

MEDIA KOMUNIKASI PEMBANGUNAN BUDAYA DAN POLITIK GENERASI MUDA

Iwan Armawan

Mahasiswa Doktoral Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan Institut Pertanian Bogor (IPB), Dosen di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI)
Universitas Surya Kencana Cianjur (UNSUR)
Email: iwanaradea84@gmail.com

ABSTRAK

Abstrak. Pada era masa kini Kaum muda adalah inti dari inisiatif media untuk mobilisasi sosial dan transformasi politik. Ini tidak mengherankan, mengingat tantangan dan kecemasan ekonomi, pendidikan, budaya, politik, dan sosial yang meluas dihadapi kaum muda saat ini. Dengan mengembangkan pernyataan komunikasi mereka sendiri, orang muda memajukan proses-proses khusus pembangunan.

Pembahasan berikut adalah untuk menyediakan jalur dan jembatan antara berbagai perspektif tentang pembangunan dan perubahan sosial di generasi muda dan partisipasi dalam media yang dihasilkan oleh pemuda, menyediakan hal-hal spesifik yang diperlukan untuk dipahami anak muda. Media yang dihasilkan oleh anak muda ada di dalam banyak hal politik, budaya, atau ekonomi. Pertanyaan-pertanyaan utama yang dibahas adalah bagaimana media yang dihasilkan oleh remaja, apa spektrum kegiatan yang tercakup oleh media yang dihasilkan oleh pemuda? Keterbatasan apa yang dihadapi dalam media anak muda ini?

Penulis memberikan gambaran tentang pendekatan kepada pemuda dan media mereka, mendefinisikan media yang dihasilkan oleh pemuda dan apa yang mereka diikuti dengan studi kasus singkat. Pertanyaan tentang makna remaja bukanlah hal baru, jawaban mereka bervariasi, kompleks dan kadang-kadang kontradiktif. Menggambar pada wawasan dari psikologi, sosiologi dan komunikasi, bagian pertama menawarkan lintasan sejarah mengenai studi pemuda dan media. Kemudian penjelasan tentang konsep media yang dihasilkan oleh anak muda seperti yang dikembangkan oleh orang muda itu sendiri, dan disandingkan dengan media yang berorientasi pada pemuda (media terutama dihasilkan oleh orang dewasa untuk remaja). Selanjutnya diakhiri dengan menyoroti kegunaan konsep media yang dihasilkan oleh generasi muda dan tantangan dalam memahami dan menafsirkan kegiatan anak muda terutama dalam politik.

Kata Kunci: Media Anak muda, Generasi Muda, Media politik generasi muda

PENDAHULUAN

Subkultur pemuda secara luas yang dilakukan oleh para peneliti studi budaya berfokus pada hubungan praktik budaya tertentu dan proses kekuasaan sosial yang lebih besar. Dengan menggunakan metode inovatif dari etnografi dan sosiologi, para peneliti terfokus ke subkultur kelas pekerja dan kontra-budaya kelas menengah. Sementara keduanya adalah budaya konsumsi, yang pertama beroperasi sebagai budaya di pinggiran arus utama, sementara yang kedua menolak arus utama. Gagasan subkultur tetap merupakan kontribusi utama dari perspektif studi budaya pada pemuda.

Melihat dari perubahan sosiologis tahun 1960-an dan 1970-an di Amerika Serikat dan Eropa, ulasan mengenai subkultur ini sangat berperan dalam meneliti preferensi budaya orang muda, tren dan dalam menjelaskan perilaku mereka. Misalnya, gaya punk tahun 1970-an sebagai "gaya dalam pemberontakan" dan mengamati bagaimana pasar mengeksploitasi musik subkultur ini, fashion, dan "gaya jalanan" visual. Selama bertahun-tahun, studi budaya men gatasi analisis basis ekonomi untuk mengatasi masalah ras dan gender dengan media yang menampilkan sebagai entitas ekonomi eksploitatif. Misalnya, membahas identitas gender dari perspektif feminis, kemudian menunjukkan pentingnya etnis dan ras dalam identitas subkultur orang muda dan membahas dampak tempat dalam membentuk bentuk budaya dan subkultur.

Psikologi pembangunan dan sosiologi masa kanak-kanak berguna dalam pemikiran hubungan antara pemuda dan media. Kedua paradigma memberikan kontribusi yang valid dan penting untuk komunikasi dan kajian media yang melihat "bahaya" dari media arus utama dan mengadvokasi pendekatan proaktif untuk mengantar pemuda ke dunia dewasa yang bertanggung jawab. Program pendidikan, kebijakan publik, dan berbagai langkah diperkenalkan untuk membatasi media arus utama dan memberdayakan literasi media anak muda. Paradigma politik pemuda yang khas budaya terkait dengan identitas pemuda independen. Bekerja dalam studi budaya menyoroti munculnya berbagai subkultur yang ditandai dengan praktik budaya termasuk mode komunikasi tertentu. Perbedaan utama terutama karena kedua paradigma telah mengkondisikan persepsi tentang pemuda bukan hanya bagaimana hubungan pemuda dan media dipelajari tetapi lebih penting lagi bagaimana beberapa media yang dihasilkan oleh pemuda dikendalikan, didanai, dan diatur.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data peneliti menggunakan metode studi literatur.

