

KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2013

"PENGGUNA MEDIA DAN LOKALITAS:
TRANSFORMASI MASYARAKAT DALAM
DUNIA MEDIA YANG KONVERGEN"

13-14 November 2013

PROCEEDING





UNIVERSITAS
INDONESIA

Veritas, Probitas, Iustitia
— EST. 1849 —

KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2013

PROCEEDING

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI FISIP UI
GD. KOMUNIKASI LT.2, FISIP UI, KAMPUS UI DEPOK
TELP. 021-78849018, FAX. 021-78849019
Email: communication.conference@ui.ac.id
<http://kn-komunikasiui.org/>

PROCEEDING KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2013

“Pengguna Media dan Lokalitas:

Transformasi Masyarakat dalam Dunia Media yang Konvergen”

Jakarta, 13-14 November 2013

ISBN: 978-979-97000-4-9

Diterbitkan oleh:

**Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Indonesia**

Editor:

**Dr. Hendriyani
Endah Triastuti, Ph.D.
Dr. Inaya Rakhmani, M.A.
Whisnu Triwibowo, M.A.**

Lay out:

**Stefania Anggita
Lenny
Putri Arian**

Cover:

Sena Putra

**Konferensi Nasional Komunikasi 2013 diselenggarakan oleh
Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI**

Alamat Sekretariat:

Gedung Komunikasi FISIP UI Depok, 16424

Telp. 021-78849018 Fax 021-78849019

communication.conference@ui.ac.id

Kata Pengantar

Pengguna media di Indonesia telah sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi. Bila di awal studi komunikasi, pengguna media digambarkan sebagai konsumen media yang pasif, saat ini pengguna media juga dilihat sebagai konsumen media yang interaktif. *Personal media* seperti smartphone dan tablet diharapkan memungkinkan penggunaan media tanpa dibatasi tempat dan waktu (Couldry, 2005; Hjorth, 2008). Namun, ternyata ada kondisi-kondisi lokal seperti gender, infrastuktur, ekonomi, dan sebagainya yang membentuk praktik pengguna media (lihat Bird, 2003; Takahashi, 2010; Doueihi, 2011).

Lokalitas inilah yang membuat studi pengguna media di Indonesia menjadi kaya ragam. Dalam Konferensi Nasional Komunikasi 2013 terdapat empat pola besar yang dapat diidentifikasi: menyangkut teknologi (komunikasi), menyangkut ragam pengguna yang berbeda-beda, menyangkut institusi komunikasi (termasuk juga jenis media), dan menyangkut pergeseran dan gesekan dalam penggunaan media. Dalam setiap kelompok, terdapat juga topik-topik yang berbeda, yang memperkaya satu sama lain, sehingga dapat menghasilkan wacana yang khas Indonesia.

Terima kasih setulus hati bagi semua pihak yang telah membuat acara ini dapat terlaksana: para panitia, para pembicara, para penyaji makalah, dan para peserta. Konferensi ini tidak mungkin dapat berlangsung tanpa dukungan mereka semua.

Jakarta, 13 November 2013

Dr. Hendriyani

Ketua Panitia



Effy Rusfian	FISIP UI	New Media pada IMC untuk Membangun Brand Equity	135
Nani Kurniasari	Universitas Indonesia	Media Baru Pendongkrak Public Relations Politik Bagi Demokrasi	145
Amri Pitoyo Priyadi, Muhammad Daud, Priliantina Bebasari	Unit Kerja Presiden Bidang Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan	Menjamin Demokrasi Ideal Bagi Warga	154
Wina Puspita Sari dan Asep Soegiarto	Universitas Negeri Jakarta	Blackberry Messenger: Aspek Legal Etis	165
Inda Fitryarini, Rina Juwita, Purwaningsih	Universitas Mulawarman	Model Literasi Media Berbasis Kearifan Lokal pada Suku Dayak Tunjung dan Dayak Benung	176
Mite Setiansah	Ilmu Komunikasi FISIP Unsoed	Smartphone dan Dekonstruksi Identitas Perempuan di Indonesia	189
Salim Alatas	Surya University	Dampak Konvergensi Media terhadap Akulturasi Budaya	197
Nobertus Ribut Santoso	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Penciptaan Ruang Publik Gay melalui Twitter	208
Gushevinalti	Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu	Negosiasi Translokal dan Hibriditas Pengguna Media Sosial	216
Jenny M. Djundjung, Marsefio SL, Meilinda	Universitas Kristen Petra Surabaya	Representasi Perempuan sebagai 'Folk Devils' dalam Pemberitaan Media Online di Indonesia	225
Theresia D. Wulandari	Universitas Atma Jaya Yogyakarta	Bias Gender dalam Pemanfaatan Internet Masyarakat Kampoengcyber Yogyakarta	236
Meiftia Eka Puspasari	Program Pascasarjana Universitas Indonesia	Konstruksi Pemuda Indonesia sebagai Agen Perubahan di Media Sosial	245
Lilie Budiastuti Wiratmo, Noor Irfan, Samudi	Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Semarang	Eksistensi Pendengar Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL) Radio di Era Konvergensi Media	259
Donna Asteria	Departemen Ilmu Komunikasi FISIP UI	Optimalisasi Interaktivitas Komunikasi Kesehatan Melalui Network Journalism dalam Pemanfaatan Konvergensi Media	269
Poppy Febriana	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo	Computer-Mediated Discourse Analysis Reproduksi Berita Wollipop dalam Twitter	286
Marisa Puspita Sary, Vera	Universitas Negeri	Strategi Brand Image Melalui Media Sosial	297



