan kebutuhan individu, panduan melakukan hal-hal yang dibutuhkan demi menunjang kesembuhan jangka panjang dan meminimalisir kemungkinan relaps kembali, serta termasuk *brain games* berbentuk video dan audio tutorial yang berisi pesan-pesan positif yang dirancang khusus untuk periode paska terapi.

D. TREN, MANFAAT, RESIKO DAN PRO KONTRA DALAM PENGGUNAAN AI

Tren penggunaan dan pengembangan AI dalam psikoterapi, assessmen dan pelayanan kesehatan mental secara kurva statistik mengalami kenaikan. AI dipandang memberikan banyak manfaat oleh beberapa studi. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, berbagai manfaat AI dalam pengembangan praktik dan riset psikologi dapat dilihat, mulai dari manfaat dalam mengurangi gap rendahnya literasi mental di masyarakat dan akses penyediaan konsultasi kesehatan mental, dan pengembangan aplikasi *digital mental health* yang berbasis AI (Schröder, dkk, 2016; Gomann, 2019), pengembangan riset untuk intervensi dan diagnosis (Dulmus & Wodarski, 1997; Adikari, et al, 2020), hingga ke dalam ranah asesmen, dan pelaksanaan psikoterapi (De Melo & De Souza, 2019; Daroczy, 2010; Luxton, 2013; Fitzpatrick, Darcy & Vierhile, 2017; Steigman dalam De Angelis, 2012; Fulmer, et al, 2018).

Dalam praktik pelayanan kesehatan di rumah sakit, Nadimpalli (2017) mendeskripsikan bahwa AI membantu *performance* kerja tenaga kesehatan. Dengan pengimplementasian AI dalam sistem komputer rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya, tenaga kesehatan dapat mengidentifikasi sebaran pasien yang memiliki resiko kesehatan paling tinggi. Sistem yang berbasis AI tersebut dapat secara tepat menganalisis kondisi-kondisi fisiologis spesifik terkait pasien-pasien yang sangat membutuhkan keputusan dan tindakan medis cepat. Dalam hal ini AI terbukti dapat membantu proses pengambilan keputusan para tenaga medis serta membantu dalam mengefisienkan waktu yang dimiliki tenaga medis untuk menganalisis dan mengidentifikasi serta mengkonsultasikan masalah-masalah kesehatan yang berkaitan dengan *individual differences*. Salah satu contohnya ialah sistem komputer berbasis AI dapat didesain untuk menentukan tingkat interaksi berbagai obat pada pasien untuk melihat apakah obat memiliki beberapa efek antagonis atau sinergis satu sama lain untuk pasien-pasien tertentu. Kemudian dalam bidang psikofarmakologi, AI telah membantu proses analisis informasi molekuler yang berhubungan dengan kandidat obat untuk menentukan efek umum yang akan muncul ketika pasien mengkonsumsi obat tersebut sebelum obat tersebut

masuk ke pasaran. Hal tersebut tentunya sangat penting dalam memformulasi efek samping obat.

Lebih dari itu hubungan psikologi dengan pengembangan AI nampaknya bersifat resiprokal. Secara historis, psikologi juga memberikan kontribusi yang penting dalam pengembangan dan kemajuan implementasi AI. Salah satu di antaranya ialah pengembangan teknologi pertama bernama Mark 1 Perceptron yang memiliki fungsi belajar sendiri dengan menggunakan sistem jaringan neural. Teknologi ini dikembangkan oleh Frank Rosenblatt seorang psikolog di tahun 1957 (Rosenblatt dalam Luxton, 2013). Kemudian, fondasi studi jaring saraf tiruan AI juga diawali dari studi dan riset seorang *neuropsychologist* Donald Hebb yang merumuskan teori terkait neuron dan bagaimana neuron-neuron otak belajar melalui penguatan koneksi antar neuron itu sendiri (Hebb dalam Luxton, 2013).

Terlepas dari manfaat dan kemudahan yang dapat dicapai dengan penggunaan AI, beberapa ilmuwan mendeskripsikan resiko terkait dengan isu *ethics* dalam implementasi AI pada praktik psikologi. Dalam konteks tanggung jawab profesional yang dimiliki ilmuwan, peneliti dan praktisi kesehatan mental, mereka pada akhirnya memiliki tanggung jawab *ethics* untuk menginformasikan dan menjelaskan kepada *user*, penyedia layanan lainnya, pihak ketiga, dan otoritas yang terlibat, tentang resiko penggunaan intervensi berbasis AI yang tidak terpantau langsung oleh tenaga profesional. Khususnya resiko identifikasi saat pasien atau klien memiliki peluang *symptom* menyakiti dirinya sendiri di saat mengikuti intervensi berbasis AI tanpa supervisi langsung. Ketiadaan pantauan langsung dari praktisi psikolog/psikiater dalam interaksi antara agen AI dengan individu pengguna tentunya membutuhkan regulasi peminimalisiran resiko yang jelas dan komprehensif, khususnya bagi penggunaan *agent* AI atau robot berbasis AI di lingkup populasi rural area, dan jauh dari akses tenaga profesional kesehatan mental secara langsung (Fiske, Henningsen & Buyx, 2019). Senada dengan itu, Floridi & Taddeo (2016) juga menjelaskan pentingnya formulasi data *ethics* yang mencakup evaluasi dan eksplorasi problem terkait etika dan moral dalam penggunaan *big data analytics*, AI, algoritma data dan inovasi.

Luxton (2013) mendeskripsikan bagaimana sistem AI juga memiliki beberapa faktor resiko dalam keakuratan penilaian, eror dalam penilaian, dan resiko asesmen yang keliru. Selain itu, juga muncul sebuah perdebatan terkait AI yang dirancang secara tingkat lanjut (*advance*). Di mana AI jenis ini akan memiliki kemampuan otonom mengembangkan nilai dan keyakinan mereka sendiri secara mandiri dan skill tersebut akan menjadi landasan agent AI untuk membuat keputusan. Sedangkan keputusan tersebut selanjutnya dipertanyakan apakah konsisten dan sesuai dengan yang dimiliki perancang AI, dan apakah keputusan tersebut sesuai dengan konteks budaya di mana teknologi AI tersebut digunakan. Hal ini menimbulkan perdebatan tentang siapakah yang mengemban tanggung jawab secara legal hukum atas keputusan-keputusan yang dibuat oleh *agent* AI tersebut, khususnya ketika terjadi eror dan kesalahan sistem. Meski pada akhirnya banyak yang menjawab bahwa pemegang tanggung jawab pastilah berada pada manusia yang merancang dan memegang kendali AI, namun dalam konteks AI tingkat *advance* yang memiliki *skill* otonom mengembangkan nilai dan keyakinan mandiri, maka hal tanggung jawab ini menjadi kabur.

Perdebatan selanjutnya dalam konteks resiko penggunaan AI dalam praktek profesional adalah terkait *data privacy*. Fiske, Henningsen & Buyx (2019) lebih lanjut memaparkan kebutuhan akan penelitian lanjutan terkait bagaimana AI digunakan dalam layanan kesehatan mental dengan pemenuhan prinsip etik terkait kerahasiaan data user. Hal ini sangat diperlukan guna mencegah terjadinya hal hal tidak diinginkan dalam proses terapeutik termasuk penanganan secara *ethics* ketika robot berbasis AI kemungkinan mengalami malfungsi, dan kemungkinan penggunaan data user untuk tujuan analisis yang kurang relevan dengan tujuan pemberian intervensi.

Muller (2021) menjelaskan bahwa pembahasan terkait akses data konsumen dan klien menjadi *concern* selanjutnya yang memang selalu mewarnai pro kontra penggunaan AI dalam konteks penyimpanan data pengguna melalui *digital application*. Seperti diketahui bersama bahwa teknologi AI memungkinkan sebuah aplikasi digital tidak hanya mengumpulkan data namun juga melakukan analisis berdasarkan data-data user. Problem

yang muncul adalah pengontrolan akses dirasakan masih belum sepenuhnya aman meski banyak aplikasi digital berbasis AI diklaim memiliki keamanan *privacy*. Senada dengan hal tersebut Seifer & Mataric (dalam Fiske, Henningsen & Buyx, 2019) membahas pentingnya *standard* yang jelas dalam konteks kerahasiaan (*confidentiality*), privasi informasi, dan pengelolaan data yang benar-benar aman ketika data-data tersebut dapat dikumpulkan dan diakses oleh *agent* AI. Hal ini diperlukan guna menghindari potensi terjadinya peretasan (*hacking*) serta pemantauan akan data yang bersifat tidak resmi (*nonauthorized*).

Luxton (2013) juga memaparkan *concern* terkait kemungkinan resiko AI akan mengurangi peran dan pekerjaan para praktisi kesehatan mental ketika dihadapkan pada paparan aplikasi AI yang dapat menggantikan fungsi dan tugas professional para praktisi kesehatan mental tersebut. Meskipun masih banyak pihak yang meyakini bahwa AI tidak akan secara utuh menggantikan pekerjaan profesional dan layanan para psikolog dan praktisi kesehatan mental, namun implementasi AI dalam praktik dan layanan psikologi tetap akan memberikan pengaruh perubahan ekonomi pada sektor tersebut. Hal ini, seperti diketahui bersama, tidak hanya terjadi pada bidang psikologi, namun juga bidang lain yang telah menerapkan menggunakan *advanced* AI seperti sektor perbankan, *customer service*, dan profesi hukum.

Dalam konteks perkembangan riset *digital mental health* berbasis AI, Mohr dkk (2017) juga mendeskripsikan tiga problem yang telah menjadi miskonsepsi dan memerlukan reconseptualisasi jika para ahli dan peneliti kesehatan mental ingin mewujudkan inovasi yang komprehensif dan tepat guna. Pertama, miskonsepsi bahwa teknologi dan aplikasi kesehatan mental adalah produk, kedua terkait miskonsepsi bahwa *treatment* berbasis *web-based* dan aplikasi adalah sebuah *trial* dan perlu validasi untuk penggunaan pada populasi yang luas, serta ketiga adalah miskonsepsi bahwa *digital mental health* beserta teknologinya merupakan cara baru untuk memberikan psikoterapi. Peneliti dan praktisi di bidang kesehatan mental perlu melakukan reconseptualisasi pada tiga ranah tadi. Mohr, dkk (2017) lebih lanjut menyajikan sebuah formula perspektif baru yang dapat merekonseptualisasi tiga hal di atas. Reconseptualisasi

pertama adalah menyoal bahwa teknologi dan aplikasi kesehatan mental bukanlah produk melainkan layanan (*service*) yang memerlukan pengintegrasian proses oleh para ahli, mulai dari peran manusia sebagai *provider* dan pembuat design, penentuan strategi dan tujuan serta evaluasi yang berkesinambungan. Kedua adalah rekonseptualisasi bahwa *treatment* berbasis aplikasi dan website sesungguhnya perlu dievaluasi dalam konteks sasaran user secara spesifik (*setting health care* yang spesifik), bukan pencarian validasi dalam populasi luas. Jikapun aplikasi tersebut akan digunakan untuk populasi umum, maka yang perlu dipertimbangkan adalah tidak hanya validasi namun juga input dari para *stakeholders* termasuk pasien, administrator alat, dan manager TI. Ketiga yaitu rekonseptualisasi bahwa *digital mental health* sebetulnya adalah proses merevolusinerkan layanan kesehatan mental, bukan berhenti pada anggapan sebagai cara baru yang dianggap sebagai opsi akhir. Perlu adanya kolaborasi multidisipliner mulai dari bidang *engineering*, ilmu komputer, ilmu bisnis, ilmu kesehatan, *natural science*, hingga psikologi dan antropologi untuk benar-benar membangun paradigma intervensi yang komprehensif dalam layanan dan riset kesehatan mental.

Tantangan lain dalam implementasi AI juga muncul dalam konteks menjamurkan aplikasi *digital mental health*. Bagi sebagian negara-negara berkembang, pengenalan aplikasi tersebut tentu tidak semulus seperti yang terjadi di negara-negara maju yang mayoritas masyarakatnya mampu membeli ponsel seluler dan memiliki akses internet 24 jam. Anthes (2016) mendeskripsikan beberapa tantangan sekaligus resiko yang akan dihadapi oleh masyarakat di negara-negara berkembang. Tidak semua individu dapat membeli ponsel seluler, meskipun saat ini perkembangan pembelian handphone meningkat tajam secara terus menerus, namun tetap ada individu yang tidak mampu membelinya. Kemudian, permasalahan akses internet yang masih minim dan tidak terdistribusi secara rata, menjadi persoalan klasik negara berkembang di mana hal tersebut akan menyulitkan pengenalan dan penggunaan aplikasi digital kesehatan mental. Resiko yang paling urgen dibahas tentunya adalah konten aplikasi digital kesehatan mental tersebut bisa jadi tidak sesuai dengan kultur dan bahasa yang ada di daerah-daerah tertentu. Hal ini tentu

mebutuhkan adaptasi dan proses pengalihan bahasa jika aplikasi-aplikasi tersebut dikembangkan di luar kultur pengguna, atau perlu adanya pengembangan aplikasi yang *free context*.

E. SIMPULAN

Penggunaan teknologi AI semakin mudah kita temui di kehidupan sehari-hari. Pengembangannya dalam kajian riset pun semakin bertambah dengan pendekatan multidisipliner. AI dan psikologi memiliki kaitan erat di mana hubungan keduanya bersifat resiprokal. AI menunjang pengembangan *digital mental health* termasuk peningkatan dan pemutakhiran asesmen, tes dan treatment dalam bidang psikologi. Dan sebaliknya, psikologi memberi landasan bagi sebagian rancangan dasar AI, utamanya dalam konteks psikologi kognitif dan neuropsikologi. Tren beberapa tahun ke depan, dapat dilihat dari pola yang saat ini telah terbentuk, yaitu semakin masifnya penggunaan AI dalam praktek riset maupun pelayanan psikologi. Seperti telah didiskusikan dalam artikel ini, banyak manfaat yang dapat dicapai baik secara praktik maupun riset dari penggunaan AI. Mulai dari peningkatan efisiensi layanan kesehatan mental, pemerataan akses layanan kesehatan mental, hingga inovasi-inovasi psikoterapi yang tentunya memberi keuntungan bagi para praktisi, peneliti dan tentu saja pasien serta klien yang membutuhkan intervensi secara langsung. Kemudian sejalan dengan tujuan Society 5.0 di mana untuk membangun masyarakat yang berpusat pada manusia itu sendiri (*human centered society*), diperlukan penggabungan yang dinamis antara dunia maya (*cyberspace*) dan ruang fisik (*physical space*), maka implementasi AI dalam riset serta praktik psikologi telah menjadi sebuah langkah konkrit dalam mencapai tujuan Society 5.0 tersebut.

Meskipun demikian, dari beberapa penelaahan studi-studi terdahulu yang telah dipaparkan dalam artikel ini terkait manfaat AI, terdapat pula beberapa resiko yang perlu didiskusikan lagi kaitannya dengan implementasi AI. Meminimalisir kemungkinan implikasi yang tidak menguntungkan bagi masyarakat secara luas adalah tujuan dari penelaahan berbagai *issue* implementasi AI mulai dari masalah akurasi asesmen, *ethics*, privasi data, terancamnya peran dan tugas manusia, dan pemegang tanggung jawab utama

ketika teknologi AI jenis *advance* digunakan. Dalam kurun waktu ke depan yang mungkin tidak lama lagi, pembahasan bagaimana AI menjadi alat mensinergikan ruang maya dan ruang fisik utamanya di ranah psikologi akan semakin banyak disajikan baik melalui diskusi ilmiah, tulisan ilmiah, maupun melalui diskusi publik dan tulisan populer. Hal ini tentu mengikuti implementasi AI di bidang psikologi yang juga meningkat pesat. Peneliti dan praktisi psikologi pada akhirnya, perlu untuk mempersiapkan dan membekali diri agar dapat berperan aktif mengambil bagian dalam pengembangan studi dan pengawasan terkait AI yang berhubungan dengan praktik dan riset di psikologi. Utamanya hal ini diperlukan untuk tujuan pemajuan hasil riset dan manfaat praktik pelayanan kesehatan mental bagi masyarakat, dengan mengoptimalkan manfaat itu sendiri dan meminimalisir resiko, tentunya dengan bersandar pada *ethics* dan prosedur ilmiah yang telah disepakati bersama.

F. REFERENSI

- Adikari, A., De Silva, D., Ranasinghe, W.K.B., Bandaragoda, T., Aalahakoon, O., Persad, R., Lawrentschuk, N., Alahakoon, D., Bolton, D. 2020. Can Online Support Groups Address Psychological Morbidity of Cancer Patients? An Artificial Intelligence Based Investigation of Prostate Cancer Trajectories. PLoS ONE 15(3): e0229361. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229361>
- Alonso, S.G., Hamrioui, S., Diez, I.T., Cruz, E.M., Lopez-Coronado, M., franco, M. 2019. Social Robots for People with Aging and Dementia: A Systematic Review of Literature. *Telemedicine and E-Health*, Volume 25, No. 7, DOI: 10.1089/tmj.2018.0051
- Anthes, E. 2016. Pocket Psychiatry; Mobile Mental-Health Apps Have Exploded onto The Market, but Few Have Been Thoroughly Tested. *Nature*, Volume 532, page 21-23
- Buchanan, B.G. 2006. A (very) Brief History of artificial intelligence. *AI Magazine*, 26, 53–60 Cabinet Office (Council for Science, Technology and Innovation). 2017. Comprehensive Strategy on

- Science, Technology and Innovation (STI) for 2017 (released on June 2, 2017), pp. 2. https://www8.cao.go.jp/cstp/english/doc/2017stistrategy_main.pdf.
- Daroczy, G. 2010. Proceedings of the 8th International Conference on Applied Informatics Eger, Hungary, Vol. 1. pp. 61–69
- De Angelis, T. 2012. A Second Life for Practice? Monitor on Psychology, 43. Retrieved from <http://www.apa.org/monitor/2012/03/avatars.aspx>
- Deguchi, A., Kamimura, O. 2018. Society 5.0. A People-Centric Super-Smart Society. Introduction. By Hitachi and The University of Tokyo Joint Research Laboratory. Tokyo, <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4>
- De Melo, F.L., De Souza, S.A. 2019. Psychotherapy and Artificial Intelligence: A Proposal for Alignment. *Front. Psychol.* 10:263. doi: 10.3389/fpsyg.2019.00263
- Dulmus, C.N., Wodarski, J.S. 1997. Prevention of Childhood Mental Disorders: A Literature Review Reflecting Hope and a Vision for the Future, *Child and Adolescent Social Work Journal* Volume 14, Number 3
- Fiske, A., Henningsen, P., Buyx, A. 2019. Your Robot Therapist Will See You Now: Ethical Implications of Embodied Artificial Intelligence in Psychiatry, Psychology, and Psychotherapy. *J Med Internet Res*, vol. 21, issue. 5.
- Fulmer, R., Joerin, A., Gentile, B., Lakerink, L., Rauws, M. 2018. Using Psychological Artificial Intelligence (Tess) to relieve Symptoms of Depression and Anxiety: randomized Controlled Trial. *JMIR Mental health*, Volume 5, issue 4, e64, doi: 10.2196/mental.9782.
- Fritzpatrcik, K.K., Darcy, A., Vierhile, M. 2017. Delivering Cognitive Behavior Therapy to Young Adults With Symptoms of Depression and Anxiety Using a Fully Automated Conversational Agent (Woebot): A Randomized Controlled Trial. *JMIR Ment Health* 4 (2); e19
- Glomann, L., Hager, V., Lukas, C.A., Berking, M. 2019. Patient-Centered Design of an e Mental Health App. in *Advances in Artificial Intelligence, Software and Systems Engineering*, ed. T.

Z. Ahram (New York, NY: Springer International Publishing), 264–271.

<https://www.bicaraan.id/about/>. Untuk kesehatan mental indonesia yang lebih baik. Retrieved 28 Mei 2021.

<https://www.halodoc.com/>. Solusi Kesehatan Terlengkap. Retrieved 28 Mei 2021.

<https://riliv.co/>. Aplikasi meditasi dan konseling online No 1 di Indonesia. Retrieved 28 Mei 2021.

Luxton, D. D. 2013. Artificial Intelligence in Psychological Practice: Current and Future Applications and Implications. *Professional Psychology: Research and Practice*. Advance online publication. doi: 10.1037/a0034559

Mehrotra, S., Kumar, S., Gandotra, A. 2017. Unguided Mental Health Self-help Apps: Reflections on Challenges through a Clinician's Lens. *Indian Journal of Psychological Medicine*. 39 (5); 707-711.

Mohr, D.C., Weingardt, K.R., Reddy, M., Schueller, S.M. 2017. Three Problems with Current Digital Mental Health Research . . . and Three Things We Can Do About Them. *Psychiatric Services*. DOI: 10.1176/appi.ps.201600541

Morin, A. 2021. Best Mental Health Apps. Find peace of mind from your smartphone or tablet. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/best-mental-health-apps-4692902>. 20 May 2021

Muller, V. C. 2021. Ethics of artificial intelligence', in Anthony Elliott (ed.), *The Routledge social science handbook of AI* (London: Routledge), 20pp. <http://www.sophia.de> & <http://orcid.org/0000-0002-4144-4957>

Nadimpalli, M. 2017. Artificial Intelligence Risks and Benefits. *International Journal of Innovative Research in Science, Engineering, and Technology*. Vol 6 Issue 6.

Paisal, Hairani, B., Annida. 2020. Pengembangan Aplikasi Tes Kesehatan Mental Umum Berdasarkan SRQ-20 WHO. *Pikat Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1, No. 1

Russell, S. J., & Norvig, P. 2003. *Artificial intelligence: A modern approach* (2nd ed.), Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Schröder J, Berger T, Westermann S, Klein JP, Moritz S. 2016. Internet interventions for depression: New developments. *Dialogues Clin Neurosci.* 18:203–12.
- Sucharitha, S.C., Manoharan, A., Dhanuraja, V., Kasi, A., Ezhilarasan, S. 2020. Digital mental health apps for self-management of depression: a scoping exploration on awareness, attitude, and user experience among professional course students. *International Journal of Community Medicine and Public Health*, 7(9):3594-3599, DOI: <http://dx.doi.org/10.18203/2394-6040.ijcmph20203928>
- Wijaya, Y.D. 2019. Kesehatan Mental di Indonesia: Kini dan Nanti. *Buletin Jagaddhita* Vol. 1, No. 1. e-ISSN 2656-0089. Diakses pada tanggal 26-03-2019 melalui laman <https://jagaddhita.org/kesehatan-mental-di-indonesia-kini-dan-nanti/>.

PELUANG DAN TANTANGAN UIN SUNAN KALIJAGA SEBAGAI UNIVERSITAS INKLUSIF DI ERA SOCIETY 5.0

Astri Hanjarwati

Prodi Sosiologi, UIN Sunan Kalijaga
Email: astri.hanjarwati@uinsuka.ac.id

A. PENDAHULUAN

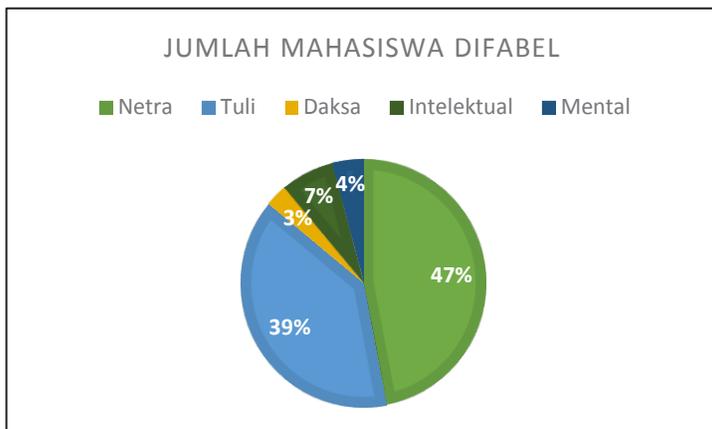
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta ialah universitas inklusif pertama di Indonesia. UIN Sunan Kalijaga semenjak masih bernama IAIN Sunan Kalijaga sudah mempunyai mahasiswa difabel, yang kala itu kebanyakan merupakan difabel netra. Mahasiswa difabel pada dikala itu menempuh perkuliahan hingga dengan lulus jadi sarjana tidak memperoleh pelayanan secara terstruktur. Apabila dalam menempuh proses perkuliahan hadapi kesusahan, mahasiswa difabel memperoleh dorongan dari belas kasih sahabat mahasiswa ataupun dosen. Hingga kesimpulannya pada 2 Mei 2007, ditetapkan Pusat Riset serta Layanan Difabel(PSLD) yang saat ini bernama Pusat Layanan Difabel (PLD) selaku lembaga yang membagikan layanan kepada mahasiswa difabel UIN Sunan Kalijaga (Maftuhin, 2010). Pusat Layanan Difabel (PLD) diresmikan oleh Rektor Prof. Dr.M.Amin Abdullah, M.A. Pendirian Pusat Layanan Difabel (PLD) ini sebagai langkah untuk memantapkan implementasi kebijakan pendidikan inklusif di UIN Sunan Kalijaga (Maftuhin, 2010).

Kebijakan UIN Sunan Kalijaga diimplementasikan dengan memberikan layanan kepada mahassiswa difabel melalui Pusat Layanan Difabel (PLD). Jenis layanan yang diberikan kepada

mahasiswa difabel yaitu layanan pendaftaran mahasiswa baru, layanan pendampingan kuliah, pendampingan belajar, pendampingan skripsi serta layanan magang untuk *fresh graduate* (Pusat Layanan Difabel (PLD), 2019). Pusat Layanan Difabel (PLD) mempunyai buku Pedoman layanan yang menyebutkan ada tiga puluh tiga layanan yang diberikan). Jenis-jenis layanan yang diberikan adalah layanan pendaftaran mahasiswa baru, pengenalan budaya akademik dan sospem, layanan notetaker (pendampingan kuliah), pendampingan mengerjakan tugas, membacakan soal ujian bagi difabel netra, pelatihan bahasa indonesia, pelatihan bahasa isyarat, pembacaan buku untuk difabel netra, *capacity building* relawan, pendampingan skripsi, dan magang untuk *fresh graduate* dan lain-lain (Pusat Layanan Difabel (PLD), 2019). Prinsip dari pelayanan yang diberikan adalah *equity* (pemberian layanan sesuai dengan kebutuhan). Selain itu pelayanan diberikan berdasarkan jenis disabilitas dari mahasiswa sehingga jenis-jenis layanan yang diberikan sangat beragam. Dua hal yang dipegang dalam pemberian layanan dalam pendidikan inklusi adalah akomodasi dan modifikasi, akomodasi adalah tingkatan paling rendah sedangkan modifikasi adalah tingkatan tertinggi dalam pembelajaran difabel (Hanjarwati, Astri ; Aminah, 2015).

Lima belas tahun perjalanan menjadi universitas inklusif UIN Sunan Kalijaga sudah memiliki ratusan mahasiswa difabel yang sudah lulus maupun yang masih aktif kuliah. Jumlah mahasiswa difabel yang saat ini aktif kuliah adalah 95 mahasiswa (Pusat Layanan Difabel (PLD), 2021). Jenis-jenis disabilitasnya yaitu difabel netra, difabel tuli, difabel daksa, difabel mental dan difabel intelektual. Difabel intelektual terdiri dari *slow leaner* (lamban berfikir), autisme dan *down syndrom*. Jumlah terbanyak adalah mahasiswa difabel netra, kemudian difabel tuli dan urutan ketiga difabel daksa, difabel intelektual, sedangkan difabel mental memiliki jumlah yang paling sedikit. Distribusi jenis disabilitas mahasiswa aktif difabel UIN Sunan Kalijaga dapat dilihat pada gambar 1.

Gambar 1. Distribusi Mahasiswa Difabel Berdasarkan Jenis Disabilitas Tahun 2021



Berdasarkan pada latar belakang dan pengalaman UIN Sunan Kalijaga tersebut peneliti tertarik untuk melakukan kajian terkait dengan bagaimana peluang dan tantangan UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusif pertama di Indonesia di era *society 5.0*? Pertanyaan besar tersebut kemudian diturunkan kedalam dua rumusan masalah yaitu (1) Bagaimana persepsi Dosen dan Mahasiswa terkait dengan implementasi pendidikan inklusi di UIN Sunan Kalijaga?; (2) Bagaimana peluang dan tantangan UIN Sunan Kalijaga dalam mempersiapkan universitas inklusif di era *society 5.0*? Metode penelitian yang digunakan adalah *multiple methods*, dimana peneliti menggunakan dua metode penelitian untuk menjawab dua rumusan masalah tersebut. Rumusan masalah pertama peneliti menggunakan metode kuantitatif survei, dan untuk rumusan masalah kedua menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Brewer dan Hunter (1989) mendefinisikan bahwa penelitian multimetode sebagai praktik menggunakan dua atau lebih metode atau gaya penelitian yang berbeda dalam studi atau program penelitian yang sama daripada membatasi penelitian pada penggunaan metode tunggal tidak seperti penelitian metode campuran (*mix methods*), ini tidak terbatas pada menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif tetapi lebih terbuka untuk berbagai kemungkinan kombinasi metodologis (Anguera et al., 2018).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan *interview guide*. Kuesioner dan *interview guide* disusun berdasarkan

dengan variabel yang ingin digali oleh peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian. Variabel penelitian di turunkan dari teori pendidikan inklusif serta konsep *society 5.0*. Konsep dan syarat dalam implementasi pendidikan inklusi ini yang menjadi dasar dalam penyusunan instrumen. Responden dalam penelitian ini adalah 25 mahasiswa difabel dan 10 dosen perwakilan dari berbagai Program Studi dan Fakultas. Penelitian berlangsung kurang lebih 3 bulan, diawali dengan menyebar kuesioner kemudian dilanjutkan dengan wawancara mendalam (*indept interview*).

Tahapan setelah pengumpulan data adalah analisis data. Data kuantitatif dianalisis dengan menggunakan *software* spss 24 dengan tahapan sebagai berikut (1)koding data, (2)cleaning data, (3)validitas dan reliabilitas data, (4)analisis deskriptif. Sedangkan data kualitatif diolah dengan tahapan berikut, (1)koding data hasil wawancara, (2)kategorisasi data, (3)interpretasi data. Tahapan terakhir dalam penelitian ini adalah *display data* sesuai dengan sub-bab yang dibahas untuk menjawab tujuan penelitian. *Display data* berupa tabel, diagram, dan kutipan verbatim sebagai data temuan di lapangan. Kemudian data temuan di lapangan tersebut di jelaskan dengan teori yang digunakan serta didiskusikan dengan penelitian-penelitian terdahulu pada tema yang sama. Tujuan pada tahapan ini untuk mengetahui perbedaan dan kebaruan (*novelty*) dari penelitian yang dilakukan penulis

B. PENDIDIKAN INKLUSI

Pendidikan inklusif adalah salah satu tantangan terbesar yang dihadapi sistem pendidikan di seluruh dunia saat ini, apakah kita merujuk pada negara-negara berkembang, transisi atau maju (Acedo et al., 2009). Pendidikan inklusif mengacu pada hak yang tidak dapat dicabut dari setiap orang untuk berpartisipasi penuh dalam pendidikan berkualitas, yang memungkinkan pengembangan pribadi dan integrasi sosial secara maksimal, dalam kerangka ini, keragaman tubuh siswa merupakan fokus utama dalam proses pengembangan kurikulum (Tamayo et al., 2017). Pendidikan inklusif dapat dipahami sebagai “kehadiran (akses ke pendidikan dan kehadiran di sekolah), partisipasi (kualitas pengalaman belajar dari perspektif siswa) dan pencapaian (proses dan hasil pembelajaran di

seluruh kurikulum)” dari semua peserta didik (Opertti et al., 2009).

Menurut UNESCO, pendidikan inklusif menyediakan cara untuk menangani keragaman kalangan anak sekolah yang dinamis, menyeluruh dan berakar pada akal sehat serta bertujuan untuk mempraktekkan Deklarasi Universal Hak Asasi Manusia, yang pada saat yang sama memberikan makna penuh pada pengertian yang lebih luas tentang Pendidikan dasar untuk Semua (Rambla et al., 2008). Pendidikan inklusif mengacu pada hak yang tidak dapat dicabut dari setiap orang untuk berpartisipasi penuh dalam pendidikan berkualitas, yang memungkinkan pengembangan pribadi dan integrasi sosial secara maksimal (Tamayo et al., 2017). Kesetaraan, yaitu menghindari diskriminasi dan memberikan kesempatan yang sama kepada semua, merupakan nilai penting dalam pendidikan inklusif (Tamayo et al., 2017).

Aksesibilitas telah menjadi prinsip utama dalam mengejar yang lebih besar inklusi dan keadilan sosial (Tamayo et al., 2017). Keadilan sosial yang lebih besar tidak dapat dicapai tanpa inklusi sosial yang lebih besar, yang mengharuskan orang memiliki akses ke berbagai kegiatan yang dianggap sebagai ciri khas masyarakat mereka; inklusi sosial yang lebih besar membutuhkan aksesibilitas yang lebih besar,” yang didefinisikan sebagai “kemampuan orang untuk menjangkau dan terlibat dalam peluang dan kegiatan”, yang seringkali menantang dalam konteks pedesaan (Farrington & Farrington, 2005).

CRPD menekankan dua konsep kunci – hambatan dan dukungan yang mempengaruhi kemampuan siswa untuk sepenuhnya menggunakan hak mereka atas pendidikan yang berkualitas (Tamayo et al., 2017). Hambatan mengacu pada aspek konteks sosial, termasuk kebiasaan, kebijakan, dan praktik, yang menimbulkan hambatan signifikan terhadap pembelajaran atau partisipasi penuh bagi penyandang disabilitas (Unesco, 2013). Pendidikan inklusif dapat menentukan hasil yang memuaskan bagi siswa difabel, terutama mereka yang peduli dengan adaptasi sosial dan partisipasi penuh dalam masyarakat yang lebih luas (Bualar, 2018). Juga, ini adalah salah satu faktor terpenting dalam memperluas kesempatan kerja mereka dan mempromosikan masyarakat yang inklusif (Marcuzzi & Romero-Naranjo, 2017).

C. SOCIETY 5.0

Sesuai dengan literatur pemerintah Jepang, *Society 5.0* harus menjadi salah satu yang, “melalui tingkat penggabungan yang tinggi antara ruang siber dan ruang fisik, akan dapat menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial dengan menyediakan barang dan jasa yang secara terperinci menangani berbagai kebutuhan laten terlepas dari lokal, usia, jenis kelamin, atau bahasa (Deguchi et al., 2020). Visi *Society 5.0* mengharuskan kita untuk membingkai ulang dua jenis hubungan: hubungan antara teknologi dan masyarakat dan hubungan yang dimediasi teknologi antara individu dan masyarakat (Deguchi et al., 2020).

Melihat kembali sejarah manusia, yaitu masyarakat melalui berbagai tahap. Masyarakat 1.0 masyarakat yang berburu dan meramu dalam hidup berdampingan dengan alam; *Society 2.0* masyarakat berbasis budidaya pertanian, peningkatan organisasi dan pembangunan bangsa; *Society 3.0* adalah masyarakat yang mendorong industrialisasi melalui revolusi industri, memungkinkan produksi massal; dan *Society 4.0* adalah masyarakat informasi yang mewujudkan peningkatan nilai tambah dengan menghubungkan aset tidak berwujud sebagai jaringan informasi dan *Society 5.0* adalah sebuah informasi masyarakat yang dibangun di atas *Society 4.0*, bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang berpusat pada manusia yang sejahtera (Fukuyama, 2018).

Tujuan disusunnya konsep *Society 5.0* tersebut adalah untuk menciptakan masyarakat yang memiliki kualitas hidup tinggi melalui pemanfaatan teknologi revolusi industri 4.0, khususnya pada warga negara Jepang yang saat ini didominasi oleh kelompok usia tua (Konseptual et al., 2021). Kunci konsep ini adalah penggabungan ruang siber dengan ruang nyata untuk melahirkan data yang berkualitas sehingga dapat dijadikan dasar pada setiap solusi (Fukuyama, 2018). *Society 5.0* adalah model untuk mengkomunikasikan visi pemerintah tentang masyarakat masa depan kepada industri dan masyarakat umum (Society, n.d.). Model ini merupakan puncak dari berbagai diskusi di antara para ahli dari berbagai bidang. Itu juga didasarkan pada penelitian tentang sejarah teknologi dan perkembangan sosial (Rojas et al., 2021).

Konsep *Society 5.0* bertujuan untuk memecahkan masalah sosial dari perspektif baru. Di era baru ini, berbagai aspek akan terhubung dan teknologi akan bergabung dengan masyarakat super cerdas dengan integrasi penuh dari data besar, Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), dan layanan manusia untuk memfasilitasi infrastruktur digital dan fisik untuk manusia (Rojas et al., 2021). Visi masyarakat yang dijelaskan oleh *Society 5.0* mengharuskan kita untuk memikirkan dua jenis hubungan: hubungan antara teknologi dan masyarakat dan hubungan yang dimediasi teknologi antara individu dan masyarakat (Deguchi et al., 2020; Rojas et al., 2021).

D. UIN SUNAN KALIJAGA SEBAGAI UNIVERSITAS INKLUSIF

1. Persepsi Dosen UIN Sunan Kalijaga

Profil dosen yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan pada hasil survei jenis kelamin responden 83,33 % perempuan dan 16,6 % laki-laki. Berdasarkan bidang studi yang diajar oleh dosen adalah 33,33% humaniora, 33,33% ilmu sosial dan hukum, dan 33,3 % ilmu lainnya (studi agama). Berdasarkan tingkat pendidikan dosen UIN Sunan Kalijaga yang menjadi responden yaitu 66,6% S2 dan 33,33 % S3. Rata-rata dosen yang menjadi responden telah mengajar di UIN Sunan Kalijaga paling banyak 66,6% selama 6-10 tahun, 0-5 tahun dan 11-16 tahun masing-masing sebanyak 16.67%. Melihat distribusi data hasil survei tersebut dosen yang menjadi responden dalam penelitian ini sudah lama menjadi dosen di UIN Sunan Kalijaga sehingga sudah memahami mengenai kebijakan UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusif.

Semua dosen yang menjadi responden mengungkapkan pernah mengajar mahasiswa difabel. Berdasarkan survei 50% dosen mengajar difabel sebanyak 1-3 mahasiswa di kelasnya, 33,33 % 4-6 mahasiswa dan 16,67 % 7-9 mahasiswa di kelasnya. Berdasarkan jenis disabilitas mahasiswa yang diajar, 33,33 % dosen mengajar mahasiswa difabel tuli, 16,67% mengajar mahasiswa difabel fisik, tuli dan netra, 16,67% mengajar difabel fisik dan pendengaran, 16.67% mengajar difabel visual dan pendengaran.

Semua responden (dosen) pernah mengikuti pelatihan mengajar yang di selenggarakan oleh PLD (Pusat Layanan Difabel). Pelatihan mengajar yang telah diikuti oleh dosen UIN Sunan Kalijaga diselenggarakan oleh (1) Universitas sebanyak 66,67 % dan (2) Advokat universitas 33,33%. Berdasarkan survei bentuk-bentuk pelatihan yang pernah diikuti dosen diantaranya: (1) Pelatihan Kelas, (2) Focus Group Discussion (FGD). Semua Dosen mengetahui adanya struktur layanan bagu mahasiswa difabel yaitu PLD (Pusat Layanan Difabel). Survei menunjukkan bahwa training atau pelatihan mengajar mahasiswa difabel sangat terbatas, dengan komposisi jawaban dosen sebagai berikut; 50% dosen menjawab setuju, 33,33% sangat setuju dan 16.67 % tidak setuju. Hal inimenunjukkan perlu ditingkatka lagi intensitas training mengajar bagi mahasiswa difabel. Semua dosen menyatakan setuju dan sangat setuju bahwasannya Pelatihan universitas terkait disabilitas dapat membantu akademisi menjadi lebih berkualitas dalam menangani mahasiswa difabel.

Berdasarkan survei 33 % dosen merasa kesulitan mengajar difabel, 16,67% merasa tidak kesulitan dan 50% merasa tidak pasti (kadang sulit kadang tidak sulit). Semua dosen mempunyai kesadaran bahwa harus tahu atau memahami kebutuhan mahasiswa difabel. Semua dosen (responden) mengharapkan ada saran dan dukungan secara berkala dan kontinu untuk membantu dalam proses belajar mengajar mahasiswa difabel. Sebagian besar dosen (50%) sudah memasukkan prinsip aksesibilitas dan desain universal dalam SAP/RPS mata kuliah, sedangkan 16,67% belum memasukan prinsip tersebut dan 33,33% masih bingung bagaimana cara memasukan prinsip aksesibilitas dan desain universal. Berdasarkan survei 83,33% dosen setuju bahwa difabel diberikan akses layanan dari universitas, sedangkan 16,67% menjawab tidak pasti.

Berdasarkan jawaban survei 66,66% dosen menyatakan bahwa kelasnya aksesibel bagi mahasiwa difabel sedangkan 16,67% menyatakan tidak aksesibel dan 16,67% menjawab tidak pasti. Berdasarkan survei 50% setuju bahwa pelibatan dosen di universitas tergantung dosen dan 16,67 % menjawab tidak setuju sedangkan 33,33% menjawab tidak pasti. Survei menunjukkan bahwa 66,66 % dosen menyatakan bahwa mahasiswa difabel tidak mengalami hambatan fisik dan sosial di UIN Sunan Kalijaga . Hanya 33,33%

yang menyatakan bahwa mahasiswa mengalami gangguan fisik dan sosial di UIN Sunan Kalijaga.

Semua dosen setuju dan sangat setuju bahwa universitas harus menyediakan struktur layanan dan fasilitas bagi mahasiswa difabel untuk dapat menempuh studi seperti mahasiswa lain. Berdasarkan jawaban dosen, bahwa sebagian besar dosen (50%) menyatakan bahwa UIN Sunan Kalijaga belum siap menyelenggarakan pendidikan inklusif, sedangkan 33,33 % menyatakan UIN Sunan Kalijaga siap menyelenggarakan pendidikan inklusif dan 16,67 memberikan jawaban tidak pasti.

Semua dosen setuju dan sangat setuju bahwa universitas harus membentuk kelompok khusus untuk mahasiswa difabel. Berdasarkan survei 66,67 % dosen setuju dan 33,33% sangat setuju bahwa Mahasiswa difabel harus berusaha lebih keras untuk mengikuti ritme belajar mahasiswa lain dan membutuhkan bimbingan .

Dosen UIN Sunan Kalijaga yang menjadi responden 83.34 % menyatakan memiliki keterbatasan pengetahuan tentang teknologi asistif, dan 16.67 % menjawab tidak pasti. Sebagian dosen (50%) mengalami kesulitan menyesuaikan materi untuk mahasiswa difabel sedangkan 16,67 menyatakan tidak mengalami kesulitan dan 16.67 % menyatakan tidak pasti dengan kondisi ini.

Berdasarkan survei 66,67% dosen cukup sering memulai pembelajaran dengan mereview materi sebelumnya. 16,67 % sering memulai pembelajaran dengan mereview materi sebelumnya dan 16.67% kadang-kadang memulai pembelajaran dengan mereview materi sebelumnya. Berdasarkan survei 33,33 % dosen cukup sering menggunakan alat bantu visual selama pembelajaran, 33,33% selalu menggunakan alat bantu visual dan 16,67% tidak pernah menggunakan alat bantu visual serta 16,67 % menjawab kadang-kadang.

Berdasarkan survei 66,67 % dosen cukup sering mendorong mahasiswa untuk memperluas dan melakukan penelitian lebih lanjut terkait materi dan 33,33% dosen selalu mendorong mahasiswa untuk memperluas dan melakukan penelitian lebih lanjut terkait materi. 66,67 % dosen selalu melibatkan penugasan yang bersifat praktis diatur dalam kerja kelompok, 16,67 % dosen cukup sering

melibatkan penugasan yang bersifat praktis diatur dalam kerja kelompok, dan 16,67% kadang-kadang melibatkan penugasan yang bersifat praktis diatur dalam kerja kelompok.

Berdasarkan survei 50% dosen kadang-kadang menggunakan format metode yang berbeda agar sesuai dengan gaya belajar mahasiswa. 16,67 % dosen selalu menggunakan format metode yang berbeda agar sesuai dengan gaya belajar mahasiswa. 33,33 % cukup sering menggunakan format metode yang berbeda agar sesuai dengan gaya belajar mahasiswa.

Semua dosen setuju bahwa Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan penting dalam penyampaian konten dan pelaksanaan kegiatan mahasiswa. Semua dosen setuju bahwa Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berperan penting dalam penyampaian konten dan pelaksanaan kegiatan mahasiswa.

Tingkat pengetahuan dan ketrampilan dosen dalam menggunakan teknologi asistif. Pengetahuan dan ketrampilan dosen dalam menggunakan teknologi asistif : (1) 50 % dosen cukup tau ; (2) 16.67 % sedikit tahu , dan (3) 33,33% tidak tahu. Semua dosen UIN Sunan Kalijaga belum pernah kursus teknologi asistif. Semua dosen UIN Sunan Kalijaga tertarik untuk mengikuti pelatihan teknologi asistif. Dalam belajar teknologi asistif dosen memilih beberapa metode sebagai berikut : (1) pembelajaran langsung dalam bentuk kelompok , (2) menghadiri lokakarya atau konferensi, (3) Kursus formal.

2. Persepsi Mahasiswa Difabel UIN Sunan Kalijaga

Mahasiswa baru yang menjadi responden terdiri dari 27,27% laki-laki dan 72,73% perempuan , sedangkan mahasiswa lama yang menjadi responden 86,6% laki-laki dan 13,33 % perempuan. Semua mahasiswa difabel netra (100%) yang menjadi responden menyatakan bahwa sesuai dengan pengalaman mereka, UIN Sunan Kalijaga mengadakan penyesuaian untuk ujian masuk. Sedangkan difabel daksa 50% responden menyatakan ada penyesuaian dan 50% tidak ada penyesuaian. Difabel Tuli 80% menyatakan ada penyesuaian sedangkan 20% menyatakan tidak ada penyesuaian.

Semua mahasiswa difabel netra (100%) yang menjadi responden menyatakan bahwa sesuai dengan pengalaman mereka, UIN Sunan

Kalijaga mengadakan penyesuaian untuk ujian masuk. Sedangkan difabel daksa 50% responden menyatakan ada penyesuaian dan 50% tidak ada penyesuaian. Difabel Tuli 80% menyatakan ada penyesuaian sedangkan 20% menyatakan tidak ada penyesuaian.

Pilihan bidang studi mahasiswa difabel beragam yaitu humaniora, ilmu sosial terapan, ilmu terapan, arsitektur dan teknik, dan lainnya. Item lainnya adalah ilmu-ilmu keagamaan yang ada di UIN Sunan Kalijaga. Jenis difabilitas lainnya yang berwarna ungu adalah Cerebral Palsy. Semua mahasiswa difabel menyatakan setuju dan sangat setuju dengan adanya jalur khusus dalam proses penerimaan mahasiswa di UIN Sunan Kalijaga. Hanya 20 % mahasiswa difabel tuli yang menyatakan tidak setuju dengan adanya penerimaan khusus.

Lebih dari 75 % mahasiswa difabel dengan berbagai jenis disabilitasnya setuju dan sangat setuju dengan adanya metode dan alat presentasi dosen yang memudahkan mahasiswa difabel dalam proses pembelajarannya. Semua difabel daksa setuju apabila dosen menawarkan metode ujian yang sesuai dengan kemampuan mahasiswa difabel. Sedangkan mahasiswa tuli dan mahasiswa netra 50% setuju dengan pilihan metode ujian sedangkan 40% menjawab tidak pasti dan 10% tidak setuju.

Berdasarkan survei tidak semua mahasiswa difabel memahami instruksi yang diberikan dosen dalam pembelajarannya. Hanya difabel Cerebral Palsy yang menjawab selalu memahami intruksi dosen dalam pembelajarannya. Difabel Cerebral palsy, netra dan tuli menyampaikan bahwa informasi penting disampaikan secara efektif, sedangkan mahasiswa difabel daksa 75% menjawab tidak pasti dan hanya 25% yang merasa disampaikan tidak secara efektif. Lebih dari 50% mahasiswa difabel netra dan tuli merasa ruang kelas sudah diatur sehingga mampu menyesuaikan diri sesuai dengan ukuran tubuh, postur dan mobilitas masing-masing. Sedangkan 75% difabel daksa menyatakan tidak ada pengaturan yang sesuai.

Berdasarkan survei, UIN Sunan Kalijaga sudah memberikan akses layanan bagi mahasiswa difabel. Jawaban dari responden dengan jenis disabilitasnya menyatakan bahwa setuju dan sangat setuju dengan akses yang sudah diberikan di UIN Sunan Kalijaga.

Menurut difabel netra, tuli dan cerebral palsy ruang kelas sudah aksesibel, sedangkan menurut difabel daksa tidak semua ruangan aksesibel, yaitu 68 % menyatakan aksesibel dan 32 % tidak aksesibel. Berdasarkan hasil survei lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga cukup aksesibel bagi semua mahasiswa difabel. Terlihat hasil survei lebih dari 50% mahasiswa dengan jenis disabilitas menyatakan lingkungan cukup aksesibel.

Sebagian besar mahasiswa difabel setuju bahwa mereka sendirilah yang memiliki peran dalam mengatasi hambatan dalam partisipasi belajar. 75% mahasiswa difabel daksa menyatakan setuju, 85% mahasiswa netra menyatakan setuju dan sangat setuju dan mahasiswa cerebral palsy menyatakan setuju. Berdasarkan data mahasiswa difabel merasa bahwa sebagian besar lingkungan kampus UIN Sunan Kalijaga memudahkan pelinatann dan partisipasi mahasiswa difabel. Hanya 20 % mahasiswa difabel tuli dan 25% mahasiswa difabel daksa yang menjawab tidak pasti.

Semua mahasiswa difabel setuju dan sangat setuju bahwa kampus UIN Sunan Kalijaga sudah menyediakan struktur dan layanan bagi mahasiswa Difabel yaitu PLD. Semua mahasiswa difabel setuju dan mendorong agar universitas siap mengelola program inklusif untuk mahasiswa difabel. Hanya 10 % mahasiswa yang tidak setuju dan menyatakan tidak pasti. Semua mahasiswa difabel netra, tuli dan *cerebral palsy* setuju bahwa mahasiw difabel memiliki akses hanya mahasiswa difabel daksa yang 25% yang menjawab tidak pasti.

Faktor penghambat dalam proses pembelajaran berdasarkan survei :1. Dosen dan trainer yang tidak terlatih mengajar mahasiswa difabel. 2. Kesulitan akibat disabilitas, 3. Beban kuliah yang berat (mata kuliah), 4. Tingkat kesulitan mata kuliah, 5. Materi ajar tidak disesuaikan dengan kebutuhan mahasiwa difabel. Semua responden setuju bahwa UIN Sunan kalijaga mempunyai layanan pendukung / layanan adaptasi bagi mahasiswa difabel.

Mahasiswa mempunyai jawaban beragam dalam menilai efektifitas layanan. Mayoritas mahasiswa (daksa, netra dan tuli) menjawab cukup efektif layanan fasilitas transisi mahasiswa, hanya mahasiswa cerebral palsy menjawab mestinya bisa membantu. Lebih dari 75% mahasiswa difabel menilai bahwa UIN Sunan Kalijaga sudah

memanfaatkan teknologi asistif, hanya 25 % mahasiswa difabel yang menilai bahwa universitas belum memanfaatkan teknologi asistif,

Berdasarkan survei, difabel *celebral palsy* menilai bahwa dosen sudah memanfaatkan teknologi asistif dalam proses pembelajarannya. Sedangkan difabel *daksa* 50% menyatakan sudah menggunakan dan 50% tidak menggunakan. Difabel *netra* 63.64% menjawab dosen sudah menggunakan dan 36,6% menjawab belum menggunakan. Mayoritas mahasiswa difabel berpendapat bahwa UIN Sunan Kalijaga masih sedikit kesediaan teknologi asistif, hanya 40% mahasiswa yang menjawab memadai teknologi asistif di UIN Sunan Kalijaga. Berdasarkan survei jumlah terbanyak teknologi asistif adalah 1. Aplikasi dan software, 2. Perangkat teknologi rendah, 3. Perangkat teknologi menengah dan 4. Perangkat teknologi tinggi.

Berdasarkan survei teknologi asistif yang membantu mahasiswa difabel sebagai berikut: a. Difabel *daksa* : (1.) layar sentuh (2) keyboard alternatif; b. *Celebral palsy*: layar sentuh; c. Difabel *Netra* : (1) pembaca layar, (2) keyboard alternatif (3) layar sentuh, (4) alat bantu baca dan program belajar untuk difabel; d. Difabel *tuli* : (1) keyboard alternatif , (2) alat bantu baca dan program belajar untuk difabel, (3) layar sentuh.

E. PELUANG DAN TANTANGAN UNIVERSITAS INKLUSIF DI ERA SOCIETY 5.0

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai universitas inklusi pertama di Indonesia dalam implementasi kebijakan terus melakukan inovasi dan perbaikan dalam pemberian aksesibilitas belajar bagi mahasiswa difabel. Berdasarkan hasil survei dan wawancara menunjukkan bahwa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memiliki peluang dan tantangan dalam implementasi pendidikan inklusif di era *society 5.0*. Peluang dimiliki karena UIN Sunan Kalijaga sudah melaksanakan kebijakan inklusi selama 15 tahun. Sedangkan tantangannya adalah keterbatasan dalam penguasaan dan kepemilikan teknologi asistive.

Peluang yang dimiliki oleh UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusi yang pertama adalah Kebijakan pimpinan universitas yang mendukung dalam hal pembiayaan, sarana dan

prasarana dalam mewujudkan universitas inklusi. Hal ini senada dengan wawancara berikut:

“Pimpinan universitas, Pak Rektor dan jajarannya mendukung sepenuhnya implementasi pendidikan inklusi di UIN Sunan Kalijaga, bahkan setiap tahun anggaran diberikan untuk memberikan layanan kepada mahasiswa difabel” (wawancara dengan dosen, 20 November 2021).

Hal senada juga diungkapkan oleh mahasiswa difabel dalam wawancaranya:

“di UIN ini saya merasa diberikan kemudahan dalam menjalankan kuliah. Pak Rektor sangat support dengan pemberian layanan kepada mahasiswa difabel, jadi alhamdulillah tidak ada hambatan yang berarti dalam perkuliahan” (wawancara dengan mahasiswa difabel, 4 Oktober 2021).

Peluang kedua adalah civitas akademika yaitu dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa non difabel yang menerima dan bersedia menjalankan kebijakan implementasi pendidikan inklusi. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan dosen, mahasiswa difabel dan mahasiswa non difabel sebagai berikut.

“Sangat mendukung dan bersedia mengajar dan membimbing mahasiswa difabel dalam proses pembelajarannya. Saya merasa anak-anak difabel ini berpotensi dan semangat-semangat.” (wawancara dengan dosen, 25 November 2021).

“Di kelas saya ada dua mahasiswa difabel, satu difabel tuli dan satu netra. Saya dan teman-teman dikelas akrab dan senang membantu mereka. Kebetulan teman-teman difabel saya itu aktif di kelas dan pintar, malah kadang saya yang belajar dengan mereka” (wawancara dengan mahasiswa non difabel, 5 Oktober 2021)

“Saya merasa senang bisa membantu anak-anak difabel yang ke TU mengurus keperluan kuliah, meskipun saya bingung kalau berhadapan dengan yang rungu wicara, tapi kadang dari PLD ada yang menemani dan nerjemahin” (wawancara dengan tenaga kependidikan, 25 November 2021).

Ketiga adalah Pengetahuan masyarakat mengenai UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusi menjadikan peluang

siswa difabel melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi; keempat adalah adanya pembaruan sistem pendidikan yang menyesuaikan dengan kebutuhan khusus mahasiswa difabel misalnya modifikasi kurikulum; dan kelima penggunaan asistive teknologi dalam proses pembelajaran mahasiswa difabel.

Tantangan yang dihadapi oleh UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai universitas inklusif adalah Penguasaan teknologi dalam mendukung implementasi pendidikan inklusi di era *society 5.0* harus dioptimalkan. Berdasarkan dari hasil survei menunjukkan bahwa dosen, tenaga kependidikan dan mahasiswa kurang menguasai penggunaan teknologi asistive dalam proses pembelajaran inklusif. Selain kemampuan dalam penguasaan teknologi tantangan yang harus dipersiapkan adalah ketersediaan asistive teknologi. Kepemilikan asistive teknologi di UIN Sunan Kalijaga masih sangat terbatas, dan perlu ditambah untuk memberikan kemudahan dalam menghadapi era *society 5.0*. Mayoritas mahasiswa difabel berpendapat bahwa UIN Sunan Kalijaga masih sedikit kesediaan teknologi asistif, hanya 40% mahasiswa yang menjawab memadai teknologi asistif di UIN Sunan Kalijaga. Berdasarkan survei jumlah terbanyak teknologi asistif adalah 1. Aplikasi dan software, 2. Perangkat teknologi rendah, 3. Perangkat teknologi menengah dan 4. Perangkat teknologi tinggi.

F. SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UIN Sunan Kalijaga memiliki peluang dan tantangan dalam menghadapi era *society 5.0*. Peluang yang dimiliki oleh UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusi adalah (1) Kebijakan pimpinan universitas yang mendukung dalam hal pembiayaan, sarana dan prasarana dalam mewujudkan universitas inklusi; (2) Civitas akademika yaitu dosen, tenaga kependidikan, mahasiswa non difabel yang menerima dan bersedia menjalankan kebijakan implementasi pendidikan inklusi; (3) Pengetahuan masyarakat mengenai UIN Sunan Kalijaga sebagai universitas inklusi menjadikan peluang siswa difabel melanjutkan ke jenjang pendidikan tinggi; (4) Adanya pembaruan sistem pendidikan yang menyesuaikan dengan kebutuhan khusus mahasiswa difabel misalnya modifikasi kurikulum; (5) Penggunaan asistive teknologi dalam proses pembelajaran mahasiswa difabel.

Sedangkan tantangan yang dihadapi oleh UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai universitas inklusif adalah Penguasaan teknologi dalam mendukung implementasi pendidikan inklusi di era *society 5.0* harus dioptimalkan. Berdasarkan dari hasil survei menunjukkan bahwa dosen, tenaga kependidikan dan mahasiswa kurang menguasai penggunaan teknologi asistive dalam proses pembelajaran inklusif. Selain kemampuan dalam penguasaan teknologi tantangan yang harus dipersiapkan adalah ketersediaan asistive teknologi. Kepemilikan asistive teknologi di UIN Sunan Kalijaga masih sangat terbatas, dan perlu ditambah untuk memberikan kemudahan dalam menghadapi era *society 5.0*.

G. REFERENSI

- Acedo, C., Ferrer, F., & Pa, J. (2009). *Inclusive education: Open debates and the road ahead*. 227–238. <https://doi.org/10.1007/s11125-009-9129-7>
- Anguera, M. T., Blanco-Villaseñor, A., Losada, J. L., Sánchez-Algarra, P., & Onwuegbuzie, A. J. (2018). Revisiting the difference between mixed methods and multimethods: Is it all in the name? *Quality and Quantity*, 52(6), 2757–2770. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0700-2>
- Bualar, T. (2018). Barriers to inclusive higher education in Thailand : voices of blind students. *Asia Pacific Education Review*, 19(4), 469–477. <https://doi.org/10.1007/s12564-017-9512-7>
- Deguchi, A., Hirai, C., Matsuoka, H., & Nakano, T. (2020). *What Is Society 5.0?* 1–23. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4>
- Farrington, J., & Farrington, C. (2005). Rural accessibility, social inclusion and social justice: Towards conceptualisation. *Journal of Transport Geography*, 13, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2004.10.002>
- Fukuyama, B. M. (2018). *Society 5.0 : Aiming for a New Human-Centered Society*. August, 47–50.
- Hanjarwati, Astri ; Aminah. (2015). Evaluasi Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta Mengenai Pendidikan Inklusi. *INKLUSI: Journal of Disability Studies*, 1, 221–248.

- Konseptual, T., Aspek, T., & Ekonomi, K. (2021). *Peran E-Government Dalam Membangun Society 5.0* : 5, 115–125.
- Maftuhin, A. (2010). Profil Pusat Layanan Difabel. In *Artikel*.
- Marcuzzi, C., & Romero-Naranjo, F. J. (2017). BAPNE Method, Developmental Dyslexia and Inclusive Education: Cognitive, Socio-Emotional and Psychomotor Stimulation in Secondary School. A Practical Resource for Education within a Cross Curriculum. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237(June 2016), 1291–1298. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.212>
- Opertti, R., Brady, J., & Duncombe, L. (2009). *Moving forward : Inclusive education as the core of Education for All*. 205–214. <https://doi.org/10.1007/s11125-009-9112-3>
- Pusat Layanan Difabel (PLD). (2019). *Pedoman Layanan Mahasiswa Difabel*.
- Pusat Layanan Difabel (PLD). (2021). *Data Mahasiswa Difabel*.
- Rambla, X., Ferrer, Æ. F., Tarabini, Æ. A., & Verger, Æ. A. (2008). *Inclusive education and social inequality : an update of the question and some geographical considerations*. 65–76. <https://doi.org/10.1007/s11125-008-9052-3>
- Rojas, C. N., Adolfo, G., Peñafiel, A., Fernando, D., & Buitrago, L. (2021). *Society 5.0 : A Japanese Concept for a Superintelligent Society*. Society, A. P. S. (n.d.). *Society 5.0*.
- Tamayo, M., Rebolledo, J., & Besoain-Saldaña, A. (2017). Monitoring inclusive education in Chile: Differences between urban and rural areas. *International Journal of Educational Development*, 53, 110–116. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2017.01.002>
- Acedo, C., Ferrer, F., & Pa, J. (2009). *Inclusive education: Open debates and the road ahead`*. 227–238. <https://doi.org/10.1007/s11125-009-9129-7>
- Anguera, M. T., Blanco-Villaseñor, A., Losada, J. L., Sánchez-Algarra, P., & Onwuegbuzie, A. J. (2018). Revisiting the difference between mixed methods and multimethods: Is it all in the name? *Quality and Quantity*, 52(6), 2757–2770. <https://doi.org/10.1007/s11135-018-0700-2>

- Bualar, T. (2018). Barriers to inclusive higher education in Thailand : voices of blind students. *Asia Pacific Education Review*, 19(4), 469–477. <https://doi.org/10.1007/s12564-017-9512-7>
- Deguchi, A., Hirai, C., Matsuoka, H., & Nakano, T. (2020). *What Is Society 5.0?* 1–23. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4>
- Farrington, J., & Farrington, C. (2005). Rural accessibility, social inclusion and social justice: Towards conceptualisation. *Journal of Transport Geography*, 13, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2004.10.002>
- Fukuyama, B. M. (2018). *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society*. August, 47–50.
- Hanjarwati, Astri; Aminah. (2015). Evaluasi Implementasi Kebijakan Pemerintah Kota Yogyakarta Mengenai Pendidikan Inklusi. *INKLUSI: Journal of Disability Studies*, 1, 221–248.
- Konseptual, T., Aspek, T., & Ekonomi, K. (2021). *Peran E-Government Dalam Membangun Society 5.0*: 5, 115–125.
- Maftuhin, A. (2010). Profil Pusat Layanan Difabel. In *Artikel*.
- Marcuzzi, C., & Romero-Naranjo, F. J. (2017). BAPNE Method, Developmental Dyslexia and Inclusive Education: Cognitive, Socio-Emotional and Psychomotor Stimulation in Secondary School. A Practical Resource for Education within a Cross Curriculum. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237(June 2016), 1291–1298. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.212>
- Opertti, R., Brady, J., & Duncombe, L. (2009). *Moving forward : Inclusive education as the core of Education for All*. 205–214. <https://doi.org/10.1007/s11125-009-9112-3>
- Pusat Layanan Difabel (PLD). (2019). *Pedoman Layanan Mahasiswa Difabel*.
- Pusat Layanan Difabel (PLD). (2021). *Data Mahasiswa Difabel*.
- Rambla, X., Ferrer, Æ. F., Tarabini, Æ. A., & Verger, Æ. A. (2008). *Inclusive education and social inequality : an update of the question and some geographical considerations*. 65–76. <https://doi.org/10.1007/s11125-008-9052-3>

Rojas, C. N., Adolfo, G., Peñafiel, A., Fernando, D., & Buitrago, L. (2021). *Society 5.0 : A Japanese Concept for a Superintelligent Society*. Society, A. P. S. (n.d.). *Society 5.0*.

Tamayo, M., Rebolledo, J., & Besoaín-Saldaña, A. (2017). Monitoring inclusive education in Chile: Differences between urban and rural areas. *International Journal of Educational Development*, 53, 110–116. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2017.01.002>

INTERAKSI SOSIAL DI ERA SOCIETY 5.0: DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Maya Sandra Rosita Dewi, Dwi Nur L. Fithriya

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga,

Prodi Sosiologi UIN Sunan Kalijaga

Email: maya.dewi@uin-suka.ac.id, dwi.fithriya@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari masa ke masa terus mengalami perkembangan, mulai dari era teknologi pertanian, era teknologi industri, era teknologi informasi, dan era teknologi komunikasi dan informasi. Perkembangan ini membawa berbagai dampak dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara dimana setiap manusia selalu tertarik untuk menggunakan dan memanfaatkan setiap perkembangan ini. Dalam kehidupan sehari-hari kita mengenal istilah internet yang merupakan gabungan antara teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi tersebut memiliki jaringan yang mendunia dan akses yang sangat cepat. Setiap individu dapat saling bertukar data dan informasi dengan jangkauan yang tidak terbatas, akses kegiatan dan aktivitas dapat dilakukan secara online dengan sarana ini. (Danuri, 2019). Era revolusi industri 4.0 yang erat kaitannya dengan teknologi informasi merupakan konsep transformasi digital yang memanfaatkan teknologi digital baru sebagai model aktivitas dan transaksi sehingga muncul Industri bidang internet dan teknologi informasi lainnya. Dalam era ini terdapat enam pilar utama yang dipaparkan pada acara di Hannover Messe, Jerman tahun 2011. Enam pilar tersebut diantaranya: masyarakat digital, energi berkelanjutan, mobilitas cerdas, hidup

sehat, keamanan sipil, dan teknologi di tempat kerja (Yuliardi, 2020).

Konsep 4.0 telah lama diterapkan di Indonesia sejak abad 20an, bahkan saat ini di Indonesia mulai memasuki era *Society 5.0*. Tatanan *Society 5.0* menjadi paradigma kehidupan baru bagi masyarakat. Melalui konsep *society 5.0* kehidupan masyarakat diharapkan akan lebih mudah, praktis dan berkelanjutan. Para manusia akan disediakan produk dan layanan dalam jumlah dan pada waktu yang dibutuhkan. *Society 5.0* dapat dimaknai sebagai sebuah model masyarakat yang berpusat pada manusia dengan basis teknologi. Dalam era *society 5.0* masyarakat dihadapkan dengan teknologi yang memungkinkan pengaksesan dalam ruang maya yang terasa seperti ruang fisik (Faulinda Ely Nastiti, 2020). Dalam hal ini, masyarakat akan merasakan sensasi berinteraksi di ruang virtual tapi terasa seperti pada kehidupan nyata. akan tetapi memang dalam era, ini tetap berpusat pada manusia sebagai pemegang kendali atas teknologi. Hal ini, seperti yang disampaikan oleh Puspita (2020) yang menyatakan bahwa, era *society 5.0* menawarkan masyarakat yang berpusat pada manusia yang membuat seimbang antara kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang dapat menghubungkan antara dunia maya dan dunia nyata.

Era *Society 5.0* dapat diprediksi akan melibatkan berbagai aspek kehidupan, seperti sektor ekonomi, kebutuhan energi, kebutuhan pangan, pendidikan, kesehatan, industri, dan beberapa aspek lain. Perkembangan teknologi pada akhirnya akan mengubah cara pandang, perilaku, sifat, dan karakteristik interaksi sosial dengan kemajuan teknologi. Manusia menjadi sektor sumber daya yang menjadi target utama dalam perkembangan teknologi informasi kearah *society 5.0*. Pengaruh teknologi informasi terhadap berbagai aspek kehidupan terutama aspek sosial tentang interaksi sosial (Arya Bimantoro, 2021). Di era teknologi ini, sangat mudah menyatukan sesuatu yang berbeda dengan sangat mudah cukup menggunakan internet. Ada beberapa hal yang dirasa memberikan dampak yang positif seperti meningkatkan efektivitas dan efisiensi manusia dalam memperoleh dan mendapatkan informasi, serta dalam berinteraksi dengan sesama individu juga semakin mudah, karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Hal yang patut disayangkan, dengan hadirnya teknologi ini membuat intensitas berinteraksi sosial manusia di dunia nyata semakin berkurang. Bahkan interaksi antar satu rumah bisa menjadi hal yang sangat langka. misalnya komunikasi anak dan orang tua dalam satu rumah justru lebih intens menggunakan gawai seperti *handphone*. Padahal bisa dipahami jika interaksi sosial menjadi faktor utama dalam keberlangsungan hidup manusia. Dalam artian, tidak ada kehidupan bila tidak ada proses sosial ataupun interaksi sosial diantara manusia. Interaksi sosial dalam hal ini dipahami sebagai proses dimana orang-orang saling berkomunikasi, dan juga saling mempengaruhi dalam pikiran dan tindakan. Proses interaksi sosial terjadi apabila ada kontak sosial dan komunikasi. Tujuan dari proses ini adalah untuk mencapai pemahaman yang sama. Interaksi sosial bisa dilakukan antar individu, antar kelompok, maupun antar individu dengan kelompok.

Pada era 4.0 dan 5.0 inilah yang membawa perubahan sosial dalam proses interaksi dari berbagai aspek. Perubahan ini juga membawa dampak pada perubahan perilaku dari masyarakat khususnya pada media dalam berinteraksi. pada akhirnya masyarakat diharuskan untuk bisa beradaptasi dengan era digital, bahkan ini menjadi tuntutan seluruh masyarakat untuk mencari kestabilan bersama. Perubahan yang nampak pada proses interaksi sosial di era ini, adalah penggunaan media dalam berinteraksi. Media tersebut mulai beralih pada teknologi digital terutama internet. Dengan demikian, ketika masyarakat sudah mulai berkecimpung di era digital, penggunaan internet khususnya pada masyarakat Indonesia mengalami peningkatan yang pesat .

Menurut data *Internetworldstats*, penetrasi internet pada di Indonesia pada akhir Maret 2021 sebesar 76,8 persen dari populasi . Mengambil data dari Kusnandar (2021), Jumlah penetrasi internet di Indonesia sebesar 76,8% dari total populasi tercatat pada akhir maret 2021. Dijelaskan lebih lanjut, pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta dengan estimasi total populasi sebanyak 276,3 juta jiwa. Berdasar data ini yang menempatkan Indonesia pada urutan ke 15 diantara negara-negara Asia. Data tersebut menunjukkan bahwa saat ini masyarakat sudah tidak bisa lepas dari teknologi informasi. Di setiap bagian hidup masyarakat selalu berhubungan

dan mengandalkan teknologi informasi. Secara tidak langsung masyarakat kini sudah menjadi bagian dari masyarakat 5.0 yang mengalami pergeseran dalam model komunikasi yaitu aktif dalam penggunaan teknologi informasi. Berdasar berbagai pemaparan diatas, penting bagi kita untuk menggali lebih dalam bagaimana proses perubahan atau evolusi dari masyarakat dalam berinteraksi sosial di era *Society 5.0* dalam perspektif keilmuan sosiologi komunikasi. Selain itu penting pula untuk memberikan pemahaman dan informasi tentang etika dan literasi digital bagi masyarakat dunia khususnya Indonesia. Dengan berbekal pengetahuan literasi digital tersebut, masyarakat diharapkan mampu menggunakan teknologi komunikasi dengan baik dan bijak, serta meminimalisir timbulnya permasalahan sosial yang terjadi akibat penyalahgunaan penggunaan teknologi.

Berbicara tentang interaksi sosial di era *Society 5.0* sudah banyak studi yang dilakukan, akan tetapi konteksnya berbeda dengan tema yang penulis ambil. Pada tulisan kali ini, penulis mencoba memosisikan diri untuk melihat lebih dalam tentang bagaimana model interaksi sosial masyarakat di era *Society 5.0*. Beberapa penelitian terdahulu yang penulis ambil digunakan sebagai bahan rujukan baik dari segi metode, teori maupun analisis.

Penelitian pertama dari (Putri, 2021), dalam tulisannya Putri menjelaskan bahwa kemajuan teknologi yang pesat saat ini membawa manusia ke era serba digital, semua bisa dilakukan hanya dengan sebuah alat yang serbaguna, telepon genggam, komputer, fasilitas pemancar sinyal wifi dan perangkat elektronik lain. Kecanggihan teknologi yang berkembang saat ini berdampak pada aktivitas dan penyebarluasan berita maupun informasi tanpa batas, sehingga diistilahkan dunia berada dalam genggam manusia. Perubahan yang menuju era *Society 5.0* dari fase revolusi industri 4.0 mengisyaratkan bahwa perkembangan dunia global terus berjalan dan menuntut kehandalan serta kemampuan diri individu untuk hidup dalam konteks global modern. Era *Society 5.0* dikatakan akan hadir sebagai era yang akan berpusat pada peran manusia, dengan menyelaraskan antara kemajuan teknologi dengan penggunaan dan pemanfaatannya, menyeimbangkan kemajuan ekonomi, serta menyelesaikan permasalahan sosial dengan mengintegrasikan

antara ruang digital dengan ruang nyata. Era ini membutuhkan seorang yang memiliki kemampuan literasi yang baik untuk bertahan dan bersaing, karena kemampuan literasi dapat menjadi bekal untuk menghadapi *Society 5.0*. Era *Society 5.0* yang berkembang saat ini dibutuhkan kekuatan dan kesiapan diri individu untuk lebih banyak berkontribusi dan berperan di dalam penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat lokal, nasional, dan global. Memperkuat aspek soft skill, hard skill, pengetahuan, dan kemampuan elaborasi dengan sikap dan keterampilan yang baik maka dapat menghasilkan kemampuan kerjasama individu dalam ruang lingkup modern dan global.

Penelitian kedua dari M.Iksan Kahar dkk. (2021) yang dalam tulisannya memaparkan bahwa, model pembelajaran yang dipakai di era revolusi 4.0 dibuat dengan menerapkan kreativitas, cara berpikir kritis, kolaboratif, keterampilan komunikasi, keterampilan masyarakat dan karakter, dengan beberapa aspek dan komponen yang ada pada model pembelajaran pendidikan 4.0. Lebih lanjut, dijelaskan dalam tulisannya, kahar dkk menyampaikan bahwa untuk menghadapi era *Society 5.0*, bidang pendidikan memegang peranan cukup penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain pendidikan, beberapa bagian dan pemangku kebijakan seperti pemerintah, Organisasi Masyarakat (Ormas) dan seluruh masyarakat juga berkontribusi dalam menyambut era *Society 5.0* mendatang. Untuk menjawab segala tantangan revolusi industri 4.0 dan *Society 5.0* dalam dunia pendidikan, dibutuhkan kesiapan untuk hidup di abad 21 atau lebih dikenal dengan 4C (*Creativity, Critical Thinking, Communication, Collaboration*) (Kahar, 2021).

Penelitian ketiga dari (Arjunaita, 2020). Arjunaita menjelaskan bahwa Era *Society 5.0* telah merubah pola pikir tentang pendidikan. Pola pikir yang berubah bukan hanya cara mengajar, tetapi lebih dari itu adalah perubahan dalam pandangan konsep pendidikan itu sendiri. Oleh sebab itu, pengembangan kurikulum di instansi pendidikan untuk saat ini dan masa depan harus dilengkapi dengan kemampuan siswa dalam kaitannya dengan pedagogi, *life skill*, kemampuan untuk hidup bermasyarakat, berpikir kritis dan kreatif. Mengembangkan *soft skill* dan *transversal skill*, juga penting untuk menjadi bekal bagi para pelajar dan generasi muda yang sedang

menempuh pendidikan, tidak hanya untuk kebutuhan akademik saja tetapi juga untuk kebutuhan lainnya dalam hidupnya seperti keterampilan interpersonal, hidup bersama, kemampuan menjadi warga negara yang berpikiran global, dan pemahaman literasi media dan informasi.

Penelitian keempat dari Mumtaha dkk yang menjelaskan bahwa perkembangan *Revolusi Industri 4.0* dan *Society 5.0* telah memberikan banyak dampak pada kehidupan masyarakat. Tindakan masyarakat yang lebih memilih untuk memanfaatkan teknologi untuk pemenuhan kebutuhan dengan segala kemudahan merupakan salah satu bentuk tahapan perkembangan era *Revolusi Industri* dan *Society 5.0* di Indonesia. Pada era *Society 5.0* teknologi dan informasi bukan merupakan fokus utama pergerakan dari kehidupan manusia. Pada era ini manusia akan menjadi objek inovasi, dimana teknologi dan informasi akan dilengkapi dengan pengolahan big data dan kecerdasan buatan yang akan mempermudah setiap kebutuhan manusia. Sebagian efek yang terlihat adalah pada perubahan perilaku sosial dan aktivitas ekonomi dari masyarakat. Perubahan perilaku masyarakat ekonomi dari dampak *Revolusi Industri 4.0* telah terlihat dengan *munculnya* pelaku *e-commerce* di Indonesia (Mumtaha, 2019).

Dari beberapa penelitian terdahulu, maka dapat dilihat bahwa yang membedakan penelitian terdahulu dengan apa yang ditelaah oleh penulis adalah pada objek dan subjeknya. jika penelitian terdahulu masih meneliti tentang permasalahan teknologi dan pendidikan di era 5.0 secara umum seperti kemajuan teknologi di era *Society 5.0*, *e-commerce*, sistem pembelajaran di era *Society 5.0* dan pendidikan di era *Society 5.0*, penulis memposisikan untuk menelaah lebih spesifik tentang bagaimana model dan pergeseran interaksi sosial masyarakat di era *Society 5.0*.

Selain kajian literatur diatas, penulis juga menggunakan beberapa teori dalam tulisan ini sebagai panduan dan alat analisis yaitu teori Interaksi sosial, *Computer Mediated Communication (CMC)* dan Sosioteknologi.

Interaksi sosial dipahami sebagai hubungan antara dua individu atau lebih, dimana tindakan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau

sebaliknya. Seseorang berinteraksi dengan orang lain akan mempengaruhi pola pikir serta tingkah laku individu tersebut, hal tersebut menjadikan seseorang memiliki pribadi yang baik dan teratur dalam suatu masyarakat (Ahmadi, 2002).

Interaksi sosial merupakan bentuk hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara individu satu dengan individu lainnya, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara individu dengan kelompok (Soerkanto, 2006). Dalam perspektif Interaksi sosial dijelaskan bahwa terdapat relasi yang dinamis karena suatu relasi yang melibatkan individu atau kelompok masyarakat. Kimbal Young berpendapat Interaksi sosial dapat berlangsung antara orang perorangan dengan kelompok atau kelompok dengan orang perorangan, kelompok dengan kelompok, dan orang dengan perorangan (Santosa, 2006).

Dari pandangan yang diuraikan oleh Kimbal Young tersebut, penulis dapat memahami bahwa dalam pembentukan interaksi sosial terdapat ciri penting agar suatu interaksi sosial dapat terjadi dalam suatu masyarakat. Di lain pihak, Charles P. Loomis dalam Santosa (2006) mengemukakan empat ciri penting interaksi sosial, diantaranya :

1. Suatu aktifitas yang terdiri dari dua orang atau lebih
2. Adanya komunikasi antara pelaku dengan menggunakan simbol-simbol
3. Terdapat satu waktu yang berlangsung yang menentukan tindakan seseorang atau lebih
4. Terdapat tujuan yang ingin dicapai dari interaksi yang berlangsung

Selanjutnya dalam teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dijelaskan bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui komputer, yang melibatkan orang dan terletak dalam pemahaman tertentu, terlibat dalam proses pembentukan suatu media untuk berbagai keperluan. Teori CMC memiliki pandangan yang cukup luas dalam penggunaan *new media* yang saat ini dibahas oleh banyak pakar komunikasi. Teori CMC berkembang seiring dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dalam bidang komputer. Banyaknya *new media* yang hadir dan semakin melekat

dalam kehidupan sehari-hari membuat teori CMC semakin banyak diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

CMC merupakan model komunikasi antar individu dengan media komputer. CMC berpengaruh terhadap bentuk aktivitas sosial yang berbeda-beda akibat dari teknologi komunikasi yang didukung oleh komputer. Meskipun dalam penggunaan aplikasi melalui komputer dan teknologi digital dalam prakteknya juga melibatkan komunikasi antarpribadi manusia. Banyak penelitian yang melibatkan internet dengan pengguna *social network* yang didukung oleh perangkat *social software* (Thurlow, 2004).

Dalam pandangan Pixy Ferris secara umum mengartikan CMC sebagai model “interaksi secara interpersonal menggunakan komputer, yang meliputi komunikasi *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas yang disebut dengan internet”. Media yang digunakan oleh komputer dalam teori CMC adalah perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang merupakan aplikasi khusus untuk memungkinkan orang saling berinteraksi. Komputer dalam hal ini harus mempunyai jaringan Internet agar mampu terhubung dengan komputer lain secara global. Sebagai contoh ketika seseorang bertukar pesan (*chatting*) di *Facebook*, maka mereka membutuhkan komputer, Internet, dan aplikasi *browser* untuk mengakses situs *Facebook*. Komunikasi yang terjadi dalam aktifitas percakapan (*chatting*) tersebut bersifat interaktif dimana komunikator bisa menjadi komunikan dalam waktu bersamaan (Pearson, 2011).

Synchronous communication adalah model komunikasi yang dilakukan secara *real-time*. Pelaku komunikasi disini memiliki peran sebagai komunikator sekaligus komunikan. Sebagai Contoh pada panggilan telepon atau *online-chat*. Sedangkan model *asynchronous communication* adalah komunikasi yang model interaksinya tertunda dan setiap pelaku komunikasi harus bergantian menjadi komunikator dan komunikan. Sebagai contoh adalah aktivitas mengirim pesan menggunakan *e-mail*. Griffin (2006) menyebutkan terdapat dua bagian penting dalam CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka, yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*). Dari penjelasan tersebut, yang

dapat membedakan dengan komunikasi tatap muka adalah dari segi simbol yang digunakan. Komunikasi tatap muka menggunakan simbol verbal dan bahasa sedangkan non verbal menggunakan gestur tubuh. Dalam CMC simbol yang digunakan yaitu sistem isyarat yang terdapat dalam aplikasi komputer seperti *emoticon* atau karakter teks lainnya. Selain itu, proses komunikasi yang berlangsung dalam CMC lebih lama daripada komunikasi tatap muka. Hal ini disebabkan, karena komunikator dan komunikan dalam proses CMC terkadang tidak langsung memahami maksud pesan yang disampaikan karena terbatas dengan karakter-karakter yang ada dalam komputer. Kemunculan dari komunikasi yang tidak langsung inilah yang menimbulkan pembahasan mengenai teori CMC.

Selain teori Interaksi sosial dan CMC penulis juga menggunakan teori sosioteknologi. Secara garis besar, pengertian dari sosioteknologi adalah sebuah bagian dari pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dengan sudut pandang yang melihat pada sisi kemasyarakatan dan kemanusiaan. Pandangan tentang sosioteknologi ini berfungsi dan berperan untuk menjadikan masyarakat yang memiliki pengetahuan yang kritis, kreatif, dan inovatif. Sosioteknologi sendiri mencoba menganalisa lebih dalam tentang hubungan antara manusia dengan teknologi. Analisa ini berhubungan erat dengan dampak yang dimunculkan dari adanya teknologi terhadap sendi-sendi kehidupan dan penghidupan masyarakat, yaitu bagaimana seharusnya mengelola dampak dan manfaat teknologi tersebut untuk menaikkan derajat kemasyarakatan di satu sisi, serta disisi lain bagaimana seharusnya perilaku dan peran masyarakat dalam menerima manfaat dari teknologi itu sendiri (Sinaga, 2001)

Sosioteknologi melihat bahwa teknologi bukan merupakan “benda mati”, ia “hidup” dan memiliki model serta dinamika kerjanya sendiri. Model atau mekanisme tersebut dapat mengubah manusia selaku penggunaannya sehingga manusia itu sendiri menjadi alat. Karena merupakan satu kesatuan dalam sistem, teknologi bukan sekedar alat tidak berjiwa, ia bahkan mampu menciptakan dunianya sendiri dengan seperangkat sistem nilainya (Mangunwijaya, 1983).

B. EVOLUSI TEKNOLOGI DALAM KEHIDUPAN SOSIAL

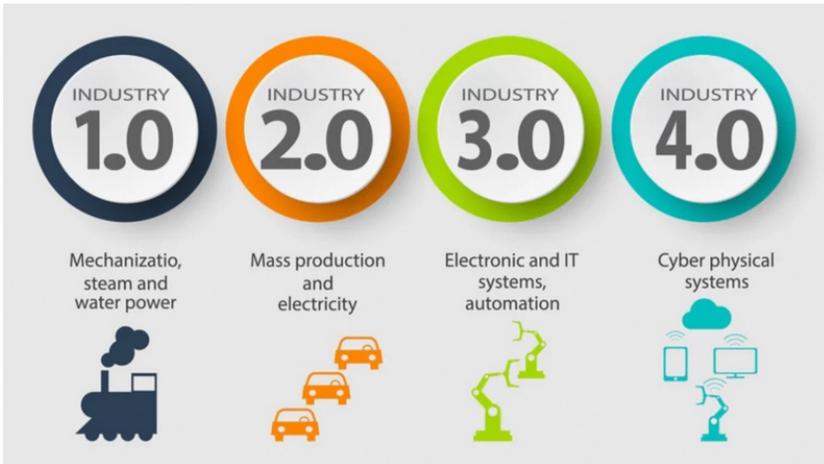
Perilaku sosial masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan Teknologi. Perkembangan Teknologi yang ditandai dengan Revolusi Industri 1.0 sampai dengan Revolusi Industri 4.0 saat ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku kehidupan masyarakat. Mengutip dari tulisan (Prasetyo dan Trisyanti, 2019) yang melakukan kajian sosial dalam Revolusi Industri 4.0, menghasilkan suatu gagasan bahwa revolusi Industri tidak hanya mendistrupsi bidang teknologi saja, namun merambah pada bidang sosial, ekonomi dan hukum dan untuk menanggulangi distrupsi dampak Revolusi Industri perlu adanya kajian humaniora untuk mengawal perkembangan teknologi agar tidak keluar dari norma-norma kemanusiaan yang berlaku (Mumtaha, 2019).

Perubahan tingkah laku masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi dan berpusat pada kebutuhan manusia saat ini lebih dikenal dengan istilah *Society 5.0*. Era *Society 5.0* adalah masa dimana setiap tatanan kebutuhan masyarakat akan berpusat pada manusia (*human-centered*) dan berbasis pada teknologi (*technology based*). Era *Society 5.0* pertama kali dikenalkan oleh Jepang dan pada perkembangannya sebelum muncul *Society 5.0* sebenarnya sudah dimulai oleh era *Society* lainnya sejak peradaban manusia dimulai. Diawali dari *Society 1.0* yang identik dengan kegiatan berburu untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. *Society 2.0* masyarakat sudah mengenal bercocok tanam dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. *Society 3.0* masyarakat mulai mengenal dan mendalami dunia industri yang menurut masyarakat dapat mempermudah setiap kegiatan dalam pemenuhan kebutuhan. Selanjutnya, teknologi mulai dimanfaatkan dalam memenuhi kebutuhan hidup dan memperoleh informasi pada *Society 4.0* (Mumtaha, 2019). Revolusi Industri 4.0 telah menghadirkan berbagai ragam perkembangan teknologi untuk mempermudah segala kegiatan. Berbeda dengan *Society 5.0* yang menawarkan beragam kemudahan bagi manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Hal ini telah terlihat jelas pada masyarakat Indonesia. Kehadiran berbagai perusahaan yang menyediakan layanan barang dan jasa berbasis online telah menyebar luas di Indonesia. Istilah perkembangan teknologi pada masa saat ini lebih sering dikenal

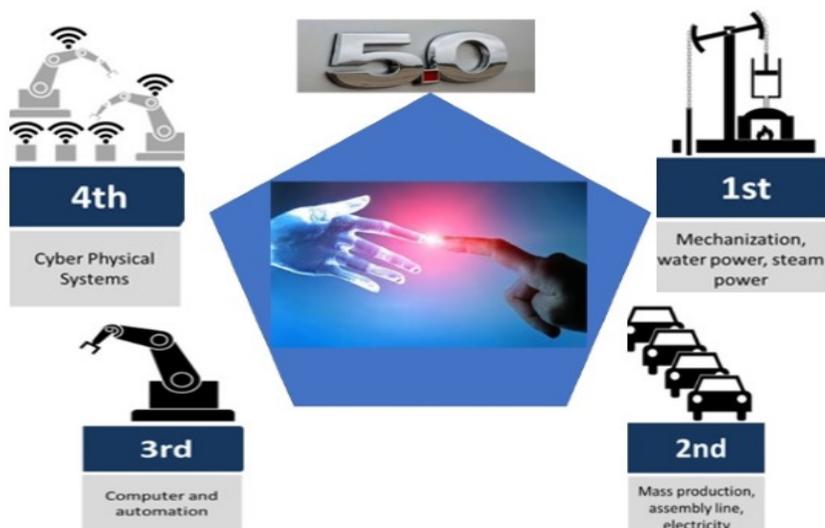
dengan era Revolusi Industri 4.0. Perkembangan ini ditandai dengan berkembangnya teknologi dan Informasi sebagai salah satu alat bantu yang digunakan manusia dalam melakukan pekerjaan (Budiman, 2019). Perkembangan dunia industri sudah dimulai sejak berkembangnya era Revolusi Industri 1.0 sampai dengan saat ini yang masih berada pada era Revolusi Industri 4.0. Adapun rangkaian gambaran perkembangan era Revolusi Industri seperti tertera pada Gambar 1 (Geotimes, 2019).

Gambar 1. Perkembangan Era Revolusi Industri



Pada Januari 2019, Jepang telah meluncurkan roadmap tentang perilaku kebutuhan manusia yang dikenal dengan istilah *Society 5.0*. Jika *Revolusi Industri* membahas tentang bagaimana keberadaan industri dapat mempermudah manusia dalam melakukan segala kegiatan, lain halnya dengan *Society5.0* yang lebih fokus pada manusia tidak hanya sebagai objek, namun juga berperan aktif dalam pencapaian tujuan. Perkembangan *Society5.0* dapat dilihat seperti gambar 2 (disperin.semarangkota, 2019).

Gambar 2. Perkembangan Society 5.0



Di era Society 4.0, aktivitas masyarakat adalah mengumpulkan informasi menggunakan jaringan dan dianalisis oleh manusia. Berbeda dengan Society 5.0, dimana orang, benda dan sistem semuanya terhubung di dunia maya dan hasil optimal yang didapatkan dari *Artificial Intelligence* (AI) melebihi kemampuan manusia diberi *feedback* ke ruang fisik. Proses pada era Society 5.0 ini membawa nilai baru bagi industri dan masyarakat dengan cara yang sebelumnya belum pernah dilakukan (disperin.semarangkota, 2019).

Pada era Society 5.0 teknologi dan informasi tidak menjadi fokus pergerakan kehidupan manusia. Pada era ini manusia akan menjadi objek inovasi, dimana teknologi dan informasi akan dilengkapi dengan pengolahan big data dan kecerdasan buatan yang akan mempermudah setiap kebutuhan manusia. Salah satu dampak terbesar adalah pada perubahan perilaku sosial masyarakat.

Di Indonesia, perkembangan Society 5.0 membawa banyak transformasi dan disrupsi digital. Hal ini merupakan peluang, namun juga sebagai ancaman tersendiri bagi sumber daya manusia khususnya generasi milenial. Pada Society 5.0, adaptasi teknologi adalah suatu keniscayaan. Dengan adaptasi, individu akan memperoleh kesempatan lebih juga dapat melewati *border* administratif. Sebaliknya, individu yang tidak melakukan adaptasi

maka akan tersisih oleh zaman. Pada faktanya, *Society 5.0* bukanlah suatu fenomena yang harus ditakuti, justru generasi muda harus menjadikan ini sebagai sebuah momentum untuk terus melakukan improvisasi, inovasi, dan adaptasi teknologi. Untuk itu, peran generasi muda diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar karena generasi muda merupakan *agent of change* (Universitas Indonesia, 2021).

C. INTERAKSI SOSIAL MASYARAKAT: PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA *SOCIETY 5.0*

Di era *Society 5.0*, terdapat banyak variabel pendukung dimana manusia dijadikan sebagai subjek yang terus menerus mengalami perubahan bentuk interaksi. Zaman modern seperti saat ini, interaksi yang terjalin tidak hanya dalam dunia nyata, tetapi juga dunia maya.

Tanpa disadari, perubahan demi perubahan telah mengubah banyak paradigma sosial dalam masyarakat dunia khususnya di Indonesia (Ariansyah, 2015). Berbagai kegiatan dan aktivitas masyarakat sudah didominasi oleh teknologi, mulai dari pekerjaan, pendidikan dan kehidupan sosial lainnya. Segala aktivitas manusia tidak terbatas oleh ruang dan waktu dengan adanya kemajuan teknologi. Beragam kegiatan dan aktivitas yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi tersebut merupakan bagian dari interaksi sosial seperti yang dipaparkan oleh Charles P. Loomis dalam tulisan (Santosa, 2006), bahwa ciri-ciri dari interaksi sosial bisa dilihat jika jumlah pelaku lebih dari seorang, bisa dua atau lebih, adanya komunikasi antara pelaku dengan menggunakan simbol-simbol, terdapat satu dimensi waktu yang meliputi masa lampau, kini dan akan datang, yang menjadi penentu sifat dari tindakan yang sedang berlangsung serta adanya tujuan-tujuan tertentu yang ingin dicapai.

Pada penghujung abad ke-20 dunia telah sampai pada peradaban Masyarakat 4.0 yang disokong oleh teknologi digital dan internet. Kini, menginjak abad ke-21 kehidupan manusia semakin tidak terpisahkan dengan pemanfaatan teknologi digital, khususnya pada jenis kecerdasan buatan dan *internet of things* (IoT) yang biasa disebut dengan *Society 5.0*. Yang menjadi pertanyaan adalah, bagaimana

peluang dan modal yang dimiliki Indonesia sebagai bagian dari komunitas dunia dalam mengadopsi revolusi tatanan masyarakat yang kelima tersebut.

Merujuk dari paparan *Standardization activities on "Society 5.0" in Japan*, dua tujuan utama *Society 5.0*, yaitu mencapai keseimbangan antara memajukan ekonomi digital dan menemukan solusi untuk persoalan sosial. Sebagai gambaran, ragam produk dari revolusi masyarakat ini meliputi bidang layanan sosial, kesehatan, ekonomi, transportasi, hingga infrastruktur. Di Indonesia aktivitas pekerjaan di bidang digital masih didominasi oleh kegiatan penggunaan atau konsumsi dibandingkan dengan produksi atau penciptaan (kompas, 2021).

Masih lemahnya daya saing digital Indonesia di kancah dunia juga terlihat dari laporan dari lembaga IMD *World Competitiveness Center* berjudul *Digital Competitiveness Ranking 2021*. Indonesia menduduki urutan ke-53- dari 64 negara yang telah disurvei. Sementara di kawasan ASEAN kedudukan Indonesia di posisi keempat dari lima negara yang diteliti, yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina (kompas, 2021). Dalam penyampaian Johnny G Plate (2021), bahwa pemerintah terus berupaya menyiapkan SDM yang terampil dan produktif dalam melakukan kegiatan di ruang digital guna menyambut *Society 5.0* (LITBANG KOMPAS, 2021).

Namun, jika ditilik lebih jauh, pengembangan SDM yang dimaksud oleh pemerintah masih berfokus pada penanggulangan risiko dunia siber, seperti disinformasi, *misinformation*, *cyberbullying*, dan tindak kriminal siber lainnya. Jika dilihat dari perspektif Sosioteknologi, pemerintah memiliki peran yang cukup penting untuk mentransformasikan masyarakat Indonesia menjadi masyarakat yang memiliki pengetahuan yang kritis, kreatif, dan inovatif. Lebih dalam, hal tersebut berhubungan dengan dampak yang dihadirkan dari teknologi terhadap sendi-sendi kehidupan dan penghidupan masyarakat. dalam hal ini, masyarakat dituntut untuk mampu mengelola dampak dan manfaat dari teknologi tersebut dalam meningkatkan derajat kemasyarakatan di satu sisi, dan disisi lain bagaimana seharusnya perilaku dan peran masyarakat dalam menerima manfaat dari teknologi itu sendiri. Indonesia diharapkan

dapat menjadi bangsa yang juga mampu menguasai teknologi untuk kehidupan sehari-hari dan menciptakan produk-produk mutakhir sehingga menentukan nilai tawar dalam pergaulan internasional. Lebih lanjut, dalam perspektif sosioteknologi, dengan membuat rancangan kebijakan strategis dan terukur maka masih terbuka kemungkinan bagi Indonesia untuk dapat menjadi kreator dan tidak hanya sebagai pengekor di era *Society 5.0*.

D. PERGESERAN BUDAYA KOMUNIKASI DAN TEKNOLOGI MASYARAKAT DI ERA SOCIETY 5.0

Sejalan dengan perkembangan teknologi, cara manusia berkomunikasi satu sama lain pun perlahan mengalami perubahan. Seiring dengan semakin banyak dan canggihnya alat komunikasi yang digunakan, memungkinkan manusia memiliki berbagai alternatif menurut kebutuhan maupun keinginan dan tentunya sesuai dengan kondisi atau perkembangan zaman. Manusia mengatasi kebutuhan dalam berkomunikasi bukan dengan cara yang singkat, akan tetapi melalui masa evolusi yang cukup panjang. Bungin (2009) memaparkan bahwa manusia mampu belajar menyesuaikan dirinya dengan alam sekitarnya serta menciptakan dan menggunakan alat atau teknologi yang diperlukan dalam mengatasi lingkungannya.

Disisi lain, para teoritikus komunikasi menggambarkan dengan berbagai argumennya mengenai sejarah komunikasi manusia. Nordenstreng dan Varis dalam Bungin (2009), memaparkan terdapat empat titik penentu utama dalam sejarah komunikasi manusia, yaitu: ditemukannya bahasa sebagai alat interaksi manusia, berkembangnya tulisan dan kemampuan bicara manusia menggunakan bahasa, berkembangnya kemampuan dalam melahirkan kata-kata tertulis (*written words*) dengan menggunakan alat pencetak sehingga mewujudkan bentuk komunikasi massa yang sebenarnya, serta lahirnya komunikasi elektronik mulai dari telegraf hingga satelit.

Gagasan tentang *Society 5.0* sampai saat ini masih berpusat dengan determinan teknologi (*technological determinism*). Sementara, perubahan gaya hidup dan cara kerja masih dipengaruhi revolusi industri 4.0 yang lebih condong pada sistem fisik yang siber (*cyber*

physical system) dimana revolusi industri 4.0 banyak menciptakan nilai-nilai dan layanan baru untuk membawa kehidupan yang lebih berarti bagi masyarakat (media indonesia, 2019).

Gagasan besar dari *Society 5.0* adalah tentang kemampuan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk mentransformasi kumpulan data dalam jumlah besar (*big data*) melalui aplikasi internet (*the Internet of Things*) sebagai upaya mengakselerasi kemampuan manusia sehingga terbuka suatu peluang sebagai bentuk kearifan baru. selain itu, tidak menutup juga peluang lainnya untuk mengembangkan komunikasi yang termediasi dalam jaringan data dalam internet dengan kecerdasannya sendiri. Apalagi, *Society 5.0* merupakan suatu cara untuk memanusiakan kembali manusia dalam mencari arti kehidupan yang lebih baik. Maka dari itu, karakteristik komunikasi yang termediasi dalam sistem jaringan data yang tersimpan dalam 'cloud' melalui internet yang cerdas menjadi suatu semangat baru dalam menciptakan komunikasi yang bermakna juga.

Model komunikasi yang memiliki arti penting dalam penggunaan teknologi komunikasi yang super cerdas ditandai dengan adanya kemampuan yang harus dimiliki dalam jaringan antara individu dan teknologi. Kemampuan yang patut diperhatikan adalah untuk, pertama, berpartisipasi. Kedua, berbagi pesan. Ketiga, menyampaikan, mendengarkan, dan memahami. Keempat, memaknai antara konten dan konteks. Lalu, kelima, personalisasi. Serta, keenam, mengendalikan manusia lainnya.

Enam kompetensi yang telah disebutkan diatas sesuai dengan sudut pandang dari teori CMC oleh Felix ferriz yang melihat bahwa "interaksi secara interpersonal dihubungkan oleh komputer, yang didalamnya terdapat bentuk komunikasi *asynchronous* dan *synchronous* melalui fasilitas dalam internet". *Synchronous communication* adalah komunikasi yang terjadi jika pelaku komunikasi berinteraksi secara *real-time*. Pelaku komunikasi disini berperan sebagai komunikator sekaligus komunikan. Contohnya pada panggilan telepon atau *online-chat*. Sedangkan *asynchronous communication* adalah model komunikasi yang aktivitas atau interaksinya tertunda dan setiap pelaku komunikasi harus bergantian menjadi komunikator dan komunikan. Contohnya adalah surat menyurat

yang dilakukan melalui e-mail. Ada dua bagian penting dari CMC yang membedakannya dengan komunikasi tatap muka, yaitu isyarat verbal (*verbal cues*) dan waktu yang lebih panjang (*extended time*) (Griffin, 2006). Kegiatan berkomunikasi baik secara *asynchronous* maupun *synchronous* sudah banyak dilakukan oleh masyarakat di era *Society 5.0* dan bukan merupakan hal baru.

Model komunikasi secara *asynchronous* maupun *synchronous* yang dimediasi teknologi dianggap memiliki arti penting ketika manusia menjadikan teknologi cerdas sebagai pendamping dalam hidupnya secara subjektif. Yang harus diwaspadai adalah munculnya ketergantungan pada teknologi super cerdas yang dapat menghapus kemampuan dasar manusia atau individu itu sendiri. Oleh karenanya, teknologi cerdas tidak lagi semata-mata sebagai subjek, tetapi juga objek yang mengekstensi kemampuan dasar manusia. Maka, manusia dalam *masyarakat 5.0* harus mampu memilih dengan bijak teknologi supercerdas untuk kebaikan bersama (media indonesia, 2019).

E. SIMPULAN

Seiring berkembangnya zaman, teknologi dari masa ke masa terus mengalami kemajuan, mulai dari era teknologi dibidang pertanian, industri, informasi, dan teknologi komunikasi. Perkembangan ini membawa dampak yang signifikan dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Gabungan dari teknologi komputer dan komunikasi menjadikan teknologi informasi yang memiliki bermacam-macam kelebihan dalam hal pertukaran informasi dari berbagai belahan dunia. Teknologi ini disebut sebagai internet dengan jaringan yang mendunia dan dapat diakses dengan cepat.

Era *Society 5.0* telah memunculkan banyak perubahan, khususnya pengaruh teknologi informasi terhadap berbagai aspek kehidupan terutama aspek sosial yang erat kaitannya dengan interaksi sosial. Dalam prakteknya, model interaksi antar individu telah banyak mengalami pergeseran secara signifikan.

Di era *Society 5.0*, terdapat banyak variabel pendukung dimana manusia dijadikan sebagai subjek yang terus menerus

mengalami perubahan model interaksi. Zaman modern seperti saat ini, interaksi yang terjalin tidak hanya dalam dunia nyata, tetapi juga dunia maya. Menghadapi era *Society 5.0*, diharapkan masyarakat Indonesia mampu mengelola dampak dan peran teknologi dalam hal peningkatan derajat maupun sikap dalam menerima teknologi tersebut. Indonesia diharapkan dapat menjadi bangsa yang juga mampu menguasai teknologi untuk kehidupan sehari-hari dan menciptakan produk-produk mutakhir sehingga menentukan nilai tawar dalam pergaulan internasional. Dalam perspektif sosio teknologi, pemerintah Indonesia terus menyusun rancangan kebijakan strategis dan terukur sehingga masih terbuka kemungkinan bagi Indonesia untuk dapat menjadi kreator dan tidak hanya sebagai pengekor di era *Society 5.0*.

Selain dari perspektif sositologi, perkembangan teknologi juga memberikan dampak pada budaya komunikasi. Komunikasi dengan perantara teknologi ini telah menciptakan budaya baru dan sangat berbeda dari bentuk komunikasi yang sudah ada sebelumnya. Komunikasi manusia melalui dunia maya melahirkan *cyber community*, yang merupakan komunitas dunia maya akan tetapi menyerupai kondisi sosial masyarakat di dunia nyata. Keberadaan individu dalam aktivitas komunikasi saat ini seolah-olah sudah diwakili oleh media dalam bentuk layar yang beragam, baik layar monitor *personal computer* (PC) ataupun yang lebih kecil lagi yaitu layar telepon seluler atau *tablet PC* yang memiliki bermacam-macam fasilitas layanan untuk komunikasi yang diberikan oleh teknologi bernama internet. Yang terpenting dan perlu menjadi perhatian khusus dari perkembangan teknologi ini yaitu munculnya ketergantungan pada teknologi super cerdas tersebut. Pada akhirnya teknologi ini mampu mengampunasi kemampuan dasar manusia. Oleh karenanya, perkembangan teknologi supercerdas ini perlu diimbangi dengan peran cerdas manusia dalam memanfaatkan teknologi demi kebaikan bersama.

F. REFERENSI

- Ahmadi, A. (2002). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT. RINEKA CIPTA.
- Ariansyah, K. (2015). Proyeksi Jumlah Pelanggan Telepon Bergerak Seluler di Indonesia. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 151–166.
- Arjunaita. (2020). PENDIDIKAN DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 5.0. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG 10 JANUARI 2020*. Palembang: PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG.
- Arya Bimantoro, W. A. (2021). Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di Era 5.0. *Jurnal Teknologi Informasi*, 58-68.
- Budiman, P. D. (2019). Kolom pakar: Industri 4.0 vs Society 5.0.
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan Transformasi Digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*.
- disperin.semarangkota. (2019, Oktober 3). *disperin.semarangkota*. Retrieved from <https://disperin.semarangkota.go.id/news/mengenal-society-5-0-masyarakat-5-0>:
- society 5.0. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 05, 61-66. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/334820-kajian-kesiapan-pendidikan-indonesia-men-e84d0bfd.pdf>
- Geotimes. (2019, Juni 11). *Opini: Cara Mahasiswa Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Retrieved from <https://geotimes.id/opini/cara-mahasiswa-menghadapi-revolusi-industri-4-0/>
- Griffin, E. M. (2006). *A First Look at Communication Theory 6th Edition*. London: McGraw Hill.
- kompas. (2021, Oktober 12). https://www.kompas.id/baca/riset/2021/10/12/memandang-revolusi-peradaban-masyarakat-5-0-dari-perspektif-indonesia?status=sukses_login&status_login=login. Retrieved from https://www.kompas.id/baca/riset/2021/10/12/memandang-revolusi-peradaban-masyarakat-5-0-dari-perspektif-indonesia?status=sukses_login&status_login=login:
- LITBANG KOMPAS. (2021, Oktober 12). *MASYARAKAT 5.0*. Retrieved from *Memandang Revolusi Peradaban Masyarakat*

- 5.0 dari Perspektif Indonesia: https://www.kompas.id/baca/riset/2021/10/12/memandang-revolusi-peradaban-masyarakat-5-0-dari-perspektif-indonesia?status=sukses_login&status_login=login
- M. Iksan Kahar, H. C. (2021, Agustus). PENDIDIKAN ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 MENUJU ERA SOCIETY 5.0 DI MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial*, 2.
- Mangunwijaya, Y. B. (1983). *Teknologi dan Dampak Kebudayaanannya*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- mediaindonesia.com/opini/213626/. (2019, Januari 30). *komunikasi-bermediasi-dalam-masyarakat-50*. Retrieved from mediaindonesia.com: <https://mediaindonesia.com/opini/213626/komunikasi-bermediasi-dalam-masyarakat-50>
- meidaindoneisa. (2019, Januari 30). *mediaindonesia.com/opini/*. Retrieved from mediaindonesia.com: <https://mediaindonesia.com/opini/213626/komunikasi-bermediasi-dalam-masyarakat-50>
- Mumtaha, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *PILAR TEKNOLOGI : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Teknik, Vol 4, No 2*.
- Pearson, J. C. (2011). *Human Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Prasetyo, B. T. (2019). Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0. REVOLUSI INDUSTRI 4.0 Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial. *Prosiding SEMATEKSOS 3*. Prosiding SEMATEKSOS 3.
- Putri, T. L. (2021). CIVIC LITERACY: SEBAGAI UPAYA DALAM MEMPERSIAPKAN WARGANEGARA MENUJU ERA SOCIETY 5.0 . *Seminar Nasional Virtual Pendidikan Kewarganegaraan 2021 "Respons Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*. Solo: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP).
- Santosa, S. (2006). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sinaga, A. S. (2001). *Teknologi dan Kemasyarakatan*. Bandung: Warta Sosioteknologi: ITB.

- Soerkanto, S. (2006). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Thurlow, C. L. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and the Internet*. London: Sage.
- Universitas Indonesia. (2021, September 12). *Berita: Adaptasi Teknologi: Kunci Kemajuan Diri di Era Society 5.0*. Retrieved from <https://www.ui.ac.id/adaptasi-teknologi-kunci-kemajuan-diri-di-era-society-5-0/>: <https://www.ui.ac.id/adaptasi-teknologi-kunci-kemajuan-diri-di-era-society-5-0/>
- Yenny Puspita, Y. F. (2020). Selamat Tinggal Revolusi Industri 4.0, Selamat Datang Revolusi Industri 5.0. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PGRI PALEMBANG*. Palembang: Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang.

KOMPETENSI PSIKOSOSIAL SEBAGAI MODALITAS DIRI MENJADI PROFESIONAL YANG HUMANIS DI ERA SOCIETY 5.0

Katrin Purnomo Sari
Prodi Psikologi, UIN Sunan Kalijaga
Email: lab.psi@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Era *Society* 5.0 merupakan suatu konsep masyarakat yang berpusat kepada manusia (*human-centered*) yang berbasis teknologi (*technology based*). Perkembangan teknologi di Era *Society* 5.0 ditandai dengan adanya peran manusia yang tergantikan oleh robot atau mesin, lalu kegiatan manusia sehari-hari diintegrasikan dengan teknologi informasi dan basis data. Kemudian juga adanya penggunaan *Artifical Intelligence*, *Drown*, robot dan *Big data* akan mengoptimalkan teknologi dalam memberikan banyak *support* dan dukungan pada kegiatan sehari-hari manusia, termasuk untuk peningkatan kemajuan sektor pendidikan dan akademik.

Peningkatan kemajuan sektor Pendidikan di abad 21 terjadi perubahan. Pada abad 20th *Century Education* lalu Pendidikan fokus pada informasi yang bersumber dari buku atau *textbook* serta cenderung berfokus pada tataran wilayah lokal dan nasional. Sementara Era 21th *Century Education*, pendidikan berfokus pada segala usia dan segala jenjang pendidikan (<https://sevima.com/perguruan-tinggi-menghadapi-era-society-5-0/>). Sumber pembelajaran juga diperoleh

dari berbagai macam sumber bukan hanya dari buku saja, tetapi bisa dari internet, berbagai macam *platform* teknologi & informasi serta perkembangan kurikulum secara internasional atau global yang di Indonesia kita maknai dengan Merdeka Belajar Kurikulum Merdeka (MBKM).

MBKM ini merupakan terobosan terbaru dalam dunia pendidikan Indonesia, dimana MBKM dirancang untuk meningkatkan kompetensi lulusan, baik *soft skills* maupun *hard skills* agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, serta menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan profesional serta berkepribadian. Kurikulum MBKM juga berusaha meningkatkan kesadaran, kepekaan, kreativitas serta toleransi peserta didik sehingga melahirkan “Profesional yang humanis”.

Melahirkan Profesional yang Humanisasi diperlukan usaha, salah satunya dengan menciptakan atmosfir belajar dan pendidikan yang humanis juga sehingga tercipta suasana pendidikan yang Merdeka bagi mahasiswa maupun Dosen. Pendidikan yang humanis adalah Pendidikan yang memberi kebebasan dalam berkreativitas sesuai dengan minat dan bakatnya peserta didik. Tujuannya untuk perkembangan pribadi yang dinamis, integritas, dan otonomi dan tumbuh sikap kepribadian yang sehat dengan lingkungan.

Seorang Profesional yang Humanis juga harus mempunyai beberapa kompetensi/kemampuan dan ketrampilan hidup (*life skills*) yang akan menjadi modalitas diri dalam menghadapi tuntutan zaman. Kompetensi ini meliputi kompetensi/kemampuan secara Psikologi (seperti kognisi, afeksi, emosi, psikomotor) dan juga secara Sosial atau hubungannya dengan lingkungan sekitar, yang selanjutnya penggabungan ke dua kompetensi ini kita sebut sebagai Kompetensi Psikososial.

Kompetensi psikososial ini diperlukan seseorang dalam mengatasi tantangan dan kebutuhan hidup sehari-hari secara efektif dan konstruktif, dengan membandingkan pilihan alternatif dan efek samping yang akan terjadi sehingga keputusan yang diambil adalah tepat. Forum Ekonomi dunia, telah dirumuskan bahwa terdapat Sepuluh Kompetensi atau kemampuan yang harus dimiliki manusia dalam menghadapi

Smart Society, yaitu (1) Kemampuan Pengambilan keputusan (2) Kemampuan Pemecahan masalah (3) Kemampuan Berpikir kreatif (4) Kemampuan Berpikir kritis (5) Kemampuan Komunikasi efektif (6) Kemampuan Hubungan interpersonal (7) Kemampuan Kesadaran diri (8) Kemampuan Kesadaran diri (9) Kemampuan Mengendalikan emosi (10) Kemampuan Mengatasi stres.

Harapannya dengan memiliki Kompetensi Psikososial dapat menjadi Modalitas Diri sebagai Manusia Indonesia yang Profesional dan Humanis yang mempunyai sikap bertanggung jawab terhadap Tuhannya, dirinya, keluarganya dan lingkungan masyarakatnya, bahkan lebih luas lagi yaitu Bangsa, Negara bahkan punya peran dalam ranah global atau dunia. Karena dengan mempunyai sikap Profesional dan Humanis maka akan membuka peluang-peluang bagi kemanusiaan, dimana transformasi teknologi akan membantu manusia untuk menjalani kehidupan yang lebih bermakna dan memiliki arti “memanusiakan manusia”nilainya (Mangunwijaya, 1983).

B. URGENSI KOMPETENSI PSIKOSOSIAL MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0

Menghadapi *Era Society 5.0* kunci suksesnya yang bisa diimplementasikan dan diterapkan adalah bagaimana integrasi dan kolaborasi antara pemerintah, perguruan tinggi, industri, dan masyarakat dapat bekerja sama dengan baik. Diharapkan dengan adanya integrasi dan kolaborasi tersebut, para milenial muda memiliki kemampuan untuk berkarya dan menciptakan inovasi-inovasi yang dapat bersaing sehingga menjadi Pribadi yang Profesional di masa kini.

Kemunculan Wabah *Covid-19* yang menginfeksi seluruh dunia, mengharuskan hal ini diterapkan, mau tidak mau penggunaan media digital untuk melakukan semua kegiatan dan aktivitas. Situasi pandemi Covid-19 ini para pegawai/karyawan, guru, dosen, mahasiswa dan siswa dianjurkan menggunakan media digital untuk kegiatan belajar mengajar, selama keadaan masih belum kondusif agar tidak berinteraksi diluar rumah. Sehingga muncul metode-metode pembelajaran baru yang dapat diakses melalui internet.

Dengan ini siswa dan dosen/guru dapat dimudahkan dalam proses pembelajaran. Dengan kemajuan teknologi terciptalah metode-metode baru yang membuat mahasiswa mampu memahami materi-materi yang abstrak karena hadirnya platform belajar seperti YouTube yang di dalamnya banyak berisi video-video tutorial atau video-video pembelajaran. Sistem pembelajaran tidak harus melalui tatap muka. Dengan kemajuan teknologi proses pembelajaran tidak harus mempertemukan siswa dengan dosen/guru dalam satu ruang tetapi proses pembelajaran dapat mereka lakukan pada ruang yang berbeda melalui fasilitas internet.

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang tanpa batas merupakan ciri perkembangan dunia pendidikan masa kini, untuk mempersiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat menjawab tantangan zaman. Perkembangan Pendidikan di Indonesia tidak luput dari adanya sistem kurikulum yang dibentuk pemerintah Indonesia. Kurikulum sekarang yang sedang di terapkan adalah Kurikulum Merdeka Belajar Kurikulum Merdeka (MBKM). MBKM dirancang untuk meningkatkan kompetensi lulusan, baik *soft skills* maupun *hard skills* agar lebih siap dan relevan dengan kebutuhan zaman, serta menyiapkan lulusan sebagai pemimpin masa depan bangsa yang unggul dan profesional serta berkepribadian.

Berbicara kompetensi lulusan tidak melulu soal penguasaan dan keahlian dibidang ilmu yang ia tekuni tetapi lebih dari itu kompetensi di *Era Society 5.0* juga menuntut seseorang bisa menjadi seorang *problem solver* bagi dirinya dan bagi sekitarnya. Kompetensi ini meliputi kompetensi/kemampuan secara Psikologi seperti kognisi, afeksi, emosi, psikomotor dan juga kompetensi secara Sosial yaitu hubungannya dengan orang sekitar dan lingkungan sekitar. Yang selanjutnya penggabungan ke dua kompetensi ini kita sebut sebagai Kompetensi Psikososial.