Negosiasi Translokal dan Hibriditas Pengguna Media Sosial

Oleh: Dr. Gushevinalti (Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu)

gushevinalti@yahoo.com

Abstrak

Pengguna media sosial di Indonesia tidak hanya terbatas di kota besar saja. Di daerah kecil pun, seperti di Bengkulu, masyarakatnya kini telah akrab dengan media sosial. Fenomena ini didukung oleh ketersediaan perangkat yang saling kolaborasi sehingga menyediakan fasilitas internet yang mudah didapat bahkan murah. Kondisi ini menyulap pengguna di daerah-daerah kecil telah terkontaminasi dengan budaya hibrid dari wilayah lain sehingga terjadinya negosiasi translokal. Konsep translokal dalam tulisan ini mencakup budaya dan orang dalam *cyberspace* yang selalu dalam perjalanan dari satu tempat ke tempat lain. Negosiasi translokal adalah penentuan identitas mana yang akan mereka pilih dari serangkaian identitas yang ditawarkan melalui media sosial. Interaksi telah menjadikan pengguna kecanduan (adiksi) contohnya saja *shopping online*. Padahal sebenarnya belanja secara langsung (tidak via online) lebih memungkinkan di Bengkulu karena kualitas produknya pun langsung bisa dilihat. Tetapi karena alasan ingin mempunyai gaya hidup instan, berubah dari belanja langsung menjadi termediasi melalui media. Bentuk-bentuk perubahan ini akibat dari adanya negosiasi translokal. Masih berhubungan dengan translokal, pluralisme kebudayaan dapat disikapi sebagai medan pertukaran simbolik yang produktif dan komplementer. Pada ranah praktis, tidak adanya kekuatan dominan juga memberi peluang bagi terjadinya persilangan kategori-kategori identitas ketika pengguna media sosial ditemukan dalam kepentingan yang sama. Identitas sosial menjadi lebih mudah ditembus, sehingga memungkinkan terciptanya identitas hibrid. Hibriditas merupakan identitas baru yang terbentuk dari persilangan kategori-kategori tertentu yang didasari atas kesadaran untuk mencari simpul kerjasama yang mutual dalam ruang publik. Sehingga semakin pengguna terkontaminasi dengan budaya lain dalam *cyberspace* maka sangat mudah menemukan pengguna media sosial yang memiliki gaya atau penampilan baru yang meniru budaya lain tersebut, salah satunya K-Pop yang sedang maraknya di Bengkulu.

Kata kunci: translokal, hibriditas, media sosial, cyberspace, Bengkulu

Pendahuluan

Adirnya jejaring sosial (*facebook*) dalam perkembangan teknologi-komunikasi telah memberikan perubahan pada pola komunikasi pada remaja di Bengkulu saat ini, semakin terciptanya "masyarakat terbuka" dan semakin tidak ada batasan jarak untuk melakukan komunikasi, bahkan batas tutorial negara sudah tidak menjadi hambatan manusia untuk melakukan komunikasi sosial.

Kondisi ini mendorong pengguna media sosial untuk memanfaatkan fasilitas yang ada di facebook. Kehadiran facebook kian terasa karena situs ini dijadikan media silaturahmi antar teman lama, teman baru dan keluarga, media diskusi dan pertukaran informasi, sarana membangun komunitas kelompok tertentu. Situs ini mempercepat globalisasi dengan cara saling berhubungan antara negara yang satu dengan yang lain. Sosialisasi masyarakat terjadi di dalamnya, seperti mencari teman, *chat*, *wall*, *status*, *comment*, *share* foto dan video, serta *suggest friend* untuk memperkenalkan teman kepada teman lain. Selanjutnya minat yang sama juga akan menjadikan perilaku yang homogen diantara remaja. Situasi ini melahirkan sebuah formasi translokal, karena sesungguhnya media sosial telah melebur batas-batas wilayah berkomunikasi.

Perubahan pola komunikasi adalah sebuah bentuk perubahan sosial dari proses komunikasi. Proses komunikasi yang diakibatkan oleh hadirnya *facebook* di kalangan remaja adalah bersifat sekunder artinya pertukaran pesan pada pelaku komunikasi menggunakan media sebagai perantara pesan. Media sosial *facebook* menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan mereka. Umumnya remaja merasa pada awal-awal terhubung dengan *facebook* akan merasa gusar dan kebingungan ketika media sosial *facebook* tidak dapat diakses dalam beberapa jam saja, mereka merasa ada sesuatu yang hilang, bahkan ada yang kurang dalam kehidupan mereka. Bahkan bukan hanya pola

komunikasi yang berubah atas kehadiran *facebook*, tetapi perubahan sikap pengguna *facebook* dalam hal ini remaja justru menjadikan *facebook* sebagai media untuk merubah penampilan serta gaya hidup. Penulis memperhatikan bahwa di Bengkulu, pengguna *facebook* mempunyai komunitas-komunitas yang cenderung mengarah pada perubahan gaya hidup, contohnya komunitas K-Pop. Bagi komunitas *facebook* telah menjadi sumber informasi untuk bertinteraksi sekaligus media memperteguh hubungan komunitas K-Pop untuk tetap eksis di dunia virtual maupun dunia real sehingga hibriditas yang muncul terjadi pada penampilan secara fisik termasuk cara berbicara ala Korea.