Kompetensi Psikososial perlu dimiliki oleh seseorang karena kompetensi ini merupakan modalitas diri yang dapat memberi kontribusi berarti dalam kehidupan seseorang dalam kaitannya dengan kemampuan mengatasi masalah perilaku. Kompetensi psikososial diperlukan seseorang dalam mengatasi tantangan dan kebutuhan hidup sehari-hari secara efektif, dengan membandingkan

pilihan alternatif dan akibat yang akan terjadi sehingga keputusan yang diambil adalah tepat. Kompetensi Psikososial juga berfungsi sebagai modalitas diri dalam menghadapi *Era Society 5.0* karena akan menghasilkan Sumber Daya Manusia yang unggul dan Profesional dalam menghadapi tantangan dunia kerja saat ini.

Forum Ekonomi dunia, telah merumuskan bahwa terdapat Sepuluh Kompetensi atau kemampuan yang harus dimiliki manusia dalam menghadapi *Smart Society 5.0*, yaitu (1) Kemampuan Pengambilan keputusan (2) Kemampuan Pemecahan masalah (3) Kemampuan Berpikir kreatif (4) Kemampuan Berpikir kritis (5) Kemampuan Komunikasi efektif (6) Kemampuan Hubungan interpersonal (7) Kemampuan Kesadaran diri (8) Kemampuan Kesadaran diri (9) Kemampuan Mengendalikan emosi (10) Kemampuan Mengatasi stress (<https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>)

Sepuluh kompetensi tersebut dapat menjadi modalitas diri dalam menghadapi *Era Society 5.0* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Kemampuan Pengambilan keputusan
Keterampilan pengambilan keputusan ini berperan konstruktif dalam menyelesaikan masalah berkaitan dengan hidupnya. Keputusan yang salah tak jarang mengakibatkan masa depan menjadi suram.
2. Kemampuan Pemecahan masalah
Masalah yang tak terselesaikan yang terjadi karena kurangnya keterampilan pengambilan keputusan akan menyebabkan stres dan ketegangan fisik.
3. Kemampuan Berpikir kreatif
Berpikir kreatif membantu pengambilan keputusan dan pemecahan masalah. Terealisasi karena adanya kesanggupan untuk menggali alternatif yang ada dan mempertimbangkan sisi baik dan buruk dari tindakan yang akan diambil. Meski tanpa ada keputusan, berpikir kreatif akan membantu cara merespons segala situasi dalam keseharian hidup secara fleksibel.

4. Kemampuan Berpikir kritis

Merupakan kesanggupan untuk menganalisa informasi dan pengalaman secara objektif, dengan demikian akan membantu mengenali dan menilai faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku misalnya tata-nilai, tekanan teman sebaya, dan media.

5. Kemampuan Komunikasi efektif

Membuat remaja dapat mengekspresikan dirinya baik secara verbal maupun nonverbal, sesuai dengan budaya dan situasi dalam cara menyampaikan keinginan, pendapat, kebutuhan dan kekhawatirannya. Hal ini akan mempermudah remaja untuk meminta nasihat atau pertolongan bilamana membutuhkan.

6. Kemampuan Hubungan interpersonal

Membantu berhubungan dengan cara positif dengan orang lain, sehingga dapat menciptakan persahabatan dan mempertahankan hubungan, hal yang penting untuk kesejahteraan mental. Dapat meningkatkan hubungan baik sesama anggota keluarga, untuk mendapatkan dukungan sosial. Keahlian ini diperlukan juga agar terampil dalam mengakhiri hubungan yang tidak sehat dengan cara yang positif.

7. Kemampuan Kesadaran diri

Merupakan keterampilan pengenalan terhadap diri, sifat, kekuatan dan kelemahan, pengenalan akan hal yang disukai dan dibenci. Kesadaran diri akan mengembangkan kepekaan pengenalan diri akan adanya stres dan tekanan yang harus dihadapi. Kesadaran diri ini harus dipunyai untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan hubungan interpersonal yang baik, serta mengembangkan empati terhadap orang lain.

8. Kemampuan Empati

Dengan empati, meskipun dalam situasi yang tidak di kenal dengan baik, remaja mampu membayangkan bagaimana kehidupan orang lain. Empati melatih remaja untuk mengerti dan menerima orang lain yang mungkin

berbeda dengan dirinya, dan juga membantu menimbulkan perilaku positif terhadap sesama yang menderita.

9. Kemampuan Mengendalikan emosi

Keterampilan mengenali emosi diri dan orang lain, serta mengetahui bagaimana emosi dapat mempengaruhi perilaku, memudahkan menggali kemampuan merespons emosi dengan benar. Mengendalikan dan mengatasi emosi diperlukan karena luapan emosi kemarahan atau kesedihan dapat merugikan kesehatan bila tidak disikapi secara benar.

10. Kemampuan Mengatasi stres

Pengenalan stres dan mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap tubuh membantu mengontrol stres dan mengurangi sumber penyebabnya. Misalnya membuat perubahan di lingkungan sekitar atau merubah cara hidup (lifestyle). Disini diajarkan pula bagaimana bersikap santai sehingga tekanan yang terjadi oleh stres yang tak terhindarkan tidak berkembang menjadi masalah kesehatan yang serius.

Dari ke sepuluh kompetensi tersebut ada tiga Kompetensi Utama yang relevan dan berguna dalam menghadapi *Smart Society*. Tiga Kompetensi utama tersebut diantaranya yaitu (1) Kompetensi dalam memecahkan masalah (2) Kompetensi dalam berpikir kritis (3) dan Kompetensi untuk berkreativitas (Herli Rohim, Darwanto: 2020).

Ketiga kompetensi tersebut dikatakan relevan dalam menghadapi *Era Society 5.0* karena dengan mempunyai ketiga hal tersebut maka seseorang akan menjadi pribadi yang mampu memecahkan masalah secara kompleks dan dapat menjadi *problem solver* bagi dirinya serta orang banyak. Kemampuan untuk berpikir secara kritis, bukan hanya sekadar di teori namun juga dalam kehidupan nyata dan kehidupan bermasyarakat dan lingkungan sekitar agar timbul kepekaan sosial, serta kemampuan untuk berkreativitas.

C. KESELARASAN JIWA SEBAGAI WUJUD PROFESIONAL YANG DI ERA SOCIETY 5.0

Seorang profesional tentunya mempunyai suatu keahlian dan ketrampilan yang di dapat melalui suatu proses pendidikan dan latihan. Dimana pendidikan merupakan aspek yang penting dalam menggerakkan kehidupan manusia, sehingga baik buruknya Sumber Daya Manusia (SDM) tergantung dari Pendidikan yang diperolehnya. Oleh karena itu proses pendidikan harus jelas dan terarah guna menciptakan SDM yang Professional sesuai kebutuhan zaman.

Pendidikan idealnya mampu menghasilkan pribadi-pribadi yang lebih manusiawi, berdaya guna dan mempunyai pengaruh di dalam masyarakatnya, juga dapat bertanggung jawab atas hidupnya sendiri dan orang lain, yang tentunya dilengkapi dengan budi pekerti yang luhur dan berkeahlian. Meminjam pernyataan Immanuel Kant, yang mengatakan bahwa “manusia hanya dapat menjadi manusia karena pendidikan”, dapatlah dipahami bahwa jika manusia itu tidak di didik, maka ia tidak akan dapat menjadi manusia dalam arti yang sebenarnya. Dengan demikian, pendidikan pada dasarnya memberikan pengalaman belajar untuk dapat mengembangkan seluruh potensi yang dimiliki siswa, melalui proses interaksi baik antara siswa dengan siswa, siswa dengan guru, atau siswa dengan lingkungan (Saifullah Idris, Tabrani. ZA. 2017).

Dalam rangka meningkatkan seluruh potensi yang ada dalam diri bisa ditempuh dengan menerapkan konsep Pendidikan yang Humanis. Pendidikan yang Humanis ini bertujuan untuk membentuk keselarasan jiwa dan badan untuk mencapai keutamaan. Kesempurnaan jiwa dan badan akan terbentuk dengan memperlihatkan dua aspek penting, Intelektualitas dan Spiritualitas. Dengan kata lain seluruh upaya pendidikan diarahkan pada pengembangan kepribadian yang mencakup olah pikir, olah karsa dan olah cipta, Namun demikian tidak melupakan peran manusia sebagai bagian dari masyarakat, seorang individu akan selalu terikat dengan lingkungan sosialnya dan dengan individu lainnya, untuk itulah pendidikan yang humanis tidak bisa mengesampingkan dimensi sosial manusia.

Dengan demikian Profesional yang Humanis di Era *Society 5.0* adalah seseorang yang mempunyai keselarasan serta kesempurnaan jiwa dan badan yang bisa terlihat dari aspek Intelektualitas, Spiritualitas dan sosial kemanusiaanya. Serta mempunyai Kemampuan Psikososial yang baik yang mampu memecahkan masalah secara kompleks dan dapat menjadi *problem solver* bagi dirinya serta orang banyak, mempunyai kemampuan untuk berpikir secara kritis juga, yang bukan hanya sekadar di teori namun juga dalam kehidupan nyata dan kehidupan bermasyarakat sekitar agar timbul kepekaan sosial, serta kemampuan untuk berkreativitas.

D. SIMPULAN

Era Baru *Society 5.0* sudah ada didepan mata, ditambah dengan adanya Pandemi Virus COVID-19 yang mempercepat proses akselerasi ke Era baru *Society 5.0*. Perkembangan yang cepat itu tentu akan menghasilkan disrupti-disrupti pada berbagai bidang, dan perlu banyak hal yang harus disiapkan untuk menghadapi Era baru tersebut. Dimulai dari bidang sains dan teknologi yang harus dioptimalkan, hingga penyelarasan antara Dunia Pendidikan dengan Dunia Kerja dan Dunia Industri yang dapat dilakukan dengan integrasi kedalam kurikulum dan capaian pembelajaran yang sesuai kebutuhan zaman.

Integrasi Kurikulum dalam dunia Pendidikan ini penting karena akan menciptakan SDM yang Profesional. Selain itu Pendidikan juga berusaha memanusiakan manusia yang dimaksudkan adalah bahwa proses pendidikan tidak hanya bertujuan pada peningkatan kemampuan intelektualnya saja, tetapi juga harus mampu menggali dan meningkatkan seluruh potensi yang ada dalam diri manusia. Baik itu potensi intelektual, potensi emosional, dan potensi spiritualnya. Dengan kata lain seluruh upaya pendidikan diarahkan pada pengembangan kepribadian yang mencakup olah pikir, olah karsa dan olah cipta, Namun demikian tidak melupakan peran manusia sebagai bagian dari masyarakat, seorang individu akan selalu terikat dengan hubungan interpersonal dengan individu lainnya, untuk itulah pendidikan humanistik tidak bisa mengesampingkan dimensi sosial manusia.

Sehingga lahirlah Pribadi Profesional yang Humanis dalam bidangnya, yaitu yang mempunyai keselarasan serta kesempurnaan jiwa dan badan yang bisa terlihat dari aspek Intelektualitas, Spiritualitas dan sosial kemanusiaanya. Serta mempunyai Kemampuan Psikosial yang baik yang mampu memecahkan masalah secara kompleks dan dapat menjadi *problem solver* bagi dirinya serta orang banyak, mempunyai kemampuan untuk berpikir secara kritis juga, yang bukan hanya sekadar di teori namun juga dalam kehidupan nyata dan kehidupan bermasyarakat sekitar agar timbul kepekaan sosial, serta kemampuan untuk berkreativitas.

E. REFERENSI

- Alhefeiti, F. S. O. (2018). *Society 5.0: A Human Centered Society that Balances Economic Advancement with The Resolution of Social Problems by a System that Highly Integrates Cyberspace and Physical Space* (The British University in Dubai). Retrieved from <https://bpace.buid.ac.ae/handle/1234/1323>
- Fariz Perdana Putra, Rahma Widyana.(2020). Peran Penting Dukungan Sosial Orangtua Terhadap Karakter Siswa dalam Menghadapi Era Society 5.0. *Jurnal Bimbingan dan Konseling* Vol. 4 No. 2 Bulan Juni 2020.
- F.J.Monks dan A.M.P.Knoers. (2006). *Psikologi Perkembangan..* Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Herli Rohim, Darwanto. 2020. Pendidikan untuk Menyambut Masyarakat 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang.*
- <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>
- <https://sevima.com/perguruan-tinggi-menghadapi-era-society-5-0/>
- <https://infokes.dinus.ac.id/2020/02/06/internalisasi-ketrampilan-psikososial-pada-remaja-di-sekolah-mencegah-triad-krr-kesehatan-reproduksi-remaja/>

- Kirk J. Schneider, J. Fraser Pierson, James F. T. Bugental. (2015). *The Handbook of Humanistic Psychology Theory, Research, and Practice (Second edition)*. SAGE Publication Inc.
- Richard House David Kalisch Jennifer Maidman. (2018). *Humanistic Psychology Current Trends and Future Prospects*. London and New York: Routledge.
- Sabaruddin Sabaruddin .(2020). Sekolah dengan Konsep Pendidikan Humanis. *Jurnal Humanika Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* Vol. 20. No. 2. (2020). pp.147-162 doi: 10.21831/hum.v20i2.29306. 147-162.
- Saifullah Idris, Tabrani. ZA. (2017). Realitas Konsep Pendidikan Humanisme dalam Kontek Pendidikan Islam. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling* p-ISSN: 2460-4917 e-ISSN: 2460-5794 Hal. 96-113.
- Sri Muliati Abdullah. (2020). Analisis Kebutuhan Pengembangan diri dan Karier untuk Mahasiswa Di Era Society 5.0. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Psikologi UMBY*
- Siti Irene Astuti Dwiningrum. (2016). Menciptakan Belajar yang Humanis Tantangan Pendidik yang Profesional dan Berkarakter. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* Volume 4, No 2, Desember 2016 (154-165) Online: <http://journal.uny.ac.id/index.php/jppfa>
- Tiara Emiliza. (2013). Konsep Psikososial menurut Teori Erik H. Erikson terhadap Pendidikan Anak Usia Dini Dalam Tinjauan Pendidikan Islam. *Skripsi*. Program Pendidikan Islam Anak Usia Dini (PIAUD) Fakultas Tarbiyah dan Tadris Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
- Tino Leonardi. (2013). Hubungan antara Kompetensi Sosial dengan Perilaku *Cyberbullying* yang Dilakukan oleh Remaja Usia 15-17 Tahun. *Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial* Vol. 2 No. 2, Agustus 2013.

Media di Era Society 5.0

VIRTUALITAS DIRI DALAM RUANG MASYARAKAT CYBER

Rama Kertamukti

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Email: rama.mukti@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 yang sudah berjalan hampir dua tahun di Indonesia, membuat masyarakat semakin dekat dengan ruang digital (Riski, 2020). Sebuah dunia yang di dalamnya tidak ada ruang yang membatasi, ruangan yang tidak terpisahkan, tidak ada batasnya *no boundaries*. Internet melemahkan batasan-batasan apapun yang ada dalam dunia *offline* karena koneksitasnya tidak ada batasan (Holmes, 2001:135). Tidak ada batasan kebenaran yang sebenarnya dalam ruang digital, melainkan manipulasi kenyataan. Kasus contoh dalam kasus Awkarin yang begitu menjadi perhatian, ketika Awkarin diberitakan membeli hotel dipicu karena unggahan-unggahan di Instagram milik Awkarin. Begitu banyak *follower*-nya memberi selamat bahkan unggahan tersebut menjadi berita di berbagai media massa online. Judul yang diangkat “Awkarin Umumkan Telah Beli Hotel” (Nursyamsi, 2021), “Awkarin Dikabarkan Beli Hotel, 7 Potret Tulisan di Karangan Bunganya Ini Curi Perhatian” (Ayuningtyas, 2021), “Awkarin Membeli Hotel Mewah, Dapat Ucapan Selamat dari Salah Satu Mantannya!” (Ibrahim, 2021). Unggahan Awkarin menjadi trending di media massa *online*, kenyataan yang terjadi itu hanyalah *gimmick* yang dilakukan hotel untuk meningkatkan okupasi hotelnya. Awkarin sebagai pemilik informasinya pun memberikan klarifikasi bahwa ia hanyalah bagian dari promosi untuk meng-

endorse hotel tersebut. Awkarin mengatakan di Instagram miliknya, ”Haduh, gue beli hotel artinya gue beli kamar hotel buat *staycation*”.

Instagram adalah media sosial yang menghubungkan dunia pribadi menjadi milik sosial dan dunia sosial seperti menjadi milik pribadi. Media sosial seperti instagram masuk dalam dunia virtual. Dalam ruang virtual, waktu menjadi sangat singkat, berbagai teknologi dan mikroteknologi telah muncul yang menawarkan cara baru untuk terlibat dalam kehidupan manusia dalam banyak aktivitas, mencakup penciptaan aktivitas, produksi aktivitas, penyebaran aktivitas, dan konsumsi aktivitas (Whiteley & Rambarran, 2016:xviii). Media sosial seperti *SecondLife*, kehidupan yang dilakukan sehari-hari dan berkomunikasi intens. konstruksi identitas online dapat dilakukan oleh pengguna dalam waktu kapan pun, karena hanya bermodalkan *gadget* yang dipunya dan kuota internet untuk menghidupi kehidupan dunia internet seseorang. Identitas online juga mempengaruhi perilaku seseorang di lingkungan sosialnya (Nagy, 2010:167). Media sosial memainkan peran penting dalam kehidupan saat ini. Media sosial menyediakan beberapa layanan yang memungkinkan penggunaannya untuk menikmati waktu mereka di dunia virtual dan juga memberikan tubuh penggunaannya dalam ruang-ruang media sosial untuk berinteraksi dengan pengguna lain (Idid, 2019). Media sosial memberikan juga harapan untuk mewakili kepribadian mereka di dunia virtual untuk diceritakan pada orang lain. Dengan menggunakan teori dramaturgi Goffman kita bisa melihat cara pengguna mengidentifikasi dan merepresentasikan diri mereka sendiri. Pengguna media sosial memberikan ruang media tersebut untuk menggambarkan dan mengelola identitas virtual yang diproduksi pengguna. Pengguna sambil menjelajahi ruang-ruang media sosial mereka juga membangun identitas virtual mereka dan mewujudkan kehadiran online mereka dengan *share*, *like*, dan *comments*. Di internet pada dasarnya komunikasi dan atau interaksi yang terjadi memakai medium teks, secara langsung hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengkomunikasikan identitas dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*) dan setiap teks menjadi semacam perwakilan dari setiap ikon diri dalam self-performance. Dalam interaksi *face-to-face* seseorang akan memahami gambaran identitas diri orang lain melalui gender, ras, pakaian, dan

karakteristik non-verbal lainnya. Namun, beberapa karakteristik ini sangat sulit muncul dalam interaksi virtual, teknologi internet menawarkan fasilitas untuk menyembunyikan beberapa petunjuk atau karakteristik ternetu yang tidak ingin ditampilkan dan diketahui oleh publik. Inilah yang dalam konsep Goffman mengumpamakan sebuah panggung drama di mana ruang pertunjukan tersebut selalu ada tempat apa yang dikatakan sebagai *front-stage* dan *back-stage*. Di panggung belakanglah setiap pemain menyembunyikan atau memiliki identitas dirinya yang disebut sebagai *personal identity*, sementara yang ditampilkan di atas panggung adalah identitas sosial atau *social identity*. Manajemen kesan atau *impression management* dikembangkan Goffman untuk menggambarkan bahwa dalam penampilan diri seringkali individu ketika menjalani perannya di tengah masyarakat melakukan sesuatu untuk menampilkan kesan tergantung dari apa yang disebut Goffman sebagai *setting* dan *audiences*. Dalam pelaksanaan manajemen kesan, " *the individual will have to act so that he intentionally or unintentionally expresses himself, and others will in turn have to be impressed in some way by him...*" (Goffman, 1956).

Gagasan tentang identitas memiliki sejarah yang dieksplorasi secara luas dan penuh warna dalam ilmu-ilmu sosial. Sejak karya perintis dan dasar Erik Erikson mengenai perkembangan identitas pada 1950-an (Kuper, 1996). makna tradisional dari identitas telah diperluas, memberikan pengaruh dalam berbagai hal di perubahan sosial dan budaya, terkait dengan dampak globalisasi dan inovasi teknologi terkini (Davis, 2012)2009. Dalam pengertian yang paling umum, identitas menangkap tanggapan implisit dan eksplisit terhadap pertanyaan itu. Siapa saya, mencak up berbagai konten dan proses yang terjadi dalam perjalanan kehidupan (Toffler, 1980). Pengembangan definisi identitas berlangsung melalui tahapan-tahapan panjang dan terus menerus menggabungkan definisi-definisi setelahnya dan umpan balik dari lingkungan (Toffler, 1980). Berdasarkan kerangka teoritis yang tersedia, empat tingkat identitas yang berbeda dapat dibedakan, termasuk identitas individu, relasional, sosial dan material (Vignoles et al., 2011). Masing-masing level mewakili konten yang berbeda dan elemen kontekstual dan dapat dicirikan oleh proses khas yang mendasari konstruksi,

pemeliharaan, serta modifikasi yang terkait dengan identitas yang diberikan. Identitas individu disebut juga sebagai identitas pribadi, terdiri dari serangkaian karakteristik yang relatif stabil yang dianggap berasal dari individu itu sendiri (Toffler, 1980). Identitas individu dapat dianggap sebagai kendaraan yang dimana seseorang dapat membangun kisah hidup yang dipahami lingkungannya (McAdams, 2006), menggabungkan tujuan, keyakinan dan nilai-nilai (Marcia, 1966; Waterman, 1999). Tingkat berikutnya, identitas relasional mengacu pada peran-peran yang memanifestasikan dirinya melalui berbagai interaksi sosial dan menempatkan penekanan khusus pada pentingnya umpan balik sosial (Toffler, 1980). Dalam kerangka identitas sosial, konsep diri individu cenderung sangat ditentukan oleh keanggotaan yang dirasakan dalam berbagai kelompok sosial, termasuk yang terkait dengan etnis, kebangsaan, agama, jenis kelamin dan keluarga (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Untuk mempertahankan rasa diri mereka, individu termotivasi untuk menyesuaikan diri dengan norma dan harapan kelompok tertentu (Goffman, 1969). Akhirnya, identitas material mencerminkan perluasan materi diri (Casaló et al., 2017).

Sebelum era digital saat ini, perkembangan identitas dulu dibatasi oleh realitas fisik dan kendala-kendala dari of sini dan sekarang, serta oleh kebutuhan untuk membangun koleksi pengalaman sebelumnya yang relatif terbatas (Featherstone et al., 1999). Menurut Mann (1991), reflektivitas memainkan peran penting dalam mencapai rasa umum diri dan identitas, yang dalam

kondisi *offline* terkait dengan dunia fisik di mana manusia ada. Munculnya lingkungan virtual, bagaimanapun, membuka pintu bagi pengguna untuk mengalami berbagai pertemuan virtual, banyak di antaranya tidak mungkin dilakukan di dunia nyata yang murni fisik (Lee & Chau, 2017).

Individu bersifat ekspresif dalam mengelola individualitasnya (Goffman, n.d.). Di dalam 'ruang online ada perspektif bahwa media tersebut dibingkai oleh semacam individualitas dengan memberikan penggunaannya dengan akun-akun pribadi dan *password*, di mana "kebebasan" untuk mengekspresikan diri menjadi persyaratan secara tidak langsung karena pengguna diberikan banyak kewenangan mengelola akun mereka, yang kemudian memungkinkan identitas untuk dikelola dan diatur sekehendak (Baker et al., 1998:10.) Persyaratan dalam pembuatan akun media sosial berperan penting dalam memainkan peran membantu individu mewakili diri mereka sendiri dan membuat mereka merasa nyaman dengan identitas mereka bentuk di ruang media sosial. Inisiatif web menjadi lebih efektif sebagai alat komunikasi dan akibatnya mempengaruhi kehidupan sosial. Perspektif tentang identitas yang dihadirkan pengguna dilakukan secara aktivitas pada pengguna lain dengan merepresentasi diri pada teks, gambar, dan video yang dibuat. Selanjutnya aktivitas itu juga didukung dengan, profil di media sosial yang mengundang komentar dari pengguna lain. Dari situlah terjadi kehidupan virtual di media sosial.

B. PEMBAHASAN

Kehidupan Pribadi di Ruang Virtual, Pakar psikologi kepribadian dari Universitas Institut Teknologi Massachusetts, Sherry Turkle memberikan pernyataan dalam bukunya *Life Beyond The Screen* (Turkle, 1997:3) di dalam ruang virtual orang tidak akan mengerti kita, walau kita berubah menjadi "seseorang yang berbeda" semua orang tidak bisa mengenali kita karena profil hasil bentukan di ruang virtual sehingga dunia virtual bersifat *anonymous*. Pernyataan satir itu memperlihatkan bagaimana dunia virtual internet yang menjelajah merambah ruang interaksi antar manusia. Tetapi di balik itu pula, diri di ruang virtual bukan lagi diri yang sifatnya tunggal serta selalu melekat secara aktif di diri sehari-hari, namun

identitas diri yang bersifat multiple, dinamis serta cair. Pada dimensi virtual, konsep interpersonal, dalam makna pertemuan dengan memperhatikan segala bentuk komunikasi non verbal dalam bentuk memperhatikan mimik, jarak antara yang saling berbicara dan juga lingkungan yang menyertai tidaklah hadir.

Keterbatasan penafsiran menjadi kendala karena dibatasi hanya dengan ruang monitor yang dimiliki perangkat teknologinya. Batasan itu menimbulkan multi tafsir yang luar biasa, apalagi bila berhubungan dengan bahasa dan penampilan dalam berinteraksi. Konteks interpersonal beralih jadi komunikasi konteks interpersonal termediasi (*interpersonal mediated communication*) (Pemberton & Shurville, 2000). Sebab suatu ekspektasi terhadap manusia dibatasi, harapan terputus karena komputer. Kesukaran memahami motif dan kemauan dari lawan bicara karena hanya melalui tampilan yang terdapat di layar perangkat teknologi selaku medium untuk berbicara. Contoh yang dapat dilihat dalam media sosial berhubungan dengan orang lain diawali dan mengenal melalui profil yang ditampilkan, ruang memperbaharui status (*updates status*) menjadi ruang untuk mengawasi interaksi. Internet ataupun *interconnection networking* telah jadi media baru yang membagikan akses kemudahan untuk penggunaannya diseluruh dunia, yang membagikan akses kemudahan untuk penggunaannya diseluruh dunia dengan metode jaringan yang saling berhubungan. Dunia virtual ataupun *cyberspace* adalah media elektronik dalam jaringan personal computer atau gadget yang dipakai buat keperluan berbagi data dalam komunikasi. Komunikasi yang dimaksud ialah komunikasi satu arah maupun timbal balik yang dicoba secara *online*. Hadirnya internet serta dunia virtual ataupun *cyberspace* tersebut, mendesak timbulnya media sosial. Media sosial sendiri berperan selaku media yang memediasi komunikasi yang dicoba secara virtual atau *online*. Media sosial adalah ruang dimana pengguna ataupun user tidak dibatasi jarak serta waktu. Salah satu wujud dari media sosial yang berperan adalah dengan memberikan gambar serta video dan menyajikan fitur dalam berbagi aktivitas ketika saling berinteraksi menggantikan percakapan tatap muka atau *offline*. media sosial dapat memberikan gambar serta video dalam kegiatan tiap hari dan juga memberikan keterangan atas apa yang dilakukan penggunaannya.

Untuk memahami perubahan perilaku pengguna masyarakat dalam dunia virtual akibat revolusi teknologi, perlu dipahami cara kerja teknologi komunikasi yang ada. Teknologi komunikasi berupa media sosial sudah menjadi alat yang mendampingi aktivitas kehidupan manusia saat ini. Teknologi hampir 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). Media sosial yang merupakan media bersosialisasi secara *online* menuntut kita untuk menjalin koneksi dengan orang-orang di sekitar kita, layaknya di dunia nyata. Kesempatan yang diberikan media sosial untuk menciptakan sendiri identitas virtual yang diinginkan, melanggengkan para penggunanya untuk menampilkan imaji diri (*self-image*) yang sebebas-bebasnya. Mereka dapat menentukan dirinya ingin dilihat seperti apa, dikenal sebagai siapa, bahkan memiliki dunia yang seharusnya bagaimana menurut pengguna, semua itu dapat mereka wujudkan melalui citra-citra visual yang dikehendaki dan teks yang di-*framing*. Individu dapat membentuk identitas mereka menyesuaikan yang mereka harap mengenai kebangsaan, jenis kelamin, agama dan berbagai hal berdasarkan informasi yang ditulis pengguna. Menurut Chandler (Harris, 2012), internet dan web memberikan peluang untuk konstruksi identitas, karena mereka memungkinkan pemikiran tentang identitas dan juga memungkinkan orang untuk mengubah siapa yang mereka inginkan. Inilah sebabnya mengapa ia menyebut mereka teknologi diri (Thurlow et al., 2004). Identitas virtual adalah entitas yang diciptakan di dunia virtual untuk mengekspresikan perasaan dan pikiran pengguna. Identitas virtual mencakup elemen virtual (avatar dan lingkungan) dan juga elemen non-virtual (penggunaan bahasa, reaksi terhadap kejadian tertentu, dll) cara mereka berinteraksi di jaringan.

Identitas *offline* dan identitas virtual dipahami memiliki perbedaan. Dalam interaksi tatap muka yang biasa, identitas dibangun di bawah serangkaian batasan yang unik. Kehadiran tubuh jasmani dalam pertemuan sosial mencegah orang mengklaim identitas yang tidak sesuai dengan informasi yang terlihat dari

karakteristik fisik si pemilik informasi (misalnya, jenis kelamin, ras, dan penampilan), dan pengetahuan bersama tentang latar belakang sosial, atribut kepribadian masing-masing. Akan sangat sulit bagi seseorang untuk berpura-pura menjadi apa yang bukan dirinya. Oleh karena itu, membangun identitas dalam keadaan ini sebagian besar melibatkan manipulasi pengaturan fisik dengan perubahan bentuk fisik dan pembetulan kesan untuk menghasilkan citra yang diinginkan pada orang lain (Thurlow et al., 2004). Dalam situasi di mana interaksi tatap muka terjadi ketika tidak saling mengenal semisal bertemu di swalayan, mall, orang mungkin dapat atau ingin menyembunyikan latar belakang dan kepribadian mereka untuk menghasilkan identitas baru. Kenyataannya, klaim identitas tersebut masih tidak dapat melampaui batas yang ditetapkan oleh kenyataan. Dengan mudah klaim identitas itu terbentur kebenaran, karena bila sudah mengenal akan terlihat bahwa itu adalah penipuan dan hanyalah manipulasi. Jadi, pada tingkat analitis sangat penting untuk mengenali bahwa “orang” dibangun dari apa yang kita rasakan dan dari apa yang kita ketahui. Seperti yang disebutkan Geser, dalam kondisi tatap muka, interaksi sangat dibentuk oleh persepsi bersama: oleh apa yang kita lihat, dengar, atau bahkan tercium (Nagy, 2010). Kenyataan itu tidak terlihat bila interaksi di mediasi teknologi, apa yang seharusnya dirasakan seperti yang dikemukakan Geser seakan tidak terjadi.

Menurut Tim Jordan (Taylor & Jordan, 2002), menjelaskan dua kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internert, yaitu (1) untuk melakukan koneksitas di *cyberspace* setiap orang harus melakukan logging in atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis unsername dan password untuk membuka akses e-mail, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur itu dilalui, maka individu akan mendapatkkan semacam their own individualised place yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang bisa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkontruksi dirinya di dunia virtual. Fenomena inilah yang menurut Tim Jordan, dikatakan

sebagai tiga elemen dasar kekuatan individu di dunia siber, yaitu: 1. *Identity Fluidity*, bermakna sebuah proses pembentukan identitas secara online atau virtual dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identities*). 2. *Renovated Hierarchies*, Proses dimana hierarki-hierarki yang terjadi di dunia nyata direka dibentuk kembali menjadi hierarki dunia maya (*online hierarchies*). 3. *Information as reality*, Yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual. Dengan kata lain, hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *informational space*, yakni informasi yang menggambarkan realita yang hanya berlaku di dunia virtual. Kenyataan membuktikan bahwa identitas individu di *online* adalah individu yang memiliki dua kemungkinan, yakni; Dapat menjadi sama atau bisa jadi berbeda identitas secara *offline*. Kemudian, individu tidak hanya memiliki satu identitas semata, melainkan bisa memiliki identitas yang beragam dengan karakteristik yang berbedabeda pula di *online*. Ada dua kondisi yang ditambahkan Tim Jordan untuk menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet, yaitu (1) untuk melakukan koneksi di cyberspace setiap orang harus melakukan logging in atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis username dan password untuk membuka akses ke e-mail, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur tersebut dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualised place* di mana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*); (2) memasuki dunia virtual kadangkala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual (Taylor & Jordan, 2002)

Internet telah mengubah kondisi konstruksi identitas yang dibawa di ruang sebelumnya *offline* (Dieneke Boer, 2016) karena lingkungan virtual membuka pintu pengalaman identitas baru. Memasuki dunia virtual ciri-ciri pengguna dapat disembunyikan ke dunia luar, dan menampilkan yang bukan diri pengguna asli. Pandangan psikososial mengartikan cara berkomunikasi yang

memperlihatkan cara-cara baru untuk menjadi, menunjukkan dan menegosiasikan identitas yang dipertaruhkan dalam kenyataan di dunia *offline* (Dieneke Boer, 2016). Menggunakan identitas baru dalam internet memiliki kemungkinan untuk masuk ke dalam komunitas baru, di mana setiap informasi pribadi dapat diperbaharui atau dimanipulasi bahkan juga bisa secara langsung ditunjukkan kepada orang lain.

Selain itu, karena tubuh terlepas dari tatap muka secara langsung dalam ruang *online*, menjadisuatu yang biasa terjadi pengguna ketika berinteraksi satu sama lain di Internet dalam mode menyembunyikan keaslian “tubuh” yang kemungkinan tidak mengungkapkan apa pun tentang keadaan asli pengguna. Selain itu, bahkan dalam situasi di mana mode audiovisual digunakan dalam kontak online, anonimitas dapat dipertahankan dengan menyembunyikan informasi tentang latar belakang pribadi seseorang, seperti nama dan tempat tinggal. Kombinasi tanpa tubuh dan anonimitas menciptakan lingkungan yang dimediasi secara teknologi mengembangkan mode produksi identitas baru muncul (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Ini terjadi karena setiap pendaftaran pengguna online seperti pada media sosial dan setiap “inkarnasi virtual” perwujudan virtual dalam media sosial sebagai aktivitas bebas untuk menciptakan identitas baru bagi para pengguna yang seringkali tidak terkait dengan komitmen diri dan harapan-harapan sosial dari masa lalu yang pengguna alami. Identitas baru yang dibuat memberikan harapan atau keinginan untuk memberikan titik awal untuk tindakan baru dan strategi baru dalam membangun “manajemen identitas” (ini

berhubungan dengan *personal brand*) yang dibentuk secara eksklusif untuk mendapatkan atau mengharapkan motivasi, peluang, bagi para penggunanya di ruang virtual. Selanjutnya, identitas online dapat dihidupkan dan dimatikan tanpa melewati fase perantara (misalnya dengan masuk dan keluar), dan identitas tersebut dapat dimodifikasi kapan pun pengguna kehendaki seperti saat mengubah profil pendaftaran dalam media sosial, seperti merubah nama panggilan, atau karakteristik avatar yang dibagi ke pengguna lain (Rosenfeld, 2015). Kegiatan didalam dunia *online* seperti "bermain peran, bahkan memungkinkan pengguna yang kurang beruntung untuk melewati rintangan yang mereka hadapi seperti pengguna lain memilih yang cantik, pintar dan lain-lain. Rintangan seperti ini bisa dilewati dengan mudah dalam pengaturan biodata bila fisik dapat menggunakan filter-filter khusus yang disediakan aplikasi media sosial. Aktivitas yang dapat dilakukan media sosial ini membuka ruang mencegah sentimen seperti membangun identitas yang diinginkan dalam aktivitas tatap muka (Baym, 2006:20) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Lingkungan *online* menyediakan ruang untuk ekspresi "diri tersembunyi" seseorang (Nagy, 2010), dan eksperimen dengan berbagai identitas non-konvensional (Burns et al., 2011). Dengan demikian, Internet memainkan peran penting dalam pemberdayaan identitas, ketika identitas diri dibuka untuk publik atau orang lain. Selain itu, dunia maya memaksa individu untuk melakukan pergantian peran yang sangat mendadak dan menyeluruh yang mungkin tidak selaras dengan fakta. Pergantian peran mengikuti suasana psikologis bahkan situasi komersil, pengguna dapat merubah status identitas dengan cepat, lembut

dan beradaptasi, fokus terhadap masalah yang ada atau situasional yang terjadi yang dihadapi para pengguna di dunia virtual. Media sosial dengan cepat juga merespon mengembangkan fitur-fitur yang dapat membuat pengguna mengkonstruksi lain diri mereka untuk diperkenalkan dan membingkai identitas virtual dengan cara yang menurut pengguna lebih tepat. Aspek identitas virtual bagi para pengguna hari ini dianggap sebagai fitur penting untuk membangun personal *brand*.

Pertumbuhan komunitas virtual hari ini sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan internet yang dari hari ke hari makin pesat penggunaannya. Komunitas virtual tumbuh menjadi sebuah trend yang memperbolehkan manusia beraktifitas di ruang virtual bersama-sama dengan warga dunia dengan membentuk suatu komunitas, tanpa wajib berkumpul di sesuatu tempat secara raga. Namun dalam kehidupan komunitas virtual di Indonesia, terdapat kecenderungan apabila komunitas virtual dimulai pembentukannya dengan pertemuan raga untuk menciptakan jati diri mereka selaku komunitas sosial (Nugroho et al., 2017). Paling utama komunitas virtual di Indonesia dibentuk dan diarahkan aktivitasnya ke dalam aktivitas media sosial seperti komunitas (Hidayat, 2014). Pertemuan raga itu umumnya disebut kopi darat, dibangun secara kuat melalui media sosial yang tergabung dalam dunia virtual. Media sosial di Indonesia telah memberikan dan mempunyai tempat tertentu dalam kehidupan tiap hari, diperlihatkan dalam laporan hootsuite bahwa penggunaan media sosial di Indonesia di tahun 2021 mencapai 170 juta pengguna (We Are Social - Hootsuite, 2021). Sebagian media sosial yang populer digunakan oleh pengguna di Indonesia adalah Youtube, Whatapps, Instagram, Facebook, Line, LinkedIn, Twitter. Sampai saat ini salah satu media sosial yang masih eksis ialah Facebook dengan berbagai *power source*-nya. Pada prinsipnya, pemakaian Facebook sama dengan media sosial yang lain, facebook terus berusaha membedakan diri dengan segi tampilan, serta fitur yang disediakan lebih lengkap untuk mengkontruksi identitas pengguna. Hingga saat ini, komunitas virtual masih banyak diperdebatkan untuk menjadi sebuah komunitas yang riil. Keberadaan komunitas virtual telah memisahkan dua kehidupan sosial dan virtual (Nugroho et al., 2017), tidak dapat dianggap sebagai komunitas karena tidak dapat memenuhi dasar yang jelas tentang

komunikasi itu sendiri dan komunitas virtual justru mendorong terpisahnya kehidupan riil dan kehidupan virtual (Baym, 2006) which defined features of CMC as the absence of regulating feedback, with reduced status and position cues. Researchers discovered that it took longer to complete tasks, single leaders were less likely to emerge, participation became more equal, and there was increased uninhibited behaviour. - This deterministic perspective had been replaced, involving a more sophisticated conceptualisation of variables with experimental research. Rather than positing limited cues as the primary independent variable, the challenge focused on explaining the roles that media characteristics played in shaping communication and on clarifying the variables that produced differing results. - The media qualities with the greatest interpersonal implications fell into roughly three categories: (1. Namun pada kenyataannya, komunitas virtual saat ini jauh berkembang di bandingkan komunitas yang bersifat *offline*, komunitas virtual karena identitas yang bergabung lebih membebaskan segala bentuk identitas sehingga perkembangannya menjadi sangat cepat bahkan komunitas virtual dapat dikatakan dibangun melampaui waktu, ruang, dan tempat melalui teknologi komunikasi tanpa menganulir kebutuhan bertemu secara fisik yang diwujudkan dalam berbagai kegiatan yang sifatnya bertatap muka dan mengenal secara *offline* di kehidupan sosial. Komunitas virtual sebagai kumpulan banyak identitas virtual dalam fenomenanya saat ini sudah jadi bagian ruang-ruang sosial. Perkembangan dunia big data, dunia yang menjadi sebuah keniscayaan, dunia virtual tidak lagi bisa dipisahkan dari kenyataan sosial walau fenomena ini dalam masyarakat siber. Proses dini bertemunya orang dengan teknologi komunikasi membuat interaksi mudah dilakukan dan menjadi sebuah fenomena interaksi komunitas virtual. Interaksi sebuah komunitas virtual menjadi sebuah pola yang dapat digambarkan anggota komunitas berjumpa dengan ruang komunitas virtual yang disitu berada anggota yang banyak *no boundaries* . Seperti yang diungkap dalam

Kondusifitas berhubungan lewat grup dalam media sosial menunjang terjadinya komunitas virtual menjadi lebih solid, kekuatan solidaritas ini diharapkan tidak banyak oknum yang membuat permasalahan di komunitas virtual yang dapat menjadi

hambatan dalam proses interaksi di komunitas virtual. Loyalitas seorang terhadap komunitas virtual didasari pula oleh kebutuhan akan informasi yang dibutuhkan lewat komunitas virtual ini. Pembentukan kegiatan *offline* menuju *online* dalam ruang komunitas virtual biasanya dimulai dalam fase *Pseudo community*, fase ini adalah fase di mana media online yang dipilih menjadi wadah dari sebuah komunitas virtual. Fase ini bisa juga disebut fase fase bulan madu, yaitu fase setiap anggota merasakan kenyamanan berinteraksi bersama dalam ruang virtual. Hal ini disebabkan karena setiap individu tidak dapat mengetahui kehidupan pribadi secara mendalam satu sama lain. Jarak ini membuat setiap anggota bisa memperlakukan satu sama lain dengan baik dan interaksi di grup berjalan lancar. Para anggota merasa komunitas virtual sebagai sebuah “Komunitas semu” yang bagi anggotanya tampak sebagai komunitas, tetapi sebenarnya adalah kumpulan orang-orang yang jauh lebih longgar yang kesetiaan dan kepeduliannya satu sama lain lebih dekat ke tingkat “kelompok”, daripada komunitas (Rheingold, 1993). Tetapi perubahan definisi komunitas virtual dalam konteks di Indonesia itu ketika komunitas virtual mengadakan kopi darat, karena kopi darat sesungguhnya sudah fenomena komunitas virtual itu dapat dikatakan sebagai komunitas sosial. Fenomena ini merupakan fase penting dalam membentuk sebuah komunitas secara utuh adanya saling percaya dalam bentuk mempercayai secara fisik. Fase *Emptiness*, fase ini merupakan fase dimana sebuah komunitas virtual mengalami kekosongan. Hal ini diakibatkan karena kesibukan para anggotanya sehingga menyebabkan tidak adanya kegiatan dalam sebuah komunitas, tidak adanya interaksi di grup komunitas virtual. Selain itu bila ada konflik yang terus terjadi dan tak kunjung menemukan solusi, mendorong komunitas menuju fase *emptiness* ini. Fase ini juga dimulai ketika anggota komunitas virtual menginginkan sebagai komunitas sosial dalam masyarakat. Kunci utama untuk mengetahui komunitas sebagai sebuah komunitas sosial adalah saat setiap anggota telah memiliki keinginan untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga kebanyakan di Indonesia Komunitas virtual bukanlah komunitas semu, karena juga ada *cross check* secara fisik. Padahal dalam kenyataannya loyalitas dan kepedulian adalah bagian dari komunitas nyata tetapi bukan bagian dari kelompok atau komunitas semu. (Ensslin & Muse, 2011).

Pada kenyataannya, komunitas virtual tidak boleh hanya dianggap sebagai pengganti atau simulasi komunikasi interpersonal. Komunitas virtual hari ini menjadi tipe komunitas yang sama sekali baru yang muncul dari komunikasi jaringan (*cyberspace*). Bentuk baru bahasa, interaksi dan identitas diciptakan. Komunitas virtual tampaknya merupakan kompromi yang sempurna antara individualitas dan tanggung jawab dalam masyarakat modern (jaringan). Mereka menawarkan kesempatan untuk informasi dan komunikasi, diskusi pribadi dan publik yang semua dilakukan pada waktu bersamaan. Karena mereka tumbuh dalam arti penting, mereka pasti akan memberi kontribusi pada struktur dan mekanisme sosial yang akan mempertahankan masyarakat. Mereka tidak akan menggantikan komunitas organik dan cara untuk bersosialisasi, tapi mereka akan menjadi tambahan bagi keberadaan komunitas organik, membangunnya dan mungkin memperkuatnya. Perkembangan dunia virtual menawarkan wadah bagi penggunaannya untuk dapat berinteraksi dilingkungan sosial yang lebih luas tanpa terhalang oleh jarak dan waktu kepada siapapun. Salah satunya melalui media sosial Instagram. Komunikasi yang terjadi pada media sosial Instagram membentuk sebuah interaksi yang terjadi antara individu dengan lingkungan sosial dalam dunia siber.. Interaksi inilah yang kemudian akan mendorong seseorang untuk mengkonstruksi identitas seseorang secara *online* bersama (media indonesia, 2019).

C. SIMPULAN

Komunitas Virtual dengan bermacam bukti diri virtualnya mewakili bagaimana proses transformasi sosial yang dibawa oleh teknologi komunikasi serta dengan dukungan teknologi data baru. Komunitas bukan lagi wajib dibatasi secara daerah atau geografis namun dapat pula pada ruang virtual dimana manusia hidup. Tidak terdapat perbandingan yang berarti dalam dinamika komunitas ketika mereka cuma beraktifitas secara online dengan ketika berkehendak mereka berjumpa secara tatap muka. Kontak tatap muka sebagai perekat ikatan antar anggota dalam komunitas senantiasa diinginkan para anggota komunitas virtual. Bisa dilihat dari bagaimana orang dalam komunitas lebih intensif melaksanakan aktivitas di dalam dunia *offline*, daripada di dunia virtual. Tidak hanya

itu, orang juga senantiasa ingin memasuki dan menjelajah dalam dunia media baru atau virtual, serta mulai melaksanakan kegiatan virtual mereka dengan anggota lain lewat bermacam teknologi komunikasi untuk aktivitas di komunitas virtual. , Sedangkan identitas virtual diciptakan dan diposisikan melalui interaksi komunikasi yang cenderung bergantung pada konteks. Dunia virtual, memiliki karakteristik unik yang mendorong penggunaanya untuk membentuk hubungan satu sama lain dan dengan musuh memberikan berbagai peluang untuk berinteraksi dan bekerja sama dengan pengguna lain dalam suatu komunitas. Dengan identitas virtual, para pengguna ruang virtual dapat menentukan ruang dan batas pribadi mereka sendiri. Dalam hal ini, kedekatan fisik dengan identitas yang dihadirkan mungkin sebenarnya juga memiliki makna simbolis yang terkait dengan keintiman, persahabatan dan ikatan sosial, mirip dengan keberadaan *offline* individu.

Pengguna media sosial adalah Manusia yang pada dasarnya tak luput dari komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik itu melalui saluran maupun tidak. Komunikasi juga menyarakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Komunikasi merupakan sarana yang membentuk identitas dan mekanismenya selalau berubah. Identitas menjadi penanda dalam kita berkomunikasi satu sama lain. Dalam berinteraksi satu sama lain, kita menunjukkan simbol-simbol tertentu untuk memberikan pemaknaan, begitu juga sebaliknya dimana seseorang yang menunjukkan simbol tertentu yang mampu kita pahami. Pembentukan identitas individu dalam mengkontruksi di media sosial kadangkala sama dengan berbeda dengan dunia nyata (*offline*). Pengguna di media sosial mampu bersifat lebih terbuka atau bebas mengungkapkan pikiran dan perasaanya. Hal itu disebabkan dirinya di media sosial tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang lain tidak perlu ditunjukkan atau memerlukan keberadaan orang tertentu sehingga pengguna harus mempertimbangkan orang tersebut. Media sosial dapat menjadi alat kontruksi diri seperti yang diinginkan oleh penggunaanya. Melalui pilihan kata, gambar yang diupload atau di unggah, komentar yang di dibuat pengguna dapat memperkirakan kesan atau makna yang terbangun tentang

dirinya. Pengguna memahami media sosial dapat menjadi tempat membentuk identitas diri seperti apa yang dia inginkan. Mandibergh mendefinisikan media sosial sebagai media yang mewadahi kerja sama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*). Media jejaring sosial (*social networking*) merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, efek dari hubungan sosial tersebut.

Proses kontruksi identitas di media sosial sangat dipengaruhi oleh siapa saja yang mengakses akun pengguna, sehingga itu menjadi kontrol terhadap proses kontruksi yang dibangunnya. Pengguna media sosial sebagai seorang manusia tampaknya juga memahami ada perbedaan batasan nilai-nilai individu, kelompok atau lingkungannya. Dengan kata lain dapat dimaknai identitas virtual pada pengguna media sosial pada dasarnya tidak tunggal atau sama, akan tetapi tergantung konteks dan peran yang dipilihnya. Terkait dengan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kebutuhan orang dalam hal ini pengguna media sosial untuk membuat identitas virtual yang beragam dapat dilakukan melalui media sosial. Identitas direpresentasikan dengan cara beragam dan berbeda bergantung pada masing-masing individu. Melalui identitas ini, individu terindikasi memiliki persamaan atau perbedaan dengan individu lain. Melalui identitas pula, sebuah komunitas terindikasi memiliki persamaan atau perbedaan dengan komunitas lainnya, baik aspek-aspek personal maupun aspek sosial. Dengan demikian, identitas dapat difungsikan sebagai penanda apakah individu yang bersangkutan merupakan bagian dari suatu kelompok atau bukan dan apakah kesamaan tertentu yang dimiliki sekelompok orang dapat menjadi identitas bersama/kolektif dan membedakannya dari kelompok lain.

D. REFERENSI

Ayuningtyas, N. (2021). *Awkarin Dikabarkan Beli Hotel, 7 Potret Tulisan di Karanganyar Ini Curi Perhatian*. Liputan6.Com. <https://hot.liputan6.com/read/4516436/awkarin-dikabarkan->

beli-hotel-7-potret-tulisan-di-karangan-bunganya-ini-curi-perhatian

- Baker, J., Börlin, J., Balanchine, G., Dunham, K., & Graham, M. (1998). *How Did Dancers on Each Side of the Atlantic Choreograph the*. Routledge.
- Baym, N. K. (2006). Interpersonal life online. *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs*, 35–54. <https://doi.org/10.4135/9781446211304.n1>
- Burns, N., Daugherty, T., & Eastin, M. S. (2011). *User Generated Content Consumption*.
- Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2017). Understanding Consumer Interaction on Instagram: The Role of Satisfaction, Hedonism, and Content Characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(6), 369–375. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0360>
- Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society. In *Massachusetts: Blackwell Publishing: Vol. I* (2nd ed.). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.2307/1252090>
- Davis, J. (2012). Prosuming Identity: The Production and Consumption of Transableism on Transabled.org. *American Behavioral Scientist*, 56(4), 596–617. <https://doi.org/10.1177/0002764211429361>
- Dieneke Boer. (2016). The Construction of an Online Identity. *Universiteit Leiden*.
- Ensslin, A., & Muse, E. (2011). *Creating Second Lives*. <https://doi.org/10.4324/9780203828571>
- Featherstone, M., Hepworth, M., & Turner, B. S. (1999). *The Body*. SAGE Publications.
- Goffman, E. (n.d.). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. University of Edinburgh Socia Sciencesl Research Centre.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. University of Edinburgh.
- Harris, C. D. (2012). Key Concepts in Leisure Studies Work – Leisure Relationships Work – Leisure Relationships. *Knowledge Creation Diffusion Utilization*, 262–268. <https://doi.org/10.4135/9781446220696>

- Hidayat, W. (2014). *17 Komunitas Online Asyik Indonesia*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2014/08/16/10100027/17.Komunitas.Online.Asyik.Indonesia>
- Holmes, D. (2001). *Virtual Globalization: Virtual Spaces/ Tourist Space*. Routledge.
- Ibrahim, M. (2021). *Awkarin Membeli Hotel Mewah, Dapat Ucapan Selamat dari Salah Satu Mantannya!* Galamedianews.Com. <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/hiburan/pr-351671254/awkarin-membeli-hotel-mewah-dapat-ucapan-selamat-dari-salah-satu-mantannya>
- Idid, S. A. (2019). Online self-representation of Malaysian muslim female students: a Facebook case study. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 21(1), 0–0.
- Kuper, A. (1996). The social science encyclopedia. In *The Social Science Encyclopedia* (Vol. 40, Issue 6). [https://doi.org/10.1002/1521-3773\(20010316\)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/1521-3773(20010316)40:6<9823::AID-ANIE9823>3.3.CO;2-C)
- Lee, C., & Chau, D. (2017). Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram hashtags. *Discourse, Context & Media Journal*, XXX, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.002>
- Nagy, P. (2010). Second Life, Second Choice? The effects of virtual identity on consumer behavior. A conceptual framework. *FIKUSZ 10 Symposium of Young Researches*, 167–180. <http://kgk.bmf.hu/system/files/pnagy.pdf>
- Nugroho, R. H. S. N., Afifi, S., & Rochayanti, C. (2017). Komunitas Virtual Menjadi Komunitas Sosial. *Paradigma*, 21, 29–42.
- Nursyamsi, A. (2021). *Awkarin Umumkan Telah Beli Hotel*. Tribunnews.Com. <https://www.tribunnews.com/seleb/2021/03/25/awkarin-umumkan-telah-beli-hotel>
- Pemberton, L., & Shurville, S. (2000). *Words on The Web: CMC*. Intellect.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community. Homesteading on the Electronic Frontier (Revised Edition)*. MIT Press, London. <http://www.rheingold.com/vc/book/>

- Riski, L. (2020). *Urgensi Literasi Digital bagi Masa Depan Ruang Digital Indonesia*. Aptika.Kominfo.Go.Id. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/06/urgensi-literasi-digital-bagi-masa-depan-ruang-digital-indonesia/>
- Rosenfeld, K. N. (2015). Digital Online Culture, Identity and Schooling in the Twenty First Century. In *Rosenfeld, Kimberly N.* Palgrave Macmillan.
- Taylor, T. L., & Jordan, T. (2002). Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. In *Contemporary Sociology* (Vol. 31, Issue 3). <https://doi.org/10.2307/3089671>
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication Social Interaction an The Internet*. Sage Publication.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Bantam Books.
- Turkle, S. (1997). *The Second Self*. Simon & Schuster.
- We Are Social - Hootsuite. (2021). *Digital Report 2021*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Whiteley, S., & Rambarran, S. (2016). *The Oxford Handbook of Music And Virtuality* (S. Whiteley & S. Rambarran (eds.); 1st ed.). Oxford University Press.

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN URGENSI BAGI PENDIDIKAN ISLAM

Bono Setyo, Lelita Azaria Rahmadiva

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Email: bono.setyo@uin-suka.ac.id, lelitaazaria@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, saat ini teknologi komunikasi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terlebih lagi dengan ditemukannya teknologi internet, suatu jaringan komunikasi yang menghubungkan satu media (elektronik) dengan media yang lainnya tanpa mengenal jarak atau batas.

Saat ini, Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet nomor 4 terbesar di dunia. Dengan hanya 88,1 juta pengguna internet pada awal tahun 2016, jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat sebesar 51 persen ke angka 171,26 juta pengguna pada 2019 (Johnson, 2021). Peningkatan angka pengguna internet turut mendorong peningkatan angka pengguna media sosial di Indonesia. Saat ini, Indonesia menempati urutan ke-4 mengenai jumlah pengguna media sosial mengalahkan Brazil dan Amerika Serikat (Tech in Asia, 2020).

Salah satu media yang berkembang pesat dan populer di masyarakat di era internet ini adalah media social. Media social menjadi sebuah fenomena tersendiri yang memiliki pengaruh sangat besar di seluruh bidang kehidupan masyarakat. Di Indonesia, saat ini media sosial memiliki jumlah pengguna yang sangat besar, sebaran penggunaannya pun tersebar dari ujung timur hingga ujung

barat Indonesia, dari usia muda bahkan anak-anak sampai usia tua. Berdasarkan data hasil *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*² dapat diketahui bahwa dari total populasi (jumlah penduduk di Indonesia) adalah 272,1 juta, dari total populasi tersebut jumlah pengguna media sosial aktif sebanyak 160 juta (59%). Jumlah pengguna media sosial tersebut tersebar dalam berbagai *platform* [berbasis survei] sebagai berikut: Youtube: 88%, Whatsapp: 84%, Facebook: 82%, Instagram: 79%.

Keberadaan dan perkembangan media sosial di masyarakat tersebut tentunya akan membawa segudang dampak dan permasalahan yang baru di masyarakat khususnya dunia Pendidikan Islam. Oleh karena itu, perlu adanya penelaahan secara mendalam dan komprehensif tentang penggunaan media sosial dan dampaknya bagi masyarakat sehingga dengan begitu masyarakat akan dapat mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk hal-hal yang positif, dan dapat mengeliminir dampak-dampak negatif serta menghindari penyalahgunaan atas keberadaan media sosial saat ini. Disamping itu, mengapa penyalahgunaan media sosial ini menjadi isu Pendidikan Islam dan bagaimana solusinya.

B. MEDIA SOSIAL: DEFINISI, PERAN DAN FUNGSI

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendefinisikan

² **HootSuite (We are Social)** merupakan sebuah situs layanan manajemen konten (*content management*) yang menyediakan layanan media daring yang terhubung dengan berbagai situs jejaring sosial seperti Facebook, Youtube, Whatsapp, Fb Messenger, Weixin / Wechat, Instagram, Qq, Qzone, Douyin / Tiktok, Sina Weibo, Twitter, Reddit, Douban, LinkedIn, Baidu Tieba, Skype, Snapchat, Viber, Pinterest, dan Line. (<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>)

media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Saat teknologi internet dan mobile phone makin maju maka media sosial pun ikut tumbuh dengan pesat. Kini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Media sosial mempunyai ciri-ciri, yaitu sebagai berikut :

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet

2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu *Gatekeeper*
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi (Fuch, 2014)

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja, sehingga jaringan promosi bisa lebih luas. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasaran bagi banyak perusahaan dan merupakan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan dan klien. Media sosial seperti blog, facebook, twitter, dan youtube memiliki sejumlah manfaat bagi perusahaan dan lebih cepat dari media konvensional seperti media cetak dan iklan TV, brosur dan selebaran.

Media sosial memiliki kelebihan dibandingkan dengan media konvensional, antara lain :

1. *Kesederhanaan*

Dalam sebuah produksi media konvensional dibutuhkan keterampilan tingkat tinggi dan keterampilan marketing yang unggul. Sedangkan media sosial sangat mudah digunakan, bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya, yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet.

2. *Membangun Hubungan*

Sosial media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan. Perusahaan mendapatkan sebuah feedback langsung, ide, pengujian dan mengelola layanan pelanggan dengan cepat. Tidak dengan media tradisional yang tidak dapat melakukan hal tersebut, media tradisional hanya melakukan komunikasi satu arah.