Sementara itu, kemudahan untuk melakukan transaksi barang juga dirasakan oleh pengguna *facebook* yang lebih dilatarbelakangi oleh rasa bangga atau prestise karena melakukan pembelian barang melalui *online shop* di Bengkulu. Penelusuran penulis terhadap kegiatan jual beli online ini sering kali membuat kecewa pembeli karena barang yang mereka lihat dan beli di online shop tidak sama kualitasnya seperti ekspektasi atau bayangan dari pembeli. Namun kembali kepada motivasi, umumnya remaja melakukan pembelian barang tersebut hanya ingin mendapat status gaul oleh lingkungan pergaulannya. Padahal, dengan kondisi daerah Bengkulu yang notabene daerah yang kecil sangat memungkinkan berbelanja secara langsung. Namun sekali lagi, inilah salah satu bentuk hibriditas, dimana budaya luar telah merasuki cara berpikir untuk melakukan hal yang instan dan modern. Sehingga rumusan masalah dalam tulisan ini yaitu bagaimana negosiasi translokal dan bentuk hibriditas terjadi pada remaja pengguna *facebook* di Bengkulu? Apakah media sosial tersebut mampu merubah pola pikir dan sikap penggunanya?

Untuk menjawab permasalahan di atas maka tulisan ini bertujuan untuk mengkaji negosiasi translokal yang terjadi ketika proses hibriditas terjadi pada remaja. Selain itu, untuk mengkaji proses dan bentuk-bentuk hibriditas yang terjadi di Bengkulu melalui media sosial.

Tinjauan Teoritis

Negosiasi Translokal Pengguna Facebook

Walaupun seseorang tetap berada diwilayahnya, namun melalui proses globalisasi, simbol budaya luar akan menghampiri melalui perantara media seperti televisi maupun internet serta khususnya *facebook* yang dapat menghubungi seseorang dengan bantuan akun yang dimiliki. Hal ini diakui oleh Pieterse (1995:62), berpendapat bahwa dalam proses globalisasi kita akan dapat melihat budaya asli atau *introvert culture* yang telah terbentuk begitu lama dan membayangi budaya luar atau *translocal culture* atau *translokal identity* yang merupakan proses terbentuknya formasi translokal yang bersifat dinamis.

Artinya, *translokal culture* atau *translokal identity* bagi generasi muda yang sering berhubungan dengan dunia luar atau diluar wilayahnya secara sadar atau tidak sadar terpengaruh oleh unsur-unsur budaya luar. Ada kemungkinan unsur dan nilai budaya luar ini secara tidak langsung diasimilasikan dalam nilai dan tindakan mereka sehingga membentuk negosiasi translokal yang terlihat pada sikap dan perilaku sehari-harinya. Proses asimilasi itu berlaku ditunjukkan dari perilaku generasi muda dengan perubahan ciri-ciri budaya *translocal* dari segi makanan, pakaian, aspirasi, nilai dan sebagainya.

Dalam globalisasi, kebudayaan dan identitas bersifat *translokal* (Pieterse, 1995). Kebudayaan dan identitas tidak lagi mencukupi jika dipahami dalam term tempat, tetapi akan lebih baik jika dikonseptualisasikan dalam term perjalanan. Dalam konsep ini tercakup budaya dan orang yang selalu dalam perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain. Demikian halnya dalam memahami budaya *cyberspace* sebagai bagian dari globalisasi informasi dan komunikasi, tentu *cyberspace* menyajikan suguhan wacana yang tidak saja counter culture peradaban.

Teori Hibriditas

Salah satu konsekuensi nyata dari proses globalisasi adalah membiaknya hibrida budaya atau sinkretisme budaya. Proses pembiakan budaya-hybrid tidak pula sekedar mengikuti pola-pola biasa,



tetapi memiliki mekanisme pembauran yang standar seperti yang berlaku secara umum dalam masyarakat modern, terutama masyarakat urban. Mencuatnya beragam tradisi dan simbol-simbol budaya asing jelas bukan tanpa panduan. Semua itu memiliki pemandu, agen, tokoh, atau figurnya sendiri-sendiri sehingga hibrida budaya dapat berlangsung dengan sukses. Kini setiap orang dapat mengadopsi atau meniru budaya apa saja secara *taken for granted* tanpa mesti sungkan. Pola ini telah menjadi biasa dan kian nyata berlangsung dalam masyarakat.

a. Kosmopolitanisme

Bila globalisasi merupakan kendaraan empuk bagi tumbuh-kembangnya budaya hibrid, maka kosmopolitanisme sikap masyarakat modern pun menemukan habitus sejatinya. Imaginasi globalisasi telah menghantar kita menjadi warga masyarakat global yang sepenuhnya berpijak diatas nilai-nilai universal. Dan dalam globalisasi, kosmopolitanisme sikap adalah sebuah keniscayaan.

b. Eksternitas Budaya Lokal

Hibriditas dan kosmopolitanisme ternyata bukan tanpa bayaran. Taruhannya adalah terbukanya peluang bagi tersingkirnya nilai-nilai budaya lokal. Tersingkir bukan berarti lenyap sama sekali dan masyarakat tak tahu lagi nilai budaya lokal mereka, tetapi nilai dan norma budaya lokal semakin kabur. Mungkin nilai lama masih tersimpan dalam memori kolektif komunitas atau perseorangan tetapi tidak lagi empiris dalam perilaku keseharian.

Dalam poskolonialisme, wacana-wacana kolonial yang hadir dalam konstruksi masyarakat bukan merupakan sebuah otoritas mutlak dari kekuasaan kolonial. Hubungan kolonialis dengan kolonial (*colonizer* dan *colonized*) tidak hanya semata-mata sebagai sebuah otorisasi dominan kekuasaan kolonial dalam sebuah produk wacana yang serba lengkap dan kuat. Bagi Bhabha (dalam King, 2001: 394), produk wacana-wacana tersebut merupakan sebuah hasil dari proses hibridanisasi yang dipicu oleh benturan antara tradisi-tradisi kolonialis dan pribumi. Secara tidak langsung hal ini menyatakan bahwa ruang kolonial melibatkan interaksi dua kebudayaan yang awalnya murni (Eropa dan Pribumi) yang hanya dihasilkan secara ambivalen begitu keduanya saling mengalami kontak langsung.

Ini dapat diartikan bahwa hibriditas mengacu pada suatu penciptaan format-format transkultural baru di dalam zona hubung produk kolonisasi. Menurut Bhabha hibriditas menganalisis relasi antara penjajah dengan terjajah dengan menekankan perhatian pada saling ketergantungan mereka dan juga pada konstruksi yang saling mendukung dari subjektifitas masing-masing. Oleh karena itu, identitas kultural selalu berada dalam wilayah kontradiksi dan ambivalensi sehingga klaim terhadap sebuah hirarki kemurnian” budaya-budaya menjadi tidak dapat dipertahankan lagi (dalam Gandhi, 2001:viii).

Menurut Tickell (2006:68), identitas-identitas hibrida dihasilkan dari pertemuan-pertemuan kolonial tidak pernah sepenuhnya dikendalikan atau bisa dikendalikan oleh penguasa kolonial. Sebagaimana telah dicatat Bhabha (dalam Tickell, 2006:68), bahwa suatu ambivalensi esensial yang terkandung dalam wacana kolonial itu sendiri, dimana mimikri kolonial adalah keinginan akan suatu *other* yang telah direformasikan dan yang bisa dikenali sebagai suatu subyek perbedaan yang nyaris sama, tetapi tidak begitu sama.

c. Konsep-konsep Agency.

Bagi Bhabha (1994), bila dilihat dari sudut pandang poskolonial, ada 2 kutub biner yang berbeda, yakni *colonized* (dijajah) dan *colonizer* (penjajah). Keduanya harus dilihat sebagai konteks historis yang tidak selalu linear satu arah.

Dalam pandangan Bhabha, bahwa pihak penjajah dapat menggunakan budaya lokal sedangkan pihak yang dijajah juga dapat menggunakan budaya penjajah dalam rangka mengatasi rasa cemas dan resisten pada diri mereka. Dari dua biner, *colonized* dan *colonizer* tidak saja dapat dilihat berdasarkan kondisi psikis atau keadaan yang mereka alami, namun bila dilihat berdasarkan kekuasaan, maka pihak penjajah bersifat dominan dan superior sedangkan yang dijajah berada dalam posisi minoritas dan inferior.

Sebagai pihak yang berkuasa, *colonizer* memiliki kemampuan untuk mendominasi sehingga bagi pihak *colonized* harus ada upaya untuk mendekonstruksi pemikiran-pemikiran barat yang terlalu

mendominasi. Fungsi pengawasan dari segi budaya, melibatkan kedua belah pihak, *colonizer* dan *colonized*, untuk melihat apakah kedudukannya masih mendominasi sehingga membuat posisinya nyaman. Budaya bekerja begitu kompleks, ada simbol-simbol lokal yang digunakan *colonizer* sebaliknya ada penggunaan simbol *colonizer*. Terdapat interaksi diantara keduanya, sehingga muncul yang diistilahkan oleh Bhabha, yakni mimikri. Mimikri tidak hanya dilakukan oleh para elit. Tetapi bagi kelas bawah, ketika mereka mencoba untuk diterima yang digunakan adalah simbol kelas atas. Bila terdapat dominasi budaya, maka hal itu disebabkan adanya power yang bekerja, sehingga budaya yang dipakai adalah yang dominan.

Dalam *Postcolonial Theory: Context, practices, Politics* karya Moore-Gilbert, konsep “hibrid” digunakan untuk menggambarkan bergabungnya dua bentuk yang memunculkan sifat-sifat tertentu dari masing-masing bentuk, dan sekaligus juga meniadakan sifat-sifat tertentu yang dimiliki keduanya. Terminologi dunia ketiga dan dunia pertama juga menjadi dua kata kunci dalam teori Bhabha. Bhabha menemukan “mimikri” sebagai bukti bahwa yang terjajah tidak melulu diam, karena memiliki kuasa untuk melawan. Konsep “mimikri” digunakan untuk menggambarkan proses peniruan atau peminjaman berbagai elemen kebudayaan.

Pembahasan

Facebook telah menciptakan dunia sendiri dalam interaksi sosial masyarakat meski komunikasi tidak dilakukan langsung secara tatap muka, aturan dalam berkomunikasi tetap diperlukan yang memperlihatkan sejauhmana individu tersebut bisa membawa diri dalam komunikasi percakapan yang mencakup orang-orang diseluruh dunia. Hadirnya media sosial, secara perlahan telah mengubah pandangan tentang prinsip komunikasi. Akibatnya, terjadi perubahan sikap dan perilaku serta pergeseran pola komunikasi serta adanya keinginan untuk keluar dari budaya lokal yang dianut selama ini mengarah kepada budaya baru lain yang sedang menjadi *trend* di *facebook*.

Peran Facebook Melahirkan Translokal

Facebook adalah suatu bukti betapa globalisasi yang didukung dengan teknologi dan media mampu menembus batas-batas negara. Globalisasi membawa *remaja* pada kondisi dimana tak satupun informasi yang dapat ditutup-tutupi, semua transparan dan dapat diketahui oleh siapa saja. Akibatnya pola hubungan manusia menjadi semakin luas bukan saja pribadi dengan pribadi, melainkan semakin terbuka komunikasi yang mengglobal sehingga dunia menjadi-meminjam istilah Mc Luhan-desa besar atau *global village*.