3. *Jangkauan Global*

Media tradisional dapat menjangkau secara global tetapi tentu saja dengan biaya sangat mahal dan memakan waktu. Melalui media sosial, bisnis dapat mengkomunikasikan informasi dalam sekejap, terlepas dari lokasi geografis.

Media sosial juga memungkinkan untuk menyesuaikan konten anda untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.

4. *Terukur*

Dengan sistem tracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur, sehingga perusahaan langsung dapat mengetahui efektifitas promosi. Tidak demikian dengan media konvensional yang membutuhkan waktu yang lama (Fenton, 2009; Fuch, 2014).

Ketika kita mendefinisikan media sosial sebagai sistem komunikasi maka kita harus mendefinisikan fungsi-fungsi terkait dengan sistem komunikasi, yaitu :

1. *Administrasi*

Pengorganisasian profil karyawan perusahaan dalam jaringan sosial yang relevan dan relatif dimana posisi pasar anda sekarang. Pembentukan pelatihan kebijakan media sosial, dan pendidikan untuk semua karyawan pada penggunaan media sosial. Pembentukan sebuah blog organisasi dan integrasi konten dalam masyarakat yang relevan. Riset pasar untuk menemukan dimana pasar anda.

2. *Mendengarkan dan Belajar*

Pembuatan sistem pemantauan untuk mendengar apa yang pasar anda inginkan, apa yang relevan dengan mereka.

3. *Berpikir dan Perencanaan*

Dengan melihat tahap 1 dan 2, bagaimana anda akan tetap di depan pasar dan bagaimana anda berkomunikasi ke pasar. Bagaimana teknologi sosial meningkatkan efisiensi operasional hubungan pasar.

4. *Pengukuran*

Menetapkan langkah-langkah efektif sangat penting untuk mengukur apakah metode yang digunakan, isi dibuat dan alat yang anda gunakan efektif dalam meningkatkan posisi dan hubungan pasar anda (Fenton, 2009; Wilkins, 2014).

C. PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENDIDIKAN ISLAM

Penggunaan media sosial pada saat ini semakin bervariasi, media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana untuk berkomunikasi atau bersosialisasi, namun media sosial seringkali juga digunakan sarana promosi baik promosi barang jualan, promosi makanan, promosi tempat wisata dan lainnya (Tech in Asia, 2015). Selain itu, media sosial sering dijadikan media untuk sarana pendidikan, sebagai sarana untuk membangun citra instansi atau organisasi dan yang terakhir dan termasuk yang paling sering digunakan adalah sebagai sarana penyampaian informasi.

Selain dari kegunaan positif yang telah disampaikan di atas, media sosial seringkali juga disalahgunakan oleh orang-orang atau pihak-pihak tertentu yang tidak bertanggung jawab untuk kepentingan dan keuntungan pribadi atau kelompoknya, yang dapat menimbulkan kerugian atau kerusakan bagi pihak lain bahkan bagi masyarakat dan bangsa. Media sosial seringkali juga disalahgunakan untuk kepentingan yang tidak pantas atau bahkan criminal.

Grafik 1. Laporan Situs Negatif Indonesia



Penyalahgunaan media sosial seperti yang tertera pada laporan aktivitas negatif antara lain untuk pornografi, informasi mengenai

perjudian, ajakan kekerasan maupun tindakan kriminal lainnya. Selain itu, penyalahgunaan yang paling sering saat ini adalah digunakannya media social untuk penyampaian berita atau informasi bohong (Hoax³) dan ujaran kebencian atau yang dikenal sebagai *hate speech*⁴. Penyebaran *hoax* dan *hate speech* di Indonesia saat ini dari ke hari makin tumbuh subur.

Menurut catatan Dewan Pers, di Indonesia terdapat sekitar **43.000 situs** yang mengklaim sebagai portal berita. Dari jumlah tersebut, yang sudah terverifikasi sebagai situs berita resmi tidak sampai **300 situs**. Artinya, terdapat setidaknya puluhan ribu situs yang berpotensi menyebarkan berita palsu di internet yang mesti diwaspadai. Sementara itu data dari Kementerian komunikasi dan informasi (Kemenkominfo) menyebutkan bahwa ada sekitar 800.000 situs di Indonesia yang telah terindikasi sebagai penyebar *hoax*. (Sumber: <https://kominfo.go.id>) Berbicara *hoax* biasanya tidak bisa lepas dengan Fenomena keduanya ini bagai dua sisi dari sebuah mata uang. Keberadaan media social saat ini seakan menjadi media penumbuh suburnya *hoax* dan *hate speech*. Selanjutnya isu-isu apa saja yang sering diangkat menjadi tema *hoax* dan *hate speech*?

Ada beberapa isu/tema *hoax* dan *hate speech* antara lain: SARA, politik, selebritis, ilmu pengetahuan, kesehatan dan bahkan agama. Diantara isu-isu tersebut yang akhir-akhir ini sering diviralkan menjadi berita/informasi *hoaks* adalah tema politik dan SARA. Kedua tema *hoax* ini sangat berbahaya bagi persatuan dan kesatuan NKRI. Mengapa? Politik sebagaimana diketahui selalu berkaitan dengan kekuasaan dan kekuasaan bagi manusia selalu menjadi rebutan. Tidak jarang perebutan kekuasaan berakhir dengan konflik bahkan *chaos*. Contoh konflik akibat pertentangan politik di Indonesia adalah adanya G30S/PKI. Sedangkan SARA (suku, agama, ras, antar golongan) adalah sesuatu yang sensitif apabila dipertentangkan. Banyak contoh kasus di dunia termasuk di Indonesia pertentangan

³ Istilah *hoax* berasal dari kata *hocus* yang berarti menipu. John M. Echols menyebut *hoax* merupakan cerita bohong. Istilah *hoax* tersebut sebenarnya telah lama ada dan dipakai, namun baru populer digunakan di kalangan netizen Amerika Serikat setelah ada film berjudul «The Hoax» yang menghebohkan.

⁴ *Hate speech* adalah tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk ucapan kebencian atau ujaran kebencian

(konflik) yang bersumber pada SARA. Contoh konflik akibat SARA adalah konflik Dayak dengan Madura (2004) dan Konflik di Ambon antara Muslim dengan Kristen (1999).

Dalam perkembangannya fenomena *hoax* dan *hate speech* ini menjadi sebuah budaya yang berkembang di masyarakat Indonesia. Mengapa demikian? Setidaknya ada tiga hal yang mempengaruhi tumbuh suburnya budaya *hoax* dan *hate speech*, yaitu: 1) Kultur masyarakat, 2) Adanya perkembangan teknologi digital, 3) Rendahnya literasi media.

Pertama, Kultur masyarakat. Tidak dapat dipungkiri bahwa berkembangnya fenomena *hoax* dan *hate speech* menjadi budaya salah satunya adalah andil dari masyarakat sendiri. Masyarakat kita begitu mudah mempercayai suatu kabar dari mulut ke mulut tanpa meng-kroscek sumbernya langsung, budaya gosip seolah menjadi sebuah pembenaran paling nyata dalam setiap pembicaraan. Tradisi masyarakat kita cenderung suka membicarakan hal-hal yang tidak perlu, keburukan dari orang lain atau bahkan hal-hal yang sifatnya personal. Kebiasaan *ghibah*⁵, *fitnah*⁶ dan *namimah*⁷ seakan sudah menjadi kultur bagi masyarakat.

Kedua, Adanya perkembangan teknologi digital. Yang dimaksud teknologi digital tersebut adalah media on-line⁸ dan media social⁹. Kedua media ini seakan menjadi ladang yang subur bagi bersemainya benih-benih *hoax* dan *hate speech* di masyarakat.

⁵ Kata seorang ulama tafsir, Masruq, “Ghibah adalah jika engkau membicarakan sesuatu yang jelek pada seseorang. Itu disebut mengghibah atau menggunjingnya. Jika yang dibicarakan adalah sesuatu yang tidak benar ada padanya, maka itu berarti memfitnah (menuduh tanpa bukti)

⁶ Menurut KBBI, Fitnah adalah perkataan bohong atau tanpa berdasarkan kebenaran yang disebar dengan maksud menjelekkan orang (seperti menodai nama baik, merugikan kehormatan orang)

⁷ Namimah diterjemahkan dengan “adu domba” dalam bahasa Indonesia, akan tetapi maknanya lebih luas dari sekedar adu domba

⁸ Merupakan sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia (baca-komputer dan internet). Didalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, mail-online, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya

⁹ Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah YouTube, Facebook, Blog, Twitter, dan lain-lain.

Bahkan, media saat ini telah menjadi First God bagi masyarakat di berbagai usia. Peredaran informasi menjadi kian sulit terbendung. Data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika menyebutkan, sedikitnya 170 juta masyarakat Indonesia memiliki minimal satu ponsel atau setidaknya satu SIM card. Dengan demikian, mereka bisa berbagi informasi dengan cepat. Media sosial dan aplikasi pengirim pesan cepat (chat apps) menjadi media favorit.

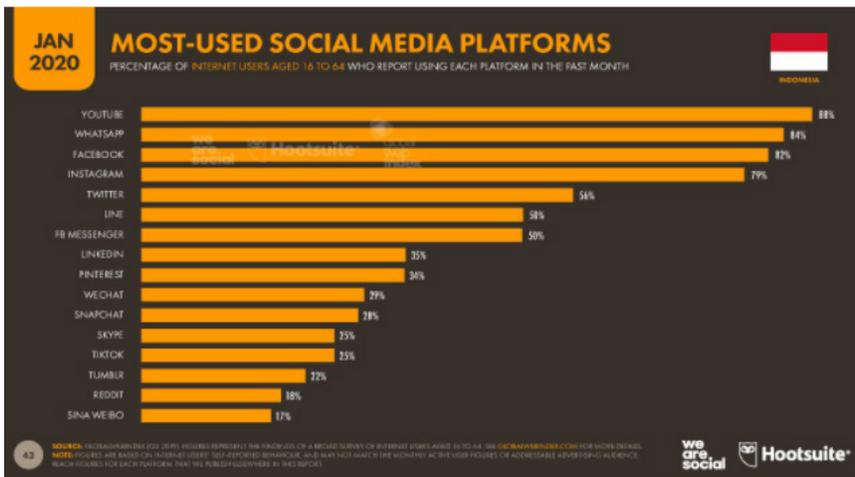
Ketiga, Rendahnya literasi media bagi masyarakat. Survei World's Most Literate Nations, yang disusun oleh Central Connecticut State University tahun 2016, peringkat literasi Indonesia berada di **posisi kedua** terbawah dari 61 negara. Hal ini menunjukkan betapa rendahnya tingkat literasi media masyarakat kita, sehingga kondisi ini akan semakin mempermudah merebaknya budaya *hoaks* dan *hate speech*. Hasil riset DailySocial.id menyebutkan 44% masyarakat Indonesia tidak bisa mendeteksi Hoax. Akibatnya, masyarakat percaya begitu saja terhadap berita/informasi yang diterimanya.

Tiga hal inilah yang menjadikan fenomena hoax dan hate speech begitu cepat merebak menjadi sebuah budaya masyarakat Indonesia. Kondisi ini semakin diperparah oleh karena saat ini bangsa Indonesia sedang berada di tahun politik dimana tahun ini akan dilaksanakan pesta demokrasi yang sebenarnya merupakan agenda rutin 5 tahunan bangsa Indonesia.

Fenomena *Hoax* dan *hate speech* saat ini telah menjadi isu global yang membutuhkan penyelesaian bukan hanya dari pemerintah, namun juga melalui kerjasama dan kesadaran dari berbagai pihak. Dalam hal ini peran Pendidikan Islam memiliki peran strategis dalam menangani budaya hoax dan hate speech ini agar tidak semakin berkembang di masyarakat.

Besarnya dampak yang ditimbulkan *hoax* dalam sejarah perlu menjadi pelajaran berharga bagi bangsa Indonesia. Apalagi berita hoax telah mengoyak generasi muda tanah air. Mengingat, mayoritas pengguna media sosial adalah mereka yang masih berusia remaja. Tak sedikit pula yang masih berstatus sebagai pelajar; anak usia SD dan SMP saja sekarang banyak yang sudah aktif di media sosial. Mereka memiliki akun di facebook, BBM, Instagram dan lainnya. Terlebih mereka yang duduk di bangku SMA atau mahasiswa. Mereka telah

banyak berselancar di dunia maya.



Grafik 2. Pengguna Media Sosial di Indonesia

Mencegah mereka menggunakan media sosial tentu pekerjaan berat, apalagi sekarang ini sudah menjadi trend di kalangan generasi milenial. Yang bisa dilakukan adalah dengan melakukan kegiatan penyadaran pada mereka. Dan wahana paling efektif untuk kegiatan penyadaran pada mereka adalah melalui Pendidikan Islam. Jadi, dunia pendidikan Islam sangat vital dan menjadi leading sektor untuk bisa menangkal fenomena *hoax* yang kini terus mewabah menjadi sebuah budaya. Para pendidik dituntut cermat dalam membaca keadaan. Kehadiran mereka sangat dibutuhkan. Karenanya, dunia pendidikan perlu melakukan langkah-langkah konkrit.

Di antara langkah yang bisa diambil dunia pendidikan Islam adalah menanamkan kejujuran pada siswa. Slogan *character building* (pembentukan karakter) yang dulu pernah digembar-gemborkan di dunia pendidikan perlu dibangkitkan dan dikuatkan kembali. Dan bukan malah mengotorinya seperti kasus membocorkan soal Ujian Negara Berbasis Komputer (UNBK) pada siswa yang masih terjadi akhir-akhir ini. Praktek itu dalam jangka pendek memang akan bisa membantu mengangkat nilai siswa, tetapi jangka panjang justru akan merusak karakter siswa.

Rusaknya karakter siswa, yang notabene-nya merupakan generasi penerus bangsa tentu akan sangat membahayakan bagi

kelangsungan kehidupan bangsa kedepan. Mengingat, mereka inilah yang akan menjadi tumpuan masa depan bangsa. Baik buruknya masa depan bangsa akan sangat ditentukan kualitas mereka. Untuk itu, semua stakeholder perlu sadar dan mengarahkan sekaligus menguatkan pencapaian tujuan mulia dunia pendidikan. Dengan karakter jujur, siswa akan terbiasa bersikap jujur termasuk tidak membuat dan mempercayai berita hoax di media sosial.

Langkah lain yang bisa dilakukan adalah membudayakan sikap **tabayyun** (klarifikasi), seperti yang diajarkan agama. Tabayyun dalam arti mencari kejelasan tentang sesuatu sampai jelas benar keadaannya. Meneliti dan menyeleksi berita, tidak tergesa-gesa memutuskan masalah, baik dalam hal hukum, agama, kebijakan publik, sosial-politik dan lainnya hingga jadi jelas permasalahannya.

Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا
قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.” (QS. Al Hujurat: 6).

Proses pembentukan karakter tersebut sangat efektif dilakukan di lembaga pendidikan. Dan ini sekaligus sebagai pembelajaran bagi lembaga pendidikan yang ada karena untuk membentuk karakter siswa seperti itu, tidak cukup hanya mengedepankan aspek pengetahuan (*knowledge*) semata seperti selama ini yang terjadi di sebagian sekolah, tetapi juga aspek iman dan taqwa. Atau meminjam istilah Ki Hajar Dewantara dengan: rasa, dan karsa. Misi tersebut sejalan dengan amanah pendidikan nasional yang mengarahkan siswa untuk mahir dalam aspek afektif, kognitif, dan psikomotorik secara integratif, tidak parsial.

Amanah pendidikan tersebut sudah tertuang dalam Undang-undang (UU) nomor 20 tahun 2013, yang menjadi acuan Kurikulum

2013. Di UU itu diamanahkan bahwa proses pengajaran dilakukan dengan mengembangkan aspek sikap, pengetahuan, dan aspek keterampilan. Konsep yang digunakan adalah keseimbangan antara *hardskill* dan *softskill*. Menyeimbangkan antara aspek spiritual, sosial, pengetahuan, dan keterampilan. Sehingga proses pendidikan tidak bisa hanya *transfer of knowledge*, tetapi juga *transfer of value*. Guru tak hanya sekedar menyampaikan materi, tetapi juga memberi bimbingan dan keteladanan.

Bila melihat Kurikulum 2013, proses pembelajaran sudah diarahkan pada pembentukan tiga aspek tersebut; afektif, kognitif, dan psikomotorik. Pembentukan ketiga aspek dilakukan pada semua mata pelajaran (mapel), tanpa terkecuali, baik pelajaran umum maupun pelajaran agama. Itu terlihat dari semua materi mapel yang dikembangkan dari rumusan kompetensi inti (KI) yang sudah dibuat pemerintah. Rumusan KI dikembalikan dari aspek spiritual, sosial, pengetahuan, dan keterampilan. KI itu kemudian diturunkan dalam kompetensi dasar (KD), sehingga materi yang diajarkan guru tidak bisa keluar dari KI dan KD yang sudah dirumuskan oleh pemerintah.

Kondisi ini tentu akan sangat memungkinkan bagi lembaga pendidikan untuk membangun karakter (*character building*) anak didik. Dan tanpa disadari rumusan KI-KD akan memungkinkan melahirkan generasi unggul yang memiliki sifat *shiddiq*, amanah, *tabligh*, dan *fathonah*. Mengingat, mereka tidak hanya dibekali khazanah intelektualitas, tetapi sekaligus khazanah spiritualitas.

Lembaga pendidikan dengan perangkat kurikulum yang ada bisa mengambil peran itu. Sehingga keberadaan lembaga pendidikan benar-benar melahirkan generasi **shiddiq, amanah, tabligh, dan fathonah**. *Siddiq* artinya benar. Yakni mengajarkan agar siswa selalu berkata benar, sesuai kenyataan. *Bicaralah* dengan fakta, karena memiliki beban sebagai pribadi yang amanah.

Fathonah berarti cerdas dalam segala hal. Cerdas dalam membaca dan mencerna berita, memilah dan memilih bacaan. Cerdas dalam bersikap. Juga, cerdas dalam berkata dan menulis sesuatu di mana pun, termasuk menulis di media sosial. Berbekal ilmu, mereka menjadi cerdas menyikapi berita *hoax*. Sedang *Tabligh* berarti menyampaikan. Kemampuan berkomunikasi dengan baik.

Informasi jika disampaikan dengan cara tidak tepat akan dipahami secara salah oleh yang lain. Kemampuan komunikasi selanjutnya dilatih mulai dari sekolah.

Dengan demikian, lembaga pendidikan tidak hanya sebagai lembaga yang mendidik siswa agar pintar dan cerdas secara akademik semata, namun juga berkarakter dan berkepribadian. Dua sisi itu dikembangkan secara bersamaan dalam Pendidikan Islam. Sehingga, pendidikan Islam akan menjadi leading sektor atau garda terdepan membangun generasi anti hoax. Melalui pendidikan Islam inilah diharapkan tercetak generasi jujur, cerdas, dan Amanah.

D. SIMPULAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini adalah sebuah keniscayaan. Salah satu media yang populer dan menjadi primadona masyarakat saat ini adalah media social. Keberadaan media sosial ini telah memiliki segudang dampak baik positif dan negatif bagi kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, perlu diantisipasi atas dampak positif dan negatifnya, sehingga masyarakat dapat secara cerdas dan bijak menggunakan media yakni dengan mengoptimalkan dampak positifnya dan mengeliminir dampak negatifnya.

Penyalahgunaan media sosial yang seringkali dilakukan saat ini adalah tentang penyebaran berita bohong (HOAX) dan penggunaan ujaran kebencian (*hate speech*) melalui media social. Fenomena *hoax* dan *hate speech* saat ini telah menjadi isu global yang membutuhkan penyelesaian bukan hanya dari pemerintah, namun juga melalui kerjasama dan kesadaran dari berbagai pihak.

Salah satu solusinya adalah dengan memberikan penyadaran/melek media (*media literacy*) kepada masyarakat khususnya generasi muda (pelajar dan mahasiswa) melalui dunia Pendidikan. Berita *hoax* dan *hate speech* akan menjadi hampa dan tidak bermakna manakala generasi yang dilahirkan adalah generasi cerdas dalam menyikapinya. *Hoax* dan *hate speech* tak akan berpengaruh kalau kita semua bisa membedakannya dengan berita yang benar. Dan pastinya, para penyebar *hoax* dan *hate speech* akan menyesal karena tak memperoleh respon sebagaimana yang diinginkan.

E. REFERENSI

- Fenton, Dr Natalie. 2010. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*. SAGE: California
- Fuch, Cristian, Marisol Sandoval. 2014. *Critique, Social Media and Information Society*. Routledge:UK
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- <https://id.techinasia.com/pertumbuhan-pengguna-internet-di-indonesia-tahun-2016>
- <https://kominfo.go.id>
- <https://rumaysho.com/9205-ghibah-dosa-besar.html>
- <https://muslim.or.id/36065-namimah-adu-domba-adalah-sihir.html>
- <https://nasional.kompas.com/read/2017/02/14/09055481/media.sosial.penyebaran.hoax.dan.budaya.berbagi>.
- Johnson, Joseph. 2021. Countries with the highest number of internet users as of December 2019. Statista:USA
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010), "User of world, opportunities of Social Media", *Bussines Horizons*53 (1): 59-68.
- Sins Against Science: The Scientific Media Hoaxes of Poe, Twain, and Others*, ISBN13: 978-0791468784
- Wilkins, Karin G, et al. *The Handbook of Development Communication and Social Change*. John Wiley & Sons, Inc:UK

DAMPAK ACARA DAKWAH DI TELEVISI TERHADAP KEBERAGAMAAN WARGA KAMPUNG NAGA

Yayan Suryana, Yani Triwijayanti, Alip Kunandar

Prodi Sosiologi UIN Sunan Kalijaga,

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Email: yayan.suryana@uin-suka.ac.id, yani.wijayanti@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Kekayaan adat dan budaya Indonesia sudah dikenal sejak dahulu kala. Kekayaan adat dan budaya Indonesia tak lepas dari geografis Indonesia yang terdiri dari 17.000 pulau dan berada di jalur maritim dunia yang menyebabkan Indonesia mendapatkan banyak pengaruh dari berbagai kebudayaan yang ada di dunia. Pergaulan masyarakat Indonesia dengan berbagai kebudayaan dunia ikut menyumbang kekayaan budaya Nusantara. Masuknya berbagai pengaruh kebudayaan dari berbagai pelosok dunia, ditambah dengan masuknya pengaruh berbagai agama, dan juga sejarah kolonialisme, membuat kebudayaan Indonesia makin beragam.

Namun belakangan, muncul ramalan mengenai dunia yang akan terbentuk menjadi satu desa saja, atau disebut dengan *the global village*. Batas-batas negara hanya sebatas administratif. Setiap negara tidak lagi memiliki perbedaan dalam hal adat istiadat atau perilaku. Marshall McLuhan yang sejak tahun 1962, memperkirakan bahwa dunia ini akan menjadi satu. Ide tentang ini ditulis McLuhan dalam bukunya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yang dipertegasnya dua tahun kemudian dalam bukunya *Understanding*

Media. Penyatuan dunia, menurut McLuhan, tak lain karena dorongan teknologi yang bersumber dari listrik, dan juga derasnya pergerakan dari informasi. Ramalan McLuhan ini bahkan dibuatnya ketika industri televisi masih bayi, dan internet bahkan masih berupa embrio dan masih dalam pengembangan di tangan ilmuwan militer.

Penyebaran informasi yang massif – McLuhan menyebut televisi sebagai alat utama—menyebabkan terjadinya pertukaran informasi dari satu titik di dunia ke titik yang lain. Hal ini juga ditambah dengan hadirnya internet yang membuat pertukaran informasi menjadi lebih cepat dari yang diperkirakan oleh McLuhan. *Global Village* yang telah diramalkan McLuhan telah menunjukkan ciri-ciri kehadirannya. Dalam cara berpakaian misalnya, hampir tak ada lagi perbedaan antara budaya tertentu di satu tempat dengan tempat lainnya di belahan dunia yang berbeda. Apa yang dimakan di satu tempat, juga bisa ditemukan di tempat lainnya. (Mc. Luhan, 1964:7). Korban dari *global village*, melalui penggunaan internet dan *world wide web* dalam berkomunikasi adalah budaya-budaya lokal. Mulai dari pakaian, bahasa, makanan, seni, adat-istiadat, hingga kepercayaan atau kebijaksanaan lokal (*local wisdom*) menjadi terancam.

Indonesia yang kaya akan keragaman budaya tak luput dari situasi ini. Saat ini dari 600-an bahasa daerah di Indonesia, penggunaannya sudah makin berkurang. Sebagian disinyalir sudah tidak ada penggunaannya lagi. Pakaian-pakaian adat, hanya digunakan saat-saat tertentu saja, misalnya saat pernikahan. Upacara adat hanya dijadikan sebagai sajian wisata, tak lagi benar-benar dihayati maknanya. Tetapi, di tengah derasnya perubahan yang melanda dunia. Masih ada sekelompok orang yang masih bertahan dengan cara hidup yang diajarkan para leluhur mereka. Apa yang mereka praktikkan bukanlah untuk sajian wisata, tetapi mereka menjalankannya dengan sepenuh hati sebagai pilihan hidup atau gaya hidup mereka. Beberapa kelompok masyarakat di Indonesia masih ada yang memegang teguh adat istiadat. Misalnya saja masyarakat Baduy di Banten, masyarakat Osing di Banyuwangi, masyarakat Kajang di Sulawesi Selatan, termasuk masyarakat di Kampung Naga, Tasikmalaya.

Kampung Naga, adalah sebuah kampung yang secara administratif masuk dalam wilayah Desa Neglasari, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Banyak hal menarik yang menjadikan kampung di tepi sungai Ciwulan ini terkenal ke seluruh dunia. Propinsi Jawa Barat, juga Kabupaten Tasikmalaya, menjadikan kampung ini sebagai sebuah tempat tujuan wisata. Salah satu daya tariknya adalah lingkungan Kampung Naga yang asri dengan lingkungan alam Pasundan yang kental, dikelilingi perbukitan dan areal pesawahan berundak, bebas dari polusi. Selain itu, bentuk rumah warga di Kampung Naga yang masih mengikuti adat istiadat dengan menggunakan bahan-bahan yang alami. Daya tarik lainnya adalah berbagai jenis upacara adat yang sebagian besar merupakan perpaduan antara tradisi Hindu dengan Islam.

Kampung Naga, hingga saat ini tidak memiliki akses terhadap listrik karena alasan adat. Akan tetapi, beberapa di antara keluarga yang tinggal di sini memiliki pesawat televisi dan radio yang digunakan bersama-sama (komunal) dengan menggunakan sumber tenaga aki (accu) yang menunjukkan adanya keterbukaan akses teknologi. (Ningrum, 2012) Perbincangan mengenai konten radio dan televisi juga tak jarang menghiasi interaksi keseharian mereka. Interaksi warga Kampung Naga dengan media massa –dalam hal ini televisi—meskipun tidak terlalu tinggi intensitasnya karena persoalan teknis (ketiadaan listrik tadi), sedikit ataupun banyak pastinya akan memberi pengaruh, baik langsung maupun tidak langsung. Adanya interaksi warga Kampung Naga dengan media televisi tentu saja membawa dampak, baik dalam hal besaran, maupun sifatnya yang langsung atau tidak langsung.

Artikel ini ingin melihat bagaimana persentuhan warga Kampung Naga dengan televisi terutama dalam program dakwah Islam yang banyak disajikan oleh hampir seluruh stasiun televisi. Lalu, bagaimanakah pola interaksi warga Kampung Naga dengan program dakwah di televisi tersebut, dan apa pengaruh program dakwah di televisi tersebut dalam kehidupan keagamaan warga Kampung Naga.

Banyak penelitian yang sudah dilakukan untuk melihat penggunaan media. Akan tetapi, pola penggunaan (konsumsi konten)

media selalu menjadi misteri (Mc. Quail, 2011: 171) Menurut Denis McQuail, penggunaan media pada umumnya dibentuk oleh elemen tertentu yang relatif konstan dari struktur sosial dan struktur media. Struktur sosial merujuk pada ‘fakta sosial’, misalnya pendidikan, pendapatan, gender, tempat tinggal, posisi dalam siklus kehidupan, dan seterusnya, yang memiliki pengaruh kuat yang menentukan dalam sikap dan perilaku sosial. Renckstorf sebagaimana dikutip McQuail, menjelaskan model ‘tindakan sosial’ dari pilihan khalayak, berdasarkan interaksionisme simbolik dan fenomenologi. Ia melihat penggunaan media sebagai bentuk tindakan sosial yang dibentuk oleh definisi pribadi terhadap situasi dan bertujuan menyelesaikan beberapa ‘masalah’ yang dianggap baru dalam lingkungan sosial, atau sebagai rutinitas sehari-hari yang dirancang untuk menghadapi situasi yang ‘bermasalah.

George Gerbner, seorang pengajar dari Annenberg School of Communication di Universitas Pennsylvania, AS, pernah meneliti tentang pengaruh televisi terhadap penontonnya. Dalam penelitiannya, Gerbner tidak menggunakan istilah ‘kekuatan media’ melainkan ‘pengaruh media.’ Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media (terutama televisi yang menjadi objek kajiannya) menjadi alat utama bagi penontonnya untuk belajar tentang masyarakat dan budaya di lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Artinya, melalui kontak penonton televisi, ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai-nilainya, serta adat kebiasaannya (Nurudin, 2007: 167).

Teori yang dikemukakan oleh Gerbner ini kemudian dikenal dengan nama Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*). Dalam teorinya, Gerbner berpendapat bahwa media massa menanamkan sikap dan nilai tertentu. Media kemudian memelihara dan menyebarkan sikap dan nilai itu antaranggota masyarakat kemudian mengikatnya bersama-sama pula. Dengan kata lain, media mempengaruhi penonton dan masing-masing penonton itu meyakinkannya. Gerbner menganggap televisi sebagai sebuah ‘lingkungan simbolik’ yang bukan saja dianggap sebagai jendela atau refleksi kejadian sehari-hari yang ada di sekitar masyarakat, tetapi juga menjadi dunia atau realitas itu sendiri.

Teori Kultivasi Gerbner, bisa jadi tidak terlalu relevan dengan kondisi masyarakat Kampung Naga, mengingat intensitas kontak dengan televisi yang bisa dikatakan rendah. Tetapi, tidak berarti kemudian pengaruh media televisi tersebut dianggap nihil. Bisa jadi, penggunaan model pakaian di kalangan warga Kampung Naga dalam kesehariannya yang tidak selalu menggunakan pakaian adat seperti halnya pada masyarakat Baduy di Banten, adalah hasil interaksi mereka dengan dunia luar atau sedikit sumbangan dari terpaan media. Begitupun misalnya dalam hal konsumsi produk industri bermerk, dibuktikan dengan adanya warung yang menjual berbagai keperluan seperti sabun, minuman, rokok dan lain- lain, atau anak-anak di Kampung Naga yang memakai kaus bergambar tokoh kartun dan *jersey* klub sepakbola dunia (tentu saja hal ini perlu penelitian yang lebih lanjut).

Teori-teori tentang efek media absolut seperti halnya Teori Jarum Suntik (*Hypodermic needle theory*) atau Teori Peluru (*Magic Bullet Theory*) juga tidak terlalu relevan dalam konteks Kampung Naga. Teori itu menganggap bahwa pengaruh media dianggap sebagai alat propaganda yang paling mujarab, sehingga stimulus yang dihasilkan oleh media diasumsikan sebagai peluru yang bisa langsung menembus pikiran orang-orang dan secara sekejap mampu menciptakan hubungan yang kuat antara emosi dengan konsep-konsep tertentu yang disodorkan (Baran & Denis, 2000: 72) Bukti konkrit dari sanggahan ini adalah bagaimana kuatnya masyarakat Kampung Naga dalam memegang tradisi dan kepercayaan mereka.

Kajian yang dilakukan oleh Paul Lazarsfeld lebih mendekati kondisi di Kampung Naga. Lazarsfeld melakukan serangkaian penelitian yang berujung pada pengajuan teori mengenai terbatasnya efek media. Ia menyebutnya sebagai Teori Efek Tidak Langsung (*Indirect Effects Theory*) dan Teori Efek Terbatas (*Limited Effects Theory*). Ada empat asumsi yang diajukan oleh Lazarsfeld, yaitu bahwa media jarang yang langsung mempengaruhi individu. Menurut Lazarsfeld, kebanyakan orang terlindung dari manipulasi propaganda berkat pengaruh dari keluarga, teman, rekan sejawat, dan kelompok sosialnya. Orang tidak langsung percaya pada apa yang ia dengar atau lihat dari media, mereka biasanya mencari saran dari orang lain atau membuat interpretasi kritis sendiri berdasarkan

pengetahuan, sikap, atau kepercayaannya. Asumsi ini bertentangan dengan anggapan sebelumnya bahwa khalayak media mudah dimanipulasi oleh sajian media.

Studi ini bersifat kualitatif, data dikumpulkan dengan tiga cara, yakni observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Observasi langsung adalah suatu cara mengumpulkan data melalui pengamatan inderawi, dengan melakukan pencatatan terhadap gejala-gejala yang terjadi (Ihromi, 1996: 51) di Kampung Naga. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan tanya jawab secara langsung (Surakhmad, 1982 :135) dengan informan yang berasal dari warga Kampung Naga. Sedangkan dokumentasi adalah teknik penyelidikan yang ditujukan pada penguraian dan penjelasan terhadap apa yang telah lalu melalui sumber dokumen. Dokumen berupa foto berbagai benda-benda dan dokumen kegiatan yang diambil dari media maupun pengambilan foto langsung saat melakukan penelitian. Metode keabsahan data dilakukan dengan metode triangulasi data dan sumber.

B. ASAL USUL KAMPUNG NAGA

Warga Kampung Naga, setiap kali ditanya mengenai asal-usul kampungnya, mereka akan memberi keterangan yang sama, yakni tidak tahu, karena *pareumeun obor* (kehilangan jejak). Istilah ini biasanya digunakan untuk situasi yang berkaitan dengan masa lalu, misalnya tentang silsilah keluarga, dan sebagainya. Intinya, masyarakat Kampung Naga tidak mengetahui asal-usul mereka karena 'obor'-nya *pareum* atau mati. Hal ini berkaitan dengan sejarah Kampung Naga itu sendiri. Masyarakat Kampung Naga menceritakan bahwa hal ini disebabkan oleh terbakarnya arsip/sejarah mereka pada saat pembakaran Kampung Naga oleh Organisasi DI/TII Kartosoewirjo. DI/TII adalah gerakan politik yang diproklamasikan pada 7 Agustus 1949 (1 Syawal 1368 hijriah) oleh Sekarmaji Maridjan Kartosoewirjo di Desa Cisampah Kecamatan Ciawiligar, Kecamatan Cisayong, Tasikmalaya Jawa Barat. Saat itu Negara Pasundan buatan Belanda dipimpin oleh Raden Aria Adipati Wiranatakoesoema sebagai presidennya. Gerakan ini bertujuan untuk menjadikan Republik Indonesia menjadi negara yang berlandaskan pada syariat Islam atau berdirinya negara Islam

di Indonesia. Akan tetapi, cara-cara yang dilakukan oleh DI/TII untuk mencapai tujuannya tidak mendapatkan simpati dari warga Kampung Naga. Dalam menjalankan gerakannya, DI/TII banyak melakukan aksi kekerasan seperti penculikan, pembunuhan, pencurian, perampokan, dan lain-lain. Oleh karena itu, di wilayah Priangan Timur yang meliputi wilayah Kabupaten Tasikmalaya, Garut, dan Ciamis, gerakan ini dikenal dengan sebutan 'Gorombolan' atau 'gerombolan' yang berkonotasi buruk.

Karena tidak sepaham dengan gerakan ini, dan lebih mendukung Republik Indonesia di bawah pimpinan Soekarno, suatu ketika di tahun 1956, Kampung Naga dibumihanguskan oleh DI/TII. Tak ada yang tersisa dari kebakaran itu. Menurut cerita warga, ada satu korban jiwa dalam peristiwa itu. Selain itu semua bangunan habis terbakar, berikut arsip-arsip yang berkaitan dengan asal-usul Kampung Naga. Setelah peristiwa itu, warga Kampung Naga mengungsi ke berbagai tempat, lalu kembali lagi setelah situasi aman dan mulai membangun lagi perkampungan mereka. Peristiwa inilah yang disebut warga Kampung Naga yang menyebabkan mereka *pareumeun obor* itu.

Meski demikian, ada satu versi yang beredar mengenai asal-usul keberadaan Kampung Naga. Versi ini mengaitkan keberadaan Kampung Naga dengan penyebaran agama Islam yang dilakukan oleh Syeh Syarif Hidayatullah atau yang dikenal dengan Sunan Gunung Jati di Cirebon. Sunan Gunung Jati adalah satu-satunya dari Sembilan wali (wali songo) yang menyebarkan agama Islam di wilayah Jawa Barat. Hal ini tak lepas dari silsilah Sunan Gunung Jati sendiri yang memang masih keturunan (cucu) dari Prabu Siliwangi, raja Kerajaan Padjajaran yang berkuasa di wilayah Pasundan.

Upaya penyebaran agama Islam yang dilakukan Sunan Gunung Jati banyak mendapat halangan, terutama dari Kerajaan Galuh dan Pakuan. Dalam upayanya itu, Sunan Gunung Jati mengutus seorang abdinya yang bernama Singaparana untuk menyebarkan agama Islam ke sebelah Barat. Kemudian ia sampai ke daerah Neglasari yang sekarang menjadi Desa Neglasari, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya. Singaparana kemudian menempati sebuah wilayah kecil di tepi Sungai Ciwulan yang sekarang dikenal sebagai

Kampung Naga. Oleh masyarakat setempat ia disebut Sembah Dalem Singaparana. Makamnya yang terletak di dekat Kampung Naga kemudian dikeramatkan oleh warga setempat.

Versi ini tidak pernah diakui kebenarannya oleh masyarakat Kampung Naga, tetapi juga tidak dibantah. Sebagian warga percaya, mereka adalah keturunan Kerajaan Galunggung Islam. Mereka keturunan Eyang Singaparana, anak bungsu Prabu Rajadipuntang, Raja Galunggung ke-7. Kerajaan Galunggung diserbu Pajajaran pada 1520-an. Penyebabnya, penduduk Kerajaan Galunggung memeluk agama Islam, sehingga Raja Pajajaran pada saat itu, Prabu Surawisesa, menganggap Galunggung memberontak. Menghadapi serbuan itu, Prabu Rajadipuntang menyerahkan seluruh harta pusaka kerajaan kepada Singaparana, yang kemudian lari bersembunyi. Diperkirakan, tempat persembunyiannya ada di wilayah Kampung Naga sekarang ini (Riyadi. 2008)

Eyang Singaparana atau Sembah Dalem Singaparana yang disebut lagi dengan Eyang Galunggung, dimakamkan di sebelah Barat Kampung Naga. Makam ini dianggap oleh masyarakat Kampung Naga sebagai makam keramat yang selalu diziarahi pada saat diadakan upacara adat bagi semua keturunannya. Akan tetapi, kapan Eyang Singaparana meninggal, tidak diperoleh data yang pasti bahkan tidak seorang pun warga Kampung Naga yang mengetahuinya. Menurut kepercayaan yang mereka warisi secara turun temurun, nenek moyang masyarakat Kampung Naga tidak meninggal dunia melainkan raib tanpa meninggalkan jasad (*ngahiang*). Dan di tempat itulah masyarakat Kampung Naga menganggapnya sebagai makam, dengan memberikan tanda atau petunjuk kepada keturunan masyarakat Kampung Naga.

Selain Eyang Singaparana, ada sejumlah nama para leluhur masyarakat Kampung Naga yang dihormati seperti Pangeran Kudratullah, dimakamkan di Gadog Kabupaten Garut, seorang yang dipandang sangat menguasai pengetahuan Agama Islam. Raden Kagok Katalayah Nu Lencing Sang Seda Sakti, dimakamkan di Taraju, Kabupaten Tasikmalaya yang menguasai ilmu *kewedukan* (kekebalan). Ratu Ineng Kudratullah atau disebut Eyang Mudik Batara Karang, dimakamkan di Karangnunggal, Kabupaten

Tasikmalaya, menguasai ilmu *kabedasan* (kekuatan fisik). Pangeran Mangkubawang, dimakamkan di Mataram Yogyakarta menguasai ilmu kepandaian yang bersifat kedunawian atau kekayaan. Sunan Gunung Jati, dimakamkan di Cirebon menguasai ilmu pengetahuan mengenai bidang pertanian.⁶⁰

C. KAMPUNG NAGA: KAMPUNG SARAT NILAI AGAMA DAN ADAT

Memahami keberagaman masyarakat, termasuk masyarakat yang berada di Kampung Naga, membutuhkan teori agama agar kehidupan keberagaman masyarakat Kampung Naga dapat dipetakan secara baik. Menurut para sosiolog, seperti Durkheim, Weber, Bryan S. Turner, dan antropolog seperti Geertz, Mark Woodward, bahwa agama merupakan aspek yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia baik dalam masyarakat primitif, tradisional, bahkan modern sekalipun. Setiap manusia dapat dipastikan menganut suatu agama baik itu agama formal atau non-formal. Agama non-formal tersebut dalam bahasa Robert M. Bellah dinamakan “Pseudo Religion atau Civil Religion atau Agama Tiruan”, yaitu berupa “isme-isme” yang dianut manusia. Agama mengalami perkembangan sejalan dengan perkembangan masyarakatnya. Pada masyarakat yang sederhana, seperti masyarakat yang belum melek huruf, agama hadir dalam bentuk yang sederhana, bahkan agama sebagai mitos (Sudiarja, 2006: 91-93) Lain halnya dengan masyarakat *literate* (masyarakat yang telah memiliki tradisi tulis-menulis) agama hadir dalam bentuknya yang kompleks, sejalan dengan kompleksitas sosial dan budaya masyarakat, terjadi interpretasi seiring dengan munculnya kesadaran subjektif. Interaksi penganut agama dengan perkembangan sosial dan teknologi juga akan mempengaruhi kehidupan keberagaman masyarakat.

Pada dasarnya agama dan perkembangan kehidupan manusia akan terus saling pengaruh mempengaruhi. Agama dapat mempengaruhi kehidupan sosial ketika agama mampu memotivasi, menjelaskan, menyediakan fasilitas untuk pengembangan individu dan masyarakat. Agama dapat membantu individu dan masyarakat dengan supranatural dan memberinya kedamaian kosmik dan memiliki nilai terapi yang besar. Agama memberi bantuan,

kenyamanan, bahkan hiburan dalam situasi kehidupan duniawi di saat pengetahuan dan keterampilan dirasa tidak memadai ketika menghadapi krisis. Menurut Haviland, agama merupakan kepercayaan dan perilaku yang diusahakan manusia untuk disesuaikan dan menangani masalah penting yang tidak bisa dipecahkan oleh ilmu dan teknologi (Haviland, 1988:193). Dibawah dorongan keagamaan baik yang teistik atau humanistik dapat menerapkan nilai-nilai agama bagi masyarakatnya. Durkheim menyatakan bahwa “...a unified system of beliefs and practices relative to sacred things... unites into one single moral community... all those who adhere to them”, agama merupakan sistem kepercayaan dan praktik yang berkaitan dengan hal-hal yang sakral... kepercayaan-kepercayaan dan praktik-praktik yang telah dipersatukan menjadi satu komunitas moral yang tunggal (Turner, 1991: 80). Dalam keadaan tertentu, perkembangan sosial masyarakat dapat pula mempengaruhi kehidupan keagamaan ketika nilai-nilai agama tergantikan oleh nilai-nilai baru yang berkembang dalam masyarakat.

Secara teoritik, agama mengandung empat unsur yang berkaitan kelindan tak dapat dipisahkan antara satu dengan yang lainnya. Keempat unsur pokok itu menurut Koentjaraningrat terdiri dari sistem kepercayaan, emosi keagamaan, kelompok keagamaan, dan upacara keagamaan (Koentjaraningrat, 1981:261). Emosi keagamaan merupakan dasar psikologis yang mendorong manusia menjalankan ritual keagamaan dan menghubungkannya dengan kekuatan-kekuatan supranatural. Emosi keagamaan bisa berwujud ketakutan, kekaguman, harapan, cinta dan inferioritas terhadap kekuatan superior. Sistem kepercayaan merupakan konseptualisasi fungsi dan peran kekuatan supranatural dalam kehidupan manusia, sekaligus mengatur perintah, anjuran dan larangan yang harus ditaati oleh manusia sebagai manifestasi hubungan manusia dengan kekuatan supranatural tersebut. Sistem upacara dan kelompok keagamaan menjadi pendukung dan merupakan perwujudan dari hubungan manusia dengan kekuatan supranatural. Sistem upacara merupakan seperangkat sistem penyembahan yang menunjukkan ketundukan dan kepatuhan manusia terhadap kekuatan supranatural (Ismail, 2012: 15).

a. Nilai-nilai Ritual Keagamaan

Ritual dipahami sebagai upacara keagamaan atau semi keagamaan pada suatu masyarakat. Mudjahirin Thahir menyebutnya sebagai bentuk dari penciptaan atau penyelenggaraan hubungan antara manusia kepada yang gaib, hubungan manusia kepada sesamanya dan hubungan manusia kepada lingkungannya. Dengan demikian, ritual sesungguhnya mempunyai fungsi ekspresif dan fungsi kreatif (Thahir, 1999: 260). Oleh karena itu, dalam suatu masyarakat tidak ada ritual yang bersifat tunggal, meski agama yang dianut sama, namun setiap komunitas akan memiliki pola ritual yang berbeda. Dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman agama yang dimiliki dan diyakininya.

Kampung Naga adalah kampung muslim lokal dengan keunikan tersendiri. Dikatakan kampung muslim karena seluruh warganya menganut agama Islam. Namun mereka adalah masyarakat yang memegang teguh adat-istiadat dan kepercayaan nenek moyangnya. Sehingga ekspresi keberagaman dan nilai-nilai yang dianutnya sangat unik. Ritual keagamaan tidak murni tetapi sudah mengalami modifikasi dengan sistem adat. Ritual keagamaan, disamping mengandung makna ritus mendekatkan diri kepada Allah, juga mengandung makna dakwah. Karena ritual merupakan ekspresi keagamaan yang dapat dilihat sehingga sekaligus menjadi media untuk memengaruhi orang lain. Menurut Durkheim, agama mengandung peran sosial yang dapat menyatukan komunitas masyarakat di bawah satu kesatuan ritual dan kepercayaan (Turner, 1912: 33).

Warga Kampung Naga memiliki dua macam ritual, yaitu ritual agama dan ritual adat atau budaya. Keduanya mengandung nilai yang sangat penting bagi eksistensi Kampung Naga, karena dalam menjalankan agamanya mereka sangat patuh pada warisan nenek moyang. Sesuai dengan semboyan atau falsafah hidupnya yaitu *amanat*, *wasiat*, dan *akibat*. Amanat dari orang tua tidak boleh dilanggar, harus tetap dipelihara. Wasiat adalah falsafah yang menajarkan supaya hidup sederhana, kebersamaan dan damai. Sedangkan akibat adalah perasaan bersalah yang harus dimiliki agar tidak mengulangi kesalahan yang sama. (Ningrum, 2012). Jika dilanggar akan menimbulkan akibat terhadap diri sendiri, keluarga, dan lingkungan.

Ritual agama, sesuai dengan ajaran Islam terdiri dari syahadat, shalat, puasa, zakat dan haji. Mengucapkan dua kalimah syahadat akan terus diucapkan dalam praktik ritual shalat, dan pada saat upacara daur kehidupan (*life cycle*), yaitu saat sunatan dan pernikahan. Shalat lima waktu, subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya', merupakan ritual agama yang paling pokok dalam Islam. Secara normatif, ritual ini tidak boleh ditinggalkan sama sekali kecuali perempuan yang sedang mengamali halangan seperti menstruasi dan nipas. Selain itu, semuanya berkewajiban menjalankan shalat walau orang yang sakit sekalipun.

Terdapat sebuah masjid yang terletak di tengah kampung sebagai tempat menjalankan ritual ibadah shalat. Masjid merupakan bangunan yang paling bagus yang ada di kampung naga. Mereka punya keyakinan, bahwa bangunan selain Masjid seperti rumah atau balai pertemuan, dilarang atau tidak boleh melebihi megahnya Masjid. Masjid terletak di area bersih. Bersih dari sampah rumah tangga maupun kotoran hewan, seperti kambing, sapi atau kerbau, terutama anjing. Kawasan ini berada dalam areal pagar kandang jaga. Selain masjid, di dalam kawasan bersih terdapat bumi ageung leuit, dan balai pertemuan (*patemon*) (Sringendyanti, 2008: 10). Di sebelah timur masjid ada *pangsolatan* yang diyakini sebagai tempat pertama kali shalat dilaksanakan setelah tetua kampung naga menerima ajaran Islam. Keberadaan masjid sudah menunjukkan adanya internasionalisasi dan eksternalisasi nilai keagamaan dalam masyarakat. Masjid tidak hanya digunakan sebagai tempat shalat tetapi juga tempat mengaji, sebagai *transfer of knowledge* warga kampung.

Sementara ritual shalat sendiri nampaknya menjadi urusan privat, kecuali shalat Jum'at dan shalat hari Raya. Ada catatan yang menyatakan bahwa masyarakat Kampung Naga hanya melaksanakan shalat jum'at dan tidak melakukan shalat lima waktu (wikipedia.org.) Pandangan ini bisa benar bisa juga salah. Saat peneliti mendatangi kampung, dan hendak melaksanakan shalat dzuhur, Mang Endut yang sejak awal menemani, menunjukkan arah di mana masjid berada. Memang tidak terlihat adanya warga kampung yang melaksanakan shalat di masjid. Namun ketika waktu shalat ashar tiba, terdengar suara kentongan (*kohkol*) dipukul, dilanjutkan dengan tabuhan *bedug* tanda memasuki waktu shalat ashar.

Di Kampung Naga memang tidak terdapat pengeras suara. Alat yang digunakan untuk meninformasikan masuknya waktu shalat adalah alat tradisional berupa *bedug* dan kentongan atau *kohkol*. Setelah memukul bedug dan kentongan kemudian memasuki masjid dan mengumandangkan adzan, dilanjutkan dengan *iqomah*. Orang tersebut kemudian menjadi imam shalat ashar. Jama'ahnya mayoritas tamu yang datang mengunjungi Kampung Naga. Warga setempat yang shalat berjamaah hanya 4 orang, yaitu seorang imam yang tadi menjadi muadzin beserta tiga orang warga kampung lainnya yang menjadi pemandu wisata. Imam memakai sarung, baju model koko berwarna putih, dan memakai penutup kepala khas sunda (*iket*). Dua orang kampung yang sekaligus informan terlihat memakai celana berukuran longgar (*pangsi*) dan baju kokok (*kampret*) berwarna hitam. Menurut Mang Endut, di Masjid Kampung Naga ini ada 4 orang imam yang biasa bergiliran mengimami shalat yaitu Bapak Karnadi, Danu, Iin dan Jaja Sutija. Sebelumnya ada *Lebe*, seorang yang dianggap sebagai pemimpin urusan agama di kampung, beliau bernama Atang Jaelani, namun beliau sudah meninggal dan jabatan *lebe* belum ada yang menggantikan.

Puasa, Zakat, dan Haji. Bagi Masyarakat Kampung Naga, ibadah puasa merupakan ritual tahunan yang mendapatkan tempat tersendiri dalam tradisi kampung. Sebelum puasa, tepatnya pada bulan sya'ban atau *rewah* (bahasa sunda) ada ritual pendahuluan yang mengawali pelaksanaan ibadah puasa. Acaranya dimulai dengan mandi di Sungai Ciwulan yang melintasi wilayah Kampung Naga. Tujuannya mensucikan diri dari segala kotoran. Kemudian warga berwudzu dan mengenakan pakaian adat berupa gamis putih lengkap dengan *totopong* (penutup kepala khas orang sunda), lalu berbaris rapi menuju masjid. Sebelum memasuki masjid, mereka mencuci kaki dan melakukan gerakan menghormat ke arah masjid dengan menempelkan telapak tangan ke dada sambil membungkukkan badan. Maknanya adalah menghormati tempat ibadah dan merendahkan diri dihadapan Allah Yang Maha Besar (Riyadi, 2004).

Setelah itu, mereka duduk sambil memegang sapu lidi yang digunakan untuk membersihkan makam para leluhur Kampung Naga. Makam terletak di bukit yang berada di sebelah barat kampung, di dalam sebuah hutan keramat yang disebut *leuweung*

larangan (hutan terlarang). *Luweung Larangan* adalah hutan yang dijaga kelestariannya yang terkait dengan kepercayaan warga kampung. Ada dua hutan yang dianggap keramat oleh warga Kampung Naga. Hutan pertama berada di sebelah barat kampung, dan yang kedua berada di sebelah timur. Hutan larangan di sebelah timur *tabu* dimasuki warga. Sedangkan hutan yang berada di sebelah barat boleh dimasuki warga pada saat-saat tertentu. Orang di luar kampung tidak boleh masuk ke areal hutan dan makam. Ada tiga makam yang berada di dalam hutan larangan, yaitu makam Eyang Singaparana dan dua pengikutnya, yang diyakini cikal bakal Kampung Naga (Riyadi, 2004). Ketika warga berkumpul di Masjid, para tetua adat, seperti *kuncen*, *lebe*, dan *punduh*, berjalan menuju Bumi Ageung (rumah besar tepat penyimpanan pusaka). Tidak semua orang dapat masuk ke dalam Bumi Ageung, termasuk warga kampung. Hanya *kuncen* yang diperkenankan masuk, karena Bumi Ageung termasuk tempat yang dikeramatkan dan menjadi proses ritual persiapan membersihkan makam. Setelah semua siap, warga memasuki makam yang dipimpin oleh *kuncen*. Kemudian *kuncen* membakar kemenyan dan meminta izin kepada arwah Eyang Singarana sambil menghadap ke arah kiblat untuk masuk dan membersihkan makam.. Selanjutnya warga membersihkan makam dengan sapu lidi yang sudah dipersiapkan dari mesjid.

Setelah membersihkan makam, *lebe* memimpin doa dan membacakan ayat-ayat suci al-Qur'an. Kemudian warga bersalaman dengan *kuncen* sambil berjalan ke luar areal makam. Peralatan yang digunakan untuk membersihkan makam, dicuci di sungai Ciwulan, lalu di simpan di plafon mesjid. Kemudian upacara dilanjutkan di dalam mesjid dengan pembacaan doa. Namun sebelumnya, *kuncen* dan *lebe* berkumur terlebih dahulu untuk membersihkan mulut dari segala kotoran. Setelah itu, *kuncen* membakar kemenyan dan membaca doa pembukaan yang dilanjutkan oleh *lebe* dengan pembacaan surat *Al-Fatihah*. Sebagai penutup rangkaian do'a dan upacara menyambut datangnya pulan puasa, warga yang mengikuti acara kemudian memakan nasi tumpeng yang telah disediakan.

Tradisi tersebut nampaknya memiliki kesamaan dengan tradisi menyembut ramadan pada masyarakat Jawa pada umumnya, yang disebut disebut dengan tradisi *nyadran* dan *padusan*. Upacara ini

mendatangkan keakraban yang semakin dalam di antara warga Kampung Naga. Ketika bulan puasa menjelang, mereka diminta menahan diri dari perbuatan yang dilarang, guna menjaga kesucian bulan Ramadhan. Berdasarkan adat—dan tentu juga agama Islam---, mereka diminta menjaga kesucian diri dan bertingkah laku yang baik.

Puasa yang dipahami warga Kampung Naga, sebagaimana puasa umat Islam pada umumnya, yaitu menahan makan, minum dan hubungan suami-istri pada siang hari, mulai terbit fajar sampai terbenamnya matahari. Mereka diminta untuk menunda semua ritual, agar tidak merusak kesucian bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan, dalam keyakinan masyarakat Kampung Naga, termasuk bulan Nyepi, yaitu pantangan untuk membicarakan hal-hal jelek juga membicarakan tentang adat. Menjelang berakhirnya bulan suci Ramadhan, masyarakat Kampung Naga juga mengeluarkan zakat fitrah, sebagaimana umat Islam lainnya. Zakat biasanya dibayarkan di masjid kepada amil. Amilin terdiri dari tetua kampung, yaitu *lebai*, *punduh* dan kuncen.

Sementara itu, ritual haji, menurut informasi yang masih sangat terbatas, masyarakat Kampung Naga tidak ada yang menunaikan ibadah haji. Mereka beranggapan tidak perlu jauh-jauh pergi ke Tanah Suci Mekkah, namun cukup dengan menjalankan upacara Hajat Sasih yang waktunya bertepatan dengan Hari Raya Haji yaitu setiap tanggal 10 *Rayagung* (Dzulhijjah).

Ritual Hari Besar Islam. Seperti umat Islam pada umumnya, warga Kampung Naga juga memperingati hari-hari besar Islam. Perbedaan antara umat Islam yang berada di luar kampung adalah pada sifat upacara dan waktu memperingatinya. Meskipun mereka mengikuti waktu-waktu yang ditentukan oleh pemerintah seperti umat Islam yang berada di luar kampung, namun ketika hari raya bertepatan dengan waktu larangan yang didasarkan pada kepercayaan adat, warga kampung tidak melaksanakan perayaan hari besar Islam. Biasanya mereka akan mengundurkan pelaksanaan peringatan sampai melewati waktu larangan.

Usai menjalankan puasa, memasuki syawal, mereka juga merayakan hari raya Idul Fitri. Perayaan hari besar Islam seperti

Idul fitri ini merupakan salah satu ritual *Hajat Sasih* dalam keyakinan masyarakat Kampung Naga. Namun untuk perayaan hari Raya Idul Fitri, jika jatuh pada hari-hari larangan, yaitu hari selasa, rabu dan sabtu, mereka melaksanakan hari raya setelah hari-hari larangan tersebut. Bagi mereka adat dan budaya yang sudah dianut sejak lama menjadi sesuatu yang sangat penting, sehingga ajaran agama sering ditunda karena jatuh pada hari-hari larangan.

Upacara *Hajat Sasih* dilaksanakan enam kali dalam setahun, atau masing-masing satu kali dalam enam bulan yang diagungkan dalam agama Islam. Selain bertepatan dengan Hari Raya Idu Adha, *Hajat Sasih* diadakan pada saat Idul Fitri pada bulan Syawal, Mulud (Rabiul Awwal), Muharam (tahun baru dalam penanggalan Islam), Rewah (menyambut datangnya bulan suci Ramadhan), dan Jumadilakhir. Kendati *Hajat Sasih* merupakan ritual penting, namun jika waktunya bertepatan dengan hari pantangan yaitu hari Selasa, Rabu dan Sabtu, maka pelaksanaan Ritual *Hajat Sasih* diundur atau diajukan.

Hari Selasa, Rabu, dan Sabtu merupakan hari ritual. Maka ritual yang satu dengan ritual lainnya tidak boleh berhimpitan. Lebih-lebih tiga hari tersebut merupakan ritual Nyepi. Ritual ini menurut pandangan masyarakat Kampung Naga sangat penting dan wajib dilaksanakan, tanpa kecuali baik laki-laki maupun perempuan. Pelaksanaan upacara menyepi diserahkan pada masing-masing orang, karena pada dasarnya merupakan usaha menghindari pembicaraan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan adat istiadat. Melihat kepatuhan warga Naga terhadap aturan adat, selain karena penghormatan kepada leluhurnya juga untuk menjaga amanat dan wasiat yang bila dilanggar dikuatirkan akan menimbulkan malapetaka. Adat ini berhasil dipertahankan dengan kuat karena ada sistem adat yang melekat dan telah menjadi falsafah hidup warga kampung yaitu "*aya amanat, aya wasiat aya akibat*".