Globalisasi juga membuat *remaja* menemukan sebuah identitas di dalam sebuah dunia yang tampak secara simultan melebur jadi satu tetapi sekaligus terpisah ini, dan dimana batas-batas nasional meningkat secara tidak relevan. Melalui media komunikasi seperti *facebook* digunakan untuk mempromosikan berbagai identitas budaya dan identitas sosial. Masalah yang dihadapi oleh orang-orang dari negara-negara kecil dan berkembang ini adalah identitas mana yang akan mereka pilih dari serangkaian identitas yang ditawarkan melalui media (Baran & Davis, 2000:348-349).

Tak ubahnya dengan *facebook* yang menjadi *trend* pada masyarakat global, remaja di Bengkulu tergabung dengan *facebook* agar dapat eksis di tengah teman-temannya yang mempunyai *facebook*. Setelah bergabung dengan *facebook*, remaja menemukan dan merasakan sendiri kelebihan-kelebihan *facebook* daripada situs jejaring sosial lainnya. Fasilitas yang paling disukai adalah *chatting*. Adanya fasilitas *chatt* ini membuat remaja menjadi merasa lebih dekat dengan teman-teman yang berada ditempat yang jauh. Dengan *chatt* melalui *facebook*, remaja juga langsung dapat melihat *facebook* milik temannya dan mengetahui apa yang sedang dialami oleh temannya melalui status yang dipasang lewat foto, catatan dan juga video yang ada pada profil temannya.

Telah banyak dampak nyata dirasakan oleh penggunaannya, khususnya pada pergeseran pola komunikasi, perubahan sikap dan perilaku, terjadinya *hibriditas identity*, selanjutnya interaksi yang telah menjadikan remaja kecanduan (adiksi) *game online* dan *shopping online*. Bentuk-bentuk



perubahan ini akibat dari globalisasi teknologi yang mendekatkan yang jauh menjadi terasa dekat atau merubah wajah dunia melalui teknologi. Singkatnya, dunia kini tanpa batas dan semua dapat melebur dalam interaksi virtual.

Satu hal menarik dari persilangan kategori ini adalah akan melahirkan banyak titik singgung dari kategori-kategori sosial yang melekat pada individu atau kelompok. Persilangan ini tentu bukan sekedar persilangan atribut, tetapi juga melibatkan proses kognitif untuk saling mengenal dan memahami. Ketika remaja menyandang banyak identitas, berarti dia memiliki dimensi sosial-psikologis yang banyak pula.

Berdasarkan kerangka pendapat Pieterse tersebut, penulis ingin menggambarkan bahwa komunitas K-Pop di Bengkulu diawali dengan interaksi melalui facebook dengan sesama pencinta Korea maupun langsung bisa berhubungan dengan remaja yang memang berasal dari Korea. Kecintaan para remaja terhadap K-Pop tidak hanya sampai disitu. Mereka juga membentuk wadah yang diharapkan dapat menjadi tempat mereka saling berbagi informasi atau hanya sekedar saling kenal dengan pencinta K-Pop lainnya. Komunitas tersebut dinamakan *K-Pop Lovers*. Komunitas ini berawal dari jejaring sosial facebook ini diisi oleh para pecinta K-Pop dari berbagai kota di Provinsi Bengkulu dan telah memiliki ratusan anggota.

Komunikasi mereka juga tidak terbatas di dunia jejaring sosial saja tapi mereka juga melakukan *gathering* secara berkala untuk membuat hubungan antar anggota komunitas menjadi lebih erat. Budaya populer K-Pop ini telah menciptakan gaya dan pola hidup baru yang kemudian diadaptasi oleh pencinta K-Pop termasuk anggota yang berada dalam komunitas ini. Penulis lalu mengamati langsung komunitas ini di facebook dan melihat pola interaksinya. Selain itu, penulis juga melakukan percakapan atau *chatting* dengan beberapa anggota komunitas di facebook. Secara umum penulis dapat simpulkan bahwa identitas yang dikonstruksi dalam facebook ternyata lebih banyak identitas palsu. Hal ini disebabkan oleh kecintaan terhadap budaya Korea, sehingga nama remaja di facebook, foto profilnya bukanlah identitas yang asli. Rupanya hal ini yang membuat bangga anggota komunitas ini, internalisasi budaya Korea dalam kehidupan virtual dan real mereka merasa menjadi seseorang yang gaul atau modern.

Uniknya, dalam berinteraksi melalui virtual, anggota komunitas ini menggunakan bahasa Hangeul atau bahasa Korea. Dalam kehidupan sehari-hari pun, banyak sekali remaja yang bergaya ala Korea mulai dari baju hingga aksesoris lain yang mendukung penampilan dan berbusana layaknya artis-artis Korea seperti rok mini, kalung, gelang, sepatu wedges, mewarnai rambut, hotpans. Fenomena ini sudah menjadi suatu budaya populer di Bengkulu, masyarakat sudah terbiasa menyaksikan perubahan-perubahan gaya hidup remaja.

Kiranya temuan ini menarik didialogkan dengan pemikiran Ting-Toomey (1999 : 39) yang menegaskan sebuah teori yaitu teori negosiasi identitas menekankan bahwa identitas atau konsepsi diri reflektif dipandang sebagai mekanisme eksplanatori bagi proses komunikasi antarbudaya. Identitas dipandang sebagai citra diri reflektif yang dikonstruksi, dialami, dan dikomunikasikan oleh para individu dalam satu budaya dan dalam satu situasi interaksi tertentu. Konsep negosiasi didefinisikan sebagai proses interaksi transaksional di mana para individu dalam satu situasi antarbudaya mencoba memaksakan, mendefinisikan, mengubah, menantang, dan/atau mendukung citra diri yang diinginkan pada mereka atau orang lain. Negosiasi identitas merupakan aktivitas komunikasi.