Hajat Sasih tersebut, walaupun dilaksanakan bertepatan dengan nama-nama dan peristiwa-peristiwa (ritual) keagamaan Islam, namun ritual ini juga merupakan upacara penghormatan terhadap arwah nenek moyang. Upacara dilaksanakan dalam satu hari, tanpa menghentikan jalannya upacara meskipun turun hujan,

karena hujan dianggap sebagai karunia. Biasanya upacara dimulai pada pukul 09.00-16.00 dipimpin oleh *kuncen*, *lebe* dan *pupuhu* (tetua kampung). Dimulai dengan pembacaan doa bersama, serta *bebersih* dan ziarah ke makam keramat sebagai inti upacara yang hanya diikuti oleh kaum laki-laki saja. Seluruh peserta upacara mengenakan jubah berwarna putih dari kain belacu atau kaci, sarung pelekat, ikat kepala dari batik (*totopong*), dan ikat pinggang (*beubeulit*) dari kain berwarna putih pula. Pakaian upacara ini tidak dipadu dengan perhiasan apapun ataupun alas kaki.

Ritual Perkawinan. Perkawinan merupakan peristiwa yang sangat penting karena termasuk tata nilai dan lingkaran kehidupan yang harus dilalui oleh setiap orang. Dalam sistem keyakinan Islam, perkawinan termasuk salah satu hukum agama dalam kategori sunnah. Namun dalam keadaan tertentu, status hukum tersebut bisa saja berubah menjadi wajib, atau haram. Secara bahasa, kata nikah mengandung arti menghimpit, menindih, atau berkumpul. Sedangkan secara istilah berarti bersetubuh atau akad nikah (Muchtari, 1993:1). Upacara perkawinan dalam tradisi masyarakat Kampung Naga dilaksanakan dalam beberapa prosesi. Mulai dari merencanakan jadwal pernikahan sampai para waktu pelaksanaan ritual pernikahan itu sendiri. Ada waktu yang terlarang menjalankan upacara pernikahan, yaitu bulan safar dan bulan Ramadhan.

Upacara perkawinan yang dilaksanakan dalam masyarakat kampung Naga sangat sederhana. Pernikahan dihadiri oleh kedua mempelai, orang tua mempelai, *kuncen*, kerabat dekat mempelai, masyarakat *sanaga*, yaitu masyarakat Kampung Naga yang tinggal di luar kampung, tetapi masih satu keturunan yang diikat oleh pertalian darah dan *naga* yaitu warga asli yang tinggal di dalam kampung (Suganda, 2006). Upacara pernikahan terdiri dari acara pra nikah, pernikahan, dan sesudah nikah.

Acara pra nikah meliputi tiga tahap. *Pertama*, acara lamaran, sebagai ungkapan permohonan perjodohan dari pihak laki-laki yang disampaikan oleh orang yang dituakan (sesepuh) yang dipercayai. *Kedua*, acara *ngeuyeuk seureuh* (meramu sirih) yang dilaksanakan sehari sebelum pernikahan. *Ngeuyeuk seureuh* adalah acara meletakkan pakaian kedua mempelai di atas kepulabn asap kemenyan dengan

dibacakan do'a-do'a tertentu oleh *kuncen*. *Ketiga*, acara seserahan yaitu upacara penyerahan pengantin pria kepada keluarga pengantin wanita sambil membawa barang-barang sebagai hadiah dari keluarga pengantin pria kepada keluarga pengantin wanita (Qaanitatin, 2008).

Tahap kedua adalah *dirapalan*, yaitu pelaksanaan akad nikah atau ijab qabul. Warga Kampung Naga semuanya beragama Islam, maka akad nikah dilaksanakan dihadapan penghulu, pejabat pencatat nikah dari KUA yang sekaligus mencatatkannya menjadi dokumen resmi berupa buku akte nikah. Tahap *ketiga*, adalah acara setelah akad nikah. Tahap ini merupakan upacara perkawinan bagi masyarakat Kampung Naga sesuai dengan ritual adat kampung. Upacara ini terdiri dari *sawer*, *nincak endog* (menginjak telur), *buka pintu*, *ngariung* (berkumpul), *ngampar*, (berhamparan), dan diakhiri dengan *munjungan* atau sungkeman. Upacara sawer dimulai dengan membawa pasangan pengantin ke tempat *panyaweran*, tepat di muka pintu. Kedua pengantin dipayungi dan tukang sawer berdiri di hadapan kedua pengantin. panyawer mengucapkan ijab kabul, dilanjutkan dengan melantunkan syair sawer. ketika melantunkan syair sawer, penyawer menyelinginya dengan menaburkan beras, irisan kunir, dan uang logam ke arah pengantin. Anak-anak yang bergerombol di belakang pengantin saling berebut memungut uang sawer. isi syair sawer berupa nasihat kepada pasangan pengantin baru.

Selesai upacara sawer dilanjutkan dengan upacara *nincak endog* (menginjak telur). Telor disimpan di atas tangga menuju ke rumah (*golodog*), kemudian mempelai laki-laki menginjaknya. Kaki mempelai laki-laki yang kotor karena terkena pecahan telur, kemudian dicuci oleh mempelai perempuan dengan air kendi yang sudah disediakan. Selanjutnya mempelai perempuan masuk ke dalam rumah, sedangkan mempelai laki-laki berdiri di muka pintu untuk melaksanakan upacara buka pintu, yang diwujudkan dengan tanya jawab antara kedua mempelai yang diwakili oleh masing-masing pendampingnya dengan cara dilagukan. Sebagai pembuka mempelai laki-laki mengucapkan salam '*assalammu'alaikum*', kemudian dijawab oleh mempelai perempuan dengan ucapan '*wa'alaikum salam*' setelah tanya jawab selesai pintu pun dibuka dan selesailah upacara buka pintu. (wikipedia.org.).

Setelah upacara buka pintu, dilanjutkan dengan upacara *ngampar*, dan *munjungan*. Ketiga upacara terakhir ini hanya ada di masyarakat Kampung Naga. Upacara *riungan* adalah upacara yang hanya dihadiri oleh orang tua kedua mempelai, kerabat dekat, sesepuh, dan kuncen. Adapun kedua mempelai duduk berhadapan, setelah semua peserta hadir, kasur yang akan dipakai pengantin diletakan di depan kuncen. Kuncen mengucapkan kata-kata pembukaan dilanjutkan dengan pembacaan doa sambil membakar kemenyan. Kasur kemudian di angkat oleh beberapa orang tepat di atas asap kemenyan. Maka upacara ini disebut juga *ngukus kasur*. Usai acara tersebut dilanjutkan dengan acara *munjungan*. Kedua mempelai bersujud sungkem kepada kedua orang tua mereka, sesepuh, kerabat dekat, dan kuncen (wikipedia.org) Akhirnya selesailah rangkaian upacara perkawinan di atas. Sebagai ungkapan rasa terima kasih kepada para undangan, tuan rumah membagikan makanan kepada mereka. Masing-masing mendapatkan *boboko* (bakul) yang berisi nasi dengan lauk pauknya dan *rigen* yang berisi opak, wajit, rengginang, dan pisang.

Beberapa hari setelah perkawinan, kedua mempelai wajib berkunjung kepada saudara-saudaranya, baik dari pihak laki-laki maupun dari pihak perempuan. Maksudnya untuk menyampaikan ucapan terima kasih atas bantuan mereka selama acara perkawinan yang telah lalu. Biasanya sambil berkunjung kedua mempelai membawa nasi dengan lauk pauknya. Usai beramah-tamah, ketika kedua mempelai berpamitan akan pulang, maka pihak keluarga yang dikunjungi memberikan hadiah seperti peralatan untuk keperluan rumah tangga mereka.

b. Pengajian Keagamaan Warga Kampung Naga

Pengajian merupakan rutinitas keagamaan di kalangan umat Islam. Pengajian dipandang sebagai media transfer pengetahuan agama dari seorang ustadz, ajengan, atau kiai kepada kalangan umum di dalam lingkungan masyarakat Muslim. Materi pengajian biasanya dengan mempelajari al-qur'an. Menurut salah seorang informan mengatakan bahwa di Kampung Naga hanya ada pengajian yang diikuti oleh anak-anak setelah shalat magrib. Anak-anak mempelajari al-qur'an, terutama mempelajari bagaimana cara

membacanya. Bagi umat Islam membaca al-Qur'an memang harus benar, sesuai dengan kaidah bacaan baik melafalkan bunyi huruf maupun pengucapan rangkaian kalimat dalam al-Qur'an (*makharijul huruf dan tajwid*). Menurut Mang Endut, tidak ada lagi forum pengajian selain pengajian anak tersebut.

Sayang data mengenai pengajian ini sangat terbatas kami dapatkan, sehingga tidak diketahui materi lain yang disampaikan oleh para ajengan atau santri yang ada atau mendatangi kampung naga. Tradisi yang ada di Jawa Barat, para ustad akan datang ke kampung tanpa harus diundang. Ada pemahaman masyarakat bahwa mendatangi pengajian, lebih-lebih memberi taushiah dalam pengajian merupakan ibadah. Hal ini terbuka bagi para *ajengan* dari luar Kampung Naga untuk mengisi pengajian di lingkungan Kampung Naga.

Berkaitan dengan hal ini, laporan (Riyadi, 2008) mengutip cerita Ateng (kuncen Kampug Naga) ada pula acara pengajian selain pengajian anak-anak. Ajengan datang dari luar kampung naga. Namun menurut Ateng, materi pengajiannya malah mengajak warga meninggalkan tradisi yang selama ini dipegang kuat oleh masyarakat Kampung Naga. "Kami diminta mengikuti ajaran yang mereka bawa karena kami dituding sesat," kata Ateng. Pengajian ini tidak berlanjut. Ajakan itu gagal karena warga tidak menggubrisnya. Para pedakwah itu pun pergi dan tak pernah kembali.

Pengajian agama pun masih dilakukan di tengah-tengah masyarakat Kampung Naga yang difasilitasi oleh Kementerian Agama. Kemenag melakukan pembinaan rohani masyarakat. Substansi pengajian tidak menyinggung masalah adat, namun lebih banyak memberi penguatan akhlak, yang selama ini sudah memiliki kearifan, terutama dalam menjaga keseimbangan alam yang menjadi tempat tinggal mereka.

C. PENGARUH MEDIA PADA PEMAHAMAN AGAMA

Interaksi warga Kampung Naga dengan media massa, terutama televisi dibagi dalam dua bagian berdasarkan lokasi. Lingkungan dalam Kampung Naga, siaran televisi bisa dinikmati dengan berbagai keterbatasan, terutama keterbatasan sumber energi. Di dalam

wilayah Kampung Naga, televisi seringkali digunakan untuk hal-hal yang lebih bersifat informatif. Misalnya saja untuk menonton acara berita. Untuk konteks hiburan, masyarakat Kampung Naga lebih memilih untuk menonton televisi di luar lingkungan atau wilayah Kampung Naga, misalnya di pesawat televisi yang diletakkan di depan Koperasi Saunyan milik warga yang letaknya di luar wilayah kampung, tepatnya di depan pintu gerbang menuju kampung. Atau, di rumah-rumah milik kerabat warga Kampung Naga yang ada di luar wilayah. Situasi ini membuat pengaruh konten televisi menjadi sangat personal. Begitu pula dalam kaitannya dengan pemahaman agama. Pemahaman warga mengenai agama Islam juga bisa didapatkan dari pengaruh yang berada di luar Kampung Naga.

Tradisi keberagaman Kampung Naga yang unik memang kerap dituding sesat oleh sebagian kalangan. Bahkan pernah suatu ketika, ada warga Kampung Naga sendiri yang beranggapan demikian setelah menuntut ilmu di pesantren. Sebuah tesis yang ditulis Syukriadi Sambas (Riyadi, 2008) mengisahkan, pada 1966 ada seorang warga Kampung Naga yang pulang dari pesantren. Dari pengalamannya menimba ilmu itu, ia berkesimpulan bahwa tradisi di Kampung Naga --terutama tradisi bercocok tanamnya-- bertentangan dengan ajaran Islam.

Tradisi bercocok tanam masyarakat Kampung Naga memang unik. Setelah dilakukan perhitungan waktu yang tepat oleh kuncen, kaum laki-laki pergi ke sawah masing-masing untuk membakar dupa, pertanda akan dimulainya musim tanam. Lalu warga membaca doa berikut: “*Allahumma puter giling tulak bala saking gumiling aya di wetan bilih balai aya di wetan pulang deui ka wetan tunggal hurip ku kersaning Allah, laa ilaha ilallah, selamat.*”

Setelah itu, dimulailah prosesi penanaman padi. Tradisi yang dianggap bertentangan dengan ajaran Islam inilah yang diubah oleh si santri. Kuncen atau pemimpin adat Kampung Naga pada waktu itu, Djaja Sutidja, menerima kritik itu dan mengikuti keinginan si santri. Maka, penanaman padi ketika itu disesuaikan dengan perhitungan tata cara yang biasa dilakukan masyarakat umum. Namun, anehnya, hasil pertanian gagal, padi-padi diserang hama wereng sehingga rusak.

Dari kejadian itu, masyarakat Kampung Naga belajar bahwa untuk urusan keduniaan seperti waktu dan tata cara tanam padi memang tidak khusus diatur dalam Islam. Karena itu, bagi mereka, tak soal jika menggunakan sistem perhitungan di luar batas ajaran Islam. Tradisi perhitungan tanam padi pun tetap dipertahankan seperti semula.

Selain itu, menurut cerita Ateng, pernah pula pada pertengahan 1990-an ada sekelompok orang yang mengaku dari aliran Islam tertentu mengajak warga meninggalkan tradisi mereka. “Kami diminta mengikuti ajaran yang mereka bawa karena kami dituding sesat,” kata Ateng. Upaya ini gagal karena warga tidak menggubrisnya. Kelompok itu pun pergi dan tak pernah kembali.

Upaya-upaya mengintervensi keyakinan warga Kampung Naga praktis berhenti beberapa tahun belakangan, setelah pihak Departemen Agama turun tangan melakukan pembinaan rohani masyarakat. Pembinaan keagamaan ini, menurut Andi Ahmad Jahid, bukan untuk meluruskan tradisi keagamaan masyarakat yang sesat. “Saya tidak melihat ada yang menyimpang pada ibadah keagamaan di sini,” kata Andi. Menurut dia, tata cara ibadah masyarakat Kampung Naga tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Tudingan sesat, menurut Danu, ketua pengurus masjid Kampung Naga, muncul karena orang-orang di luar kampung tak memahami keunikan tradisi keberagaman Kampung Naga. “Sehingga muncul anggapan bahwa kami mencampuradukkan agama dan adat,” kata Danu. Padahal, tradisi adat hanya dijalankan dalam konteks muamalah, semisal pernikahan, perhitungan waktu tanam padi, atau memperingati hari-hari besar agama. Sementara itu, untuk peribadatan, menurut Danu, warga Kampung Naga mengikuti tradisi *ahlusunah waljamaah*. Rukun-rukun dalam peribadatan masyarakat Kampung Naga, seperti salat, zakat, dan puasa, tak berbeda dari masyarakat Islam Indonesia lainnya. Dengan begitu, keselarasan ajaran adat dengan ajaran Islam tetap terjaga. “Saya berharap, masyarakat luar tak lagi salah paham pada tradisi keagamaan Kampung Naga,” ujarnya.

Lalu, seberapa kuat pengaruh siaran televisi terhadap warga Kampung Naga? Untuk menjawab pertanyaan ini diperlukan

setidaknya kajian kuantitatif. Dalam penelitian ini –yang dilakukan dengan metode kualitatif, pengaruh akan dilihat secara kualitatif pula dengan berdasarkan *statement* atau pengakuan warga yang dijadikan narasumber.

Pernyataan *Kuncen* Kampung Naga, Ade Suherlin yang menyebut cara hidup mereka sebagai “*Gaya hidup, bukan hidup gaya*” patut digarisbawahi dalam hal pilihan warga Kampung Naga ketika berinteraksi dengan konten siaran televisi. Falsafah ini memberi landasan berpikir bagi warga Kampung Naga bahwa televisi bukanlah sesuatu yang harus mengatur cara mereka hidup, tetapi bagaimana cara hidup merekalah yang mengatur bagaimana mereka berinteraksi dengan konten televisi.

Cara bagaimana warga Kampung Naga berinteraksi dengan televisi membuat merekalah yang memegang kendali atas konten televisi. Mereka yang menentukan sendiri kapan mereka membutuhkan televisi. Bukan televisi yang mengatur cara hidup mereka. Pegangan yang kuat terhadap adat istiadat membuat pengaruh televisi menjadi ‘tidak berdaya’ di tangan warga Kampung Naga.

Di sisi lain, mereka juga tidak menafikan peran televisi dalam menambah pengetahuan bagi mereka, dan juga sarana untuk membuat hidup mereka menjadi lebih menyenangkan dengan hiburan yang bisa didapatkan dari televisi. “*Tidak ada larangan bagi warga untuk memiliki dan menonton televisi. Silakan saja, asal menyesuaikan diri. Kita di sini selalu berusaha agar tidak terjadi saling cemburu supaya sama-sama hidup tenang. Nenek moyang kami sudah mengajarkan untuk hidup rukun.*” Demikian menurut penuturan Ade Suherlin. Pedoman adat yang dipegang teguh warga Kampung Naga juga bisa menghindarkan warga dari konsumerisme, salah satu dampak televisi yang juga sering dianggap patut diwaspadai. Ade menambahkan bahwa Warga Kampung Naga boleh memiliki modil, jadi pejabat, namun saat masuk kampong semua itu harus ditinggalkan.

Bukti-bukti bahwa pengaruh televisi itu ada, bisa dilihat dari berbagai kepemilikan barang. Beberapa warga tampak mengenakan jam tangan, memiliki ponsel, membeli produk-produk dengan merk yang sering diiklankan di televisi, dan sebagainya. Tapi semua itu

dikembalikan pada azas manfaatnya. Tidak ada barang yang dibeli semata-mata untuk ‘gaya’ tetapi karena ‘perlu.’ Barang-barang konsumsi, mulai dari sabun, rokok, minuman ringan, hingga perlengkapan pribadi seperti jam tangan dan ponsel adalah untuk memenuhi kebutuhan, bukan untuk gaya.

Dalam hal konten acara televisi yang berkaitan dengan dakwah Islam, pengaruhnya sulit untuk dilacak, karena hal ini sangat bersifat privat atau personal. Selain itu, pengaruh dakwah Islam yang mulai menampakkan hasilnya di sana-sini secara perlahan, tak bisa dilepaskan dengan berbagai pengaruh pergaulan warga Kampung Naga dengan dunia luar yang semakin intens. Beberapa hal yang bisa memiliki pengaruh terhadap pemahaman baru dalam hal keagamaan antara lain *pertama*, dakwah rutin yang dilakukan oleh Departemen Agama. *Kedua*, Pengajian yang rutin diselenggarakan di Kampung Naga dengan pembicara dari luar. *Ketiga*, Banyaknya warga Kampung Naga yang menikah dengan pasangan dari luar Kampung Naga. *Kelima*, Banyak warga Kampung Naga yang merantau ke luar dan kemudian kembali lagi, *Keenam*, Anak-anak yang sekolah, yang akan mendapatkan pendidikan agama Islam di sekolahnya, dan *ketujuh*, dakwah yang dilakukan melalui media massa, seperti, surat kabar, radio, dan televisi.

Berbagai faktor di atas, menyebabkan sulitnya pelacakan akan arah datangnya pemahaman baru dalam masalah keagamaan. Masing-masing faktor akan mempengaruhi secara personal, dan bisa jadi nantinya akan mempengaruhi secara sosial di antara warga Kampung Naga. Karena itu, media massa, bukanlah satu-satunya aparatus perubahan yang terjadi di Kampung Naga. Meski tetap tak bisa dikatakan tanpa pengaruh sama sekali. Seperti halnya diterangkan Gerbner dalam Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*), terjadi ‘negosiasi pengaruh media,’ sebuah situasi di mana media menawarkan pilihannya dalam pandangan pada realitas sosial (yang dianggap dapat diterima dan reliabel). Di dalamnya termasuk penyediaan informasi dan cara dalam mengartikan informasi, membentuk penilaian dan opini, dan berreaksi pada informasi tersebut. Khalayak –dalam hal ini warga Kampung Naga—yang memutuskan apakah akan menerima pandangan yang ditawarkan media walaupun terkadang itu satu-satunya pandangan yang tersedia

untuk membentuk opini. Narasumber alternatif dapat memasukkan pengaruh dari pengalaman pribadi atau dari lingkungan sosial atau budaya yang dapat menjadi pertahanan.

Dalam konteks interaksi warga Kampung Naga dengan media, pengaruh media hanya memberi pengaruh dalam tatanan individu. Setiap tawaran pandangan dari media mendapatkan 'penghalang' dari penerapan adat istiadat yang dipegang teguh warga, dan dinegosiasikan dengan kuatnya pengaruh dari *opinion leader*, dalam hal ini *Kuncen* sebagai pemangku dan penjaga adat.

D. SIMPULAN

Pola konsumsi media warga Kampung Naga dengan konten siaran televisi khususnya dalam acara dakwah, sangat bersifat personal. Pada umumnya narasumber mengakui rendahnya intensitas mereka menonton acara dakwah di televisi. Hal ini karena keterbatasan situasional, yakni ketiadaan listrik yang membuat mereka harus selektif dalam menonton acara di televisi untuk menghemat tenaga (aki). Seleksi dalam menonton televisi umumnya didasarkan pada tingkat kepentingan acara, yakni informasi dan hiburan.

Acara dakwah di televisi –jika mereka menontonnya, tidak digolongkan sebagai acara informasi oleh narasumber dan lebih ditempatkan sebagai acara yang menghibur. Hal ini terlihat dari pengakuan narasumber yang hanya akan menonton acara dakwah jika *dai* yang menyampaikan materi dakwahnya dianggap menghibur, lucu misalnya. Dengan demikian masing-masing narasumber memiliki *gratification sought* (kepuasan yang dicari) cenderung sama, mengarah pada satu hal, yakni aspek hiburan. Karena banyak acara dakwah di televisi yang memang mengedepankan unsur hiburan ketika menyajikan acara dakwah, maka *gratification obtained* (kepuasan yang didapatkan)-nya mudah tercapai.

Akan tetapi, karena rendahnya intensitas menonton acara dakwah warga Kampung Naga di televisi, maka pengaruhnya menjadi sulit untuk dilacak atau diketahui, kecuali jika dilakukan dengan penelitian yang bersifat kuantitatif. Hal ini juga dipengaruhi oleh banyaknya faktor yang menyumbang pemahaman baru warga Kampung Naga terhadap nilai-nilai agama, yakni: (1) Dakwah rutin

yang dilakukan oleh Departemen Agama, (2) Pengajian yang rutin diselenggarakan di Kampung Naga dengan pembicara dari luar, (3) Banyaknya warga Kampung Naga yang menikah dengan pasangan dari luar Kampung Naga, (4) Banyak warga Kampung Naga yang merantau ke luar dan kemudian kembali lagi, (5) Anak-anak yang sekolah, yang akan mendapatkan pendidikan agama Islam di sekolahnya, dan termasuk (6) Dakwah yang dilakukan melalui media massa, seperti, surat kabar, radio, dan televisi.

Pengaruh-pengaruh media yang masuk berhasil diredam dalam lingkungan Kampung Naga karena kuatnya mereka berpegang pada adat istiadat. Misalnya saja, dalam hal perayaan hari besar keagamaan, mereka tetap berpegang pada ketentuan adat. Hari raya keagamaan yang bertepatan dengan hari larangan, yakni Selasa, Rabu, dan Sabtu, perayaannya akan ditunda hingga hari yang bukan hari larangan.

E. REFERENSI

- Abdurahman, Dudung (2003), *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta, Kurnia Kalam Semesta.
- Baran, Stanley J. & Dennis K. Davis. (2000) *Mass Communications Theory; Foundations, Ferments, and Future*. Belmont: Wardsworth.
- Benda, Harry J. (1980), *Bulan Sabit dan Matahari Terbit*, terj. Daniel Dakhidae.
- Boland, B.J. (1982), *The Struggle of Islam in Modern Indonesia*. The Hague, Martinus Nijhoff.
- Eka Qanitaatin, (2008) *Upacara Perkawinan dalam Masyarakat Kampung Naga*, Skripsi Fakultas Adab UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Esposito, John L. (ed) (1995). *The Oxford Encyclopedia of The Modern Islamic*
- Ferdiansyah, Fikri dkk, 2014, *Makalah Ilmu Budaya Sunda, Kesenian Sunda*, Fakultas Teknik, Teknik Informatika, Universitas Pasundan Bandung, dalam www.scribd.com/doc/248292123/Kesenian-Sunda, diakses 1 Mei 2021

- Gartiwa, Marcus & Sri Sularti, (2007). *Pengaruh Nilai-Nilai Kepercayaan Maysrakat Kampung Naga Terhadap Arsitektur Tradisional Sunda*. *Jurnal Sosiohumanitas*, IX (2), 15 Agustus 2007.
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kampung_Naga, Diunduh tanggal, 23 Mei 2021.
- <http://kalas-9292.blogspot.com/2012/04/interaksi-sosial-kampung-naga.html> Id.wikipedia.org/wiki/Negara_Islam_Indonesia
- https://id.wikipedia.org/wiki/Upacara_Adat_di_Kampung_Naga
- Ihromi, T.O (1996), *Pokok-Pokok Antropologi Budaya*, Jakarta, Yayasan Obor Indonesia
- Ismail, Arifudin (2012). *Agama Nelayan Pergumulan Islam dengan Budaya Lokal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Koentjaraningrat, (1981). *Beberapa Pokok Antropologi Sosial*. Jakarta: UI Press.
- Kuntowijoyo, (1996) *Al-Qur'an sebagai Paradigma*. Jakarta: Mizan
- Kuntowijoyo, (2007) *Islam Sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*.
- Mahfud, Mokhammad .(2008). *Komunikasi Lintas Agama Perspektif Filsafat Ilmu Etika Profetik*. *Jurnal Komunikasi Profetik Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga*, Volume 1, Nomor 1.
- McLuhan, Marshall. (1964). *Understanding Media*, McGraw Hill. New York.
- McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* (Buku2). Jakarta. Salemba Humanika
- Muchtar, Kamal ,(1993). *Asas-asas Hukum islam tentang Perkawinan*. Jakarta: Bulan Bintang
- Ningrum, E. (2012). *Dinamika Masyarakat Tradisional Kampung Naga di Kabupaten Tasikmalaya*. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 28(1), 47-54. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/338>
- Nuruddin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajagrafindo Persada. Sudiarja. (2006). *Agama di Zaman yang Berubah*.

Yogyakarta. Kanisius.

- Qanitaatin, Eka. (2008). *Upacara Perkawinan dalam Masyarakat Kampung Naga, Desa Neglasari, Kecamatan Salawu, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat*. (Skripsi) Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Riyadi, M. Agung. (2008) “Kampung Naga Adat yang Selaras Ajaran Islam”, *Gatra*, Edisi Khusus, 2 Bulan Oktober
- Riyadi, M. Agung.(2008). *Komunitas Suku Terasing*, Gatra, Kamis, 2 Oktober 2008 <http://disparbud.jabarprov.go.id/wisata/dest-det.php?id=29&lang=>
- Saringendyanti, Ety (2008). *Kampung Naga, Tasikmalaya dalam Mitologi: Upaya Memaknai Warisan Budaya Sunda Kampung Naga*. Hasil Riset Fakultas Sastra Universitas Padjadjaran, Bandung
- Saringendyanti, Ety. (2008). *Kampung Naga, Tasikmalaya dalam Mitologi: Upaya Memaknai Warisan Budaya Sunda*. (Makalah Penelitian). Bandung, Universitas Padjadjaran.
- Sudiarja, A. (2006). *Agama di Zaman yang Berubah Yogyakarta: Kanisius*.
- Suganda, Her (2006). *Kampung Naga Mempertahankan Tradisi*. Bandung: Kiblat.
- Surakhmad, Winarno, (1982), *Pengantar Penelitian Ilmiah: Metod, Dasar, dan Teknik*. Bandung, Tarsito.
- Syukir, Asmuni (1983). *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya. Al-Ikhlas.
- Thahir, Mudjahirin. (1999). *Wacana Masyarakat dan Kebudayaan Jawa Pesisir*.
- Turner, Bryan S. (1991). *Agama dan Teori Sosial* Yogyakarta: Ircisod.
- Turner, Bryan S. (2012). *Relasi Agama dan Teori Sosial Kontemporer*, terj. Inyak Ridwan Munzir. Yogyakarta: Ircisod.
- William A. Haviland, (1988). *Antropologi*, edisi 4. Jakarta: Erlangga.

KENDALA MEDIA MASSA TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) SEBAGAI TELEVISI PUBLIK DALAM BERSAING DENGAN TELEVISI KOMERSIAL

Siantari Rihartono

Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Email: siantari.rihartono@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Televisi merupakan salah satu media dalam menjalankan kegiatan Komunikasi Massa, kekuatan televisi yang terletak pada kemampuan menampilkan secara Audio-Visual menjadikan televisi sebagai primadona dari media massa lainnya. Namun demikian, pada era Society 4.0 dan saat ini sedang menuju era Society 5.0, televisi tidak cukup banyak mendapatkan perhatian intens dari masyarakat. Perkembangan internet sebagai produk teknologi nampaknya telah menyebabkan ‘migrasi’ pemberitaan nasional bahkan internasional dari media massa konvensional seperti televisi ke digital seperti youtube dan website. Hal ini tentu memberi dampak yang cukup memberatkan pada media massa konvensional seperti televisi. Di periode tahun 1990an hingga 2000-an televisi mungkin masih menjadi primadona bagi masyarakat, dimana hampir semua berita kita dapatkan melalui laporan reporter. Namun, di era digital saat ini, televisi mendapatkan tantangan untuk dapat berkompetisi dengan media lain yang berbasis internet. Termasuk dalam konteks ini adalah TVRI.

Pada dekade abad 20 media Televisi menjadi menu setiap hari bagi warga negara Amerika dan hampir tiga perempat waktu dalam sehari mereka menongkrongi televisi sehingga apa yang ditayangkan oleh televisi dijadikan sebagai standart kehidupan dalam masyarakat. Televisi menjadi media utama dimana para penonton belajar tentang masyarakat dan Kultur lingkungan. (George Gebner dalam teori Cultivation : 157: 2004). Keunggulan televisi terletak pada kemampuan Audio-Visual bila dibandingkan dengan media massa lainnya yang hanya menampilkan kemampuan dari salah satu audio atau visual menjadikan televisi cepat memikat penonton dan mudah dicerna sehingga masyarakat. Di Indonesia dengan keunggulan televisi tersebut, maka penyiaran TVRI dimanfaatkan secara maksimal dalam menggapai berbagai kepentingan-kepentingan dan berperan sentral dalam proses komunikasi politik oleh rezim penguasa saat itu yang semula hanya semata-mata untuk mendokumentasi peristiwa sejarah bangsa akhirnya dijadikan sebagai perangkat ideologis.

Dalam memenuhi kepentingan pemerintah, TVRI yang berada dibawah Depertemen Penerangan sejak tahun 1953 telah mengadakan teknologi televisi sebagai saluran informasi. Dalam rangka untuk memperluas daya jangkauannya agar keinginan rakyat Indonesia yang tersebar di berbagai wilayah dapat menerima siaran televisi, maka pada tanggal 16 Agustus 1976, Presiden Soeharto meresmikan penggunaan satelit *Palapa*, untuk komunikasi dan siaran televisi. Dalam perkembangannya satelit *palapa A*, sebagai generasi pertama diganti dengan *palapa A2*, selanjutnay *Palapa B*, *Palapa B-2*, kemudian diluncurkan kembali *Palapa B2P*, *Palapa B2R* dan *Palap B-4* diluncurkan tahun 1992 (Effendy, pada Komala, dalam Karlina, dkk, 1999). Namun bagi Presiden Sorkarno Televisi merupakan medium yang paling tepat untuk menunjukkan bangsa lain bahwa Indonesia mampu berkiprah dalam ranah komunikasi informasi melalui jaringan televisi sehingga dapat dikenal didunia luar, sekaligus simbol untuk mengangkat citra bangsa Indonesia dalam menegakan eksistensi sebagai suatu bangsa yng tidak layak untuk di remehkan.

TVRI semula dirancang untuk penyebaran informasi bagi kepentingan masyarakat agar perannya mampu menyejahterakan

bangsa dengan menciptakan program-program yang berhubungan dengan identitas bangsa, yang berperan sebagai medium untuk mempromosikan program-program pemerintah, serta memperteguh konsensus nasional tentang budaya nasional, pentingnya pembangunan, tertib hukum, dan menjaga kemurnian identitas bangsa. Namun dalam prakteknya TVRI semenjak orde lama sampai ke orde baru, bahkan sampai masa reformasi lebih banyak dimanfaatkan oleh pemerintah penguasa sebagai alat propaganda demi tercapainya kepentingan pemerintah bukan kepentingan masyarakat. Dari keadaan inilah yang menjadikan TVRI mengalami kendala dalam menstransformasikan menjadi “Lembaga Penyiaran Publik”, karena dari awal TVRI didirikan memang tidak di orientasikan sebagai media untuk memenuhi kepentingan-kepentingan publik. TVRI hanya sebagai medium propaganda politik keluar dan dalam negeri, serta memenuhi kepentingan penguasa, apalagi sejak tahun 1989 TVRI mendapat persaingan dari Televisi Swasta yang lebih mengandalkan pada segi komersial dan profitibel serta televisi komunitas yang ada disetiap daerah yang juga bersifat komersial, sehingga TVRI yang dahulu menjadi primadona sebagai lembaga penyiaran televisi, jika tidak segera mengatasi kendala-kendala yang dialami sebagai televisi publik, maka lambat laun dengan teriring waktu dan kecepatan kemajuan teknologi, dikhawatirkan TVRI hanya sebagai pelengkap pemberi informasi, pendidikan, dan hiburan bagi masyarakat saja, bukan lagi sebagai media massa utama yang akhirnya akan ditinggalkan oleh publiknya sendiri, sangat ironis.

A. TELEVISI REPUBLIK INDONESIA (TVRI) SEBAGAI TELEVISI PEMBANGUNAN

Perkembangan media massa di Indonesia terutama Televisi mengalami masa-masa yang penuh dengan warna, yaitu warna dari Rezim yang berkuasa. Penyiaran Televisi di Indonesia dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962, sebagai “proyek khusus” dalam rangka unjuk gigi pada dunia bersamaan dengan dilangsungkannya pembukaan pesta olah raga se-Asia IV atau Asean Games di Senayan, dan sejak saat itu dari tahun 1962-1963 TVRI (panggilan singkatan populer dari Televisi Republik Indonesia) berada berada diudara rata-rata selama satu jam dengan segala kesederhanaannya.

Penyiaran TVRI merupakan bagian dari “Mercusuar” bagi bangsa Indonesia pada pemerintahan Presiden Soekarno yang menempatkan gengsi dunia agar bangsa Indonesia dapat disejajarkan dengan bangsa-bangsa lain dan mampu melakukan penyiaran televisi secara menyeluruh. Indonesia mengukuhkan diri sebagai negara Asia ke empat setelah Jepang, Philipina, dan Thailand yang mampu melaksanakan penyiaran Televisi (Agus Sudibyo : 279 : 2004). Dalam sejarah dokumen pendirian TVRI pada dua rezim Soekarno dan Soeharto telah mengalami sistem dan fungsi yang berbeda ketika rezim presiden Soekarno (orde lama) TVRI berfungsi sebagai alat Revolusi dan perangkat pembangunan nasional sementara pada rezim Presiden Soeharto (orde baru) fungsi TVRI berubah menjadi sebagai alat untuk menyampaikan informasi-informasi bagi kepentingan pemerintah, pada rezim ini kedudukan TVRI menjadi sangat vital dalam upaya menjamin tercapainya keberhasilan pembangunan nasional, tugas media massa adalah membangkitkan semangat pengabdian dan perjuangan bangsa, mengkonsolidasikan kesatuan dan persatuan bangsa, memperkuat jatidiri dan budaya nasional dan mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan (Kitley : Pidato Presiden Soeharto pada peresmian TVRI Pusat, 24 Agustus 1982 : 42-43).

Kondisi seperti inilah yang menjadikan pemerintah secara sadar mengakui potensi yang dimiliki televisi, sehingga tumbuh keyakinan bahwa televisi dapat dijadikan pengaman dari kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan dalam rangka konsolidasi kekuasaan, menjaga dan membangun konsensus nasional serta untuk menciptakan identitas nasional. Muncul juga pemikiran bagi pemerintah, jika pemerintah tidak ikut mengontrol secara ketat terhadap siaran televisi maka pengaruh-pengaruh asing yang masuk melalui siaran televisi kemungkinan akan dapat mengganggu stabilitas nasional dan kepentingan percepatan pembangunan disegala bidang. Hal ini mencerminkan bahwa sejak awal pendirian siaran televisi (TVRI) lebih banyak berorientasi pada kepentingan pemerintah yang mengarah pada suksesnya pembangunan nasional sehingga potensi televisi dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan sehingga program-program lebih didominasi pada program pemerintah terutama pada jaman orde baru televisi mengarah pada televisi pembangunan.

Melihat kenyataan pada potensi yang ada, maka pemerintah melakukan pengetatan pada regulasi di bidang siaran televisi, terutama pada program acara TVRI. Dalam regulasi yang pernah ada semasa orde baru dimana semua program TVRI selalu dikaitkan dengan nilai-nilai Pancasila, UUD 1945, nilai-nilai hak asasi manusia, nilai-nilai moral, budaya, pandangan hidup bangsa, keanekaragaman agama, tradisi, dan kepercayaan, serta hukum nasional (Alfan dan Godwin : 1991 :177). Dari rambu-rambu yang ada tersebut bila ditinjau dari sudut pandang Komunikasi memperlihatkan bahwa pemerintah dalam menetapkan kebijakan komunikasi bersifat konservatif dan *top down* . Dengan meletakkan televisi sebagai perangkat untuk mewujudkan tujuan pembangunan bangsa menunjukkan bahwa regulasi pada TVRI merupakan konsep otoritarianisme media (Mc Quail, 1994 : 127). Media dijadikan sebagai alat yang berlaku untuk kepentingan umum.

Dari sepak terjang yang terjadi maka Televisi Di Indonesia bisa dibidang sebagai pers yang mendasarkan pada teori *pers development*, salah satu varian dari teori dari teori pers otoritarian (Agus Sudibyo :282: 2004). Walaupun pada saat pendirian samapai tahun 1981 televisi dibiayai oleh swasta namun dominasi program-program dari pemerintah tidak terelakan sebagai bagian yang mewarnai penyiarannya TVRI yang berlangsung secara normatif yaitu memprogram acara yang menyangkut pembangunan di segala bidang yang saat itu dilakukan oleh pemerintah, TVRI tidak berdaya untuk menolak tekanan-tekanan dari pemerintah, dan hampir 90 % program siarannya merupakan adalah kepentingan pemerintah, hal ini terlihat pada tahun 1989 TVRI dibebani tanggungjawab memasyarakatkan pembangunan bangsa, membentuk masyarakat nasional serta membuat model dan menyebarkan ide-ide kebudayaan nasional resmi. (Kitley : 360 :1982).

Dalam konteks ini memperlihatkan bahwa betapa mustahil bila ada perubahan secara signifikan pada kebijakan-kebijakan yang mengarah pada pertelevisian liberal dan program yang mengarah pada pertanggungjawaban sosial. Dengan demikian perubahan –perubahan yang mengarah pada kepentingan Televisi publik pada TVRI menjadi sangat jauh dari angan-angan dan nampaknya walaupun telah terjadi pergantian rezim siapaun, TVRI tetap selalu

dikontrol secara ketat oleh pemerintah yang berkuasa, bahkan mendominasi program-program untuk kepentingan pemerintah. Dengan munculnya televisi swasta yang menjamur saat ini membuat TVRI kelimpungan dalam menata program siarannya dalam rangka berkompetisi dengan program siaran televisi swasta yang nyata-nyata lebih banyak di minati pemirsa. Ketidak berdayanya TVRI dalam menghadapi persaingan dengan televisi swasta adalah TVRI yang pada mulanya diseting sebagai televisi pembangunan atau televisi pemerintah mengubah haluan untuk menjadi televisi publik di masa reformasi ini tanpa ada pendanaan dari pemerintah dan diharuskan untuk mencari pendanaan sendiri walaupun sebagian pegawai masih berstatus pegawai negeri sipil sehingga terjadi kerancuan program antara kepentingan pemerintah yang masih menghendaki sebagai televisi pembangunan dalam arti, TVRI sebagai alat kontrol pemerintah dengan kepentingan publik secara obyektif dalam upaya mewujudkan keinginan masyarakat tanpa harus memikirkan kepentingan pemerintah yang tentunya berdampak pada pendanaan dan aturan-aturan yang harus ditaati walaupun terjadi sebrangan kepentingan . Tidak adanya kesungguhan TVRI menjadi Televisi publik menjadikan TVRI berada dipersimpangan yang akhirnya program siarannya belum menunjukkan sebagai televisi publik.

B. MUNCULNYA TELEVISI KOMERSIAL DAN KOMUNITAS

Perkembangan pertelevisian di Indonesia dari awal pertelevisian yang didirikan sampai saat ini dapat dibilang bahwa perubahan sangat lamban, hal ini terjadi karena televisi banyak digunakan untuk kepentingan pemerintah yang bersifat statusquo. Dua rezim soekarno dan soeharto mendominasi TVRI dalam waktu yang lama yaitu hampir 3 dekade sebagai corong pemerintah dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan tanpa memperhatikan kepentingan Rakyat. TVRI yang merupakan satu-satunya stasiun relay di Indonesia, sejak tahun 1989 mulai mendapatkan saingan televisi siaran lainnya, yakni Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI) yang bersifat komersial. Kemudian secara berturut-turut berdiri stasiun televisi swasta yang juga bersifat komersial seperti Surya Citra Televisi (SCTV), Televisi Pendidikan Indonesia (TPI),

Andalas Televisi (ANTeve) dan seterusnya hingga sekarang semakin banyak bermunculan siaran televisi swasta komersial. Pemerintah membuka kran bagi perkembangan televisi swasta seperti yang diungkapkan Menteri penerangan Harmoko bertujuan untuk memerangi infiltrasi artefak-artefak budaya asing yang begitu gencar belakangan. Ketidak mampuan pemerintah dalam menghadang terpaan dari pengaruh budaya asing secara sendirian memerlukan televisi swasta baru yang diharapkan dapat membentengi budaya nasional terhadap budaya asing. Kekhawatiran ini beralasan karena pengaruh budaya asing terutama budaya barat terhadap negara dunia ketiga dapat menghancurkan budaya asli yang ada di negara ketiga. Kebudayaan barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa didunia ini seperti film, berita, komik dan lain (Nurdin : 165 : 2004).

Dengan adanya televisi swasta maka TVRI banyak mengalami pergeseran fungsi secara signifikan dalam pola penyiarannya, baik dari segi kuantitas maupun kualitas. TVRI yang semula sebagai satu-satunya sumber informasi secara audio-visual bagi masyarakat harus berbenturan dengan program-program yang dikemas secara profesional oleh televisi komersial sehingga menjadikan TVRI berusaha untuk tetap menjaga eksistensinya dengan berusaha untuk membidik pada pangsa yang berbeda dengan pangsa televisi swasta dengan mengalihkan pada , namun nampaknya TVRI untuk beralih ke televisi publik belum siap sehingga program siarannya masih sama dengan program yang disirakan pada televisi swasta, hal ini terjadi karena TVRI memang tidak disiapkan menjadi televisi publik baik dari segi sumber daya manusianya, pendanaan, maupun fasilitas yang dimiliki, misalnya saja dari segi pendanaan, TVRI seratus persen masih bersumber pada APBN sehingga mau nggak mau program-programnya mengacu pada kepentingan pemerintah, sedangkan sumber daya manusianya tetap berstatus pegawai negeri sipil, menjadikan personilnya kurang kreatif dan profesional karena mereka berada dalam zona aman dari segi penghasilan maka jiwa kompetensi relatif rendah, sehingga dalam mengemas program televisi publik masih terkesan di persimpangan antara televisi pemerintah dengan televisi komersial, belum lagi dengan munculnya televisi komunitas yang banyak muncul di daerah-daerah menambah

catatan persoalan TVRI dalam menuju televisi publik. Televisi Komunitas lokal pada program siaran justru lebih mengarah pada kepentingan publik secara lokal, dengan sumber pendanaan lebih bersifat sukarela.

Secara prinsip ada perbedaan yang sangat jelas dari berbagai aspek antara Televisi Komersial, Televisi Publik, dan Televisi Komunitas. Adapun perbedaan tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Perbedaan Antara Televisi Komersial, Televisi Publik, dan Televisi Komunitas

Aspek	Televisi Komersial	Televisi Publik	Televisi Komunitas
Definisi	Televisi yang didirikan di atas prinsip-prinsip pencapaian keuntungan ekonomi.	Televisi yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi publik melalui sebuah lembaga supervisi khusus yang didirikan untuk tujuan tersebut.	Televisi yang memberikan pengakuan secara signifikan terhadap peran supervisi dan evaluasi oleh anggota komunitasnya melalui sebuah lembaga supervisi khusus untuk tujuan tersebut.
Khalayak	Umum terbuka lebar	Umum lebih dari satu komunitas	Satu komunitas tertentu saja
Visi	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan hiburan, informasi, pendidikan. - produksi dan pemasaran berdasarkan prinsip keuntungan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas hidup publik. - Meningkatkan apresiasi ditengah masyarakat. - Menciptakan kehidupan harmonis diantara komunitas yang berbeda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas hidup anggota Komunitas. - Televisi yang bersifat dari, oleh dan Untuk komunitas.

<p>Jangkauan isi siaran</p>	<ul style="list-style-type: none"> - lebih dari satu propinsi. - dengan batasan tidak boleh lebih Dari “X’ % tertentu Mis.40% dari Pemirsa nasional dihitung dari jumlah rumah tangga. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bersifat Nasional - Tetap mengemban misi meningkatkan apresiasi terhadap identitas dan integritas Nasional. - Tetap mendorong program lokal hingga 70% - luas jangkauannya maksimal 1(satu) propinsi. 	<ul style="list-style-type: none"> - terbatas pada radius 6 Km.
<p>Ukuran Kesuksesan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Rating untuk masing-masing program. - Pemasukan iklan yang tinggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan Publik 	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan anggota komunitas.
<p>Pemilik/ Pendiri</p>	<ul style="list-style-type: none"> - berbentuk PT dengan menjual Saham. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah 	<ul style="list-style-type: none"> - Badan Hukum non komersial/ yayasan
<p>Pengambil keputusan tertinggi</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pemilik Modal - Komisaris (RUPS) - Manajemen operasinal tunduk Pada keputusan Komisaris. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga supervisi bersama-sama dengan manajemen operasional. - Supervisinya independen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lembaga supervisi komunita bersama-sama dengan ma najemen operasional.
<p>Sumber Pemasukan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Iklan dalam arti luas 	<ul style="list-style-type: none"> - APBN (TVRI) , APBD (TV publik daerah) 	<ul style="list-style-type: none"> - Iuran anggota, hibah, sumbangan,dll

Kriteria dan jumlah materi iklan	<ul style="list-style-type: none"> - Terbuka luas - 20% dari keseluruhan jam tayang - 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak boleh menerima iklan. - hanya sponsor program maks.15% dari keseluruhan jam tayang. 	<ul style="list-style-type: none"> - Iklan layanan masyarakat - bukan iklan penjualan - makasimal 10% dari keseluruhan jam Tayang.
---	--	--	---

Sumber : Efendi Gazali et.al, *Konstruksi Sosial Lembaga Penyiaran, Acuan Tentng Penyiaran Publik dan Komunitas*, Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI, 2003.

Berdasarkan perbedaan dari berbagai aspek tersebut, maka kesulitan yang ada pada TVRI adalah terutama pada kepemilikan yaitu bahwa TVRI sebagai televisi publik secara kepemilikan dimiliki oleh pemerintah, sehingga segala sepak terjang yang dilakukan TVRI dalam operasional siarannya masih didominasi kepentingan pemerintah padahal untuk menjadi televisi publik, ukuran keberhasilannya diukur dengan apakah publik puas atau tidak, bukan apakah program pemerintah tersampaikan atau tidak.

Sedangkan dari sisi visi, TVRI untuk menjadi televisi publik, dituntut untuk mewujudkan peningkatan kualitas publik agar dalam menyampaikan informasi yang obyektif dan selalu berpihak pada kepentingan publik, hal ini sulit terjadi bagi TVRI karena di tengah-tengah TVRI menyampaikan program-programnya, bersamaan dengan televisi komersial dan televisi komunitas yang juga menyampaikan program-program siarannya dan tentunya jauh lebih menarik dari acara yang disuguhkan TVRI, salah satu contoh, pada saat televisi komersial menyiarkan acara musik kotemporer yang didukung dengan gebyar panggung yang megah karena didanai sponsor, TVRI pada saat yang sama menyiarkan program musik jawa berupa gamelan, secara pasti penonton akan mengalihkan cannelnya pada televisi komersial. Seperti yang dikatakan Herbert Blummer dan Elihu Katz bahwa “ audience itu aktif untuk memilih media mana yang yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya”. (dalam Nurdin: 181; 2003). hal ini menggambarkan bahwa untuk menjadi televisi publik, TVRI masih harus banyak berbenah dari berbagai aspek . Dengan demikian maka Kemunculan televisi swasta maupun televisi komunitas menjadikan kendala yang cukup serius bagi TVRI untuk menuju Televisi Publik.

C. PROBLEM TVRI SEBAGAI LEMBAGA INDEPENDENSI

Watak Paternalistik telah terlihat dari fakta bahwa TVRI didirikan sejak rezim soekarno hingga sekarang difungsikan untuk tujuan-tujuan yang sangat subyektif bagi kepentingan penguasa. Watak paterlanalistik tercermin dalam dinamika dan dialektika yang terjadi pada tubuh TVRI. Perubahan-perubahan yang terjadi dalam TVRI lebih banyak bernuansa politik dimana sepanjang sejarah selalu tergantung pada garis kebijakan pemegang kekuasaan, yang berarti setiap perubahan-perubahan selalu bersifat *top down*. Disamping itu TVRI juga tidak pernah mendapatkan kemandiriannya, karena setiap program yang dilakukan selalu menyesuaikan dan tidak boleh menyimpang dari kebijakan pemerintah alias menyesuaikan dengan orientasi dan kebutuhan praktis pemerintah agar keberhasilan yang telah dicapai oleh pemerintah dapat segera diketahui oleh publik. Ketidak mandirian dari TVRI berakibat pada posisi TVRI yang berada pada persimpangan pemenuhan kepuasan kepentingan bagi pemerintah dan kepuasan publik, hal ini menyebabkan pengembangan sistem TVRI sebagai televisi publik dan televisi komunitas mengalami problem serius yang hingga saat ini belum terlihat implementasinya dan bahkan gaungnya. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) lebih tampak dominan mewarnai diskusi politik dalam perannya sebagai “*Broadcast wathdog*” yang lebih pada isu “*content*” media.

Ketidakmandirian TVRI terlihat ketika pemerintah memutuskan penghentian penayangan iklan pada tahun 1981, dengan alasan agar jangan terjadi perilaku konsumerisme pada masyarakat akibat pengaruh iklan yang ditayangkan melalui televisi dan untuk melindungi imperialisme budaya barat yang masuk di Indonesia agar tidak berakibat fatal bagi hancurnya tradisi dan cita rasa ketimuran. Alasan untuk membentengi pengaruh terhadap budaya asing merupakan tindakan yang benar dari pemerintah, namun alasan yang terselubung dari penghentian iklan di TVRI sebenarnya adalah sebagai politik pencitraan bagi soeharto dan sebagai strategi untuk menjaga legitimasi dan reputasi di tengah-tengah kritisme politik yang mulai menggejala karena berbagai persoalan yang bergejolak dari ketidakpuasan masyarakat. Perubahan-perubahan yang terjadi pada TVRI bukan berdasarkan bagaimana perubahan itu bermakna

sebagai pengembangan dan kemajuan TVRI, melainkan lebih untuk memuluskan tujuan-tujuan politik praktis dari para penguasa.

Pelarangan Iklan di TVRI jelas sangat tidak menguntungkan. TVRI kehilangan sumber pendapatan utama dimana pendapatan dari iklan mampu melebihi subsidi pemerintah, namun TVRI tidak mempunyai otoritas untuk menolak keputusan pemerintah, karena posisi TVRI berada dalam struktur pemerintah yaitu dibawah Departemen Penerangan yang sekarang menjadi Kementrian Komunikasi dan Informasi, sehingga gebrakan-gebrakan bagi pengembangan program siaran untuk berorientasi pada kepuasan publik sangat sulit dilakukan karena pemerintah masih melakukan kontrol secara ketat terhadap apa yang ditayangkan . Pelarangan iklan di TVRI berakibat tayangannya menjadi membosankan bagi masyarakat atau publik karena tayangan-tayangannya banyak didominasi berita-berita tentang pembangunan yang dilakukan pemerintah di segala penjuru tanah air melalui warta berita dan acara-acara seremonial serta resmi pemerintah. Berbeda dengan televisi di negara-negara modern atau maju, bahwa televisi pemerintah memang bersifat nonkomersial. Namun Televisi sebagai lembaga penyiaran pemerintah, seperti *BBC*, didasarkan dengan prinsip Independen terhadap pemerintah.

Ketika TVRI mendapatkan kompetitor dari televisi komersial dan televisi komunitas yang secara bebas menyelenggarakan iklan di televisi secara besar-besaran sampai mendominasi dari seluruh tayangan, dengan alasan klasik bahwa hidup matinya televisi swasta atau komersial ada pada iklan sehingga fungsi media menjadi kabur hampir hilang tayangan yang bersifat pendidikan yang ada hanya tayangan hiburan, itupun berdasarkan rating belaka, maka TVRI pun boleh menyelenggarakan iklan namun hanya sebatas iklan tertentu, seperti iklan layanan masyarakat dan pesan-pesan pengumuman pemerintah sebagai konsekuensi sebagai televisi publik, sementara iklan komersial sangat terbatas. Kondisi seperti itulah yang menyebabkan TVRI sebagai televisi publik mengalami kesulitan dalam memperlihatkan eksistensinya sebagai televisi yang betul-betul lebih berorientasi pada kepentingan publik sebagai jawaban atas keinginan masyarakat dalam memperoleh informasi yang obyektif tanpa tendensi dari pihak manapun. Dengan demikian TVRI dituntut segera untuk berjuang mewujudkan suatu lembaga

penyiaran publik yang independen sehingga mampu berlari kencang untuk mengejar ketertinggalan.

TVRI sebagai lembaga penyiaran publik dengan kondisi status yang selalu mengalami perubahan diperparah lagi dengan adanya konflik internal antara Direktur Utama Sumito Tobing dengan direktur-direktur lainnya yang notabene adalah orang-orang lama yang selalu bersikukuh pada *satusquo* dan selalu melakukan resistensi terhadap perubahan-perubahan program yang mengarah pada program yang populer. Sebenarnya banyak pihak yang sangat respek terhadap kemajuan TVRI dibawah kepemimpinan Sumito Tobing yang berhasil secara profesional membawa TVRI kearah lembaga penyiaran publik. Konflik internal terus berlanjut dengan hampir semua kebijakan Sumito Tobing ditentang oleh direktur-direktur yang lain sehingga semakin tidak kondusif yang akhirnya merembet keberbagai persoalan sampai menimbulkan keprihatinan di kalangan DPR.

D. INKONSISTENSI TVRI

Status TVRI yang saat ini sebagai lembaga penyiaran publik dalam perjalanannya mengalami beberapa kali perubahan baik dari program tayangan sampai pada badan penyelenggaraan. Di Era reformasi perubahan status TVRI menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2000. Peraturan Pemerintah ini seakan-akan memberi peluang pada TVRI sebagai lembaga penyiaran publik yang independen, namun dalam prakteknya TVRI masing sangat tergantung pada pemerintah. Status sebagai Perjan, TVRI bertanggungjawab penuh kepada Menteri Keuangan yang mempunyai kewenangan untuk mengangkat dan memberhentikan pimpinan TVRI tanpa harus melalui pertimbangan dari DPR, bahkan Menteri Keuangan juga dapat mempunyai kewenangan untuk mengangkat dan memberhentikan Dewan Penasehat TVRI secara penuh sehingga Dewan Penasehat bertanggung jawab terhadap menteri keuangan, Dewan Penasehat TVRI juga tidak melibatkan perwakilan masyarakat sehingga tidak memiliki fungsi publik. Kenyataan-keyataan seperti mnercerminkan bahwa sampai di era reformasipun keberadaan atau status TVRI sebagai televisi publik masih belum bisa terwujud, mengingat

masih adanya keterikatan dengan pemerintah sebagai alat kontrol bagi terselenggaranya siaran televisi publik sehingga tayangan-tayangannya masih dekat dengan program-program pemerintah daripada masyarakat.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 36 Tahun 2000, pada pasal 6 Menyatakan, TVRI menyelenggarakan kegiatan penyiaran berdasarkan prinsip-prinsip televisi publik yang independen, netral dan mandiri. Bagaimana hal ini dapat dilakukan oleh TVRI untuk menjadi televisi yang independen, netral dan mandiri, ketika disisi lain harus bertanggungjawab pada pemerintah, dan bukan bertanggungjawab pada publik . Sebagai perjan TVRI semakin lama semakin mengalami problem yang sangat rumit. TVRI tidak mampu mengatasi perubahan yang terjadi secara tiba-tiba dan gejala masyarakat yang menginginkan TVRI segera menjadi televisi publik dan dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat. Kenyataan yang terjadi TVRI tidak mempunyai langkah-langkah antisipasi untuk menghadapi perubahan-perubahan tersebut sehingga memunculkan problem-problem baru baik secara internal maupun secara eksternal secara bersamaan. Problem keuangan akibat status Perjan yang disandangnya mengakibatkan TVRI terseok-seok dalam menghadapi persaingan dengan televisi komersial atau swasta. Akhirnya timbul pemikiran untuk menyelamatkan keuangan TVRI mau nggak mau harus membuka diri terhadap iklan komersial. Kembali disini TVRI mengalami inkonsistensi status antara status televisi publik dan televisi komersial.