Media sosial *facebook* menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan mereka. Umumnya *remaja* merasa pada awal-awal terhubung dengan *facebook* akan merasa gusar dan kebingungan ketika media sosial *facebook* tidak dapat diakses dalam beberapa jam saja, mereka merasa ada sesuatu yang hilang, bahkan ada yang kurang dalam kehidupan mereka. Komunitas penelitian, yang menarik perhatian peneliti adalah penggemar K-Pop Bengkulu yang mempunyai kebiasaan menjual produk-produk atau aksesoris serta album penyanyi Korea yang sedang terkenal melalui *facebook* atau komunitas tempat mereka berinteraksi.

Hibriditas Remaja Kontribusi Media Sosial

Dengan adanya transnasionalisme yang dibawa oleh globalisasi ekonomi dan budaya dewasa ini, setiap kelompok masyarakat terhubung dengan kelompok masyarakat lainnya. Dengan adanya persinggungan budaya ini, setiap budaya mendapat pengaruh dari budaya luar dan menambah keragaman budaya yang telah ada. Dalam tulisan ini, tergambarkan bahwa telah terjadi hibriditas budaya pada remaja di Bengkulu. Sebagai seorang remaja yang menyukai Korea mereka bahkan merasa ada sesuatu yang berbeda dalam dirinya ketika menyadari banyak sekali perubahan dalam kebiasaan dan jalan pikirannya serta caranya memecahkan suatu persoalan. Setidaknya, fenomena ini menunjukkan bahwa remaja yang tergabung dengan group virtual Pop merupakan kelompok masyarakat multicultural yang terdiri atas dua (atau lebih) komunitas budaya.

Secara garis besar, ada dua pendapat mengenai identitas yakni pendapat kaum esensialis dan pendapat kaum non-esensialis (Giles dan Middletown, 1999:36). Pandangan esensialis melihat identitas sebagai entitas yang sudah terbentuk dan bersifat tertutup terhadap perubahan. Pandangan esensialis ini akan menghasilkan peminggiran terhadap hal-hal yang dianggap berbeda dari identitas suatu kelompok. Hal ini bertentangan dengan pandangan esensialis yang menganggap identitas sebagai sesuatu yang ajeg, bersifat instrinsik dan dibawa sejak lahir, diwariskan secara turun temurun. Pandangan non-esensial memandang identitas sebagai identitas yang bersifat terbuka dan selalu mengalami perubahan.

Berdasarkan analisis Giles dan Midletown tersebut, perilaku remaja yang tergabung dalam grup facebook K-Pop Loves di Bengkulu merupakan pengembangan dari pandangan non-esensial. Identitas mereka tercerabut dari budaya lokal /budaya asli mereka. Proses ini dijalani sehubungan dengan merekatnya budaya Korea yang baru mereka kenal dan tertarik untuk mendalaminya.

Proses penerapan budaya oleh remaja juga sesuai dengan pendapat Hall atau kelompok nonesensial, dan disinilah letak bentuk hibriditas identity seperti yang diungkapkan Homi K. Bhabha. Walaupun konsep Bhabha secara tegas merepresentasikan pendekatan postkolonial dan berusaha mengevaluasi stigma inferior yang dilekatkan pada penduduk bekas negara jajahan. Berkaitan dengan konteks ini, tulisan ini bukan menetapkan konteks negara Timur-Barat sebagai penjajah dan terjajah, tetapi lebih melihat hubungan budaya dominan dan tidak dominan. Budaya dominan dalam konteks penelitian ini adalah budaya Pop Korea sementara itu budaya yang tidak dominan adalah budaya yang dilakoni oleh remaja Bengkulu.

Dengan menunjukkan bahwa relasi penjajah-terjajah tidak lagi relevan, Bhabha telah membuka peluang untuk terbukanya satu ruang ketiga yang selalu berada diantara penjajah-terjajah. Ruang ketiga inilah yang berhasil menunjukkan keragaman cultural yang tidak bisa begitu saja dikategorikan sebagai budaya penjajah atau budaya terjajah. Keragaman kultur inilah yang oleh Bhabha disebut sebagai budaya hybrid.

Dalam tulisan ini, salah satu ranah penjajah dan terjajah bukan hanya merujuk pada negara Eropa dan Indonesia, namun budaya Korea yang menjadi sebuah budaya pop telah melengserkan budaya lokal yang dianut oleh remaja sebelumnya. Adanya budaya lain dalam ruang ketiga pada kehidupan remaja yang memperlihatkan sikap dan perilaku unik yang menerapkan budaya Korea dan tidak meninggalkan budaya asli. Namun, pada tataran tertentu, dikhawatirkan ada semacam penyusupan pemikiran yang merajalela dalam kognitif remaja apabila terus menerus mengagungkan budaya Korea sebagai panutannya. Paling tidak, remaja berpendapat bahwa memilih salah satu diantara keduanya juga bukan pilihan yang tepat, karena apabila yang dikejar adalah kemajuan negara induk, maka mereka harus bersiap kehilangan identitas kulturalnya.

Merebaknya budaya Korea dari sekian banyak karyanya, setidaknya-tidaknya akan dianalisis dua pemikiran utamanya, yaitu tentang mimikri dan hibriditi. Jika pendapat Bhabha merepresentasikan budaya dominan sebagai budaya yang berkembang, maka dalam penelitian ini budaya dominan yang memasuki seluruh dunia adalah K-Pop yang diminati hampir seluruh remaja di dunia, termasuk Bengkulu. Melalui media jejaring sosial, kedekatan budaya (*proximity cultur*- meminjam istilah Rachmah Ida, 2008) semakin nyata mampu memberikan penguatan dan semakin mendekatkan penggemar dengan K-Pop itu sendiri.



Intinya, kedekatan budaya dikarenakan ada unsur kesamaan daya tarik yang mendominasi pada media jejaring sosial seperti *facebook*. identitas yang terbentuk pada *facebook* dapat memberikan peluang bagi remaja untuk semakin mengenal K-Pop dan menjadikan K-Pop sebagai panutan sehari-hari. Tentu saja jika sisi positif yang menjadi panutan remaja adalah sesuatu yang baik, tetapi, kehadiran K-Pop membuat remaja semakin menjauh dari budaya aslinya bahkan tidak begitu tertarik dengan budaya lokalnya.

Dalam konteks dualism budaya *remaja* di Bengkulu, muncullah konsep mimikri. Bhaba menjelaskan bahwa mimikri adalah upaya masyarakat/kelompok lokal yang meniru/mengimitasi kebudayaan modern yang ditampilkan dalam gaya berbicara, berpakaian, bersikap, dan citra budaya lainnya. Upaya ini dilakukan oleh kelompok lokal/subaltern agar mendapatkan akses yang sama dengan kelompok yang memiliki kekuasaan, dalam hal ini penjajah. Hal ini dipahami karena adanya ketimpangan dan ketidakadilan dalam relasi orang lokal dan penjajah. Tentunya sebagaimana diketahui, kelompok kolonial akan selalu mempertahankan dominasinya secara ekonomi dan politik dari para kelompok jajahan untuk tetap dapat mengeksploitasi mereka.

Selanjutnya adalah hibriditas budaya. Budaya sebagaimana dimaknai sekarang yang mencakup seni, cara berpakaian, lagu, makanan, cara bersikap, dan masih banyak lagi. Dalam hal ini pun, hibriditas budaya dimaknai sebagai percampuran budaya antara entitas lokal dengan yang dari Barat atau negara Asia lainnya. Sehingga, sesungguhnya hibriditas budaya tidak jauh berbeda dengan fenomena mimikri. Contohnya, remaja sangat mengenal makanan Korea dan sudah mulai mempraktekkan di rumah untuk dimasak. Kemudian, gaya berfoto yang lebih dikenal sebagai *Aegyo style*.

Perilaku-perilaku hibrid yang telah melalui proses negosiasi itu, pada tulisan ini merupakan salah satu fase yang menjadi pendorong budaya yang semula lokal menjadi *global* adalah melalui proses globalisasi. Globalisasi menggabungkan unsur-unsur budaya dari berbagai sumber dan menjadikan pencairan budaya. Globalisasi budaya cenderung bersifat kosmopolitan dan pluralis. Hal ini membuat tidak ada lagi budaya yang benar-benar murni (Pieterse, 2004: 60).

Hibridisasi ini dipandang mengambil intisari dari gagasan kosmopolitan. Pada tulisan ini, konsep hibridasi budaya menjadi isu sentral karena perubahan pola pikir dan perilaku yang tercermin dalam gaya hidup *remaja* menunjukkan adanya peniruan dari budaya yang berkembang atau yang menjadi trend melalui media sosial *facebook*. Peniruan budaya ini tentu saja menggabungkan budaya global (seperti bahasa, gaya hidup kosmo, Korean style) dengan budaya lokal Bengkulu.

Belanja Online sebagai Eksistensi Diri Remaja

Facebook sebagai salah satu bentuk media sosial online memberikan banyak keuntungan bagi penggunanya diantaranya adalah memudahkan dalam bertukar informasi. Pertukaran informasi tersebut tidak hanya berupa informasi pribadi tetapi sekarang ini informasi yang diberikan juga berupa penawaran suatu produk atau jasa. Bisa dikatakan bahwa *facebook* telah menjadi “iklan” bagi penggunanya untuk mengenalkan dan menawarkan .produk atau jasa yang dimilikinya. Melalui *facebook*, para *shopolic* sebutan bagi para pengguna media online berbelanja, bisa menjelajahi bahkan mendapatkan informasi berbagai jenis barang yang ditawarkan dengan mudah. Sehingga dapat disimpulkan pesatnya jaringan internet secara tidak langsung membawa fenomena baru atau gaya hidup baru di kalangan remaja yang suka memanfaatkan fasilitas internet, salah satunya adalah *shopping online*.

Kebiasaan belanja *online* ini juga penulis golongan dalam bentuk translokal dan hibrid. Remaja yang memanfaatkan facebook sebagai media berjualan, dapat melakukan transaksi dengan orang-orang yang terhubung dengan remaja tersebut walaupun berada pada wilayah geografis yang berbeda. Dengan karakteristik *facebook* yang menarik dan mudah dalam mendapatkan informasi tentang suatu produk tanpa harus *browsing* dalam mendapatkan informasi tentang sebuah produk menawarkan produk. Melalui *facebook* segala kebutuhan yang diinginkan cepat dan instan. Maka fenomena ini dapat dilihat secara luas bahwa motif remaja hanya untuk eksistensi diri. Komoditas

fetisme pun mampu menjawab fenomena ini. Alasannya adalah remaja yang gemar berbelanja non- toko seperti melalui *facebook* sebenarnya lebih memenuhi keinginan daripada kebutuhannya. Hasilnya, belanja online dapat meningkatkan status sosial mereka dihadapan teman-teman lain yang tergabung dengannya di *facebook*.