Kemudian dari gagasan Sumito Tobing selaku Direktur Utama TVRI dalam rangka pembenahan persoalan internal, khususnya pendanaan yang didukung oleh Menteri Negara BUMN yang menegaskan bahwa dengan aset sebesar Rp.250 miliar, TVRI layak menyandang status Perseroan Terbatas (PT). Lahirlah Peraturan Pemerintah PP No,9 tahun 2002, tentang peralihan status TVRI dari Perusahaan Jawatan menjadi Perseroan Terbatas. Dengan demikian maka TVRI tidak lagi bertanggungjawab terhadap Menteri Keuangan, melainkan bertanggungjawab kepada Menteri BUMN dan diijinkan untuk mencari dana sendiri melalui iklan komersial sebagai sumber pendanaan operasionalnya. Dengan perubahan status menjadi PT, ternyata menimbulkan persoalan baru bagi TVRI

terutama persoalan pendanaan, karena dengan status PT maka pemerintah menghentikan subsidi untuk TVRI dengan alasan TVRI telah diberi kelonggaran untuk mencari dan mengelola sendiri dana yang diperoleh. Pada tahun 2002 TVRI mengajukan budget pada pemerintah dan DPR sebesar Rp. 1,3 Triliun, namun dalam RAPBN, TVRI hanya mendapatkan anggaran Rp. 150 miliar hanya untuk komponen gaji, karena status karyawan walaupun sebagai Karyawan PT tetap berstatus pegawai negeri sipil, sementara pemasukan dari iklan relatif kecil mengingat perusahaan banyak yang kurang berminat memasang iklan di TVRI dengan alasan program acaranya kurang memenuhi rating, sehingga kemelut defisit tidak dapat terelakan.

Perubahan status TVRI yang inkonsisten inilah yang menyebabkan TVRI mengalami kesulitan dalam melakukan kegiatan secara mantap dan profesional, tuntutan undang-undang dan masyarakat tidak segera terjawab secara tuntas walaupun upaya sudah dilakukan dengan berbagai cara. Rekrutmenpun memunculkan persoalan baru yaitu dengan adanya status yang berbeda antara karyawan satu dengan karyawan lainnya, sehingga banyak karyawan yang mempunyai kemampuan profesional, melirik dan berpindah ke televisi komersial yang tentunya lebih menjanjikan dari segi upah. Dari kenyataan inilah maka TVRI apapun alasannya segera menetapkan status yang mantap sebagai Perusahaan Terbatas dan tidak perlu lagi menggantungkan dana dari pemerintah sehingga dapat menjalankan secara konsekwen sebagai televisi publik dengan menayangkan program-program yang sesuai dengan keinginan masyarakat bukan lagi keinginan pemerintah.

Jika dikaji secara mendalam lagi ternyata perubahan status TVRI dari status Perjan menjadi PT muncul persoalan yang cukup serius karena UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 pada pasal 14 secara tegas menetapkan status TVRI(dan RRI) sebagai lembaga penyiaran publik, sehingga perubahan menjadi Perseroan terbatas bertentangan dengan produksi TVRI sebagai lembaga penyiaran publik. TVRI sebagai lembaga penyiaran publik seharusnya berstatus Badan Hukum Milik Negara (BHMN), sehingga status Perseroan Terbatas akan menimbulkan banyak konsekuensi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip lembaga penyiaran publik.

Kepentingan-kepentingan yang berbasis publik dan komunitas tidak akan mendapatkan prioritas lebih. Ada kecenderungan TVRI akan sepenuhnya bersandar pada pendapatan iklan. Sementara menurut UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002, sumber pembiayaan lembaga penyiaran publik terutama berasal dari iuran pendapatan dan belanja negara atau APBD, dan sumbangan masyarakat. Problem inilah yang membuat gerak TVRI menjadi gamang sehingga ibarat maju kena mundur kena maka sampai saat ini masih mengalami kendala yang cukup kompleks.

E. ORIENTASI PEMBERITAAN

Telah kita ketahui bahwa fungsi utama televisi adalah untuk menghibur, selanjutnya adalah informasi. TVRI sebagai televisi publik yang seharusnya berorientasi pada pemberitaan yang ditujukan untuk masyarakat malah justru sebaliknya dalam menyuguhkan pemberitaan, artinya pemberitaan TVRI masih banyak diwarnai oleh berita berupa kegiatan-kegiatan pemerintah seperti peresmian proyek negara, rapat kabinet, temu pejabat dengan nelayan dan sebagainya yang semuanya bersifat formal, seremonial dan kaku. Pola pemberitaan TVRI sudah sedemikian identik dengan ritual-ritual pembangunan khas Orde Baru, tanpa kecuali hingga lahirnya televisi-televisi swasta pada dekade 1990-an. Studi Sumito Tobing tentang isi “berita pembangunan” dalam acara “Berita Nusantara”, dan “Dunia Dalam Berita” selama 14 hari tahun 1990, menunjukkan bahwa item berita pembangunan mencapai 54,7 persen dari total berita. (Kitley :197 : 1982).

Pola-pola pemberitaan TVRI sampai saat ini masih belum mengalami perubahan yang signifikan walaupun sudah sepuluh tahun lebih menjadi televisi publik. Pemberitaan yang mengetahkan para pejabat dan pembangunan masih menjadi primadona berita, sementara berita yang menggambarkan kondisi masyarakat dan persoalan-persoalan pendidikan dimasyarakat belum banyak tersentuh. Masyarakat sebenarnya banyak mengeluhkan pola pemberitaan TVRI yang monoton dan kurang bervariasi sehingga kian lama menjemukan hal ini disebabkan karena adanya kecenderungan menurunnya porsi hiburan dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti informasi tentang lowongan

pekerjaan, persediaan drah di PMI, jalan-jalan yang macet, transportasi dan sebagainya. Sementara demi mengejar pesaingnya yaitu televisi swasta, TVRI berusaha untuk mengadopsi program yang ditayangkan, sehingga yang dilakukan adalah berusaha sama tayangannya dengan kondisi yang serba pas-pasan dan berbeda. Hal ini wajar karena kalau program tayangan sangat berbeda secara drastis dengan televisi komersial maka terjadi kekhawatiran akan banyak masyarakat yang akan meninggalkan TVRI. Akibatnya fungsi TVRI sebagai televisi publik kembali menjadi kabur dan terbentur-bentur dengan kondisi masyarakat yang tidak sabar menunggu tanpa mengetahui permasalahannya.

Sebenarnya TVRI mempunyai potensi besar untuk menjadi televisi publik karena alat-alat yang telah dimiliki sangat lengkap dan canggih dan sudah ada dengan anggaran negara sampai pada perawatannya yaitu dengan dengan melakukan kerjasama dengan pelaku usaha dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), kemudian daya jangkau siarannya yang menjangkau seluruh wilayah nusantara sangat memungkinkan dan efektif untuk menyampaikan informasi-informasi yang dibutuhkan masyarakat. TVRI harus segera mengubah pola-pola pemberitaan dengan mengadaptasi kondisi masyarakat yang sedang *euforia* pada televisi swasta. Pada akhirnya tidak lagi banyak berita yang bersifat seremonial sebagai andalannya, mengingat televisi swasta dalam menyajikan tayangannya telah dikemas secara bervariasi dan profesional.

F. SIMPULAN

Media massa televisi di Indonesia mengalami perkembangan sesuai dengan perkembangan pemerintahan. Fungsi media televisi yang semula dirancang sebagai sumber informasi pada mula berdiri akhirnya dijadikan sebagai komoditas pemerintah untuk menyampaikan kepentingannya. Pergeseran fungsi media televisi yang terjadi, menjadikan TVRI mengalami banyak kendala untuk melepaskan dari bayang-bayang pemerintah sebagai alat kontrol dan propaganda bagi keberhasilan penguasa.

Perubahan –perubahan yang mengarah pada kepentingan Televisi publik pada TVRI menjadi sangat jauh dari angan-angan dan

nampaknya walaupun telah terjadi pergantian rezim siapapun, TVRI tetap selalu dikontrol secara ketat oleh pemerintah yang berkuasa, bahkan mendominasi program-program untuk kepentingan pemerintah. Kemunculan televisi swasta maupun televisi komunitas menjadikan kendala yang cukup serius bagi TVRI untuk menuju Televisi Publik.

Ketidak mandirian TVRI terlihat ketika pemerintah memutuskan penghentian penayangan iklan, dengan alasan agar jangan terjadi perilaku konsumerisme pada masyarakat akibat pengaruh iklan yang ditayangkan melalui televisi dan untuk melindungi imperialisme budaya barat yang masuk di Indonesia agar tidak berakibat fatal bagi hancurnya tradisi dan cita rasa ketimuran. TVRI harus segera mengubah pola-pola pemberitaan dengan mengadaptasi kondisi masyarakat yang sedang *euforia* pada televisi swasta. Pada akhirnya tidak lagi banyak berita yang bersifat seremonial sebagai andalannya, mengingat televisi swasta dalam menyajikan tayangannya telah dikemas secara bervariasi dan profesional .

Dengan demikian kendala-kendala yang ada pada TVRI untuk menuju pada televisi publik agar segera mencari solusi-solusi cerdas dengan memperbaiki segala aspek yaitu aspek Visi, aspek sasaran kalayak, aspek sumber pendanaan yang sesuai dengan prinsip-prinsip televisi publik sehingga TVRI sebagai televisi publik menjadi lembaga penyiaran yang independen dengan melakukan pola pemberitaan yang obyektif tanpa ada ketergantungan dan tekanan dari pihak manapun lebih-lebih dari pemerintah.

Terciptanya TVRI sebagai televisi publik memberikan harapan bagi seluruh bangsa Indonesia untuk bisa mendapatkan informasi, pendidikan dan hiburan sesuai kebutuhan kalayak sehingga mampu memberikan pencerahan dan solusi bagi masyarakat yang sedang mempunyai permasalahan baik secara pribadi maupun kelompok. Informasi yang sehat dan berorientasi pada masyarakat harus menjadi menu utama bagi TVRI dan dijadikan andalan dalam mengantarkan fungsi televisi sebagai pedoman dalam kehidupan setiap bangsa Indonesia, khususnya dalam menghadapi era Society 5.0 ke depan.

G. REFERENSI

- Ardianto, Evino, *Komunikasi Massa*, Suatu Pengantar, Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2005.
- Gazali, Effendi, et.al. *Konstruksi Sosial Industri Penyiaran*. Jakarta. Departemen Komunikasi FISIP UI. 2003
- Ilyas, Kami. *Lonceng Kematian Televisi Nasional*. Majalah Tempo, 2-8 Desember 2002.
- Kitley, Philip, 2001. *Konstruksi Budaya Bangsa Di Layar Kaca*. Jakarta : LSPP, ISAI dan PT Media Lintas Inti Nusantara. 2001.
- Nurudin, *Komunikasi Massa*, Pustaka Pelajar, 2004.
- Sudibyso, Agus, *Ekonomi Politik Media Penyiaran*, Yokyakarta, LkiS, 2004.
- Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 *Tentang Penyiaran* .

PERAN PERFILMAN DALAM MENGGIRING PESAN DIGITAL: STUDI FILM “MARLINA SI PEMBUNUH DALAM EMPAT BABAK”

Maulana Zulvian Rahman

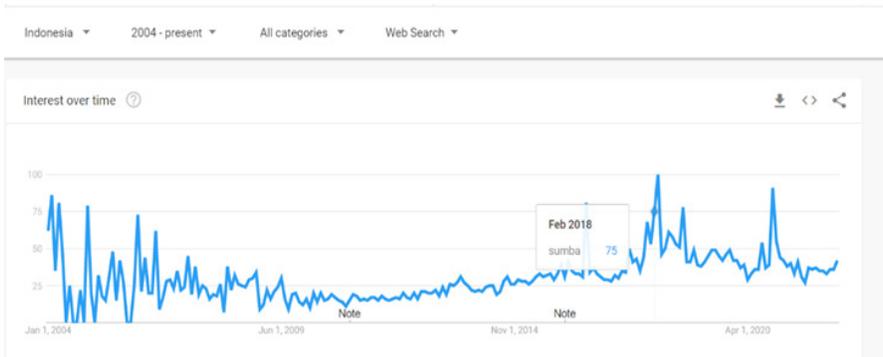
Prodi Ilmu Komunikasi, UIN sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: zulvianrahman@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Pandangan masyarakat Indonesia mengenai Sumba yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur terkadang hanya sepintas pengetahuannya saja, dengan savana yang luas membentang. Tahun 2020 menjadi titik balik Sumba menjadi salah satu bahasan utama perhatian karena banyak diangkat sebagai lokasi pembuatan film yang berkualitas seperti “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” atau dikenal di sineas internasional dengan judul *Marlina the Murderer in Four Acts*. Sumba dilirik sebagai fokus pariwisata 10 Bali baru yang dicangangkan berkembang oleh pemerintah tepatnya provinsi NTT. Pembahasan tersebut meningkat seiring perlajanan digital mulai 2014 hingga puncaknya tahun 2018 dan 2020 sebelum pandemi melanda. Terlihat data dari google trend mengenai pembahasan Sumba dari berbagai kanal digital berpengaruh terhadap mesin pencarian dengan *key performance indicator*.

Gambar 1. Trend Pembahasan Sumba



Sumber: google.com

Film *Marlina* membahas mengenai dominasi kepemilikan berbagai macam hal di lingkungan sosial tidak sedikit manusia melanggengkannya demi meraih perihal tersebut untuk bisa menguasai. Alasan tidak logis menjadi landasan retorik dipakai sebagai pesilat lidah lari dari sifat memanusiaikan manusia dengan anggapan semua yang dilakukan hal biasa terjadi dan menggeneralisir perbuatan tanpa berpikir kedepan akan dampak hasil tindakan. Fenomena tersebut berada pada kultur patriarki yang sering terjadi di Indonesia hingga saat ini, menarik sekilas sejarah kultur patriarki sudah ada dari zaman dahulu sejak kehidupan berburu dan meramu.

Kultur patriarki menuntut salah satu pihak yang dominan mempunyai kedudukan lebih berwenang dalam penguasaan hak lebih dengan anggapan tanggungjawab kewajiban mempunyai tameng sebagai surat kuasa. Hingga label kedudukan berupaya melanggengan segala tindakan atas dorongan sifat manusia menguasai manusia lain yang lebih lemah maupun rendah dalam lingkarannya. Akibatnya kultur patriarki berdampak pada sifat kekerasan fisik dan mental yang dalam hal ini dialami oleh perempuan sebagai korban dan parahnya tidak ada kuasa keluar dari tindakan.

Hingga saat ini kenaikan akibat kekerasan perempuan naik sebesar 6 persen dari tahun 2018 dan pada tahun 2019 menginjak angka 431.471 kasus kekerasan yang dialami perempuan (KOMNAS Perempuan, 6 Maret 2020). Alasan dibalik kekerasan terhadap perempuan terjadi akibat ketidakpuasan kultur patriarki mewujudkan keinginan dengan cara logis, sehingga perempuan

hanya dipandang objek seksualitas. Disisi lain pihak kultur patriarki ingin memperoleh kenyamanan tanpa memberikan ruang bagi perempuan memperjuangkan haknya, disini kesetaraan menjadi problematika mahal terutama di Indonesia.

Bukan tidak ada perjuangan yang dianut, setiap tanggal 28 – 29 April akan ada Women’s March berisi *campaign* perlawanan menuntut asas kesetaraan hak dan kewajiban gender. Gerakan feminisme tampil menjadi wakil tameng yang menuntut asas keadilan diatas fenomena gunung es kultur patriarki yang menjadi general di Indonesia. Tantangan yang berat memang mengedukasi masyarakat khususnya kaum Adam berusaha membungkam logika perempuan dengan berbagai premis mitos yang dibawa dari kultur patriarki masa lalu. Fenomena tersebut dikemas dalam sebuah film yang menggambarkan ironi kultural dengan kemasan permasalahan daerah jauh dari kota di Indonesia.

B. OPINI DIGITAL DARI ADAPTASI FILM

Film bukan hanya menjadi hiburan, namun mampu mengubah pola pikir masyarakat dalam ranah sosial maupun digital. Film juga mampu menjadi simbol kebangkitan sebuah gerakan dalam ketidakadilan lingkungan sekitar terutama dalam pembahasan penulis yaitu skema patriarki serta meletakkan kaum perempuan sebagai objek laki-laki. Pesan yang tersirat atau tersurat dalam bentuk teks, audio visual dalam film terutama film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” menjadi buah bibir ketika dihadapkan oleh berbagai fenomena yang muncul di media sosial. Banyak pribadi, kelompok masyarakat digital mengaitkan fenomena tersebut terjadi merupakan representasi keadaan sosial yang telah dibentuk serta mempunyai sejarah panjang mengenai sistem serta kultur adat budaya masyarakat Indonesia pada umumnya.

Gambar 2. Respon Netizen Terhadap Film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak”



Sumber: Twitter, 2022

“Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” proses penyampaian pesan perspektif laki-laki yang mengabaikan kesengsaraan perempuan dengan analogi mitos yang membanggakan. Penulis ingin mengajak berimajinasi mengenai perempuan yang berada di pedalaman Indonesia dengan permasalahan patriarki hingga jauh dari istilah pertolongan. Film tersebut mengabulkan imajinasi abstrak penonton pada saat terjadinya perampokan yang dialami seorang janda yang baru ditinggal meninggal suaminya didatangi 7 orang laki-laki yang mengambil seluruh harta dan janda itu harus melayaninya. Polesan kultur patriarki terdengar pada dialog antara Markus sebagai bos mafia dan Marlina seorang janda, Markus berkata “Kau adalah perempuan paling berbahagia malam ini,” ketika ingin menggauli Marlina. Marlina dengan sorot mata tajam berkata, “Aku adalah perempuan bernasib paling sial malam ini” ucapnya, dan Markus membalas argumen tersebut, “Ah, kau perempuan, sukanya menjadi korban”, ujarnya.

Lafal percakapan tersebut memberikan gambaran situasi yang terjadi di masa berkembang di Indonesia, dimana laki-laki mempunyai *privilege* atas ranah perempuan. Pemikiran bahwa perlakuan yang dilakukan laki-laki menggerayangi hak perempuan adalah kebahagiaan bersama menjadi bom waktu kultur patriarki.

Penulis ingin memberikan ruang untuk pembaca berimajinasi kritis dari skenario film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” dan memberikan analisa semiotika Julia Kristeva hingga mengkonklusikan ironi kultur patriarki yang akan berkembang di Indonesia.

Menurut Bressler, Patriarki adalah sebuah sistem sosial yang menempatkan laki-laki sebagai sosok otoritas utama yang sentral dalam organisasi sosial. Ayah memiliki otoritas terhadap perempuan, anak-anak dan harta benda. Secara tersirat sistem ini melembagakan pemerintahan dan hak istimewa laki-laki dan menuntut subordinasi perempuan (Charles E, Bressler, 2007). Penjelasan Bressler diperluas dengan bermakna sebagai distribusi kekuasaan antara laki-laki dan perempuan, di mana laki-laki memiliki keunggulan dalam satu atau lebih aspek, seperti penentuan garis keturunan (keturunan patrilineal eksklusif dan membawa nama belakang), hak-hak anak sulung, otonomi pribadi dalam hubungan sosial, partisipasi dalam status publik dan politik atau agama atau atribusi dari berbagai pekerjaan pria dan wanita ditentukan oleh pembagian kerja secara seksual (Charles E, Bressler, 2007).

Kate Millet dalam karya *Sexual Politics*, menekankan bahwa perbedaan perilaku laki-laki dan perempuan bukanlah berasal dari dalam (biologis) atau bersifat inheren, tetapi berasal atau diciptakan oleh budaya patriarki. Budaya adalah yang membentuk perilaku. Perbedaan temperamental unsur-unsur personalitas “feminine” dan “maskulin” diciptakan dalam patriarki. Prinsip-prinsip patriarki muncul dengan dua jalan: laki-laki harus mendominasi perempuan, laki-laki lebih tua harus mendominasi yang lebih muda (Munti, 2005). Selanjutnya permasalahan feminisme terletak pada kultur patriarki, yaitu nilai-nilai yang hidup dimasyarakat, yang memposisikan laki-laki sebagai superior dan perempuan subordinat. Budaya patriarki seperti ini tercermin dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, sekaligus menjadi sumber pembenaran terhadap sistem distribusi kewenangan, sistem pengambilan keputusan, sistem pembagian kerja, sistem kepemilikan dan sistem distribusi resourcis yang bias gender. Kultur yang demikian ini akhirnya akan bermuara pada terjadinya perlakuan diskriminasi, marginalisasi, eksploitasi maupun kekerasan terhadap perempuan (Muhadjir, 2005: 166).

Menurut Bhasin (Bhasin, 1996) ada bidang-bidang kehidupan perempuan yang dikontrol laki-laki dalam sistem patriarki, yaitu:

1. Daya produktif dan tenaga kerja perempuan

Laki-laki mengontrol produktivitas perempuan di dalam dan di luar rumah tangga. Di dalam rumah tangga, perempuan memberikan semua pelayanan untuk anak-anak, suami, dan anggota-anggota keluarga lainnya sepanjang hidupnya. Dalam apa yang oleh Sylvia Walby disebut “mode produksi patriarkal”, kerja perempuan diperas oleh suami dan orang-orang lain yang hidup disana. Menurutnya, perempuan adalah kelas yang memproduksi, sementara suami adalah kelas yang mengambil alih hasil produksi, kerja berulang-ulang tanpa akhir yang sangat melelahkan, sama sekali tidak dianggap kerja dan dianggap sebagai ibu rumah tangga yang bergantung kepada suami. Laki-laki juga mengontrol kerja perempuan di luar rumah melalui bermacam-macam cara. Mereka memaksa atau mencegah para perempuan untuk menjual tenaga sesuai dengan keinginan mereka. Mereka mengambil penghasilan perempuan; mereka memilih-milih pekerjaan yang menurut mereka sesuai dengan perempuan.

Kemudian perempuan disisihkan dari pekerjaan yang upahnya tinggi, mereka dipaksa menjual tenaga dengan upah yang sangat rendah; atau bekerja di rumah dalam apa yang dinamakan produksi “rumah tangga”, yaitu sistem yang paling eksploitatif. Adanya kontrol atas perempuan dan eksploitasi terhadap perempuan ini berarti laki-laki secara material mendapat keuntungan dari patriarki, mereka mendapat perolehan ekonomi konkret dari subordinasi perempuan. Dengan kata lain, ada basis material untuk patriarki.

2. Reproduksi perempuan

Laki-laki juga mengontrol daya reproduktif perempuan. Di banyak masyarakat, kaum perempuan tidak punya kebebasan menentukan berapa anak yang mereka inginkan dan kapan, apakah mereka bisa menggunakan kontrasepsi, atau tidak hamil lagi, dan sebagainya. Di

zaman modern, negara patriarkal berusaha mengontrol reproduksi perempuan melalui program-program keluarga berencana. Negara memutuskan ukuran optimum penduduk negeri dan sesuai dengannya aktif mendukung atau mencegah perempuan melahirkan anak. Lebih jauh, patriarki tidak hanya memaksa perempuan menjadi ibu, ia juga menentukan kondisi-kondisi pengibuan mereka. Ideologi pengibuan ini dianggap merupakan salah satu basis penindasan perempuan karena menciptakan watak feminim dan maskulin yang melestarikan patriarki serta membatasi gerak dan perkembangan perempuan serta mereproduksi dominasi kaum laki-laki.

3. Kontrol atas seksualitas perempuan
Perempuan diwajibkan untuk memberikan pelayanan seksual kepada laki-laki sesuai dengan keinginan dan kebutuhan laki-laki. Selain itu, pemerkosaan dan ancaman perkosaan adalah cara lain dominasi terhadap perempuan melalui pemberlakuan gagasan tentang “malu” dan “kehormatan”. Untuk mengontrol seksualitas perempuan, pakaian, tindakan, dan gerak mereka diawasi dengan seksama oleh aturan-aturan bertingkah laku keluarga, sosial, budaya, dan agama.
4. Gerak perempuan
Untuk mengendalikan seksualitas, produksi, dan reproduksi perempuan, kaum lelaki perlu mengontrol gerak perempuan. Diberlakukannya pembatasan untuk meninggalkan ruangan rumah tangga, pemisahan yang ketat privasi dan publik, pembatasan interaksi antara kedua jenis kelamin, dan sebagainya, semua mengontrol mobilitas dan kebebasan perempuan dengan cara yang khas berlaku untuk perempuan—yakni bersifat spesifik gender, karena laki-laki tidak menjadi sasaran pembatasan yang sama.
5. Harta milik dan sumber daya ekonomi
Sebagian besar hak milik dan sumber daya produktif lain dikontrol oleh laki-laki dan diwariskan dari laki-laki ke laki-laki, biasanya dari ayah ke anak laki-laki. Sekalipun

menurut hukum perempuan punya hak untuk mewarisi harta, seluruh praktik kebiasaan, tekanan perasaan, sanksi sosial, dan kadang-kadang kekerasan yang gamblang, mencegah mereka bisa memiliki kontrol atasnya. Hal ini pun digambarkan oleh PBB. Statistik yang mereka buat mengatakan bahwa “perempuan mengerjakan lebih dari 60% persen jam kerja di seluruh dunia, tetapi mereka hanya mendapatkan 10% dari penghasilan dunia dan memiliki 1% dari harta kekayaan dunia” (Bhasin, 1996).

C. REPRESENTASI PESAN PATRIARKI DIGITAL DALAM PERSPEKTIF PERFILMAN

Baik media massa digital, forum-forum, maupun media sosial mempunyai perspektif tersendiri dalam setiap pembahasan permasalahan melihat fenomena yang terjadi. Membuat konten digital dapat berupa materi yang sedang hits banyak diperbincangkan bahkan ceremonial hari-hari bersejarah lainnya. Peran perfileman menjadi banyak dari opsi pilihan menampilkan sudut pandang *story telling* yang runtut akan sebuah pesan yang ingin di sampaikan. Film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak mewakili kebebasan berekspresi melawan kodrat adat budaya, jika direfleksikan dalam ranah sosial media *haters* atau *hate speech* lantang diungkapkan demi membungkam suara yang sumbang.

Maka penulis mengajak pembaca untuk tidak mudah tersulut emosi dalam menanggapi hate speech yang beredar di lintasa linimasa media sosial, menyimpan kemarahan menghemat energi untuk terbuang sia-sia membuat akun yang mewakili pribadi menjadi lebih berkualitas levelnya. Penulis menyarankan melihat dari sudut pandang yang lebih luas mengenai konten-konten yang berusaha menjatuhkan pandangan-pandangan yang logis, bisa jadi mereka butuh ruang dalam berdialog keilmuan terlebih semiotika melihat dengan kaca mata yang lebih luas mengartikan permasalahan. Menurut kritikus film Eric Sasano film Marlina bukan hanya sebuah gambaran upaya perlawanan, melainkan turut melingkupi sensibilitas hukum. Dia menuturkan bahwa, “maka ini adalah sindiran terhadap ketidakadilan dunia kita saat ini yaitu dunia patriarki dimana pelanggaran hukum dianggap alamiah

versus mikrokosmos perempuan untuk bertahan hidup dengan tetap mempertahankan sensibilitas hukum” ungkapannya (Sasono, 2017). Dalam ranah konvensional maupun digital, ranah hukum kerap kali dibenturkan akan hal kepentingan penguasa untuk melanggengkan berbagai kebijakan. Film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” memvisualisasi realita sosial mengenai proses bertahan hidup dibawah lika-liku hukum berbagai pasal karet yang beredar terlebih mengenai hak asasi dan kesetaraan.

Dalam teori Kristeva, proses penandaan memiliki dua mode: semiotik dan simbolik. Dengan kata lain semiotika Kristeva adalah material kulit telanjang (raw material) dari signifikasi yang bersifat badaniah dan hal libidinal yang mesti memanfaatkan, sekaligus menyediakan, saluran ke arah regulasi dan kohesi sosial. Sedangkan simbolik Kristeva, adalah sebuah sistem yang teroedipalisasikan dan diregulasi oleh proses-proses sekunder di bawah hukum sang ayah. Sebelum mencapai semiotik dan simbolik Julia Kristeva melihat semiotika yang berdistingsi dengan simbol, *the chora*, dan hubungannya dengan wadah keibuan (maternal), serta artikulasinya dalam budaya.

Proses semiotik dalam film Ironi Kultrur Patriarki Dalam Film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” berlandaskan pada kecenderungan praliungistik dorongan-dorongan naluriah. Alur artikulasi subjek digambarkan pada skenario kekerasan yang terjadi di Sumba, namun benang merah berlandaskan kekerasan yang terjadi di Indonesia secara penindasan terhadap kalangan yang lebih lemah. Tokoh Marlina mengamini ketimpangan gender yang terjadi di Indonesia, proses semiotik melihat kultur Indonesia yang sedemikian beragam hingga ironi secara naluriah tergambar pada *scene* (Babak I dimana di film terdapat 4 babak) di film Marlina.

Janda muda yang ditinggal anak laki-laknya serta suaminya yang baru saja meninggal mengisyaratkan tidak munculnya pertolongan dari siapa saja disana, bahkan jarak rumah tetangga tidak terlihat wujudnya. Tidak adanya upacara adat kematian, warisan yang ditinggalkan hanya ternak, jauh dari interaksi manusia memberikan alur intuisi kekerasan yang akan ditimbulkan oleh orang lain mengambil hak yang dimiliki Marlina. Realisme

sosial melihat ketimpangan gender, dimana pelaku perampokan beranggotakan 7 laki-laki dengan santai “bertamu” meminta harta dan martabat Marlina yang baru sepeninggalan suaminya, dan ironis mayat suami dimumikan duduk di rumah.

Simbolik yang menandai ironi kultur patriarki dalam film Film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” tertuang pada dialog teks antara Markus (sebagai pimpinan kelompok) dan Marlina ketika mengikuti kemuan Markus. Secara lirih terdengar sebagai berikut, Markus berucap “Kau adalah perempuan paling berbahagia malam ini,” mengenai hasrat Markus atas urusan yang harus dijalani Marlina di tempat. Ketika Marlina membantah Markus mengatakan bahwa “aku adalah perempuan bernasib paling sial”, selanjutnya Markus mengakhiri argumen itu: “Ah, kau perempuan, sukanya menjadi korban” untkapnya.

Pembahasan mengenai chora dari definisi Julia Kristeva sebagai ruang dalam perut ibu saat mengandung janin didalamnya, yang menentukan struktur tubuh, ego, dan identitas manusia sebagai subjek. Semiotika melihat chora dalam wadah semiotik dan simbolik menandai suatu kajian peristiwa, terlebih dalam film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak”. Analogi chora mewakili kondisi peran ibu dalam mengayomi anak yang tanpa welas pamrih pemberian kenyamanan setiap permintaan anak memberikan benang merang terhadap ironi patriarki yang terjadi dalam film tersebut. Kesadaran inilah yang memberikan ruang patriarki menuntut lebih mengambil hak kaum yang lebih lemah mengangap enteng permasalahan dengan hak dominan. Selayaknya seorang bayi yang meminta hak kepada ibu tanpa melakukan kewajiban yang sedikit setara, semua akan terpenuhi dengan sendirinya. Jika bayi tidak memperoleh apa yang diminta maka dia akan nangis, terlebih pemaksaan ironi kultur patriarki menghasilkan kekerasan diberikan ketika keinginan tidak memuaskannya.

Akun-akun yang mempunyai wawasan mengenai riwayat atas apa yang pernah dibaca, ditonton dan dipahami akan lebih demokratis mengkritik perilaku manusia di era modern masyarakat digital. Keterlibatan atas kebijakan secara politis maupun sosial akan dikonsumsi sesuai nalar dengan menghadapi informasi secara

seimbang. Karena sinema adalah karya visual kreatif yang dibangun atas berbagai unsur media yang sebagai penyampai pesan sehingga mempunyai dampak kognitif merepresentasikan nilai-nilai moral masyarakat digital dalam berbagai generasi ke generasi.

D. SIMPULAN

Analisa ironi kultur patriarki dalam film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak” tertuang dalam semiotik dan simbolik proses semiotika Julia Kristeva, yang berpusat pada chora keibuan pondasi patriarki. Dewasa bersosial media dapat diraih dengan menambah wawasan salah satunya dari sineas yang ditonton mampu membuka kacamata terutama semiotika media massa perfileman dalam ranah masyarakat digital. Media sosial berbeda dengan media massa yang melalui berbagai filter edit hingga layak ditayangkan dengan etika profesi yang telah menjadi standar, filter media sosial tersaring hanya dari jari jemari pemilik akun dengan wawasan dan latar belakangnya masing-masing. Film *Marlina: si Pemunuh Dalam Empat Babak* mengartikan mengkritisi tindakan yang diluar kapabilitas wanita kebanyakan mendobrak pintu-pintu maskulinitas patriarki serta memperlihatkan kebobrokan institusi yang mampu dilihat dari sudut pandang semiotika. Perihal tersebut selaras dengan semiotik Julia Kristeva yang melihat bahasa dilihat dari berbagai sisi sehingga makna yang keluar sesuai dengan tujuan bahasa terkait.

Simbolik yang beroperasi pada dimensi psikologis maupun tekstual tercermin dalam dialog yang mengedepankan pelecehan mental seorang perempuan atas posisi patriarki. Cerminan ungkapan tersebut tergambar seperti halnya proses sekunder dibawah kuasa sang ayah mendidik seorang anak. Mengontrol lapisan simbolis yang merusak psikologis seseorang, sehingga hasilnya melahirkan teks kekuatan subversif kegilaan. Simbolik mendeskripsikan kendala-kendala penyampaian pola komunikasi yang menyesuaikan dirinya dengan objek yang berada pada situasi-situasi khas.

Keintiman proses semiotik dan simbolik menarik benang merah chora sebagai induk problematika terbuat, terhadap skenario yang terjadi di film “Marlina Si Pembunuh dalam Empat Babak”. Semiotika Julia Kristeva menganalogikan istilah ibu dalam material kulit

telanjang, karena keinginan dibuat nyaman oleh suatu hal walaupun berakibat pemaksaan kehendak. Proses kehidupan pertama kali berorientasi pada sumber ritme dan gerak hidup manusia sejak tinggal pada tubuh ibu. Selaras dengan hal tersebut tidak sedikit konten-konten yang hanya ingin mendapat atensi walau kualitas faktual dan kredibilitas isinya dipertanyakan, maka penting bagi pengguna akun digital untuk mengoreksi dan menyaring informasi yang lebih bernilai.

E. REFERENSI

- Bhasin, K. (1996). *Menggugat Patriarki : Pengantar Tentang Persoalan Dominasi terhadap Kaum Perempuan*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Charles E Bressler, . *Literary Criticism: An Introduction to Theory and Practice* 4th-ed. Pearson Education, Inc. 2007. ISBN-13:978-0-13-153448-3)
- Munti, R. B. (2005). *Demokrasi Keintiman: Seksualitas di Era Global*. Yogyakarta: LKiS.
- Muhadjir Darwin, *Negara dan Perempuan: Reorientasi Kebijakan Publik*. (Yogyakarta: Media Wacana). 2005.
- Segers, Rient T., *Evaluasi Teks Sastra*, Penerjemah: Sumino A. Suyuti, Yogyakarta: Adicita Karya Nusa, 2000.
- Cobley, Paul dan Litza Jansz, *Introducing Semiotics*, New York, Icon Book-Totem Books, 1999.
- Sobur, Alex. 2009. *Semiotika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya Offset: Bandung
- Husein, Fahtul A., *Membaca Matrealitas Esoterik Via Kristeva dan Barthes*, Pikiran Rakyat, 2002.
- McAfee, Noelle, Julia Kristeva, Taylor and Francis Group, New York, 2004.

Website

<https://www.bbc.com/indonesia/majalah-42007519> diakses pada 24 Mei 2022.

https://www.google.com/search?q=pendapat+mengenai+film+marlina&sxsrf=ALiCzsYPmpnylAFtR8HJJdoDHhuHfurj4A%3A1653383608840&ei=uKGMYo3uMuzdz7sP29KR-Ao&ved=0ahUKEwiNqrr15ff3AhXs7nMBHVtpBK8Q4dUDCA4&uact=5&oq=pendapat+mengenai+film+marlina&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6BggAEB4QFjoICAAQHhAPEBY6BQghEKABOggIIRAeEBYQHToHCCEQChCgAToECCCEQFUoECEEYAEoECEYYAFDZAVijDGC9DWgBcAF4AIA BtAGIAYgIkgEDMC44mAEAoAEBYAEIwAEB&sclient=gws-wiz diakses pada 24 Mei 2022.

<https://trends.google.co.id/trends/explore?date=all&geo=ID&q=s umba>, diakses pada 23 Mei 2022.

<https://twitter.com/nurfiadi1/status/1514683830619160599>, diakses pada 23 Mei 2022

Pandemi dan Sosial Ekonomi

STRATEGI UMKM BERTAHAN DI MASA COVID-19

Muryanti, Nur Hadi Prabawa

Prodi Sosiologi, UIN Sunan Kalijaga

Email: muryanti@uin-suka.ac.id, nhprabawa@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia sejak awal tahun 2020 telah mempengaruhi banyak sektor salah satunya sektor ekonomi. Tercatat sejak triwulan pertama tahun 2020, pertumbuhan ekonomi Indonesia berada pada level 2,97 %, dan terus merosot hingga mencapai titik terendah yaitu pada triwulan kedua sebesar minus 5,32% (Bank Indonesia, 2021, XXVII). Data tersebut memperlihatkan keterpurukan kondisi ekonomi Indonesia akibat lumpuhnya aktivitas masyarakat selama wabah pandemi ini.

Di tengah-tengah guncangan ekonomi yang terus melanda, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan mampu menekan laju inflasi yang terus terjadi. Alasan tersebut dirasa cukup rasional mengingat sejarah pernah mencatat ketangguhan UMKM terbukti saat terjadi krisis moneter pada tahun 1998 banyak usaha-usaha besar yang berjatuh, namun UMKM tetap bertahan dan bahkan bertambah banyak jumlahnya (Kadeni dan Ninik, 2020, 192). Ketahanan tersebut terjadi karena produk UMKM lebih dekat serta terjangkau bagi masyarakat, dan secara bahan baku dan sumber daya berasal dari domestik dengan dampak risiko yang sangat minim terhadap pasar keuangan.

Kontribusi UMKM mempunyai andil yang cukup besar di dalam menggerakkan sektor ekonomi. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2018, setidaknya terdapat 117 juta masyarakat yang menggantungkan hidupnya kepada 64,2 juta UMKM yang berada di Indonesia. Dengan jumlah pelaku usaha yang begitu banyak dan cakupan lapangan pekerjaan yang luas menjadikan UMKM sebagai basis utama ekonomi nasional. Sehingga sangat wajar apabila pemerintah memberikan perhatian lebih terhadap UMKM.

Di tengah keterpurukan yang melanda akibat pandemi terutama yang bergerak di sektor makanan/minuman, jasa, transportasi, dan akomodasi, berbagai inovasi maupun strategi terus bermunculan diantara para pelaku UMKM. Tidak sedikit yang mulai beralih memanfaatkan teknologi di dalam proses perdagangan. Penggunaan media sosial dan marketplace menjadi salah satu alternatif bagi para pelaku usaha untuk memperluas cakupan konsumen hingga ke pelosok daerah. Potensi ini banyak dimanfaatkan pelaku UMKM mengingat mulai banyaknya warga yang menggunakan *smartphone* dan mengakses jaringan internet.

Idealisme bisnis para pelaku UMKM mulai dikesampingkan dan mulai merubah fokus usaha, dimana sebelumnya menitikberatkan pada kualitas produk dan jasa serta profit, maka saat ini berganti pada prinsip kemitraan dan digitalisasi. Berbagai tawaran menarik dalam kemudahan transaksi pembayaran maupun pengiriman juga menjadi alternatif. Terobosan tersebut seperti digitalisasi pembayaran, sistem pembayaran COD (Cash on Delivery), *cashback*, maupun diskon. Kemudian beberapa dari mereka mulai bekerja-sama dengan perusahaan jasa kurir untuk mengirimkan produk mereka dan tidak sedikit yang menerapkan *promo gratis ongkir*.

Para pelaku UMKM semakin memperlihatkan kehebatan mereka dalam beradaptasi dan mengelola usaha di tengah kondisi pandemi seperti saat ini. Terbukti transformasi perdagangan dari tradisional ke elektronik (*e-commerce*) yang telah dilakukan UMKM menyumbang perputaran uang di masyarakat. Bank Indonesia (BI) mencatat pada tahun 2020 perputaran ekonomi melalui transaksi elektronik (*e-commerce*) meningkat pesat dari 18,1 % menjadi 98,3

juta transaksi. Dimana total uang yang bergerak mencapai Rp. 20,7 triliun.

Selain dari sisi internal, pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) untuk UMKM yang digagas oleh pemerintah sepertihalnya restrukturasi kredit, subsidi bunga pinjaman dan insentif perpajakan. Selain ketiga skema tersebut, pelaku usaha juga berharap tambahan modal melalui program Bantuan Langsung Tunai UMKM atau lebih dikenal dengan BPUM (Bantuan Produktif Usaha Mikro).

Tulisan ini berdasarkan argumen bahwa permasalahan UMKM merupakan bagian dari permasalahan ekonomi yang mengalami penurunan pertumbuhan di masa pandemi. Secara lebih spesifik guncangan ekonomi yang menimpa UMKM ini terjadi pada jenis-jenis UMKM tertentu atau bisa dikatakan ada tingkatan UMKM yang bisa bertahan. Berbagai macam jenis UMKM tersebut memiliki strategi tertentu untuk bisa bertahan, baik secara internal atau pun eksternal. Strategi bertahan yang dilakukan oleh UMKM tersebut merupakan bentuk dan cara bertahan yang mengalami perubahan dari masa sebelumnya. Termasuk di dalamnya upaya negara dalam skala makro menyelamatkan kondisi perekonomiannya, dalam kajian ekonomi bisa dipetakan pendekatan bertahan tersebut, apakah termasuk strategi subsistensi ataukah sudah mengalami komersialisasi sebagai salah satu cara bertahan.

Penelitian Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang banyak digeluti oleh masyarakat, baik di desa atau kota pada masa pandemi Covid-19 ini dengan berbagai macam alasan, diantaranya : pemutusan hubungan kerja dan UMKM bisa dengan menggunakan model yang kecil. Dinamikanya menjadi menarik di era saat ini, sehingga menarik untuk diteliti. Data yang digunakan dalam tulisan ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai media online atau pun media sosial (youtube dan Instagram) yang mengulas tentang dinamika UMKM di Indonesia, baik liputan secara langsung atau pun tidak langsung. Data sekunder ini menjadi tumpuan pada era pandemi dan dapat memotret kondisi UMKM dalam skala yang luas. Subyek penelitian ini adalah pelaku UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia, baik yang mengalami kondisi

kerugian, bertahan atau justru mendapatkan keuntungan pada kondisi pandemi. Pemetaan tersebut muncul mengingat kondisi riil sektor UMKM yang diterpa oleh pandemi Covid-19 ini sebagaimana kategori tersebut yang muncul. Pemetaan diperoleh berdasarkan data sekunder dari berbagai macam sumber.

Penelitian ini diawali dengan pemilihan judul yang menarik dan diperoleh tentang UMKM yang mengalami dinamika perkembangan pada situasi pandemi ini. Untuk mengetahui bagaimana perkembangan riset saat ini tentang UMKM diperoleh dengan cara mencari hasil penelitian sebelumnya tentang UMKM melalui google scholar atau pun berbagai macam jurnal online. Berdasarkan data tersebut kemudian diperoleh pemetaan bagaimana riset tentang UMKM yang ada. Setelah diperoleh pemetaan, menentukan penelitian yang bersifat melengkapi riset sebelumnya. Kemudian penelitian dilanjutkan dengan menambah data tentang UMKM pada situasi pandemi, mencari teori yang relevan dengan data-data yang diperoleh di lapangan, selanjutnya menganalisis data yang diperoleh dengan teori tersebut, kemudian diambil kesimpulan bagaimana tipologi UMKM bisa bertahan di era pandemi.

Proses Analisa data dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik, yaitu : pengumpulan data, reduksi data, menyajikan data dan penarikan kesimpulan serta verifikasi data. Proses pengumpulan data melalui media sekunder dari berbagai macam sumber. Redusi data dilakukan dengan melakukan seleksi terhadap data yang diperoleh berdasarkan kategori-kategori yang telah disusun sebelumnya. Penyajian data dilakukan dalam berbagai macam bentuk, diantaranya : narasi, tabel dan bagan untuk memudahkan membaca hasil penelitian yang diperoleh. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan cara menghubungkan dan menganalisa data yang diperoleh dengan teori-teori yang digunakan.

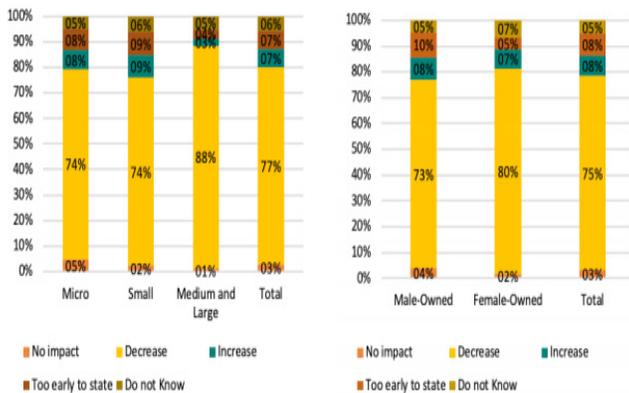
B. UMKM YANG TERDAMPAK PANDEMI

Krisis ekonomi akibat pandemi mempunyai dua kemungkinan yang menguntungkan atau merugikan. Sektor usaha besar dan kecil juga akan mempunyai perbedaan efek terhadap pandemi ini. Di dalam literatur, kami menemukan alasan yang valid mengapa

usaha kecil mempunyai perbedaan dampak dibanding perusahaan besar (Konstantinos dan Yianis, 2014 hal 641). Perusahaan kecil mempunyai potensi untuk dapat beradaptasi mengikuti kondisi politik, lingkungan maupun ekonomi yang sedang terjadi.

Secara nasional, pandemi telah menghantam sedikitnya 87,5 % UMKM yang ada saat ini. Dari jumlah tersebut, sekitar 93,2 % di antaranya mengalami penurunan penjualan. Kondisi ekonomi yang tidak stabil seperti saat ini mengharuskan banyak UMKM menerapkan konsep *wait and see* untuk menggerakkan kembali usaha mereka.

Prosentase dari UMKM yang terdampak secara pendapatan akibat pandemi memang terhitung cukup banyak. Penelitian yang melibatkan UNDP Indonesia dan LPEM Universitas Indonesia juga melaporkan bahwa setidaknya UMKM yang terdampak secara bisnis berada di kisaran 74 % hingga 88%.



Bagan 1. Dampak Covid Terhadap UMKM

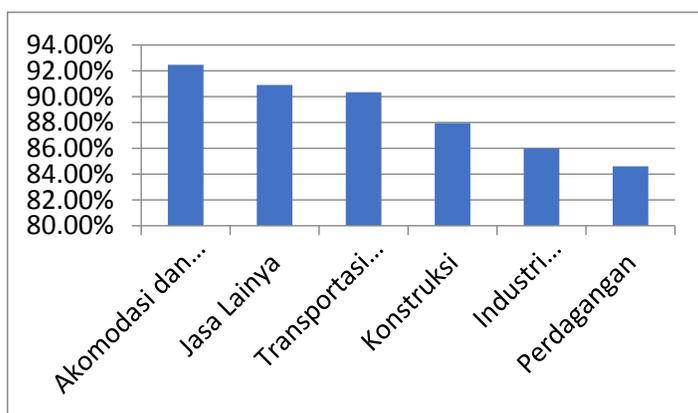
Sumber : UNDP Indonesia, 2020

Sisi yang lain, lesunya sektor ekonomi sudah mulai terlihat sejak kasus penularan Covid-19 resmi terkonfirmasi dan menyebar di Indonesia. Telah terjadi penurunan penyerapan produk-produk UMKM sehingga berefek kepada penurunan omset UMKM, bahkan sejak awal bulan Maret 2020 (Siti Aisyah, 2020,3). Bahkan pada triwulan pertama tahun 2020, ekonomi Indonesia berada pada level 2,97 %. Pertumbuhan ekonomi tersebut kemudian semakin menurun hingga level minus 5,32% pada triwulan kedua.

Penyebab utama terganggunya kondisi ekonomi Indonesia disebabkan karena berlakunya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) maupun Pembatasan Sosial Berskala Mikro (PSBM) di hampir seluruh wilayah. Untuk menekan laju pertumbuhan Covid-19 tersebut, pemerintah akhirnya menerapkan prinsip *social distancing/physical distancing*, serta anjuran mematuhi protokol kesehatan. Pembatasan ruang gerak masyarakat menyebabkan lumpuhnya aktivitas ekonomi. Terlebih hingga saat ini proses produksi hingga pemasaran yang dilakukan UMKM masih membutuhkan relasi fisik dan saling berkomplementer satu dengan yang lainnya. Akibatnya sektor UMKM kesulitan untuk memasarkan produk maupun barang jualan mereka karena adanya larangan beraktivitas di luar rumah. Terlebih kebijakan yang terus berubah-ubah mempengaruhi sikap para pelaku UMKM untuk memulai kembali bisnis mereka. Pandemi ini turut melahirkan kluster masalah bagi UMKM diantaranya penjualan/permintaan menurun, sulit bahan baku, distribusi/operasional terganggu, permodalan dan produksi terhambat.

Badan Pusat Statistik merilis sektor usaha yang mengalami penurunan penjualan dialami oleh sektor akomodasi dan makanan/minuman (92,47 %), jasa lainnya (90,9 %), transportasi dan pergudangan (90,34 %), konstruksi (87,94%), industri pengolahan (85,98%) dan perdagangan (84,6 %). Sebaran UMKM seperti makanan/minuman, jasa dan perdagangan termasuk ke dalam jenis usaha yang terkena imbas dari pandemi ini.

Bagan 2. Sektor Usaha Paling Terdampak



Sumber: Badan Pusat Statistik, September 2020

Penelitian yang dilakukan Universitas Indonesia yang bekerjasama dengan UNDP Indonesia merilis setidaknya 60% UMKM terdampak pandemi berasal dari pulau Jawa dan sekitar 40 % berasal dari luar Pulau Jawa. Sebagai contoh, hasil penelitian dari Noer Sujitpto (2020) yang mengukur ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi menyatakan setidaknya ada penurunan omzet penjualan antara 57 % sampai 83 %.

Kemudian lumpuhnya sektor penerbangan ternyata juga mempunyai efek domino terhadap kelangsungan UMKM terutama yang menggantungkan pada sektor pariwisata yang kemudian berdampak juga pada sektor akomodasi dan Mamin (kuliner). Pembatasan sektor penerbangan kemudian turut mengimbas kepada turunnya kunjungan wisatawan (turis) hingga 6.800 per hari (Siti Aisyah, 2020 hal 28). Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wisnutama menguatarkan bahwa sekitar 50 persen potensi devisa dari pariwisata akan menurun dibandingkan tahun sebelum adanya pandemi. Oleh karenanya pariwisata menjadi sektor yang paling terdampak akibat pandemi ini.

C. STRATEGI UMKM DI TENGAH PANDEMI

Para pelaku UMKM harus dapat beradaptasi dan mencari solusi atas masalah yang ada, untuk bertahan di tengah keterpurukan ekonomi akibat pandemi, Perusahaan yang terpuak akibat krisis mungkin memilih strategi yang spesifik karena biasanya mereka mempunyai motivasi yang kuat untuk memecahkan masalah dan pulih dari krisis akibat Covid-19 (Younggui dkk, 2020, 6). Tantangan dalam menjaga keseimbangan pertumbuhan ekonomi selama pandemi, mengharuskan adanya keterikatan antara lingkungan, teknologi dan pembangunan. Oleh karenanya UMKM harus mampu menciptakan formulasi strategi bisnis yang ideal dan *sustainable*.

Menteri KUKM, Teten Masduki menyebutkan bahwa per tanggal 30 Agustus 2020, pelaku UMKM yang hidup di ekosistem digital baru 13 % atau sekitar 8 juta UMKM. Hal ini memperlihatkan bahwa masih banyak UMKM yang belum membaca peluang berbisnis melalui platform digital. Wawasan tentang bagaimana dampak platform digital terhadap kinerja berkaitan dengan masalah

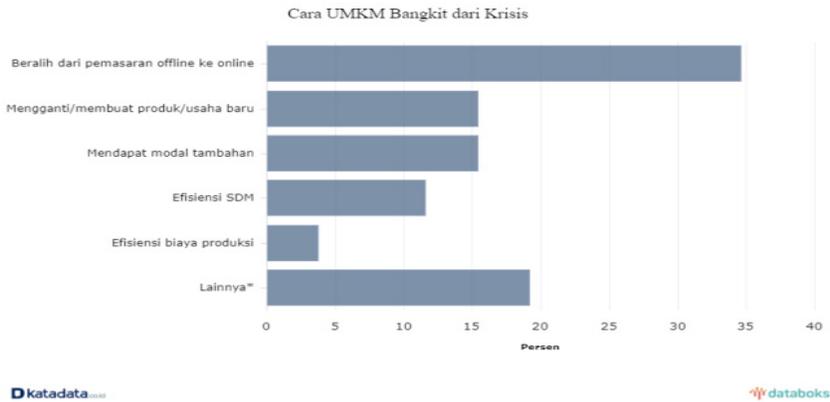
organisasi internal masih langka (Javier Cenamor dkk, 2019, 201) Akan tetapi data lain dari Bank Indonesia (BI) menunjukkan respon positif dengan adanya pandemi covid-19. Setidaknya banyak UMKM yang mulai bertransformasi meninggalkan cara perdagangan tradisional menuju perdagangan online (*To Click*). Para pelaku UMKM juga mulai tertarik untuk memperluas jaringan usaha melalui platform e-commercial seperti *marketplace*, *web-business*, *social media*, *point of sale* dan *Financial technology (Fintech)*.

Digitalisasi menjadi salah satu strategi yang banyak dimanfaatkan pelaku UMKM selama krisis. Media digital mempunyai fitur yang fleksibel yang memberikan beberapa keuntungan untuk pengguna, termasuk memungkinkan mereka mendesain tampilan yang atraktif untuk promosi produk, untuk memvisualisasikan produk dalam siaran video dan untuk melampirkan dokumen yang mendukung produk (M. Nur Utomo, 2020, 40). Dalam mewujudkan *sustainable marketing design*, mengadopsi konsep revolusi industri menjadi keunggulan tersendiri.

Di tengah-tengah masifnya penjualan melalui *marketplace*, penjualan online dengan model lama juga masih menjadi alternatif. Beberapa di antaranya dengan memanfaatkan aplikasi gratis seperti whatsapp, telegram, dan Messenger. Pangsa pasar model seperti ini lebih banyak menyasar kepada kerabat maupun masyarakat sekitar. Kemudian penjualan melalui aplikasi Facebook ternyata mengalami kenaikan dibandingkan sebelum pandemi. Laporan Facebook. inc pada kuartal III-2020 menunjukkan pendapatan iklan per 30 September naik hingga 22 %.

Selain dengan strategi digitalisasi, pelaku UMKM juga melakukan beberapa inovasi di dalam bisnisnya seperti mengganti produk, memperbaharui kualitas, efisiensi SDM dan mengefisienkan pengeluaran. Langkah ini di ambil untuk dapat menarik pelanggan akan tetapi pengeluaran dapat ditekan seminimal mungkin. Hal ini senada dengan data yang dihimpun dari Katadata Insigh Center (KIC) yang menjabarkan beberapa strategi yang dilakukan UMKM untuk bangkit.

Bagan 3. Strategi UMKM Bangkit dari Krisis



Sumber : Katadata Insight Center (KIC) Juni 2020

Terdapat berbagai contoh strategi yang dilakukan di berbagai negara salah satunya di China yang kemudian diadopsi oleh beberapa UMKM di Indonesia. China sebagai salah satu kekuatan ekonomi dunia memperlihatkan kondisi ketahanan mereka dengan dua konsep utama yaitu motivasi untuk berinovasi dan kolaborasi. Kemudian pelaku bisnis yang semula memproduksi produk dengan permintaan rendah (*low demand*) menjadi memproduksi barang dengan permintaan tinggi (*high demand*) atau melakukan kolaborasi dengan *coopetition* (Intan dan Muliasari, 2021, 9)

Inovasi dalam segi pengiriman juga menjadi pilihan dalam menarik konsumen. Saat ini banyak dari pelaku UMKM yang bekerja sama dengan jasa pengiriman ekspedisi atau jasa kurir. Terbukti frekuensi pengiriman dengan jasa kurir yang di beli melalui *e-commerce* meningkat sebanyak 85,2% (Survey Markplus, 2021). Berbagai promo seperti gratis ongkir dan diskon juga banyak diterapkan sebagai langkah antisipasi agar konsumen tidak terbebani dengan biaya pengiriman.

Kemudian untuk mencari tambahan modal, para pelaku usaha memanfaatkan program BLT UMKM yang digagas oleh pemerintah. Program Pembangunan Ekonomi Nasional (PEN) yang menerapkan kebijakan restrukturasi kredit dan tambahan pinjaman bank juga menjadi salah satu strategi untuk menghemat pengeluaran.

Apabila diperinci lebih sederhana, secara garis besar strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM untuk dapat bertahan di tengah badai pandemi dapat dibagi menjadi dua yaitu strategi internal dan strategi eksternal.

Tabel 1. Pembagian Strategi Internal dan Eksternal

No	Strategi Internal	Strategi Eksternal
1	Memperbaharui kualitas produk atau mengganti jenis produksi	Digitalisasi penjualan melalui <i>marketplace</i> , <i>web-bussiness</i> , <i>social media</i> dan lain-lain
2	Efisiensi SDM / tenaga kerja	Kerja sama dengan jasa ekspedisi/ kurir
3	Efisiensi Pengeluaran	Sistem pembayaran digital
4	Mencari modal tambahan	Menggencarkan promo maupun diskon

Sumber : Analisa Data Primer, Mei 2020

Jika mengamati bagaimana strategi UMKM tersebut untuk bisa bertahan dalam kondisi pandemi ini bisa dibagi menjadi strategi bertahan hidup tanpa menggunakan inovasi dan strategi inovasi. Strategi bertahan hidup bisa dikatakan sebagai upaya subsistensi merupakan pandangan hidup yang cenderung minimalis dengan melakukan berbagai macam usaha yang dipergunakan untuk tujuan bertahan hidup (Muryanti,2018). Dalam konteks pembangunan, model pembangunan ekonomi subsisten ini terbagi menjadi 3 yaitu: (1) perdagangan internasional dan sektor-sektor berkelanjutan tidak mengalami kemajuan dalam jangka panjang; (2) Adanya risiko tinggi keruntuhan ekonomi subsisten kecil dengan basis sumber daya mereka yang terbatas dan pertumbuhan penduduk sangat tinggi dan (3) Habisnya pasokan sumber daya alam daripada penurunan permintaan yang menyebabkan kemunduran ekonomi subsisten. Model yang ada dalam produksi subsisten sesuai dengan analisa Fisk dan Shand [1970] dan Myint [1970] yang menyatakan bahwa individu (atau unit) di sektor subsisten bertujuan untuk memenuhi tingkat konsumsi dengan barang-barang subsisten. Namun, konsumsi barang-barang subsisten di luar kebutuhan pokok tidak memberikan utilitas tambahan. Oleh karena itu, jika hanya barang kebutuhan pokok yang tersedia, individu tidak akan memproduksi barang lebih dari tingkat konsumsi kebutuhannya. Dalam kondisi subsisten ini diperlukan kemajuan teknologi di bidang subsisten

yang dapat mempengaruhi pola pembangunan perekonomian secara keseluruhan (Tisdell, 1982).

Subsistensi UMKM ini bisa dilihat dari unit usaha yang digeluti oleh UMKM merupakan sektor riil untuk mencukupi kebutuhan masyarakat sehari-hari, yang berbasis sumber daya alam. UMKM pada sektor subsisten ini, diantaranya: pertanian, usaha makanan, minuman, industri pengolahan, transportasi dan jasa subsisten mengalami penurunan permintaan pada saat pandemi melanda. Subsistensi UMKM ini juga bisa dilihat dari bagaimana strateginya bertahan dengan hanya mengandalkan perdagangan konvensional dengan tidak menggunakan teknologi untuk mengembangkan sebagai perangkat usaha atau pun untuk melakukan pemasaran produknya.

Sisi yang lain, keberhasilan UMKM yang mampu eksis ini tentunya berhubungan dengan kebutuhan kesehatan masyarakat yang semakin memburuk pada masa pandemi ini. Sehingga kebutuhan alat-alat medis, obat-obatan dan pelayanan rumah sakit meningkat dan menjadi prioritas, baik dilayani secara konvensional atau pun menggunakan teknologi. Hal yang menjadi catatan penting juga bahwa penggunaan teknologi menjadi salah satu kunci bagi sektor yang subsisten atau pun yang komersial untuk bisa bertahan. Terkait dengan pemasaran menggunakan media sosial, inovasi produk, pengemasan yang lebih menarik serta penggunaan aplikasi digital.

Inovasi dan penggunaan teknologi yang dilakukan oleh UMKM ini merupakan sebuah upaya terobosan dan sebuah keniscayaan untuk bisa bertahan. Apa yang dilakukan tersebut menjadi bagian dari modernisasi ekonomi yang juga harus dilakukan oleh UMKM. Jika modernisasi ekonomi ini tidak dilakukan oleh UMKM tentunya mereka tidak akan dilirik oleh konsumen, mengingat konsumen terbesar untuk produk UMKM saat ini merupakan anak milenial yang sudah adaptif dengan perkembangan teknologi digital. Penggunaan teknologi yang mengedepankan inovasi produk merupakan bagian dari bentuk modernisasi ekonomi. Dengan konsep ekonomi modern yaitu mereproduksi diri, menggunakan metode rasional terutama terkait dengan keuntungan yang diperoleh (Safri, 2018). Dalam ekonomi modern disertai dengan proses

komersialisasi yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang disertai dengan kerja keras dari pekerja dan adanya faktor pendukung, diantaranya: akses tanah, permodalan dan kredit (Truong,2009). Pada konteks modernisasi, UMKM dapat dilihat dari adanya manajemen yang lebih rasional dalam berproduksi, memasarkan produk dan manajemen usaha. Penggunaan teknologi menjadi bagian yang penting sebagai bagian dari bentuk kreativitas UMKM tersebut. Memadukan industry modern dalam produksinya dengan industry kreatif menjadi nilai tambah tersendiri bagi sebuah UMKM untuk bisa bertahan dalam kondisi sulit. Industri kreatif memiliki konsep menciptakan surplus produk, orisinalitas, penggunaan keterampilan dan pengetahuan, yang diharapkan ada perubahan pola konsumsi dan peningkatan waktu luang. Industri kreatif ini berwujud: imajinasi manusia kecerdikan, bakat, ekspresi artistic, industry perangkat lunak, game dan berbagai macam produk jasa (Mihajlović and Trajković,2016).

Adaptasi strategi bisnis menjadi kunci tumbuhnya produktivitas UMKM dan mempunyai peranan cukup signifikan terutama di dalam pemanfaatan digitalisasi pemasaran. Dimana pelaku UMKM banyak terbantu dengan metode pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Terlebih dengan adanya jasa ekspedisi mempermudah penjual dan konsumen di dalam pengiriman barang/produk. Transformasi berbasis digital juga dianggap mempercepat pemulihan ekonomi dan mendukung pengembangan UMKM di masyarakat.

D. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DI SEKTOR UMKM

Beberapa keuntunganyang diperoleh dalam penggunaan teknologi untuk pengembangan UMKM diantaranya:

1. Tumbuhnya gerakan Go-Digital

Pemanfaatan teknologi oleh pelaku bisnis UMKM telah memberikan dimensi baru lahirnya masyarakat yang sadar akan potensi teknologi. Para pelaku bisnis yang semula melakukan perdagangan dengan cara konvensional (*offline*) mulai berkolaborasi dengan teknologi (*online*). Masyarakat umum semakin terpacu untuk mempelajari

konsep teknologi dimana hal ini akan membuka peluang masyarakat menciptakan usaha dari pengelolaan teknologi. Sehingga dampaknya adalah pelaku UMKM di Indonesia akan meningkat dan mempunyai daya saing global.

2. Memperluas sebaran trafic pelanggan

Pemanfaatan teknologi akan memberikan dampak luas di dalam proses pemasaran. Beragam aplikasi memberikan kemudahan di dalam mengakses barang. Jangkauan pembeli tidak hanya terbatas pada satu lingkup kecil apabila dibandingkan dengan penjualan konvensional. Penjualan skala lokal dapat bertransformasi menjadi penjualan multinasional bahkan hingga tingkat mancanegara. Hal ini didukung oleh munculnya berbagai tawaran pemasaran melalui web ritel maupun media *adsense* seperti facebook ads, google adwords, instagram ads maupun tools lainnya yang memberikan kemudahan pemasaran hanya dengan satu platform.

3. Efisiensi biaya dan waktu

Proses produksi yang sebelumnya bergantung pada proses konvensional dapat semakin terbantu dengan teknologi yang sesuai. Pengeluaran biaya dapat ditekan dan semakin meningkatkan jumlah produksi. Dari segi pemasaran maupun pengiriman, proses tersebut dapat terintegrasi satu sama lain. Hal ini timbul karena adanya determinasi sub-operasional yang kemudian dialokasikan ke pelaku usaha lain dengan memanfaatkan berbagai aplikasi maupun web. Dengan perkembangan teknologi yang ada seperti saat ini memungkinkan adanya kolaborasi bisnis. Pelaku UMKM juga dapat memangkas biaya pemasaran dengan menawarkan usaha mereka melalui influencer media sosial yang mempunyai banyak pengikut. Kemudian untuk pengiriman barang dapat bekerja sama dengan banyak ekspedisi yang menawarkan kecepatan pengiriman. Hal tersebut tentu saja memberikan kemudahan bagi pelaku usaha sekaligus menjadi daya tarik bagi konsumen. Kemudian sistem pembayaran melalui model digital akan memberikan kemudahan bagi produsen maupun konsumen.

Sementara itu dampak negatif dari penggunaan teknologi untuk pengembangan di sektor UMKM ini yaitu :

1. Menjamurnya modus kejahatan

Di tengah-tengah masifnya gerakan go digital ternyata tidak berbanding lurus dengan kemampuan literasi media para pelaku bisnis maupun konsumen. Literasi media tidak hanya terbatas pada kemampuan mengoperasikan teknologi, melainkan mengelola hubungan identitas sosial dengan warga digital terutama pengguna teknologi informasi dan komunikasi. Etika berbisnis seringkali dikesampingkan demi mencari keuntungan pribadi. Dalam hal ini masih banyak ditemukan konsumen yang kurang memiliki antisipasi terutama dalam melihat berbagai modus kejahatan dalam berbelanja online. Hasilnya sering dijumpai penipuan transaksi online terutama yang memberikan tawaran barang yang murah.

2. Kejahatan operandi secara online juga banyak dialami oleh para pelaku usaha UMKM. Salah satunya pelaku usaha yang menerapkan konsep *reseller* barang dengan sistem bayar di awal. Banyaknya korban dipicu iming-iming barang murah dan di bawah harga pasaran. Akhirnya banyak pelaku UMKM yang mentransfer uang tanpa mempertimbangkan kredibilitas agen tempat mereka akan menyetok barang. Selain itu, konsumen nakal juga banyak menggunakan bukti pembayaran fiktif yang di rekayasa sedemikian rupa sehingga menyerupai bukti pembayaran asli melalui aplikasi pengolah gambar. Banyak pengusaha merasa tertipu dengan bukti pembayaran fiktif yang dilakukan konsumen dan harus menggugung kerugian berlipat-lipat akibat tindakan tersebut.

3. Melahirkan *predatory pricing*

Kemudahan perdagangan jual beli menggunakan teknologi informasi ternyata menimbulkan potensi praktik jual rugi atau dikenal dengan istilah *predatory pricing*. Oknum pelaku usaha nakal akan berusaha mencari pelanggan sebanyak mungkin dengan cara yang tidak sehat. Praktik ini akan menguntungkan pelaku bisnis yang mempunyai

modal besar dan secara perlahan akan mematikan usaha serupa. Akhirnya ketika pasar dikangkangi sendiri maka terjadi monopoli dan pemain ini bebas menentukan harga. Termasuk harga yang tidak masuk akal (CNBC, 2021). Pelaku praktik *predatory pricing* akan memanfaatkan berbagai macam modal yang dimiliki untuk menghantam pelaku UMKM terutama dengan memanfaatkan peranan teknologi informasi. Praktik ini tidak hanya dimainkan oleh satu pelaku bisnis, akan tetapi terkadang bersifat oligopoli dengan tujuan untuk membatasi masuknya pesaing baru di dalam lingkaran bisnis mereka.

4. Dependensi teknologi dan efisiensi tenaga kerja
Efek domino dari pemanfaatan teknologi oleh pelaku usaha UMKM adalah meningkatnya PHK (Pemberhentian Hubungan Kerja). Hal ini akan semakin meningkat karena adanya rotasi posisi kerja manusia yang digantikan oleh teknologi. Misalnya posisi tenaga pemasaran/marketing dapat dengan mudah digantikan dengan media sosial yang peranan pemasaran dengan jangkauan pelanggan lebih besar. Dengan alasan tersebut, tenaga pemasaran yang semula dapat dijalankan oleh banyak pekerja pada akhirnya hanya akan di isi oleh beberapa admin media sosial. Akhirnya pelaku usaha semakin banyak bergantung pada teknologi yang dirasa dapat memaksimalkan keuntungan dan lebih baik dari segi efisiensi maupun efektifitas produksi.

E. SIMPULAN

Ada beberapa UMKM yang bisa bertahan pada situasi pandemi ini diantaranya berhubungan dengan sektor produksinya yang banyak bergerak pada sektor kebutuhan pokok pangan dan kesehatan yang mau tidak mau masyarakat menjadi lebih peduli, sehingga kebutuhan meningkat. Penggunaan teknologi yang murah dan ramah juga menjadi salah satu strategi untuk bisa bertahan, tentunya dengan menggunakan kreativitas dalam menghasilkan produk. Digitalisasi produk UMKM merupakan kunci bagi pelaku usaha untuk bertahan di dalam kondisi pandemi seperti saat ini.

Hingga saat ini pelaku usaha lebih banyak memilih memanfaatkan media sosial maupun e-commerce untuk menawarkan produk usaha mereka. Berbagai kolaborasi juga menjadi strategi bagi UMKM dapat *survive* di dalam ketidakpastian kondisi ekonomi seperti saat ini.

Pemanfaatan teknologi dalam sistem pembayaran dan pengiriman juga menjadi alternatif baru yang memberikan kemudahan bagi pelaku usaha. Penggunaan teknologi dalam proses bisnis turut memberikan dampak positif bagi pelaku usaha seperti banyaknya pengusaha yang go digital, jangkauan pemasaran yang semakin meluas serta adanya efisiensi dari segi waktu maupun biaya produksi. Akan tetapi, pemanfaatan teknologi juga membuka peluang terhadap kejahatan transaksi online, lahirnya *predatory pricing* dan adanya depedensi atau ketergantungan pada teknologi yang berdampak pada pengurangan tenaga kerja.

Dengan berbagai temuan diatas, kajian ini dirasa akan bermanfaat bagi para pelaku usaha terutama di dalam proses mempertahankan bisnis di tengah pandemi. Para pelaku UMKM akan mempunyai gambaran bagaimana mengelola usaha mereka dengan mempertimbangkan berbagai kemungkinan yang telah dialami oleh pelaku usaha lain. Seperti halnya dengan digitalisasi penjualan, pembayaran hingga pengiriman. Selain itu, beberapa rangkuman penerapan kebijakan akan menjadi bahan evaluasi terutama bagi pemerintah di dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional melalui peningkatan UMKM. Kemudian sebagai sesama peneliti, kajian ini akan berguna untuk menambah daftar referensi serta bahan analisis penelitian selanjutnya. Akan tetapi penelitian ini masih memiliki keterbatasan data dimana penelitian ini masih berdasar pada data sekunder. Kemudian sample data masih di dominasi wilayah Sumatera dan Jawa dimana teknologi sudah menjadi bagian kehidupan masyarakat. Oleh karenanya perlu komparasi penelitian yang mengkaji strategi pelaku UMKM yang diterapkan selama pandemi di luar dua pulau besar tersebut. Terlebih pelaku usaha UMKM yang berada di bagian timur Indonesia seperti di pulau NTT, Sulawesi dan Papua.

F. REFERENSI

Buku

- Bank Indonesia (2020) *Laporan Perekonomian Indonesia 2020*. ISSN 0522-2572
- Bank Indonesia (2020). *Laporan Perekonomian Indonesia Bab IV : Transformasi UMKM untuk Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif*.
- BPS (2020). *Sektor Usaha Paling Terdampak Saat Pandemi Corona*
- BPS (2020). *Analisis Hasil Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha*. ISSN / ISBN : 978-602-438-350-3
- Mihajlović, Ljiljana Stošić dan Svetlana Trajković, 2016, Modern Economy: Features And Developments, Journal of Process Management – New Technologies, International, Vol. 4, No.2, 2016
- Muryanti (2018). *Pedesaan dalam Putaran Zaman: Kajian Sosiologis Pedesaan, Petani dan Pertanian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Otoritas Jasa Keuangan (2020). *Bagaimana UMKM dan Perbankan Dapat Sukses di Era Disrupsi Ekonomi dan Digital*.
- Siti Aisyah (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM Di Indonesia*
- Tisdell, Clement Allan and T'eo Ian Fairbairn. 1982. *Subsistence Economies and Unsustainable Development and Trade: Some Simple Theory*. Researchgate.net
- Truong, Tan. Q. 2009. *Transition from subsistence farming to commercial agriculture in Quang Binh Province, Vietnam*. Lincoln University
- UNDP Indonesia (2020). *Report Impact of Covid-19 Pandemic on MSMEs in Indonesia*

Jurnal

- Amalia. (2020). Tugas Matakuliah Prof Dr Apollo (Daito). Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/lotusbiru2/5e8b560f097f36082c7773a4/asimetri-informasi-covid-19-dan-keberlanjutan-bisnis>
- Cenamora, J., Parida, V., & Wincent, J. (2019). *How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform*

- capability, network capability and ambidexterity. Journal of Business Research*, 100, 196–206. doi:10.1016/j.jbusres.2019.03.035
- Dhayita Rukti Tanaya dan Fandis Ekyawan. (2020) *Empowerment Strategy on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) During COVID-19 Pandemic in Indonesia: A Case Study of BRI Microfinance Center*. E3S Web of Conferences 202, 03022 <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202020203022> ICENIS 2020
- Estro Dariatno Sihalohe (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia*. diakses melalui 10.13140/RG.2.2.14524.67205
- Ika Fitriyani dkk. (2020) *Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid 19. Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*. Vol. 1 No 2, 2020: 87-95
- Intan Shaferi dan Muliastari Pinilih (2020). *Pergeseran Fokus Usaha Sebagai Strategi Baru UMKM Dalam Menghadapi New Normal*. Jurnal Pro Bisnis Vol. 13 No. 2 Agustus 2020 1 ISSN : 1979 – 9258 e-ISSN : 2442 – 4536
- Javier Cenamor dkk (2019). How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity. *Juornal of Business*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.035>
- Kadeni dan Ninik Sujeni.(2020) Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *Jurnal Equilibrium*. Volume 8 No 2 Juli 2020
- Konstantinos Bourletidi dan Yiannis Triantafyllopoulos (2014). *SMEs Survival in time of Krisis: Strategies, Tactics and Commercial Success Stories*. *Jurnal Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Volume 148, Hal 639-644. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.092>
- Mohamad Nur Utomo, dkk.(2021) *Strategies for Maintaining SMEs Performance During Covid19 Pandemic*. *International Journal of Social Science and Business*. Volume 5, Number 1, Tahun 2021, pp. 34-43 P-ISSN: 2614-6533 E-ISSN: 2549-6409
- Syamsul Hadi dan Supardi. (2020). *Revitalitaion Strategy for Small and Medium Enterprise after Corona Virus Disese Pandemic (Covid-19) In Yogyakarta*. *Jurnal of Xian University of Arcitecture and*

Technology. Volume XII Issue IV Tahun 2020. ISSN NO 1005-7930

Syamsul Hadi dkk. *Study of Organizational Justice in SMEs and Positive Consequences: Systematic Review*. International Journal of Advanced Science and Technology Vol. 29, No. 03, (2020), pp. 4717 – 4730

Teece, D. J. (2010). *Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range*

Planning, 43(2–3), 172–194. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003>

Younggui (2020). Marketing Innovations During a Global Krisis : A Study of China Firms Response to COVID-19. *Jurnal of Bussiness Research*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.029>

Internet

Badan Pusat Statistik (2020). Data UMKM. Di akses : www.bps.go.id/UMKM

CNBC Indonesia (2020). SEA: Digitalisasi UMKM Mampu Tingkatkan Penjualan Hingga 160%. Di akses : www.youtube.com/CNBCIndonesia

CNBC Indonesia (2020). *Teten Kecewa Banyak UMKM Masih Belum Go Digital, Kenapa?*. Di akses www.CNBCIndonesia.com

CNBC Indonesia (2021). *Pengamat Ungkap Pelaku Predatory Pricing di e-Commerce*. Di akses : www.CNBCIndonesia.com

DJKN Kemenkeu (2020). UMKM Bangkit Ekonomi Terungkit. Di akses : <https://www.djkn.kemenkeu.go.id>

Katadata Insight Center (2020). *Strategi UMKM Bangkit dari Krisis*. Di akses : www.databoks-katadata.co.id

KEMKOP-UKM. (2020). *Kemkop Dan UKM Identifikasi KUMKM Yang Terdampak Pandemi Covid-19*. Di akses: <http://www.depkop.go.id>

Kumparan (2020). *Bagaimana Transaksi Non-Tunai di Masa Pandemi*. Di akses : <https://kumparan.com>

Kontan (2020). Pandemi Covid-19 Bikin Pendapatan Iklan Facebook Melesat 22% di Kuartal III-2020. Di akses : www.kontan.co.id/

- Republika (2020). *UMKM Bertransformasi dari Bisnis Konvensional ke Online*. Di akses : www.Republika.co.id
- Solopos (2021). *Pemanfaatan Pelayanan Digitalisasi Ekonomi Terhadap UMKM 4.0*. Di akses : www.solopos.com
- The Jakarta Post (2020). *Covid-19s Impact on Growth by Sector Region* di akses : <https://www.thejakartapost.com/academia>
- Industry Kontan (2021). Survei: Di masa pandemi, 85,2% masyarakat gunakan jasa kurir untuk pengiriman barang. Di akses : www.industri.kontan.co.id
- Tim Yanmas DPKM UGM (2020). *Dampak Awal Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM*. Di akses : www.ugm.ac.id/

DIGITAL MARKETING DAN MOTIVASI KOGNITIF PELAKU USAHA DI PAGUYUBAN BATIK GIRILOYO

**Candra Indraswari, Amalia De Tavel,
Muhammad Dimas Cahya R. K., Rizky Amalia, Rizqon Abdillah**
Prodi Psikologi UIN Sunan Kalijaga
Email: candra.indraswari@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Batik ialah sebuah karya seni yang dibuat dengan menuliskan pola tertentu pada kain agar membentuk corak atau motif tertentu. Asal mula kata Batik berasal dari Bahasa Jawa “amba” yakni menulis dan “nitik” titik. Seiring perubahan zaman, teknik pembuatan batik pun terus berkembang sehingga dapat menghasilkan motif batik beragam. Teknik tradisional dalam membatik adalah dengan cara menulis yakni menggoreskan *malam* atau lilin ke kain, serta terdapat batik cap yang prosesnya dilakukan dengan cara cap. Tidak hanya itu, namun juga batik kombinasi, gabungan antara batik tulis dan batik cap, seperti yang di produksi oleh Paguyuban Batik Giriloyo. Hal istimewa dari Paguyuban Batik Tulis ini adalah motif yang diwariskan dari Keraton Yogyakarta secara turun-temurun.

Pada mulanya, Paguyuban Batik Giriloyo adalah kelompok-kelompok kecil pembatik yang belum bergabung menjadi satu. Paguyuban batik tersebut mulai berdiri sejak tahun 2008 pasca gempa besar yang melanda Yogyakarta. Bencana alam tersebut membuat masyarakat sekitar merasakan dampak kerugian yang besar baik materi maupun mental. Seiring berjalannya waktu, Paguyuban

tersebut dibentuk atas gerakan dari lembaga-lembaga sosial yang berusaha untuk melakukan dan menghidupkan perekonomian di Desa Giriloyo. Paguyuban Batik Giriloyo berisikan sejumlah 12 kelompok pembatik. Sudah sekian lama berjalan, hingga sampai kesuksesan dengan omset mencapai ratusan juta rupiah dalam setahun. Ketika pandemi covid-19 muncul, membuat paguyuban tersebut berhenti beroperasi pada bulan Maret 2020.

Kondisi paguyuban Batik Giriloyo sedang mengalami penurunan akibat covid-19. Hal tersebut diperkuat dengan pengakuan dari informan yaitu pengurus Paguyuban Batik Giriloyo, bahwa kondisi pandemi membuat paguyuban belum dapat menerima wisatawan dalam jumlah banyak. Pada situasi normal, biasanya, terdapat wisatawan yang datang karena ingin belajar membatik maupun melakukan penelitian. Paguyuban Batik Giriloyo normalnya dapat menampung banyak wisatawan yang ingin belajar membuat batik maupun yang berniat untuk membeli produk. Akan tetapi, untuk saat ini hanya mampu menerima beberapa individu maupun kelompok kecil. Selain itu, penjualan batik pun mengalami penurunan, yang biasanya menghasilkan hingga ratusan juta pertahun, pada tahun 2020 hanya mencapai puluhan juta. Hasil penurunan omset yang signifikan sangat melenceng jauh dari target Paguyuban Batik Giriloyo.

Beberapa permasalahan yang terjadi di Paguyuban Batik Giriloyo kurang dikenal masyarakat luas, salah satunya ialah motivasi yang kurang dari para perajin dalam memasarkan produknya. Tidak hanya itu, akses informasi dan komunikasi yang terbatas serta persaingan dalam kerajinan batik pun harus diperhatikan dalam menentukan strategi pemasarannya. Hal tersebut dilakukan agar tidak kalah dengan batik-batik ternama lainnya yang sudah banyak beredar di pasaran. Batik-batik tersebut diantaranya batik Solo, Madura, Pekalongan dan batik lainnya yang sudah terkenal hingga ke luar negeri.

Batik Tulis Giriloyo yang melegenda tentunya membutuhkan strategi pemasaran agar produksi terus berkembang dan tidak lekang oleh kondisi serta situasi saat ini. Kotler dan Amstrong (2008) menyebutkan bahwa strategi pemasaran ialah logika pemasaran dalam sebuah usaha untuk menciptakan nilai dan memperoleh

keuntungan dari konsumen. McCarthy (2008) menambahkan, terdapat beberapa aspek-aspek dalam pemasaran diantaranya: 1) Produk atau Jasa; 2) Harga; 3) Saluran distribusi; 4) Promosi. Pertama, produk ialah unsur paling penting bagi pelaku usaha untuk pemenuhan kebutuhan konsumen. Kedua, setiap pelaku usaha selalu mengejar keuntungan agar selalu menghasilkan produk. Pelaku usaha mendapat keuntungan dari penetapan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Harga suatu produk atau jasa pun dapat ditentukan dari modal dan pengorbanan guna menghasilkan produk atau jasa tersebut serta keuntungan yang diharapkan. Oleh sebab itu, penyesuaian harga produk dari suatu barang ialah hal yang penting. Hal tersebut karena dapat mempengaruhi hidup-mati suatu usaha serta keuntungan yang akan diperoleh.

Pada tahap berikutnya, perusahaan akan menentukan cara untuk menyalurkan produk atau jasa tersebut ke pasar melalui jalur yang efektif hingga tiba pada konsumen yang disasar. Hal tersebut dilakukan setelah pelaku usaha sukses dalam menciptakan barang atau jasa dan melakukan penetapan harga yang layak. Harapannya, produk atau jasa yang dipasarkan berada tatkala konsumen ingin dan butuh pada produk atau jasa tersebut. Oleh karenanya, pelaku usaha tidak boleh abai dalam menentukan langkah kegiatan arus barang atau jasa dengan memilih saluran distribusi yang tepat. Pemilihan saluran distribusi dapat berpengaruh bagi strategi *marketing*. Apabila terjadi kesalahan pada teknik penyaluran distribusi, maka akan menghambat bahkan mengganggu usaha penyaluran produk atau jasa dari produsen ke konsumen. Distributor atau penyalur bekerja secara aktif guna mengusahakan perpindahan tidak hanya secara fisik namun juga agar produk atau jasa tersebut dapat diterima dengan tepat sasaran ke konsumen yang dituju.

Terakhir adalah aspek promosi untuk memberikan informasi pada pasar atau konsumen tentang produk dan/atau jasa yang dipasarkan. Beberapa metode untuk menyebarkan informasi tersebut, diantaranya periklanan, promosi atau *sales promotion*, dan periklanan atau *advertising*. Pelaku usaha melakukan periklanan melalui media cetak dan media elektronik. Media cetak dapat dilakukan secara konvensional yaitu memasang iklan di koran cetak atau menempelkan poster pada tempat yang strategis. Kemudian,

pada media elektronik, dapat dilakukan secara *live* atau langsung pada kanal-kanal yang tersedia. Promosi juga dilakukan dengan metode penjualan pribadi atau *personal selling*, yakni, pelaku usaha melakukan kontak langsung dengan konsumen. Kontak langsung tersebut dapat menimbulkan interaksi positif antara pengusaha dengan konsumen. Beberapa hal yang termasuk dalam *personal selling* ialah *door-to-door selling*, *mail order*, *telephone selling*, dan *direct selling*.

Salah satu cara promosi yang dapat mendorong pertumbuhan kewirausahaan ialah dengan bantuan teknologi (Nordiana, 2014). Pemanfaatan teknologi mampu memberikan kemudahan dalam mengakses informasi, perluasan jaringan, hingga melakukan transaksi jual-beli (Misnawati & Yusriadi, 2018). Misnawati dan Yusriadi (2018) menambahkan bahwa pelaku usaha perlahan meninggalkan pemasaran konvensional dan beralih ke pemasaran modern melalui digital marketing, misalnya jejaring sosial. Terlebih dengan situasi pandemi seperti sekarang ini, sehingga dengan jejaring sosial transaksi jual-beli dapat dilakukan setiap saat atau *real time* ke penjuru dunia. Munculnya media sosial dapat menjadi solusi efektif dalam menjalankan bisnis atau usaha berbasis teknologi (Misnawati & Yusriadi, 2018). Kecanggihan tersebut berfungsi sebagai alat untuk melakukan kegiatan promosi agar dengan mudah untuk saling bertukar informasi kepada siapa saja melalui fasilitas tersebut.

Pemilihan dan penggunaan media sosial oleh penjual bisa berbeda tergantung kebutuhan informasi dan motivasi tertentu. Kebutuhan informasi termasuk dalam kelompok *cognitive need*, yakni dorongan untuk memiliki pemahaman dan penguasaan terhadap lingkungan, memuaskan keingintahuan, dan penjelajahan (dalam Suryantini, 2003). McQuail (2010) kemudian menambahkan bahwa motif penggunaan media salah satunya ialah mencari informasi dan mempelajari masyarakat dan dunia. Kemudian, Bajari (dalam Setyawati, 2015) mengutarakan bahwa jenis motif penggunaan media massa salah satunya adalah motif kognitif. Motivasi kognitif menekankan pada kebutuhan manusia yang haus akan informasi dan kebutuhan untuk mencapai tingkat idealis tertentu (dalam Muhammad, 2016). Oleh karena itu, motif kognitif dalam penggunaan media diartikan sebagai langkah untuk mengikuti

informasi suatu peristiwa dan untuk mempelajari sesuatu yang bersifat umum serta berkaitan dengan keingintahuan yang terjadi di masyarakat.

Meskipun pendayagunaan teknologi di bidang *marketing* bukan suatu hal yang baru, namun terdapat upaya dan motivasi kognitif dalam melakukan suatu usaha. Terlebih saat pandemi seperti sekarang ini, para pelaku usaha memutar strategi dan menghidupkan kembali motivasi berjualan dengan meminimalisir biaya di segala aspek. Motivasi kognitif pada pelaku usaha juga berperan penting terhadap keberhasilan menjual produk atau jasanya (Purnama & Suyanto, 2010). Hal tersebut yaitu dapat mempengaruhi minat kerja seseorang sehingga berimplikasi kepada profit perusahaan dan atau keberhasilan usaha tersebut. Akan tetapi, hal tersebut seyogyanya juga berjalan seirama dengan aspek lainnya seperti tekad yang kuat dari pelaku usaha untuk melakukan aktivitasnya di perusahaan (Azizah, 2013). Indikator tersebut lebih kepada sikap pelaku usaha dalam menjalankan usahanya karena keterampilan usaha saja tidak cukup, dan sebaliknya (Firdarini, 2019). Oleh sebab itu, pelaku usaha dituntut untuk memiliki motivasi kognitif yang kuat agar sarana lain, seperti teknologi, dapat berfungsi bahkan berjalan seirama dengan motivasi yang dimiliki.

Para pelaku usaha seyogyanya memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengoperasikan segala bentuk sarana digital agar efektifitas dan efisien dalam berbisnis (Ayu, 2018). Misnawati dan Yusriadi, (2018) juga menambahkan bahwa motivasi kognitif para pelaku usaha harus diasah agar up-to-date agar tidak ketinggalan jaman. Pelaku usaha pun harus lihai dalam memanfaatkan *platform* digital yang tersedia guna mampu mengelola bisnis yang bukan tak mungkin lagi dikemudian hari keuntungan penjualan produk atau jasa dapat dikuasai oleh pengguna aplikasi *digital marketing* (Misnawati & Yusriadi, 2018). Hal tersebut lah yang membuat pelaku usaha untuk selalu kreatif dan inovatif agar tidak tergerus oleh perkembangan jaman.

Tulisan kali ini diharapkan dapat menambah informasi dan wawasan yang lebih luas mengenai strategi pemasaran, terlebih yang dilakukan di Paguyuban Batik Giriloyo. Selain itu, juga

diharapkan dapat memperluas studi fenomenologi yang mencakup Psikologi Ekonomi. Secara praktis, tulisan kali ini pun diharapkan dapat memberikan manfaat untuk eksistensi dari Paguyuban Batik Giriloyo, serta dapat meningkatkan pemasaran pada Paguyuban. Tulisan ini dapat dijadikan sebagai motivasi bagi para pelaku usaha untuk mengoptimalkan penggunaan informasi dan teknologi sehingga mengakibatkan peningkatan efisiensi dan laba usaha.

Penulis melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif fenomenologi. Penulis kali ini berangkat dari fenomena atau peristiwa yang berada di Paguyuban Batik Giriloyo. Imam Gunawan (2013) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak dimulai dari teori yang telah dipersiapkan sebelumnya. Akan tetapi, dimulai dari lapangan berdasarkan lingkungan alami. Menurut Junaid (2016), penelitian kualitatif menempatkan seorang peneliti atau pengamat suatu fenomena sebagai kesatuan atau bagian tak terpisahkan dengan kejadian itu sendiri. Rangkaian kegiatan dari penelitian kualitatif adalah seperti wawancara, observasi, catatan lapangan, rekaman dan foto atau dokumentasi, maupun percakapan dan verbatim.

Proses analisis data berupa pengelompokan data menjadi satu, mengorganisir data dan menyajikannya dengan menarik kesimpulan yang menarik. Kemudian dilakukan proses pengecekan dan menghubungkannya dengan teori. Demi mendapatkan data yang dikatakan valid dan reliabel, maka penulis melakukan triangulasi untuk mencapai kredibilitas data. Triangulasi yang digunakan adalah dengan triangulasi waktu terhadap tiga informan pengurus Paguyuban Batik Giriloyo. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya terdapat jeda waktu wawancara minimal selama satu minggu dari jarak wawancara terakhir.

B. PEMBAHASAN

Paguyuban Batik Giriloyo adalah kelompok-kelompok kecil pembatik yang belum bergabung menjadi satu. Paguyuban batik tersebut mulai berdiri sejak tahun 2008 pasca gempa besar yang melanda Yogyakarta. Sejak saat itu banyak LSM yang membantu masyarakat yang memiliki potensi membatik. Pada mulanya

kelompok ini terdiri atas 15 kelompok kecil pembatik. Seiring berjalannya waktu hingga saat ini berkurang menjadi 12 kelompok kecil. Hal ini terjadi karena tiga kelompok sudah tidak aktif.

“...Nah dengan adanya gempa tahun 2006 itu kita menjadi lengkap keterpurukannya.” (I1/W1/3/13-14)

“...Akhirnya kita membentuk paguyuban batik Giriloyo pada tahun 2008...” (I1/W1/4/31-32)

Setelah mengalami perkembangan yang cukup pesat, pemerintah mulai membantu dengan membangun beberapa fasilitas serta membuat akses agar tempat ini mudah dikunjungi. Pada awalnya, paguyuban hanya menerima tamu belajar membatik per tahun sekitar 4000 orang dengan biaya Rp 5.000 per orang. Kemudian naik menjadi Rp.10.000 per orang dengan berbanding lurus kenaikan jumlah tamu yang mencapai 12.000 orang per tahun. Pada tahun 2017 terjadi kenaikan harga menjadi Rp.20.000 per orang dengan jumlah tamu per tahun mencapai 20.000. Setelah populer, kini bahan-bahan membatik menjadi naik. Kemudian pada tahun 2019 wisatawan mencapai 28.000 orang per tahun.

Pada awalnya, tiap kelompok kecil menitipkan 70 potong kain. Akan tetapi, untuk kondisi pandemi setiap kelompok hanya diperbolehkan menitip 75% dari jumlah anggota. Omset pada tahun 2016 mencapai 800 juta per tahun, sedangkan 2017 memiliki kenaikan signifikan mencapai 1,2 milyar yang terus bertambah hingga 1,5 milyar. Target penjualan selanjutnya mencapai 3 milyar, namun pada tahun 2020 terjadi pandemi yang menyebabkan penutupan dari bulan Maret hingga bulan Juli. Wisata dibuka kembali pada Agustus dengan pembatasan jam operasional.

“...Nah Kita punya target penjualan 3 M tetapi apa yang terjadi pada tahun 2020 terjadi pandemi dan Kita tutup dari Maret sampe Juli.” (I1/W1/6/62-64)

“Jadi kalau untuk sekarang kondisinya pemasaran itu menurun Mbak, menurun drastic dari bulan Maret, Mei, April, Juni, Juli...” (I1/W1/28/241-242)

Adapun kondisi Paguyuban Batik Giriloyo dari bulan Agustus masih sangat jauh dari target. Kemudian pada bulan September kegiatan perekonomian sudah mulai terbeangun dan menghasilkan pemasukan hingga 20 juta dan menjadi 40 juta pada bulan November. Saat ini Paguyuban Batik Giriloyo hanya dapat menjual produk batik saja dan belum bisa menerima tamu wisawatan belajar yang jumlahnya sangat banyak pada umumnya.

“...Yang saya lihat awal-awal Agustus itu penjualannya masih sedikit, kemudian September sudah ada penjualan mulai naik sekitar 20 juta kemudian Oktober naik lagi menjadi 50 juta kemudian November ini menjadi sekitar 40 juta...” (I1/W1/8/68-70)

Produksi batik sempat berhenti pada pertengahan pandemi dan mulai lagi namun diperlambat proses produksinya. Hal ini dikarenakan kondisi saat ini yang baru mencapai target penjualan sekitar 20%. Sedangkan apabila terjadi banyaknya tamu, mereka bebas untuk mengunjungi galeri. Adapun kapasitas dalam galeri maksimal adalah 20 orang. Jadi misal ada wisatawan 100 orang, maka dibagi menjadi 5 kloter dengan per kloternya 20 orang.

“...Ya sudah cuma dalam jumlah kecil. Maksudnya dibatasi kalau galeri aja kita batasi. kalo yang masuk 6-7 orang itu masih bisa masuk, cuma kalau beberapa mobil ya nanti gantian seperti itu.” (I1/W1/11/81-83)

Paguyuban Batik Giriloyo umumnya menjual kain per potong ukuran dua setengah meter. Adapun perbedaan harga ditentukan oleh kehalusan karya, motif, kerapian, alat yang digunakan, dan lain-lain. Pelanggan biasanya adalah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Yogyakarta atau rombongan wisata dari luar kota. Sebagian besar pelanggan yang membeli adalah pelanggan *offline*. Hal ini dikarenakan mereka lebih puas untuk memilih dan melihat langsung serta merasakan jenis bahan. Sedangkan jika pembelian dilakukan secara *online*, maka mereka adalah pembelian kedua atau pelanggan tetap. Selain itu, target pemasaran batik kini cenderung untuk menengah keatas. Hal tersebut dikarenakan harga sesuai dengan kualitas.

“...Nanti untuk harganya itu berbeda-beda, sesuai dengan kehalusan karyanya masing-masing. Misalnya punya saya sama teman saya, walaupun motifnya sama, cara batiknya sama, namun harganya juga bisa beda. Tingkat kehalusannya itu yang lebih dihargai. Karena tampilannya juga beda, lebih halus, lebih rapi, juga biasanya tampilannya lebih bagus itu biasanya lebih mahal. Kemudian kayak cantingnya agak lebih gede terus cara gambarnya, juga agak agak blepotan misalnya. Disini harganya akan lebih murah. Jadi kita juga kaya diseleksi. Jadi jika memasukkan barang gitu di sini ada Kuratornya. Jadi disini enggak menentukan harga sendiri gitu Mbak. Harus ada kontrol dulu apakah sudah pantas atau belum, nanti dari Kuratornya sendiri akan menghitung. Ini misalnya kalau kayak gini harganya sekian, jadi totalnya misal harganya sekian, kayak gitu. Harga produksinya itu diperkirakan.” (I1/W1/34/268-279)

Kini, Paguyuban Batik Giriloyo menaati anjuran protokol kesehatan pandemi covid-19. Dimulai dari menggunakan masker, jaga jarak, mencuci tangan dan cek suhu tubuh. Hal tersebut dilakukan guna memutus rantai penyebaran virus covid-19. Selain itu, pentingnya saling menjaga antara wisatawan dan pengelola Paguyuban Batik Giriloyo agar tidak terkena penyakit covid-19.

“...pada saat ini kita menerapkan protokol kesehatan, cek suhu badan, cuci tangan, harus pakai masker dan tidak boleh berkerumun. Jaga jarak misalnya mau masuk galeri harus jaga jarak. Nggak boleh misalnya kebetulan rombongannya itu 20 orang lalu bareng-bareng itu nggak, nggak boleh...” (I1/W1/31/260-263)

Kini, kendala yang dialami oleh paguyuban adalah pada pemasaran produk. Hal ini dikarenakan terjadi penurunan yang signifikan dari 120 juta/bulan menjadi 40 juta/bulan. Padahal untuk target saat pandemi mencapai 200 juta/bulan. Paguyuban Batik Giriloyo akan segera berbenah sebagai upaya memperluas informasi dan pemasaran. Sebelumnya Paguyuban Batik Giriloyo memiliki laman *web*, namun sudah beberapa tahun ini sudah tidak aktif. Selain itu, pembaharuan tentang menu atau tampilan tidak menunjukkan perubahan dari sebelumnya. Oleh karena itu, nantinya *web* akan diolah oleh seorang khusus. Sedangkan pada media sosial *Instagram*,

tiap kelompok kecil pada umumnya memiliki sendiri-sendiri, tidak upaya penyatuan diantara akun-akun kelompok kecil tersebut.

“...Ya sebenarnya yang paling urgent itu ya pemasaran.” (I1/W1/13/94)

“...Informasi tentang paguyuban batik Giroloyo tentang bagaimana Paguyuban Batik Giriloyo biar orang lebih tau ciri khasnya dari batik Giriloyo...” (I1/W1/14/104-106)

Terjadinya pandemi covid-19 omset hasil penjualan pun menurun dan wisatawan yang berkunjung juga menurun cukup signifikan. Hal tersebut disebabkan adanya pembatasan waktu yang tidak seperti biasanya. Seperti pengurangan jam buka wisata atau galeri. Selain itu, sasaran pasar yang mengarah pada menengah ke atas saja dapat menjadi sebab penurunan omset. Pada situasi saat ini, sejumlah pekerja diberhentikan atau terjadi pemotongan gaji yang juga berdampak pada pembelian batik.

Temuan penelitian muncul beberapa hal terkait dengan strategi pemasaran dan kesejahteraan paguyuban. Sebelum pandemi, Paguyuban Batik Giriloyo memasarkan batiknya secara langsung dengan media *gazebo*. Kegiatan tersebut sejalan dengan konsep pemasaran langsung yakni penjualan tatap muka yang *men-display* kain batik hasil dari kelompok-kelompok kecil, serta promosi melalui saluran online, yaitu *website*. Selain itu aktivitas promosi penjualan yang dilakukan paguyuban ialah mengadakan kegiatan atau acara berskala besar, seperti membatik diatas selendang sepanjang 1200 meter dikerjakan oleh masyarakat dalam waktu satu hari. Aksi tersebut tercatat dalam pemberitaan serta memecahkan Rekor MURI.

Pandemi covid-19 pun memaksa Paguyuban Baik Giriloyo menerapkan digitalisasi strategi pemasaran dengan *digital marketing*. Melalui cara tersebut, konsumen dapat memperoleh sejumlah informasi dari katalog atau sosial media dan hanya bermodal *smartphone* yang mereka miliki. Pengoptimalan pemasaran secara digital diharapkan mampu berperan penting untuk mengurangi dan memutus rantai penyebaran Covid-19. Paguyuban Batik Giriloyo diharuskan cepat beradaptasi dengan kondisi pandemic seiring dengan diberlakukannya *social distancing*. Hal tersebut sudah

pasti menjadi manuver besar dalam tren perilaku konsumen dalam berbelanja.

Periklanan melalui media sosial juga dapat memangkas biaya pemasaran. Penggunaan iklan di beragam sosial media sehingga jangkauan pasar pun menjadi sangat luas. Paguyuban Batik Giriloyo sebenarnya tidak hanya menjangkau daerah sekitar saja, tetapi dapat memperluas pasar secara global yang menjangkau akses internet. Melalui iklan di sosial media, sangat memungkinkan pengurus Paguyuban Batik Giriloyo untuk berkomunikasi secara langsung dengan pembeli melalui konten yang disajikan. Hal tersebut dilakukan terutama lewat komentar di *website*, pesan, *review*, dan *posting* media sosial. Iklan di sosial media sangat membantu Paguyuban Batik Giriloyo untuk meningkatkan brand awareness.

Kotler (dalam Hendika, 2015) mendefinisikan promosi sebagai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya. Hal tersebut dilakukan dengan cara membujuk dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut (dalam Hendika, 2015). Paguyuban Batik Giriloyo dalam memperkenalkan atau mempromosikan produknya, menggunakan beberapa cara atau konsep yang meliputi iklan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Strategi pemasaran Paguyuban Batik Giriloyo menggunakan beberapa media iklan seperti brosur dan kartu nama. Sejauh ini, Batik Giriloyo dirasa minim memasarkan produknya.

Digital marketing adalah saluran pemasaran yang semakin populer karena dapat menghadirkan iklan secara lebih fleksibel. Digital marketing juga didukung dengan perangkat selular yang lebih canggih, berbeda dengan era terdahulu seperti pesan pendek (SMS), layanan berdasarkan lokasi, dan lain-lain (Bart, Stephen, & Sarvary, 2014; Muk & Chung, 2015). Layanan-layanan baru era digital marketing penting untuk mendukung berbagai bentuk promosi seperti iklan, pemasaran media sosial, hingga jelang pemungutan suara (Aladwani & Dwivedi, 2018; Shiau, Dwivedi, & Yang, 2017). Pertumbuhan dalam perangkat selular juga telah menciptakan jalur pemasaran baru dan jenis iklan online bagi pengguna ponsel (Gutierrez, O’Leary, Rana, Dwivedi, & Calle, 2018; Shankar et al.,

2016; Lin, Paragas, Goh, & Bautista, 2016). Kelebihan-kelebihan itu yang membuat para pelaku usaha untuk mencapai sasaran dan memperoleh efektivitas yang lebih besar (Lu, Wu, & Hsiao, 2019).

Kemajuan teknologi informasi yang tercermin dari perkembangan komputer dan internet, maka konsumen dapat memperoleh banyak informasi dengan hanya menggunakan yang disebut *computer multimedia* (Ustadiyanto, 2002). Ketika mengakses sosial media ataupun *website* dari Paguyuban Batik Giriloyo calon pembeli akan mendapatkan informasi sebelum mereka berkunjung. Informasi tersebut juga akan menumbuhkan ketertarikan dari konsumen. Bermunculannya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. *Marketplace online* yang marak digunakan akhir-akhir ini adalah, sosial media seperti Facebook, Twitter, Instagram (Edy & Tiningrum, 2015; Nurgayatri, 2016), kemudian *website retailer* seperti Mataharimall.com, Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Lazada dan sebagainya (Furkonudin et al., 2016; Lin et al., 2017). Peluang terhadap media sosial tidak berhenti hanya pada usaha produk. Usaha jasa maupun pariwisata juga mulai menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana untuk menarik perhatian masyarakat untuk menggunakan atau mendatangi destinasi objek wisatanya. (Indika & Jovita, 2017).

Menurut Jefkins (dalam Lukitaningsih, 2013) iklan merupakan media informasi yang dibuat sedemikian rupa agar dapat menarik minat khalayak, orisinal, serta memiliki karakteristik tertentu dan persuasive. Sehingga para konsumen atau khalayak secara suka rela terdorong untuk melakukan sesuatu tindakan sesuai dengan yang diinginkan pengiklan. Kurangnya informasi membuat masyarakat umum menganggap bahwa Batik Giroloyo merupakan batik yang mahal. Di Paguyuban Batik Giriloyo Bantul, harga sebuah barang memiliki pesan tentang makna batik, proses pembuatan batik, berapa lama proses pembuatannya, hingga tingkat kerumitannya. Di era pandemi, Paguyuban Batik Giriloyo mengalami penurunan omset penjualan dan terhambat dalam memasarkan produknya.

Kondisi pandemi membuat mereka harus putar strategi untuk menembus *marketplace* secara *online*. Strategi yang cocok untuk konsisi ini adalah dengan iklan dan publikasi. Paguyuban

dapat memamerkan produk dan men-*display* produk-produknya melalui *platform online*. Hal tersebut karena peningkatan pembelian masyarakat secara *online* atau melalui *marketplace* pada saat pandemi. Oleh sebab itu, perlunya peneliti menambah pemasaran melalui *online* atau *marketplace* agar dapat menambah omset penjualan Paguyuban Batik Giriloyo.

Pemanfaatan *website* atau sosial media dalam pemasaran belum optimal. Berkaitan hal tersebut pengurus Paguyuban Batik Giriloyo terutama divisi pemasaran dituntut untuk lebih mengoptimalkan dan memanfaatkan kembali *website* yang tersedia. Hal tersebut dilakukan dengan menambahkan e-katalog yang membuat konsumen lebih mudah untuk mendapatkan informasi-informasi mengenai Batik Giriloyo, baik mengenai motif harga, denah lokasi, ataupun paket wisata yang ditawarkan di Paguyuban batik Giriloyo. Keterlibatan anak muda untuk mengelola sosial media dan website juga penting agar strategi tersebut dapat segera menunjang penjualan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) mengemukakan bahwa rencana yang menjelaskan harapan perusahaan mengenai dampak aktivitas atau terhadap permintaan produk di pasar adalah definisi dari strategi pemasaran. Sedangkan menurut Kolter (2004) strategi pemasaran adalah pola pikir tentang pemasaran yang digunakan guna tercapainya tujuan pemasaran. Strategi tersebut berisi tentang strategi spesifik mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya pengeluaran pemasaran. Definisi lain dari strategi pemasaran ialah rencana ekspektasi perusahaan yang memberikan hasil dari berbagai aktivitas atau program pemasaran pada permintaan produk di pasar tertentu (Tjiptono & Chandra, 2012). Teori tersebut membuktikan bahwa kemajuan teknologi untuk mengurangi pengangguran kerja serta semakin baiknya perekonomian masyarakat. Sehingga, strategi pemasaran yang dilakukan Paguyuban Batik Giriloyo diharapkan dapat memajukan objek wisata serta peningkatan omset dalam penjualan produk. Hal tersebut diharapkan semakin banyak produk terjual maka semakin sejahtera produsen yang tergabung dalam Paguyuban Batik Giriloyo.

Dari segi internal, motivasi kognitif penjual berupa keinginan untuk memecahkan masalah juga merupakan komponen krusial

terlebih di masa pandemi ini. Kompetitor yang bertebaran di *marketplace* membuat Paguyuban Batik Giriloyo harus memiliki strategi yang baik dan motivasi yang kuat agar paguyuban tetap eksis. Tidak hanya itu, motivasi kognitif perlu dimiliki Paguyuban Batik Giriloyo agar terhindar dari kebangkrutan. Kemampuan atau keyakinan yang dimiliki seseorang dapat berefek kepada besar atau kecilnya minat dalam memulai atau menjalankan bisnis. Intensitas minat ini kemudian dipercaya dapat menunjang efektifitas dan keberhasilan suatu wirausaha/bisnis. Keinginan Paguyuban Batik Giriloyo untuk mengembangkan diri juga berhubungan nyata dengan penggunaan berbagai sumber media dan publikasi.

Secara umum aspek motivasi kognitif mempunyai hubungan yang dengan penggunaan sumber informasi dan publikasi (Indika & Jovita, 2017). Semakin banyak wirausahawan yang menyatakan motivasi kognitifnya untuk menggunakan suatu sumber informasi, semakin banyak pula konsumen yang menggunakan sumber informasi tersebut (Indika & Jovita, 2017). Hal tersebut karena pada hakekatnya manusia mempunyai naluri untuk selalu memenuhi kebutuhan. Apabila konsumen mempunyai keinginan dasar yang harus terpenuhi, maka ia akan terdorong untuk secara aktif dengan mencari dan memanfaatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Kusuma, 2015). Kemudian bagi pelaku usaha, ketidakterkaitan antara motivasi kognitif dengan penggunaan media untuk iklan, kemungkinan disebabkan karena tidak semua wirausahawan yang menggunakan media tersebut. Hal tersebut dapat dilandasi oleh motivasi kognitif tertentu, seperti pelaku usaha yang sudah usia lanjut (Widiawati & Shalahuddin, 2019; Susilowati & Nuraini, 2017). Penggunaan media tersebut biasanya karena rutinitas untuk berkomunikasi, mengisi waktu luang, atau untuk hiburan (Widiawati & Shalahuddin, 2019). Kelangkaan SDM yang handal dalam mengelola teknologi informasi merupakan sebuah bidang yang baru sedangkan teknologi informasi ini sangat berpengaruh terhadap kepentingan strategi pemasaran suatu bisnis (Yusriadi, 2018). Kendati demikian, para anggota Paguyuban Giriloyo masih familiar dengan media sosial meski belum terlalu ahli mengoperasikan untuk promosi usaha.

Pada saat pelaku usaha melakukan pengembangan usahanya, baik untuk pemula ataupun yang sudah berpengalaman, kemampuan pengembangan tersebut menjadi peran yang krusial terhadap keberhasilan usaha yang dijalankannya. Kemampuan tersebut tentunya melalui proses jatuh-bangun saat melakukan kegiatan wirausaha. Sedangkan digital marketing menjadi salah satu strategi krusial dan ugen dalam melakukan pemasaran yang tepat untuk saat ini. Hal tersebut tentunya didasari dengan pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengoperasikan segala bentuk infrastruktur digital yang semakin canggih dan berkembang. Hal tersebut juga dapat berimplikasi terhadap pemanfaatan peluang digital dalam mengelola bisnis untuk mencapai profit penjualan produk melalui berbagai *platform* digital marketing.

Paguyuban Batik Giriloyo mengandalkan pemasaran dengan gaya komunikasi, yakni interaksi antara pengunjung atau wisatawan dengan pengurus dan orang-orang di paguyubannya yang pada akhirnya menjadikan adanya transaksi pembelian. Pada pandemi ini, paguyuban menjadi kesulitan untuk memasarkan produknya karena pengunjung tidak dapat datang ke area Paguyuban secara langsung. Paguyuban yang belum siap dengan keadaan tersebut dan mengalami kemerosotan omset tahunan dikarenakan belum memiliki *platform-platform* media sosial yang menunjang pemasaran.

Paguyuban Batik Giriloyo memiliki web sejak lama, namun jika berkunjung ke lamannya, maka akan sangat terlihat bahwa web tersebut tidak pernah diperbarui. Isi dari web tersebut pun lebih banyak mengenai wisata batiknya, bukan produknya. Pada masa-masa pandemi ini, wisatawan yang berkunjung dapat dihitung dengan jari saja, tidak seperti hari-hari biasanya. Paguyuban Batik Giriloyo yang pada awalnya fokus pada sektor wisatanya menjadi harus lebih banyak berfokus pada penjualan Batik. Penjualan yang biasanya hanya dilakukan ketika wisatawan berkunjung pun harus diubah dengan melalui *online*.

Setelah dilakukan proses ambil data dengan melalui wawancara, didapati bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh Paguyuban Batik Giriloyo adalah penurunan omset karena covid-19. Kondisi pandemi membuat Paguyuban menutup aktivitas dari bulan Juli dan

baru duka kembali pada bulan Agustus. Kodisi tersebut menyebabkan penurunan omset yang drastis dan setiap bulannya, pendapatan yang didapatkan kurang lebih 200 juta/ bulan. Hingga akhir tahun 2020, Paguyuban hanya mendapatkan pendapatan sebesar 40 juta rupiah.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan, didapati juga bahwa pemasaran dan promosi pada Paguyuban masih terlalu kurang efektif. Paguyuban hanya mengandalkan sistem temu jumpa dengan pembeli di lokasi. Pembeli batik biasanya adalah wisatawan yang datang mengunjungi paguyuban dan belajar membatik. Kemudian mereka akan mengunjungi galeri dan membeli batik. Pada situasi pandemi ini Paguyuban menjadi sedikit pemasukan karena pengunjung tidak datang dan melihat-lihat batik.

Sistem strategi pemasaran paguyuban Giriloyo memang efektif dalam sistem *offline*, namun di situasi pandemi ini tidak terlalu efektif. Guna mengatasi hal tersebut, Paguyuban perlu merubah gaya stategi pemasarannya agar terjadi penaikan pendapatan. Strategi yang di sarankan oleh penulis artikel ini adalah dengan publikasi dan pengiklanan. Pada masa pandemi seperti ini, *platform-platform online* sedang sangat ramai. Hal tersebut dapat dimanfaatkan Paguyuban Batik Giriloyo untuk merubah strategi pemasarannya. Semula hanya mengandalkan *offline* di tempat, sosial media belum berjalan, menjadi menghidupkan publikasi di *platform-platform* internet seperti *web*, *instagram*, bahkan e-katalog.

Perencanaan intervensi yang pertama adalah berusaha untuk menjalin hubungan yang baik sehigga pihak paguyuban terbuka dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis. Pada tahap selanjutnya, penulis akan melakukan sesi pemotretan pada produk-produk batik di Paguyuban guna dijadikan sebagai konten untuk mengisi *platform-platform* media sosial yang sudah dimiliki. Kemudian, melakukan penambahan platform sosial media yang belum tersertakan atau digunakan oleh Paguyuban Batik Giriloyo.

Intervensi dilakukan pada akhir bulan Desember. Pada hari itu penulis melakukan sesi pemotretan terhadap produk-produk batik yang berada di Galeri Paguyuban Batik Giriloyo. Penulis melakukan *photoshoot* produk-produk batik yang berada di paguyuban. Tujuan dari pemotretan ini adalah menjadikan bahan katalog untuk di

posting ke dalam *platform-platform* media sosial. Penulis membagi menjadi dua kategori berdasarkan arahan dari pengurus paguyuban, yaitu batik dengan pewarnaan alami dan batik dengan pewarnaan sintetis. Sesi pemotretan yang pertama adalah pada batik dengan pewarnaan alami. Penulis mengambil beberapa produk yang menarik kemudian memfoto produk tersebut dengan sebaik-baiknya. Sesi foto yang kedua adalah pada batik pewarna sintetis yang dilakukan sama seperti sesi pertama *photoshoot*. Penulis juga memfoto baju-baju yang *ter-display* di galeri Pahuyuban Batik Giriloyo.

Pemotretan dilakukan pada produk menjadikan bahan yang baik untuk di *upload* dan ditampilkan pada Katalog Online atau E-Katalog Paguyuban Batik Giriloyo. E-Katalog tersebut dapat melalui *platform* instagram ataupun Whatsapp Bisnis yang akhirnya menjadikannya lebih rapih dan lebih hidup. Hasil dari intervensi adalah bahan untuk Paguyuban Upload dan Posting pada E-Katalog agar menjadikannya lebih rapih dan hidup.

Era pandemi yang memaksakan paguyuban untuk melakukan segala kegiatan berbasis *onlien* menjadikan Paguyuban merubah stategi pemasaran. Paguyuban yang pada mulanya tidak memiliki akses yang memudahui untuk berjualan *online* pun pada akhirnya memiliki *platform-platfom* media sosial yang dapat menunjang pemasaran mereka. *Platform* yang digunakan sebagai Katalog Online atau E-Katalog seperti Web, Instagram ataupun Whatsapp Bisnis memerlukan bahan postingan. Penulis melakukan intervensi berupa *photoshot* produk-produk yang kemudian dilakukan untuk *posting* pada E- Katalog Paguyuban yang masih belum terdapat isinya.

Setelah penulis melakukan kunjungan hingga terlaksanakannya intervensi, penulis meyakini bahwa masih terdapat evaluasi yang dilakukan lebih lanjut. Paguyuban Batik ini sudah memiliki akses dan wadah yang baik untuk berjualan online, namun belum memiliki penggerak atau pengurus yang mewadahnya. Pengurus paguyuban mayoritas adalah ibu-ibu yang awal mulanya adalah buruh batik. Akan lebih baik jika Paguyuban Batik memiliki satu divisi tambahan yaitu Dokumentasi dan Publikasi. Didalamnya beranggotakan kaum muda yang mengerti teknologi dan dapat mengoperasikan *platform-platform* yang tersedia dengan baik.