Hibriditas remaja dalam belanja online ini juga merupakan perubahan yang besar dalam pergaulan remaja di Bengkulu. Pada awalnya, para pengguna utama dari belanja online adalah orang-orang muda dengan tingkat pendapatan yang tinggi dan pendidikan universitas. Karena berbelanja *online* melalui *facebook* dianggap sudah cukup efisien, mereka tidak perlu keluar dari rumah jika ingin membeli barang yang diinginkan. Disamping itu, remaja yang sangat konsumtif, suka ikut-ikutan teman dan mudah dirayu iklan dapat dengan mudah melakukan transaksi belanja *online* di *facebook*. Sehingga menjadikan remaja yang terbiasa dengan gaya hidup instan dan menjadi hibrid dengan budaya lain.

Penutup

Melalui media, remaja masa kini dihadapkan pada pilihan gaya hidup yang kompleks. Remaja yang masih pada tahap pencarian identitas diri, jadi banyak meniru apa yang dilihat dan didengar melalui media, termasuk media sosial. Lebih jauh, telah terjadi asimilasi budaya yang memberi kontribusi besar pada pengikisan identitas lokal remaja menjadi identitas global. Negosiasi translokal remaja terjadi pada proses ini. Pertimbangan untuk menerapkan budaya baru dalam tulisan ini terdiri dari kegiatan mendefinisikan budaya baru (Barat/Korea), mengubah (lokal menjadi global atau sebaliknya), menantang (membuat sebuah diferensiasi dari budaya lokal), dan/atau mendukung citra diri yang diinginkan mereka dan orang lain. Artinya, proses negosiasi sangat tergantung dari penilaian lingkungan sekitar dimana remaja berada, selain mengikuti *trend* dan rasa nyaman yang dirasakan dalam mengadopsi budaya lain. Akhirnya proses negosiasi *digital natives* ini melahirkan suatu formasi translokal. Dalam tulisan ini ditemukan formasi translokal yang merubah gaya hidup remaja seperti remaja yang menyukai dan mengikuti *Korean Style*, kebiasaan sehari-hari menggunakan bahasa Hangeul atau bahasa Inggris, kebiasaan berbelanja dilakukan melalui *shopping online* seperti yang dilakukan remaja dengan cara pikir ke barat-baratan.

Hibrid merupakan percampuran atau penggabungan budaya yang berbeda dengan budaya asli misalnya penggunaan bahasa campuran (Inggris dan Indonesia/ Korea) oleh remaja. Sementara itu, mimikri terlihat pada upaya remaja meniru perilaku atau gaya hidup seperti *trend* belanja *online*, menjadi pecandu *online games*, dan membentuk komunitas baru seperti Korean Style serta meniru cara berpakaian orang Korea. Inilah gambaran gaya hidup hedonis dan konsumerisme yang dibungkus dalam gaya hidup digital yang berkembang pada remaja di Bengkulu. Dengan demikian, perilaku hibrid dan mimikri melahirkan translokal remaja di Bengkulu yaitu sebuah bentuk perilaku yang tidak lagi menonjolkan budaya lokal namun lebih cenderung mengadopsi budaya-budaya Barat ataupun Korea dalam pergaulan kehidupan sehari-harinya. Kondisi inilah yang peneliti nilai sebagai "*third space*" dalam teori hibriditas Homi K. Bhabha.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2000. *Mass Communication Theory: Foundation, Ferment, and Future*. Belmont: Wadsworth
- Bhabha, Homi K. 1994. *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Gandhi, Leela. 2001. *Teori Poskolonial: Upaya Meruntuhkan Hegemoni Barat*. Qalam: Yogyakarta
- Gilles, Judi and Timothy Middletown. 1996. *Identity and difference. Studying Culture; A Practical Introduction*. Oxford: Blackwell Publisher.



- Ida, Rachmah. 2008. *Consuming Taiwanese Boys Culture. Watching Meteor garden with urban Kampung Women in Indonesia*. Dalam Popular Culture in Indonesia. Fluid Identities in Post-Authoritarian Politics. Editor: Ariel Heryanto. Routledge., London.
- King, Richard. 2001. *Agama, Orientalisme, dan Poskolonialisme: Sebuah Kajian tentang Pertelingkahan Natra Rasionalitas dan Mistik*. Qalam: Yogyakarta
- Pieterse, Jan Nederveen. 2004. *Global and Culture*. Global Melange. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- _____. 1995. *Globalisation as Hybridisation*. Dalam M. Featherstone, S.Lash dan R. Robertson (penty.) *Global Modernities*. London: Sage Publications.
- King, Richard. 2001. *Agama, Orientalisme, dan Poskolonialisme: Sebuah Kajian tentang Pertelingkahan Natra Rasionalitas dan Mistik*. Qalam: Yogyakarta
- Tickell, Paul. 2006. "Cinta di Zaman Kolonial: Ras dan Roman dalam sebuah Novel Awal Indonesia" dalam Keith Foulcher dan Tony Day (ed) *Clearing a Space: Kritik Pasca kolonial tentang Sastra Indonesia Modern*. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta
- Toomey,Ting. 1999. *Identity Negotiation Theory: Crossing Cultural Boundaries*, dalam *Theorizing About Intercultural Communication*, W.B. Gudykunst, ed (Thaousand Oaks, CA: Sage Publication, 2005