C. SIMPULAN

Berdasarkan paparan diatas, dapat disimpulkan bahwa Paguyuban Batik Giriloyo hanya tersissa 12 kelompok pembatik saat ini. Paguyuban Batik Giriloyo dalam bidang pemasaran belum terlihat kenaikan omset dikarenakan kondisi pandemi yang turut mempersulit penjualan. Saat ini kondisi penjualan sekitar 20% dari kondisi pada umumnya. Selain itu, kurangnya bagian publikasi dan dokumentasi tentang Paguyuban Batik Giriloyo membuat wisata ini masih belum dikenal masyarakat. Guna meningkatkan pendapatan, Paguyuban Batik Giriloyo melakukan perombakan pemasaran yang berupa E-Katalog batik.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, maka penulis selanjutnya diharapkan hasil riset kali ini berpotensi untuk dikembangkan dengan berbagai hipotesa. Saran kepada Paguyuban Batik Giriloyo adalah agar menambah satu divisi, yaitu divisi publikasi dan dokumentasi guna menghidupkan media sosial. Dukungan selanjutnya oleh semua pihak agar inovasi dan kreativitas dalam rangka menjaga warisan budaya Indonesia dapat tetap eksis dan menjadi kebanggaan bangsa.

D. REFERENSI

- Aladwani, A. M., & Dwivedi, Y. K. (2018). Towards a theory of Socio-Citizenry: Quality anticipation, trust configuration, and approved adaptation of governmental social media. *International Journal of Information Management*, 43, 261–272.
- Arlita, M. N., & Muta'ali, L. (2014). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing industri batik tulis Giriloyo untuk mendukung pembangunan Wilayah di Desa Wukirsari, Imogiri, Bantul. *Jurnal UGM*. 3 (3).
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi pemasaran online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar. *Jurnal komunikasi KAREBA*, 7(2).
- Ayu. (2018). Transformasi digital sebagai uapaya adaptif dalam meningkatkan pendapatan di era disruption. *Skripsi*. UIN Alauddin Makassar.

- Azizah, S. N. (2013). Pengaruh motivasi usaha dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha pada usaha mikro pedagang sate di Desa Candiwulan Kecamatan Adimulyo Kebumen. *Jurnal Fokus Bisnis*, 12(1), 1-16.
- Bart, Y., Stephen, A. T., & Sarvary, M. (2014). Which products are best suited to mobile advertising? A field study of mobile display advertising effects on consumer attitudes and intentions. *Journal of Marketing Research*, 51(3), 270–285.
- Edy, I. C., & Tiningrum, E. (2015). Examining the model of the use of facebook effects on individual behavior (A Study to the Students of High Schools in Surakarta City). *Researchers World*, 6 (1), 59.
- Firdarini, K. C. (2019). Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Manajemen*, 6(1), 25-37.
- Furkonudin, Suryadi, E., & Darmanto. (2016). Evaluasi kualitas layanan website e-commerce blibli.com menggunakan metode webqual 4.0 terhadap keputusan pembelian online. *Semnasteknomedia Online*.
- Grewal, D., Bart, Y., Spann, M., & Zubcsek, P. P. (2016). Mobile advertising: A framework and research agenda. *Journal of Interactive Marketing*, 34, 3–14.
- Gutierrez, A., O’Leary, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Calle, T. (2018). Using privacy calculus theory to explore entrepreneurial directions in mobile location-based advertising: Identifying intrusiveness as the critical risk factor. *Computers in Human Behavior*.
- Hendika, D. W. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM Batik Diajeng Solo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29 (1).
- Hikmah, I. L. N. (2017). Peran kelompok pengrajin batik terhadap pengembangan Desa Wisata Batik Giriloyo. *E-Societas*, 6(5).
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.

- Junaid, I. (2016). Analisis data kualitatif dalam penelitian pariwisata. *Jurnal Kepariwisata*, 10(1), 62-63.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Prentice hall
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Hikmah Cipta Perkasajakarta. *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1).
- Lamberton, C., & Stephen, A. T. (2016). A thematic exploration of digital, social media, and mobile marketing: Research evolution from 2000 to 2015 and an agenda for future inquiry. *Journal of Marketing*, 80(6), 146–172.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Lin, T. T., Paragas, F., Goh, D., & Bautista, J. R. (2016). Developing location-based mobile advertising in Singapore: A socio-technical perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 103, 334–349.
- Lu, C. C., Wu, I. L., & Hsiao, W. H. (2019). Developing customer product loyalty through mobile advertising: Affective and cognitive perspectives . *International Journal of Information Management*, 47, 101-111.
- Lubis, A. N. (2014). *Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis*. Medan: USU Digital Library.
- McCarthy, J. E., & Perreault, W. D. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2010). *Mass Communication Theory*, 6th Edition. London: Sage Publication Ltd.

- Muhammad, M. (2016). Pengaruh motivasi dalam pembelajaran. *Lantanida Journal*, 4(2), 87-97.
- Muk, A., & Chung, C. (2015). Applying the technology acceptance model in a two-country study of SMS advertising. *Journal of Business Research*, 68(1), 1–6.
- Musianto, L. S. (2004). Perbedaan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kualitatif dalam metode penelitian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 123.
- Narto, N., & Gatot, B. H. M. (2020). Penguatan strategi pemasaran pudak di tengah pandemi Covid-19 untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha mikro kecil menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48-54.
- Nurlicahyanti, F. (2015). Model komunikasi pemasaran Paguyuban Batik Tulis. *Jurnal Aspikom*, 2(5), 304-313.
- Nurgayatri, A. R. (2016). Pengaruh promosi online pada media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen brand Elmeira. *Skripsi*. Universitas Telkom.
- Nordiana, E. (2014). Peran jejaring sosial sebagai media peningkat minat berwirausaha mahasiswa untuk berbisnis online. *Jurnal Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya Malang*.
- Patimah, K. (2015). Analisis biaya diferensial sebagai dasar pengambilan keputusan menjual atau memproses lebih lanjut produk untuk meningkatkan laba pada meubel UD. Sinar Jepara Nganjuk. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*.
- Prabowo, A., Utami, Y. S., & Simanjuntak, O. S. (2020). Revitalization of Batik Tulis Giriloyo Small Business After The Covid-19 Pandemic Through The Storytelling Approach. In *Proceeding of LPPM UPN "VETERAN" YOGYAKARTA Conference Series 2020–Political And Social Science Series*. 1(1), 127-132.
- Purnama, C., & Suyanto. (2010). Motivasi dan kemampuan usaha dalam meningkatkan keberhasilan usaha industri kecil (Studi pada industry kecil sepatu di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 12(2), 177-184.
- Putra, E. K. (2018). Frekuensi Dan Faktor Risiko Dermatitis Kontak Akibat Kerja Pada Pekerja Batik Di Kampung Batik Giriloyo,

- Bantul. *Skripsi*. Universitas Kristen Duta Wacana.
- Setyaningsih, D. (2016). Kajian Estetika Batik Tradisi di Desa Giriloyo, Wukirsari, Bantul, Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret.
- Setyawati, N. (2015). Motif masyarakat Surabaya dalam menonton acara berita criminal Kecrek MHTV. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(1), 1-10.
- Shankar, V., Kleijnen, M., Ramanathan, S., Rizley, R., Holland, S., & Morrissey, S. (2016). Mobile shopper marketing: Key issues, current insights, and future research avenues. *Journal of Interactive Marketing*, 34, 37–48.
- Shareef, M. A., Mukerji, B., Alryalat, M. A. A., Wright, A., & Dwivedi, Y. K. (2018). Advertisements on Facebook: Identifying the persuasive elements in the development of positive attitudes in consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 258–268.
- Shiau, W.-L., Dwivedi, Y. K., & Yang, H.-S. (2017). Co-citation and cluster analyses of extant literature on social networks. *International Journal of Information Management*, 37(5), 390–399.
- Suryantini, H. (2003). Kebutuhan informasi dan motivasi kognitif penyuluh pertanian serta hubungannya dengan penggunaan sumber informasi (Kasus di Kabupaten Bogor, Jawa Barat). *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 12 (2), 33-41.
- Susilowati, D., & Nuraini, I. (2017). Pendampingan usaha kelompok lansia mandiri. *Seminar Nasional dan Gelar Produk*, 944-951.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Triwulandari, N., & Zaidah, L. (2019). Hubungan Usia Dan Durasi Lama Duduk Dengan Keluhan Nyeri Punggung Bawah Pada Pembatik Dikampung Batik Giriloyo. *Jurnal Ilmiah Fisioterapi (JIF)*, 2(2), 80-92.
- Umami, L. (2017). Strategi Pengelolaan Wisata Edukasi Batik Tulis Pada Paguyuban Batik Giriloyo Imogiri. *Disertasi*. PPS ISI Yogyakarta.
- Ustadiyanto, R. (2002). *Strategi Serangan Internet Marketing*. Yogyakarta: Andi.

- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(2).
- Wening, S., Khayati, E. Z., & Suprihatin, S. E. Y. (2013). Pengembangan produk dan strategi pemasaran busana Batik Bantulan dengan Stilasi Motif Ethno Modern. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18(1).
- Wibowo, D. H., & Arifin, Z. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 59-66.
- Widarko, A., & ABS, M. K. (2019). Strategi pemasaran usaha budidaya ikan Lele dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Studi kasus di Desa Podang Kecamatan Brondong Kabupaten Lamongan). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(16).
- Widiawati, K., & Shalahuddin. (2019). Pemberdayaan lansia untuk peningkatan perekonomian melalui socio preneur ibu-ibu PKK. *Ikhraith-Abdimas*, 2(3) 108-118.

DESA DAN KEDAULATAN PANGAN (STUDI AKTIVITAS MASYARAKAT DESA DI MASA PANDEMI COVID-19)

Tri Muryani, Lisa Aditia Putra

Prodi Sosiologi, UIN Sunan Kalijaga

Email: trimulyani628@gmail.com; lisaaditiaputra@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah mengubah tatanan kehidupan masyarakat. Kebijakan normal baru dengan instruksi mematuhi protokol kesehatan mengubah interaksi baik pendidikan, sosial maupun ekonomi. Menjaga jarak, memakai masker, tidak berkerumun, dan bahkan beberapa peraturan pembatasan sosial yang baru-baru ini dinamakan sebagai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Upaya ini semata-mata bertujuan untuk menekan angka kenaikan kasus Covid-19 yang semakin hari semakin meningkat.

Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 15 Tahun 2021 Tentang PPKM Darurat di wilayah Jawa dan Bali meliputi beberapa peraturan pembatasan, antara lain: kegiatan belajar di sekolah maupun perguruan tinggi yang dilakukan secara online. Kedua, pelaksanaan kegiatan pada sektor non esensial diberlakukan 100% (seratus persen) *Work From Home* (WFH). Selain belajar dan bekerja dari rumah, PPKM juga mengatur tempat ibadah, fasilitas umum, tempat wisata, kegiatan kesenian, untuk ditutup sementara. Serta beberapa peraturan pembatasan interaksi masyarakat (Kemendagri, 2021). Kebijakan ini tidak semata-mata hanya akan berdampak bagi

kesehatan masyarakat dalam hal ini menekan angka penularan Covid-19 namun juga berdampak pada ekonomi masyarakat. Bagaimana kemudian masalah ini bisa diatasi? Mana yang harus didahulukan, ekonomi atau kesehatan?

Pertanyaan ini menjadikan pro-kontra di masyarakat kita. Di sisi lain angka kenaikan Covid-19 per-tanggal 4 Juli 2021 (dilansir CNN Indonesia) mencapai 2.397.397 kasus positif, 62.908 kasus meninggal dan 1.973.388 kasus sembuh. Kasus kematian juga semakin hari semakin naik. Namun fakta lain menunjukkan banyaknya masyarakat yang kebingungan karena kehilangan pekerjaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh LIPI, terjadi gelombang Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan penurunan pendapatan buruh/karyawan/pegawai selama masa PSBB (yang sekarang namanya berganti menjadi PPKM) di Indonesia. Persentase PHK buruh/pegawai/karyawan di Indonesia pada akhir April 2020 sebesar 15,6 persen yang terdiri dari 1,8 persen PHK dengan pesangon dan 13,8 persen PHK tanpa pesangon (Ngadi, *et al.*, *Jurnal Kependudukan Indonesia*, Februari 2020: 43).

Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan per 20 April 2020, tercatat data total perusahaan, pekerja atau buruh formal dan tenaga kerja sektor informal yang terdampak Covid-19, itu sektor formal yang dirumahkan dan di PHK ada 84.926 perusahaan, Sedangkan untuk jumlah pekerja atau buruh berjumlah 1.546.208 orang. Sementara, untuk sektor informal yang terdampak, ada 31.444 perusahaan yang harus merumahkan karyawan, dengan jumlah pekerja terkena PHK mencapai 538.385 orang. Jadi totalnya antara sektor formal dan sektor informal, perusahaannya ada 116.370, dan Jumlah pekerjanya ada 2.084.593 orang. Fakta ini menunjukkan bahwa, baik kesehatan maupun kestabilan ekonomi menjadi dua hal yang sama-sama penting.

Tulisan ini akan membahas bagaimana desa-desa di Indonesia sebenarnya memiliki peran yang cukup penting untuk membantu pemerintah dalam menangani Pandemi Covid-19. Desa bisa menjadi lumbung pangan, desa juga bisa mencontohkan nilai-nilai gotong royong dan persatuan di masa pemberlakuan PPKM dan banyaknya masyarakat yang di PHK.

B. DEFINISI DESA

Desa merupakan wilayah yang memiliki wewenang untuk mengurus dan mengatur warganya. Hal ini tertuang pada Undang-undang No 32 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah. Secara definitif, desa memiliki Otonomi untuk mengatur wilayahnya sendiri. Otonomi desa tidak terlepas dari asal usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Bagaimanapun, beragamnya adat istiadat yang dimiliki desa di Indonesia menjadi kunci kedaulatan pangan bagi bangsa ini.

Peraturan Pemerintah Dalam Negeri (Permendagri) 137/2017 menyebutkan bahwa jumlah desa di Indonesia sebanyak 74.957 desa (Abdulsalam, <https://tirto.id/saat-bayak-kelurahan-ingin-jadi-desa-demi-dapat-dana-desa-dj6y>, akses 24 Maret 2019). Jumlah ini bertambah 203 desa dalam dua tahun ke belakang. Dilihat dari banyaknya jumlah desa, Indonesia memiliki potensi pembangunan yang cukup besar. Keberadaan desa menjadi perhatian sejak adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2005 Tentang Kelurahan, serta Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 66 Tahun 2007 tentang Perencanaan Pembangunan Desa.

Peraturan Pemerintah Dalam Negeri (Permendagri) 137/2017 menyebutkan bahwa jumlah desa di Indonesia sebanyak 74.957 desa. Jumlah ini bertambah 203 desa dalam dua tahun ke belakang. Dilihat dari banyaknya jumlah desa, Indonesia memiliki potensi pembangunan yang cukup besar. Keberadaan desa menjadi perhatian sejak adanya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2005 Tentang Kelurahan, serta Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 66 Tahun 2007 tentang Perencanaan Pembangunan Desa.

Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 2005 tentang desa, Pembentukan desa hanya berdasarkan Indikator jumlah penduduk. Indikator ini berdasarkan pulau dan langsung menjadi desa definitif. Dalam UU Desa Nomor 6 Tahun 2014 yang baru, indikator jumlah penduduk tidak hanya menurut pulau, tetapi lebih terperinci

dengan syarat jumlah penduduk lebih besar dari jumlah penduduk sebelumnya. Jika sebelumnya cukup dengan jumlah penduduk 2.500 orang, dengan UU Desa wajib 4.500 orang (Sumodiningrat, 2016).

Pitirim A. Sorokin menyatakan bahwa desa memiliki karakter yang berbeda dengan daerah perkotaan. Misalnya dalam hal mata pencaharian, tingkat kepadatan, ukuran komunitas, diferensiasi sosial dan interaksi sosial. Sedangkan menurut Bergel, desa digambarkan sebagai pemukiman para petani. Tetapi selain itu, ada beberapa desa yang sebagian menjadi petani maupun pedagang. Definisi tentang desa melahirkan pemikiran tentang desa sebagai masyarakat yang masih bersahaja dan kota adalah gambaran masyarakat yang sudah maju dan lebih modern (Muryanti, t.t.). Masih luasnya lahan pertanian, membuat desa menjadi suatu wilayah yang memiliki potensi khususnya bagi masyarakat.

Desa memiliki potensi alam yang luar biasa. Sayangnya, potensi yang ada belum sepenuhnya disadari oleh masyarakat secara luas. Sebagian besar masyarakat memilih untuk meninggalkan kampung halamannya dan berbondong-bondong pergi ke ibu kota hanya untuk mencari pekerjaan. Fakta ini juga dilansir oleh website resmi [www.worldbank.org](http://documents.worldbank.org/curated/en/190041468051239647/Membangun-kota-berkelas-dunia-yang-mampu-bersaing-dan-layak-huni) (<http://documents.worldbank.org/curated/en/190041468051239647/Membangun-kota-berkelas-dunia-yang-mampu-bersaing-dan-layak-huni>, akses 2010) bahwa Indonesia tengah mengalami perubahan bersejarah dan menjadi ekonomi perkotaan. Teori sosiologi klasik mengenai modernitas, beberapa tokoh sosiologi barat telah mengemukakan beberapa pendapatnya mengenai hal ini. Weber memandang modernitas sebagai ekspansi rasionalitas formal dengan mengorbankan jenis-jenis rasionalitas lain dan akibatnya ialah memunculkan kerangkeng besi rasionalitas. Tentu saja, Weber mengakui adanya manfaat kemajuan rasionalitas masyarakat misalnya manfaat organisasi bila dibandingkan dengan organisasi sebelumnya (Ritzer, dalam Bunga Rampai Braindilog, 2016: 56). Weber menggambarkan kondisi kapitalisme dan masyarakat Jerman sebagai berikut:

Ledakan dahsyat kompetisi kapitalistik modern membentur arus konservatif yang menentang dalam budi daya pertanian, dan ini jelas mengangkat kapitalisme yang meningkatkan arus tandingan

di negara-negara beradab lama. Pemanfaatan tanah sebagai investasi modal dan merosotnya suku bunga sehubungan dengan evaluasi sosial tradisional tanah-tanah pedesaan, mendongkrak harga tanah hingga sedemikian tinggi (Weber, Nurkholis, 2009).

Di antara tiga pendiri sosiologi modern, Weber yang paling jelas melihat arti penting dalam perkembangan sosial modern dan menggunakannya untuk menguraikan fenomenologi modernitas (Giddens, 2017). Orang bisa mengatakan bahwa fenomena, proses dan perilaku sosial benar-benar postmodern ketika mereka berasal dari modernitas. Misalnya, peramalan akan kemungkinan terhadap perkembangan kapitalisme dan ekonomi modern (Agger, 2016). Pemerintah melalui Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi memiliki empat program prioritas untuk mempercepat pembangunan di desa. Empat program prioritas tersebut ialah PruKaDes (Produk Unggulan Kawasan Perdesaan), Embung Desa, BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dan Sarana Olahraga Desa. Pemerintah dalam hal ini mengalokasikan anggaran dana desa untuk mempermudah desa menjalankan keempat program prioritas tersebut. Tahun 2019, pemerintah mengalokasikan Rp70,0 triliun untuk desa (Kemenkeu, <https://www.kemenkeu.go.id/apbn2019>, akses 2019).

C. AKTIVITAS MASYARAKATA DESA DI MASA PANDEMI

Desa memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa. Beberapa kegiatan masyarakat desa misalnya dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Pawon Gendis. Salah satu kelompok wanita tani di Kabupaten Kulon Progo yang berdiri dari tahun 2013 (Tensi, Skripsi, 2017: 89-99). Kelompok ini mampu membangun pangan lokal. Konsep yang diangkat ialah kearifan lokal. KWT Pawon Gendis mengelola potensi yang ada di lingkungannya sendiri baik sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Beberapa bahan baku pangan yang dihasilkan ialah daun pegagan, bonggol pisang, kulit pisang, pongge (biji durian). Bahan baku yang awalnya tidak digunakan atau biasanya dibuang oleh masyarakat, kemudian diolah menjadi sesuatu. Gerakan yang dibangun juga merupakan gerakan akar rumput, bukan gerakan *Top Down* dari bantuan pemerintah.

Inisiatif perempuan-perempuan terhadap potensi lingkungan sekitar menjadi kekuatan untuk membangun pangan lokal.

Gerakan seperti ini juga dilakukan di Desa Lumban Suhi Suhi Toruan, Kabupaten Samosir, Sumatera Utara. Stella Florensia selaku ketua PKK Desa memiliki gerakan membuat apotek hidup dan lumbung pangan di desa (Florensia, wawancara, Mei 2020). Warung hidup yang dimaksud disini adalah teknik memanfaatkan lahan di depan rumah dengan menanam bahan makanan pokok. Beberapa tanaman yang ditanam dalam warung hidup ini antara lain ialah cabe, jahe, ubi, sereh dan lain-lain. PKK menjadi wadah gerakan untuk memberdayakan ibu-ibu di desa ini. Kegiatan ini juga didukung oleh suaminya, Raja Simarmata (32 tahun) selaku Kepala Desa. Gerakan warung hidup ini menjadi salah satu respon dari penanganan Covid-19. Selain warung hidup sebagai pemenuhan kebutuhan pokok, ia juga membuat wastafel portable, memproduksi masker sendiri yang dibagikan kepada warga, dan melakukan sterilisasi beberapa tempat di desa dengan penyemprotan disinfektan. Hal ini menjadi bentuk penanganan secara preventif desa dalam menghadapi pandemic covid-19.

Gerakan warung hidup juga dilakukan di Desa Ciawigajah, Kecamatan Beber, Kabupaten Cirebon. PKK di desa ini bermitra dengan puskesmas terkait program tanaman Toga. Lahan sebanyak 50 bata diberikan oleh pemerintah desa untuk program ini. Beberapa tanaman antara lain adalah jahe, lengkuas, sereh, dan tanaman obat tradisional lainnya. Sebagai bentuk pemenuhan gizi, PKK juga menanam daun katuk yang bisa dikonsumsi oleh ibu-ibu hamil di desa ini melalui program *Gerakan Pagar Rumah dengan Pohon Katuk (Geprak)* (Setiawati, wawancara, 25 November 2019). Gerakan menanam diharapkan mampu menjadi solusi dari pemenuhan kebutuhan makanan pokok bagi anggota keluarga masing-masing. Apabila panen berlebih, maka sebagian hasil panen akan dijual ke warung atau tetangga yang ingin membelinya. Bertanam dan memanfaatkan lahan bisa menjadi solusi masalah ekonomi, terutama pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan makanan pokok.

Menanam menjadi salah satu alternatif permasalahan ekonomi di tengah pandemi. Selain itu, secara lebih luas, desa bisa

menciptakan lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan potensi sumber daya alamnya. Misalnya yang dilakukan oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Desa Ciawigajah. Beberapa catatan usaha yang berhasil dikelola ialah Air Minum Dalam Kemasan, persoalan sampah rumah tangga, peternakan, hingga target ke depan memanfaatkan lahan sebagai tempat wisata bagi pengunjung dengan menyediakan beberapa fasilitas seperti embung, tanaman organik, dan sejumlah fasilitas bagi wisatawan (Muryani, Skripsi, 2021). Selain ekonomi, beberapa nilai yang ada di desa juga bisa diadaptasi dan diimplementasikan saat menghadapi pandemi ini. Salah satunya yakni nilai gotong royong.

Gotong royong menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat, nilai ini masih sangat kuat diimplementasikan terutama oleh masyarakat pedesaan. Horton dan Hunt (dalam Setiadi dan Kolip, 2011, hlm.119) menjelaskan 'nilai adalah gagasan tentang apakah pengalaman itu berarti atau tidak, nilai pada hakikatnya mengarahkan perilaku dan pertimbangan seseorang, tetapi ia tidak menghakimi sebuah perilaku tertentu salah atau benar, nilai merupakan bagian penting dari kebudayaan. Masyarakat yang hidup bersama, tentunya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor geografis, faktor lain yang mempengaruhi seperti kekuasaan, identitas dan rasa solidaritas dalam masyarakat didukung oleh sistem nilai yang berlaku pada suatu masyarakat tertentu, sebab nilai menjadi dasar untuk menyatukan sebuah kelompok dalam kehidupan bermasyarakat (Erdiana, et.al., <https://doi.org/10.17509/sosietas.v6i1.2871> akses 2016).

Emile Durkheim membagi solidaritas menjadi 2. Pertama, Solidaritas Mekanik. Pada hakikatnya solidaritas ini mengarahkan perilaku dan pertimbangan seseorang, tetapi ia tidak menghakimi sebuah perilaku tertentu salah atau benar, nilai merupakan bagian penting dari kebudayaan. Masyarakat yang hidup bersama, tentunya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor geografis, faktor lain yang mempengaruhi seperti kekuasaan, identitas dan rasa solidaritas dalam masyarakat didukung oleh sistem nilai yang berlaku pada suatu masyarakat tertentu, sebab nilai menjadi dasar untuk menyatukan sebuah kelompok dalam kehidupan bermasyarakat. Kesadaran kolektif menjadi kunci dalam solidaritas ini.

Kedua, solidaritas organik. hakikatnya mengarahkan perilaku dan pertimbangan seseorang, tetapi ia tidak menghakimi sebuah perilaku tertentu salah atau benar, nilai merupakan bagian penting dari kebudayaan. Masyarakat yang hidup bersama, tentunya tidak hanya dipengaruhi oleh faktor geografis, faktor lain yang mempengaruhi seperti kekuasaan, identitas dan rasa solidaritas dalam masyarakat didukung oleh sistem nilai yang berlaku pada suatu masyarakat tertentu, sebab nilai menjadi dasar untuk menyatukan sebuah kelompok dalam kehidupan bermasyarakat (Ritzer, 2012).

D. DESA DAN KEDAULATAN PANGAN

Konsep dasar kedaulatan pangan di ialah: ketersediaan, stabilitas, akses dan penggunaan pangan. Ketersediaan pangan dan stabilitas merupakan aspek ketahanan pangan di tingkat makro sedangkan akses pangan dan penggunaan pangan adalah aspek ketahanan pangan di tingkat mikro. Terpenuhinya kondisi masing-masing aspek ini secara simultan adalah syarat mutlak untuk terwujudnya ketahanan pangan yang mantap (Buletin Jendela, 2015). Sedangkan dalam konsep kedaulatan pangan, produksi pangan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih dari itu (*surplus*). Berdasarkan hasil FSVA 2019 terdapat 345 kabupaten (83%) dan 93 kota (95%) termasuk dalam kategori tahan pangan. Secara total, 438 kabupaten/kota dari total 514 kabupaten/kota termasuk tahan pangan. Jumlah kabupaten/kota ini meningkat secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (BKPK, *Bkp. Pertanian.go.Id* akses 2019). Kedaulatan pangan menjadi cita-cita bersama dan ini bisa dimulai dari desa. Selain soal pangan, nilai gotong royong dan solidaritas masyarakat desa juga bisa menjadi acuan untuk menghadapi masalah saat ini.

Dalam situasi pandemi seperti ini, gotong royong, solidaritas dan rasa persatuan menjadi kunci. Indonesia bisa bangkit dan menjawab tantangan kesehatan dan ekonomi dengan semangat persatuan. Faktanya, pandemi bukan hanya masalah pemerintah, tetapi menjadi masalah bersama, termasuk masyarakat. Namun begitu, pemerintah sebagai pemegang kekuasaan dan kebijakan bisa menggerakkan 74.957 desa di Indonesia untuk ikut terlibat untuk menjawab tantangan ini. Gerakan-gerakan kecil dari desa-desa

yang ada di Indonesia, mulai dari saling jaga, warga bantu warga, memaksimalkan potensi desa, dan lain sebagainya. Gerakan jangka panjang lain yang bisa dilakukan antara lain gerakan menanam seperti yang dilakukan oleh banyak desa sebagai contoh desa yang sudah tertulis pada sub-bab sebelumnya.

Kedaulatan pangan di Indonesia bisa dimulai dari desa. Cita-cita mengenai kedaulatan pangan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan; Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan; Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 2002 tentang Ketahanan Pangan; Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu, dan Gizi Pangan, serta konsep Nawacita Presiden Joko Widodo dalam hal kedaulatan pangan. Kedaulatan pangan tidak bersifat temporer saja, namun bersifat jangka panjang. Kedaulatan pangan akan mengeluarkan bangsa Indonesia dari ketergantungan terhadap negara lain. Sehingga, apabila terjadi pandemi seperti yang sedang terjadi, bangsa tidak lagi diperdebatkan manakah yang harus diatasi terlebih dahulu, kesehatan atau ekonomi.

E. SIMPULAN

Di masa pandemi, desa bisa menjadi ujung tombak bagi kedaulatan pangan. Dari desa, Indonesia bisa memproduksi bahan makanan pokok dan bahkan obat-obatan tradisional. Hal ini bisa terjadi karena luas lahan untuk pertanian di daerah pedesaan lebih luas dibanding daerah perkotaan. Kota yang identik dengan gedung-gedung tinggi membuat lahan terbuka menjadi berkurang. Kedaulatan pangan berdasar pada konsep-konsep ketersediaan, stabilitas, akses dan penggunaan pangan yang mencukupi. Keamanan pangan merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Ketahanan dan kedaulatan pangan juga memiliki hubungan dengan ekonomi dan kesehatan masyarakat.

Beberapa desa dengan semangat ketahanan dan kedaulatan pangan misalnya dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Pawon Gendis. Salah satu kelompok wanita tani di Kabupaten Kulon Progo. Desa lain dengan semangat yang sama juga dilakukan oleh kelompok PKK Desa Lumban Suhi Suhi Toruan, Kabupaten Samosir,

Sumatera Utara. Desa ini tidak hanya menanam sayur-sayuran tetapi juga menanam obat-obatan tradisional seperti jahe, kunyit dan lain sebagainya. Di Desa Ciawigajah, gerakan menanam ini dinamakan sebagai program Apotek hidup. Gerakan ini diharapkan mampu melengkapi kebutuhan terutama untuk diri sendiri ketika membutuhkan pertolongan pertama saat sakit.

Selain kedaulatan pangan, desa juga menjadi daerah dengan semangat gotong royong dan persatuan yang tinggi. Solidaritas mekanik masyarakat desa akan memperkuat bangsa ini untuk bersama-sama menghadapi tantangan kesehatan dan ekonomi di masa pandemi seperti sekarang. Di masa pandemi, dengan kebijakan PPKM dan pembatasan sosial, tradisi gotong royong bisa diadopsi untuk membantu sesama warga. Gotong royong merupakan sebuah konsep yang sejatinya sudah dilakukan oleh masyarakat desa. Membantu sesama warga yang membutuhkan, menumbuhkan rasa persatuan, meringankan beban dengan mengerjakan bersama-sama menjadi nilai dari gotong royong.

F. REFERENSI

- Ani, Novia Tensi, 'Kearifan Lokal Dalam Membangun Pangan Lokal', *Skripsi Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, 53.9 (2017), 1689–99
- Anthony Giddens Penerjemah Nurhadi, *Konsekuensi-konsekuensi modernitas*, Cetakan Kelima (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2017).
- Ben Agger Penerjemah Nurhadi, *Teori Sosial Kritis*, Cetakan kesepuluh (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2016).
- BKPKP, *Situasi Ketahanan Pangan Dan Gizi Indonesia Tahun 2019*, Bkp. Pertanian.Go.Id (Jakarta, 2019)
- Buletin Jendela, *Ketahanan Pangan Di Indonesia* (Jakarta, 2015)
- Data World Bank, "Membangun Kota Berkelas Dunia yang Mampu Bersaing dan Layak Huni" (World Bank, 2010)
- George Ritzer, *Teori Sosiologi Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*, ed. by University of Maryland, Kedelapan (New York/Yogyakarta: McGraw-Hill/Pustaka Pelajar, 2012)

Gunawan Sumodininrat, *Membangun Indonesia Dari Desa*, Pertama (Yogyakarta: Media Presindo, 2016).

Husein Abdulsalam, "Saat Banyak Kelurahan Ingin Jadi Desa Demi Dapat Dana Desa," *Tirto.id*, 24 Maret 2019, "<https://tirto.id/saat-banyak-kelurahan-ingin-jadi-desa-demi-dapat-dana-desa-dj6y>.

Kemendagri, 'Instruksi Menteri Dalam Negeri Tentang Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Darurat Corona Virus Disease 2019 Di Wilayah Jawa Bali' (Indonesia, 2021), p. 6

Max Weber diterjemahkan oleh Noorkholis, *Max Weber Sosiologi Terjemahan*, Kedua (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009).

Meta Rolitia, Yani Achdiani, and Wahyu Eridiana, 'Nilai Gotong Royong Untuk Memperkuat Solidaritas Dalam Kehidupan Masyarakat Kampung Naga', *Sosietas*, 6.1 (2016)

Muryanti, M.A, *Pedesaan dalam putaran Zaman, Kajian Sosiologis Pertanian dan Pedesaan*, pertama (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, t.t.).

Ngadi, Ngadi, Ruth Meliana, and Yanti Astrelina Purba, 'Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Phk Dan Pendapatan Pekerja Di Indonesia', *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 2902 (2020), 43

Ritzer, 2016: 56 dalam Bunga Rampai Braindilog Sosiologi, *Kajian Analisis Sosial dengan Pendekatan Konsep Teori Tokoh Sosiologi Indonesia*, Pertama (Surakarta: CV Oase Group, 2017).

Rolitia, Meta, Yani Achdiani, and Wahyu Eridiana, 'Nilai Gotong Royong Untuk Memperkuat Solidaritas Dalam Kehidupan Masyarakat Kampung Naga', *Sosietas*, 6.1 (2016)

Tri Muryani, 'Pengelolaan Dana Desa dan Peran BUMDes dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat', *Skripsi Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, (2021)

Wawancara dengan Stella Florensia, Pada Mei 2020 Melalui Pesan Whatsapp (Dokumen Pemuda Mendesa)

Wawancara dengan Tuti Setiawati selaku Ketua TIM Penggerak PKK Desa Ciawigajah pada tanggal 25 November 2019 pukul 13:16:40 PM.

FENOMENA MENJAMURNYA TOKO ONLINE SEBAGAI MEKANISME SURVIVAL MASYARAKAT DI ERA PANDEMI

Kanita Khoirun Nisa

Prodi Sosiologi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: kanitakhairunnisa19940622202012212@uin-suka.ac.id

A. PENDAHULUAN

Pada tahap awal sejarah perkembangan manusia, masyarakat pada saat itu memproduksi barang-barang untuk kebutuhan mereka sendiri. Sebuah keluarga menanam tanaman untuk makanan mereka sendiri, kemudian merakit alat-alat yang dibutuhkan. Apapun yang mereka hasilkan, mereka bukanlah pada saat itu bukanlah komoditas. Hal ini dikarenakan lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga sendiri dan sifatnya subsisten. Tetapi, seiring dengan perkembangan masyarakat dan perubahan sosial yang terjadi, masyarakat mulai melakukan barter, saling tukar-menukar kelebihan makanan dengan apa yang mereka butuhkan (Bagong, 2017: 174).

Secara bertahap, pasar hadir sehingga pertukaran menjadi lebih mudah dan uang digunakan sebagai media pertukaran. Akhirnya, masyarakat mulai memproduksi barang bukan untuk dirinya sendiri, melainkan untuk dijual ke pasar. Hasilnya, pada masyarakat modern berpotensi menjadi komoditas, memiliki nilai moneter dan diperjual belikan sehingga jangkauan komodifikasipun menjadi meluas. Di era masyarakat modern, apalagi era masyarakat post modern tidak ada kebutuhan manusia yang tidak berkaitan dan tidak dipenuhi dari berbagai komoditas yang dihasilkan kekuatan komersial dan para produsen produk-produk budaya (Bagong, 2017: 175).

Pandemi COVID-19 telah berlangsung sejak awal tahun 2020. Pemerintah telah melakukan beragam upaya dalam mencegah penyebaran virus ini. Beberapa upaya yang telah dilakukan pemerintah antara lain Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Kebijakan tersebut mendorong masyarakat untuk menyesuaikan perilaku sesuai dengan protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah.

Selain itu, pandemi COVID-19 telah merubah tatanan kehidupan masyarakat, dimana aspek kehidupan masyarakat berubah secara cepat. Sebagai penyedia data statistik berkualitas, Badan Pusat Statistik (BPS) berperan dalam memberikan informasi terkait penanganan pandemi. Survei Perilaku Masyarakat di Masa Pandemi COVID-19 dilaksanakan secara online (daring). Survei ini memberikan informasi mengenai persepsi kepatuhan dan efektivitas protokol kesehatan, persepsi dan penilaian terhadap pandemic COVID-19, peran media dalam memberikan informasi COVID-19, dan aspek lain mengenai tatanan kehidupan masyarakat di masa pandemic (<https://covid19.go.id/edukasi/hasil-kajian/hasil-survei-perilaku-masyarakat-di-masa-pandemi-covid-19>, 24 April 2021).

Belanja online adalah kegiatan pembelian barang *dan* jasa *melalui media* Internet. Melalui belanja lewat Internet seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak ia belanjakan melalui web *yang* dipromosikan oleh penjual. Kegiatan belanja daring ini merupakan bentuk komunikasi *baru yang* tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung, melainkan dapat dilakukan secara terpisah dari dan ke seluruh dunia *melalui media* notebook, komputer, ataupun handphone *yang* tersambung dengan layanan akses Internet. Belanja online adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik *yang* digunakan untuk kegiatan transaksi *penjual* ke penjual ataupun penjual ke konsumen (https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring, 24 April 2021).

Belanja toko online pertama kali dilakukan di Inggris tahun 1979 oleh Michael. Aldrich dari Redifon Computers. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan komputer yang mampu memproses transaksi secara realtime melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja toko *on line* yang ia temukan di berbagai penjuru Inggris. Pada tahun 1980, belanja toko *on line*

secara luas digunakan di Inggris dan beberapa negara di daratan Eropa seperti Perancis yang menggunakan fitur belanja daring untuk memasarkan Peugeot, Nissan, dan General Motors (Sonny, 2016).

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat toko buku *on line* pertamanya yang bernama *Book Stacks. Unlimited* yang berkembang menjadi *Books.com* yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon. com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja *online* untuk memperkenalkan pembukaan toko pizza *online*. Pada tahun 1994, Netscape memperkenalkan *SSL encryption of data transferred online* karena dianggap hal yang paling penting dari belanja *on line* adalah media untuk transaksi *on line* yang aman dan bebas dari pembobolan. Pada tahun 1996, eBay situs belanja toko *on line* lahir dan kemudian berkembang menjadi salah satu situs transaksi toko *on line* terbesar hingga saat ini (wikipedia) (Sonny, 2016).

B. APA SAJA JENIS-JENIS TOKO ONLINE?

Komoditas secara sederhana dapat didefinisikan sebagai hasil kerja manusia, baik dalam bentuk barang maupun jasa yang sengaja dipertukarkan melalui mekanisme pasar. Komoditas, dalam wujudnya sebagai benda maupun jasa umumnya diproduksi secara massal dan melayani kebutuhan banyak konsumen. Selain itu, komoditas juga diproduksi berulang-ulang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen yang menjadi target pasarnya (Lee, 2006: 204).

1. Bukalapak

adalah perusahaan teknologi Indonesia yang memiliki misi menciptakan perekonomian yang adil untuk semua. Melalui platform online dan offlinenya, Bukalapak memberikan kesempatan dan pilihan kepada semua orang untuk meraih hidup yang lebih baik.

2. Lazada Group

adalah sebuah perusahaan e-commerce Asia Tenggara yang didirikan oleh Rocket Internet dan Pierre Poignant pada 2012, dan dimiliki oleh Alibaba Group. Lazada sebagai situs belanja online terbesar di Indonesia memberikan banyak

pilihan dan kemudahan dengan berbagai fasilitas yang ada untuk pelanggannya.

3. OLX Indonesia

OLX.co.id adalah platform jual/beli otomotif dan properti online terbesar, di Indonesia. Beroperasi sejak 2005, OLX memiliki jumlah pengguna terbesar yang menarik lebih dari setengah juta pembeli potensial setiap bulannya. OLX memberikan transaksi yang berkualitas bagi penjual, serta menyediakan pilihan otomotif dan property terlengkap bagi pembeli.

Bisnis OLX bertujuan untuk membangun ekosistem mobil dan properti terbesar dan terlengkap, di Indonesia. Secara konsisten, OLX menghadirkan pembeli potensial terbanyak dalam waktu 24 jam sejak iklan dipasang. OLX berkomitmen untuk menghadirkan transaksi yang nyaman dan mudah, dengan memberikan pilihan terlengkap dalam aksesoris mobil, suku cadang, motor, rumah, furnitur, hingga jasa mekanik dan servis lainnya.

OLX Indonesia merupakan bagian dari OLX Group, sebuah perusahaan produk dan teknologi global yang mengoperasikan jaringan platform jual/beli terkemuka, di lebih dari 40 negara. OLX Group menghadirkan produk dengan fitur yang user-centric seperti Letgo, Avito, dan Dubizzle. Sebagai situs iklan baris online terbesar di Indonesia, OLX juga menghubungkan kebutuhan pengguna untuk melakukan jual/beli di kategori lain seperti seperti gadget, elektronik, barang rumah tangga, fashion, olahraga & hobi (<https://news.olx.co.id/about>, 28 April 2021).

4. Shoope

Shopee adalah aplikasi mobile commerce berbasis marketplace, sudah ada di Indonesia sejak 1 Desember 2015. Aplikasi ini diklaim sebagai aplikasi mobile marketplace pertama bagi konsumen-konsumennya (C2C). Aplikasi Shopee merupakan wadah belanja online yang lebih fokus pada platform mobile sehingga orang-orang lebih mudah

mencari, berbelanja, dan berjualan langsung di ponselnya saja (<https://shopee.co.id/>, 28 April 2021)

Platform ini menawarkan berbagai macam produk, dilengkapi dengan metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman yang terintegrasi dan fitur sosial yang inovatif untuk menjadikan jual beli menjadi lebih menyenangkan, aman dan praktis. Chief Executive Officer Shopee, Chris Feng, mengatakan bahwa Shopee merupakan *platform belanja online yang mengusung konsep sosial, di mana penggunaanya tak hanya berfokus jual beli saja, tetapi juga bisa berinteraksi sesama pengguna lewat fitur pesan instan secara langsung.*

5. JD. ID

JD.id mengemban misi ‘make the joy happen’ -menghadirkan kebahagiaan- kepada seluruh pelanggan di Indonesia dengan memberikan layanan andal, cepat, dan aman untuk memilih serangkaian produk-produk berkualitas asli dengan harga yang kompetitif. JD.ID adalah sebuah perusahaan yang dibangun oleh pengusaha bernama Liu Qiangdong (lebih dikenal dengan nama Richard Liu) pada bulan Juli 1998, dimana memiliki toko fisik dan menjual produk-produk optik magnet unggulan untuk wilayah Beijing, China.

C. LITERATURE REVIEW

Penelitian tentang online sudah pernah dilakukan oleh beberapa penulis lain. Misalnya saja penelitian yang ditulis oleh Farida (2019) yang berjudul “Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anak muda jaman sekarang mempunyai penghasilan dari bisnis sendiri. Adanya internet telah mengubah hidup banyak orang. Mereka yang dulunya kesulitan menjalankan usaha sendiri telah menemukan banyak peluang bisnis di internet. Salah satu bisnis online yang menguntungkan bagi anak muda yaitu Online Shop. Adanya kualitas layanan yang mampu melebihi ekspektasi dapat menarik minat berbelanja konsumen dan kepercayaan terhadap Online Shop.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Mila Setiawati (2015) “Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen pada Mahasiswa”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen di kalangan mahasiswa. Hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah konsumen yang melakukan belanja melalui media sosial. Media sosial yang mudah dioperasikan menyebabkan minat beli dari responden konsumen terhadap kepuasan dalam berbelanja di media sosial meningkat.

Penelitian lain dilakukan oleh Rama Kertamukti tentang *Habitus Cyberlife*. Dalam penelitian tersebut, Rama membahas Cyberfeminisme adalah nama yang diberikan untuk sebuah gerakan yang dibuat oleh berbagai kelompok perempuan yang berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sesuai dengan pandangan kritis kaum feminis. Beberapa penghalang bagi wanita untuk mengakses teknologi informasi di beberapa negara berkembang adalah angka buta huruf dan tingkat pendidikan perempuan kemampuan membaca dan pendidikan untuk menguasai teknologi khususnya Teknologi Informasi.

Penelitian dalam artikel yang saya tulis yaitu membahas tentang banyaknya toko Online yang diminati oleh masyarakat selama pandemi Covid-19. Dengan adanya toko Online, memudahkan masyarakat untuk bertransaksi secara online tanpa harus datang ke Mall atau toko offline lainnya.

D. PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT DALAM BERBELANJA DI ERA PANDEMI

Adanya pandemi ini memunculkan perasaan-perasaan serta kebiasaan baru pada masyarakat. Terdapat banyak pergeseran serta perubahan perilaku konsumen yang terjadi setelah munculnya pandemi. Mulai dari kebiasaan kecil pada kehidupan sehari-hari hingga kebiasaan yang mengubah gaya hidup.

Pandemi menyebabkan munculnya berbagai kondisi yang sebelumnya tidak pernah diprediksi oleh masyarakat, salah satunya adalah guncangan ekonomi yang menyebabkan banyaknya bisnis yang gulung tikar sehingga meningkatkan jumlah pengangguran. Menurut Vutura, mengenai perubahan perilaku konsumen di masa

pandemi yaitu berkurangnya minat kegiatan outdoor, maraknya bisnis rumahan, belanja online yang semakin meningkat, dan layanan konsumen berbasis online.

Dengan adanya beberapa protokol kesehatan yang perlu dilakukan untuk menghindari persebaran virus menyebabkan menurunnya ketertarikan konsumen untuk membeli tiket konser, tiket pesawat, serta kegiatan yang dilakukan di tempat terbuka lainnya. Begitu juga akibat dari meningkatnya angka resesi karyawan menyebabkan meningkatnya bisnis rumahan untuk mempertahankan kondisi ekonomi mereka. Tetapi, meningkatnya berbagai bisnis rumahan nyatanya sesuai dengan jumlah *demand* konsumen. Bisnis kecil atau bisnis rumahan pun seringkali membangun tren baru makanan atau minuman yang mampu memikat konsumen. Sehingga lebih banyak konsumen memilih untuk membeli produk hasil produksi rumahan yang juga sebagai bentuk *support* pada bisnis lokal.

Hal ini tentu saja terjadi karena adanya aturan pemerintah untuk meminimalisir kegiatan di luar. Sehingga masyarakat lebih memilih untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka dengan berbelanja secara online pada *marketplace* ataupun *e-commerce*. Masyarakat saat ini lebih memilih untuk melakukan kegiatan apapun yang berbasis *contactless*. Salah satunya adalah meningkatnya minat akan layanan konsumen yang berbasis *online*. Hal ini tentu saja agar masyarakat tetap mendapatkan layanan sesuai yang dibutuhkan tanpa harus keluar rumah.

Dalam penulisan ini, penulis melakukan interview pada beberapa generasi milenial terkait belanja online saat pandemi covid-19. Adapun hal-hal yang ditanyakan kepada mereka yaitu alasan dan seberapa sering belanja online, aplikasi belanja online yang anda gunakan di *smartphone* mereka, keuntungan dan kekurangan belanja online, kualitas produk dari belanja online tersebut dan toko online mana yang paling Favorit yang mereka kunjungi. Nindy mengatakan alasan belanja online karena lebih simpel, tidak usah pergi ke toko. Kadang-kadang saat waktu luang duduk-duduk bisa sambil melihat barang-barang di *marketplace*. Berikut pendapatnya:

“Kalau mau mencari suatu barang, biasanya saya survey dulu harga ke marketplace. Kalau kira-kira lebih murah daripada toko offline dan dapat free ongkir, biasanya saya lebih memilih beli di marketplace. Kualitas barangnya macam-macam, ada yang original kalau beli di official store nya langsung. Misal : barang elektronik. Ada juga barang-barang KW/tiruan. Tapi rata-rata kualitasnya bagus&memuaskan, sesuai dgn yg ditulis di deskripsi barang.” (Wawancara sekunder melalui WhatsApp, 12 April 2021)

Kemudian dilihat dari intensitasnya, dalam melakukan belanja online Nindy lumayan sering, sebulan bisa 2-3 kali. Aplikasi belanja online yang dia gunakan di smartphone yaitu Shopee, JD. ID. Paling sering memakai shopee, karena mudah penggunaannya, sellernya banyak, ada cashback, free ongkir, dan ada shopeepaylaternya. Menurut Nindy, belanja online memiliki banyak keuntungan diantaranya : 1) simpel karena tidak perlu repot pergi ke tokonya langsung, 2) lebih banyak pilihan, kadang barang-barang yang susah ditemukan di toko offline bisa ditemukan di marketplace, 3) free ongkir, 4) ada cashback tiap pembelian, jadi bisa untuk belanja lagi, 5) bisa diakses 24 jam, 6) pembayaran mudah, tinggal klik-klik dan tidak perlu bawa uang cash kemana-mana, 7) aman karena pembayaran tidak langsung ke penjual, melainkan ke marketplacena dulu. Sedangkan kekurangan dari belanja online yaitu 1) harus lebih teliti karena tidak bisa lihat barangnya langsung, jadi memiliki resiko besar barang rusak/tidak sesuai harapan, 2) ada menu shopeepay later, bisa membayar secara kredit. Hal ini membuat kita menjadi lebih boros apabila tidak bijak dalam berbelanja, kadang ekspedisinya lama, jadi untuk beberapa barang dikhawatirkan rusak/layu/basi, misal makanan, tanaman.

Berbeda dengan pendapat Marina, mengatakan bahwa alasan dia berbelanja online karena lebih mudah, tinggal tunggu di rumah terus datang. Menurutnya, dia tidak terlalu sering belanja online, sebab tidak terlalu konsumtif. Dalam melakukan belanja online, dia tidak bisa kepatok, dulu pernah 3 - 4 kali dalam sebulan tergantung kebutuhan dan keuangan.

“Saya pecinta Shoope, kalau Lazada dan Tokopedia belum pernah menjadi buyer walaupun dulu pernah mengelola Lazada.

Keuntungan belanja online menurut saya dari segi harga lebih murah, tidak perlu keluar rumah dalam situasi pandemi dan cuaca panas. Kekurangannya saya pernah beli barang kaos, saya pikir tebal eh saat datang malah tipis. Pernah juga beli sepatu ternyata kekecilan. Untuk mengklaim mau balikin atau tuker barang agak lama prosesnya, jadi agak malas.” (Wawancara via Voice note WhatsApp, 12 April 2021)

Menurut Marina kualitas dalam belanja online bagus, tapi terkadang ada yang tidak sesuai dengan ekspektasi. Sebelum belanja, dia membaca dulu review atau ulasan dari para konsumennya. Jika mereka bilang kalau barang bagus, barang memuaskan lalu dia klik pesan. Tapi kalau ulasan konsumen lain barangnya jelek, sellernya kurang ramah, kurang sesuai maka saya beralih ke toko online lain. Toko online favorit menurut dia tidak ada, biasa saja alasannya karena dia tidak terlalu sering dan ketika membeli barang misal di toko online Tas A, misal komentar baik saya langsung membeli. Di era pandemi seperti ini Marina tidak terlalu belanja online karena keuangan belum stabil. Menurut ku lebih setuju jika masyarakat melakukan belanja online dari pada ke Mall langsung agar mengantisipasi mengurangi dampak penyebaran Covid-19.

Menurut Hada, memilih belanja online karena tidak ada toko terdekat yang menjual produk yang dicari. Dia tidak terlalu sering belanja online, pada saat membutuhkan barang saja, tidak mesti seminggu sekali, kadang tidak beli sama sekali dalam sebulan. Adapun aplikasi yang digunakan dalam belanja online yaitu shopee dan tokopedia. Menurut Hada keuntungan belanja online adalah mendapatkan produk yang dibutuhkan, sedangkan kekurangannya yaitu tidak bisa langsung sampai sehari & ada biaya ongkir. Kualitas barangnya kadang bagus (sesuai ekspektasi) kadang kurang bagus. Dia lebih memilih aplikasi Shopee, karena sering mendapatkan gratis ongkir. Di era pandemi seperti sekarang ini, dia tidak terlalu senang belanja online namun lebih suka belanja ke warung terdekat.

Kemudian Laras bercerita bahwa dengan belanja online lebih praktis dan hemat waktu. Laras sendiri lumayan sering melakukan belanja online dan minimal sebulan 1x. Untuk aplikasi di smartphone yang ada yaitu Shopee. Keuntungan belanja online menurut dia tidak

perlu datang ke toko, sedangkan kekurangan misalnya beli baju/sandal tidak bisa di coba dulu. Kualitas barang bagus, karena sebelum membeli membaca review dari pembeli lain terlebih dahulu. Yang paling rekomended yaitu Shopee mall, terjamin barangnya bagus. Saat pandemi seperti ini dia lebih sering belanja online.

Lain halnya dengan Sintya, menurut dia dengan berbelanja online akan menjadi lebih praktis dan lebih murah. Biasanya dia belanja sebulan sekali/jika pas membutuhkan saja. Aplikasi yang digunakan di hp diantaranya Shoope, blibli, dan lazada. Keuntungan yang didapat dari belanja online yaitu lebih praktis tanpa keluar rumah, kekurangan menjadi lebih boros. Kualitas barang yang dibeli tergantung dapatnya. Toko online yang sering dikunjungi yaitu Shoope karena setiap kita cari selalu ada.

Kemudian Wita juga menceritakan dengan belanja di toko Online maka dia mendapatkan harga yang lebih murah dan banyak pilihan, tinggal ketik keyword apa yg kita mau langsung ketemu, beli dan tinggal tunggu. Intensitas dalam belanja online sering dilakukan oleh Wita. Hal ini terlihat dari pernyataannya:

“Sering banget, bahkan untuk blanja kebutuhan pokok sering menggunakn aplikasi blanja online, sebulan 2-4 kali bahkan bisa lebih. Paling sering menggunakan shopee. Keuntungan: sering dapat murah dari harga toko, gak cape, praktis, tinggal pencet barang datang, sedangkan kekurangannya beberapa kali pernah dapat barang yang riject di karenakan kita hanya bisa lihat barang dari gambar dan ulasan yang di berikan dari pembeli terdahulu...”
(Wawancara dengan Wita)

Sejauh ini kualitas yg di dapat terkadang jauh di luar expetasi, dengan harga kaki lima tapi kualitas bintang 5. Shopee, karena lebih mudah di pahami khususnya untuk ngecek track perjalanan, track pembelian, dan pastinya minim terjadi penipuan karena uang tidak langsung di kirim ke penjual, banyak banget pilihan dan harga yang miring, saking banyaknya kadang terbantu untuk mengetahui produk- produk yang memang tidak kita butuhin jadi beli karna ternyata pantas untuk dimiliki untuk mempermudah pekerjaan dll. Sering blanja online, di mall hanya jalan-jalan dan makan. Intinya kalau ada diskon juga sering memanfaatkan moment tersebut.

Generasi milenial terakhir yang penulis wawancarai yaitu Nicko. Menurutnya, dia sejak berbelanja online sejak tahun 2013. Saat awal pembukaan toko online banyak promo dan kemudahan membeli barang serta murah. Dalam berbelanja online juga lengkap, dia bisa memilih barang yang dia butuhkan. Barang yang dibeli diantaranya barang elektronik seperti Hp, sepatu, pisau alat set dapur dan taperware. Bermula dari situ ternyata selain harganya terjangkau, juga kualitasnya bagus. Disamping itu, Nicko bisa memilih segala jenis yang dia mau di toko Online karena disana adalah tempat yang menjual segala macam barang. Dalam melakukan belanja online Nicko sangat sering, berikut kutipannya

“Saya sering belanja online, hampir 80 % kebutuhan seperti sepatu, baju, seperti perlengkapan kerja. Menurut saya belanja online harganya lebih murah daripada offline. Jadi kita bisa mencari harga terendah ketika mau pesan barang. Saat barang sudah dikirim ke rumah, saya juga selalu merasa puas, karena sesuai pemesanan...”
(Wawancara dengan Nicko)

Gambar 1. Nicko Belanja Online di Tokopedia



E. SIMPULAN

Perubahan perilaku konsumen saat ini tentu saja terjadi karena adanya dorongan dari perubahan kondisi yang memaksa mereka untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut. Namun, ada kemungkinan perilaku konsumen saat ini bertahan hingga jangka waktu yang cukup lama. Hal ini disebabkan karena konsumen pun membutuhkan waktu untuk melakukan penyesuaian kembali pada kebiasaan dan perilaku lama mereka. Konsumen tentu saat ini sudah terbiasa untuk berbelanja atau melakukan aktivitas dengan kontak fisik yang minim dan melakukan protokol kesehatan kapan dan dimana saja karena masih belum merasa aman sejak hadirnya pandemi ini. Banyak anak muda yang melakukan belanja Online, baik itu Shoope maupun Tokpedia. Mereka lebih memilih belanja online karena praktis, tinggal memilih melalui smartphone dan memesan. Dalam transaksi pembayaranpun bisa melalui Alfamart maupun melalui Go-Pay, dan Ovo.

F. REFERENSI

https://id.wikipedia.org/wiki/Belanja_daring

<https://covid19.go.id/edukasi/hasil-kajian/hasil-survei-perilaku-masyarakat-di-masa-pandemi-covid-19>, 24 April 2021

<https://vutura.io/blog/perubahan-perilaku-konsumen-pandemi/>

Kertamukti, Rama. 2019. Buku Peta Pemikiran FISHUM jilid 1 "Habitus Cyberlife". Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

Menuju Masyarakat Indonesia 5.0:

Perspektif & Dinamika

Sinopsis

Sebagai sebuah negara dengan kultur masyarakat yang kompleks dan dinamis, Indonesia saat ini dihadapkan pada tantangan teknologi yang diharapkan dapat menjadi peluang mempermudah berbagai aktivitas masyarakat. Pertanyaan yang sering muncul dalam konteks ini adalah, apakah setiap element dalam masyarakat telah siap dan memiliki kemampuan untuk menyerap teknologi sebagai core tools dalam setiap bidang kehidupan?

Buku ini berupaya untuk menggambarkan berbagai perspektif sosiologis, psikologi dan komunikasi berkenaan dengan isu teknologi yang menjadi mainstream dalam masyarakat 5.0. Perspektif tersebut dijabarkan untuk melihat sejauh mana masyarakat bisa bertahan, berbagai kemampuan psiko-sosial yang dapat dikembangkan dalam masyarakat, serta kemampuan AI yang saat ini menjadi trend dalam ilmu pengetahuan. Lebih lanjut, dinamika sosial ekonomi dan media massa juga disorot sebagai dua aspek yang paling banyak bersinggungan dengan teknologi di era Society 5.0. Dalam aspek media, isu virtualitas diri, agama, pendidikan dan gender telah banyak mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi. Demikian pula dalam aspek sosial ekonomi, terlebih di masa pandemi maka isu teknologi juga menjadi ulasan yang menarik dalam menganalisis bagaimana para pelaku ekonomi di masyarakat bertahan hidup. Dengan demikian, buku ini dapat menjadi referensi bagi masyarakat akademik yang ingin mengetahui perspektif dan dinamika masyarakat dalam menghadapi Era Society 5.0.



Diterbitkan oleh
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISBN 978-602-50028-4-7



9 786025 002847