Media Pemuda yang diproduksi orang dewasa ke Media Generasi Muda

Istilah "media pemuda" diartikan dapat yang tidak semestinya. Apakah ini tertuju pada media yang diproduksi oleh atau untuk kaum muda? Dan dalam kondisi apa anak muda melakukan kegiatan seperti itu? Dalam industri musik, film, dan televisi, produk dikembangkan dengan orang muda, sebagai bakat dan sebagai khalayak, untuk tujuan komersial, pendidikan atau lainnya. Pemuda sendiri saat ini sudah dapat memproduksi drama sekolah, film dokumenter pendek, dan lagu di sekolah, pusat komunitas, dan program pengembangan. Lebih sering, "media pemuda" mengacu pada berbagai media yang dikembangkan untuk orang-orang muda di bawah pengawasan orang dewasa dengan atau tanpa keterlibatan langsung pemuda. Bagian ini adalah untuk menangkap semua dan membedakan antara media yang berorientasi pada pemuda (media yang diproduksi untuk pemuda, seperti video musik) dengan media yang dihasilkan oleh pemuda (media yang dikembangkan oleh pemuda, seperti video amatir).

Landasan Pemuda mengacu pada plural, beragam, dan kompleks dari politik budaya. Dalam banyak hal, seperti yang dikemukakan Griffin (2003: 149), pemuda dan orang dewasa "saling terjalin secara fundamental, dan tidak pernah dapat sepenuhnya terlepas." Oleh karena itu, setiap upaya untuk mendefinisikan pemuda sering kali sangat dipengaruhi oleh pemahaman orang dewasa tentang pemuda dan kurang mendapat informasi dari bagaimana anak muda mendefinisikan diri mereka sendiri. Mereka para pemuda adalah subyek yang sama. Bahkan, pembicaraan paling baik diwakili dalam pemahaman industri periklanan tentang pemuda sebagai pasif / aktif. Di satu sisi, iklan mencoba mengubah pemuda menjadi konsumen melalui proses akulturasi. Iklan dapat dilihat bekerja bersama-sama dengan institusi sosial lainnya untuk mempercepat proses dimana kaum muda mengadopsi kebiasaan konsumerisme.

Berkaitan dengan istilah media belakangan ini, model komunikasi massa biasanya "menggunakan" radio, televisi, dan pers. Makna media yang mengilhami konsep media yang dihasilkan oleh pemuda justru didorong dari ranah media alternatif, area penelitian yang semakin meluas. Sementara itu untuk mendefinisikan media alternatif, dua proposisi yang signifikan sangat menginspirasi: satu adalah artikulasi John Downing tentang "media radikal" dan yang kedua adalah "media warga" Clemencia Rodríguez. Untuk Downing, media radikal " mencakup sejumlah besar kegiatan dari teater jalanan dan mural untuk menari dan lagu ... dan bukan hanya penggunaan teknologi radio, video, pers, dan Internet secara radikal "(2001: 8). Media tidak terisolasi dari konteks produksi dan konsumsi, yang terjadi di masyarakat di mana budaya massa, populer dan bahkan oposisi berbeda tetapi saling bergantung. Downing melanjutkan dengan menekankan elemen manusia yang mengungkapkan hubungan antara produsen media radikal, aktivisme dan gerakan sosial. Hal yang sama dapat dikatakan tentang media warga Rodríguez: Namun, terlepas dari perbedaan geografis, ekonomi, dan budaya mereka, mereka semua memiliki

satu kesamaan: mereka mengekspresikan kehendak dan agensi komunitas manusia yang menghadapi kekuatan marjinalisasi dan mengisolasi historis, apa pun itu. (Rodríguez 2001: 63)

Pada dasarnya, analisis apa pun dari media yang dihasilkan oleh pemuda harus menjadi media yang berpusat (berfokus pada platform dan konten) dan berpusat pada orang (mengatasi konteks pribadi dan sosial dari pembangunan). Berikut ini adalah upaya untuk mengembangkan kerangka kerja yang menempatkan penekanan pada praktik tertentu: perkembangan dan penyebaran pernyataan-pernyataan diri-ekspresif generasi muda. Ada pengakuan, dari awal, bahwa meskipun media yang dihasilkan oleh pemuda adalah "alternatif", "radikal", atau "warga negara", mereka memiliki karakteristik tambahan sendiri, seperti yang baru saja dibahas. Kerangka ini akan berusaha untuk mencapai dua tujuan yang saling terkait. Tujuan pertamanya adalah membantu mengidentifikasi dan menjelaskan spektrum konteks di mana anak muda sedang mengembangkan media. Ini juga bertujuan untuk menyediakan poin referensi analitik untuk mengidentifikasi perangkat media orang-orang muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media yang dihasilkan oleh anak muda adalah proses historis dari penyesuaian dan redefinisi media konvergen multiplatform - dari coretan ke blog, selebaran ke video online dengan cara reintroduksi. Ketika sarana pembuatan media menjadi lebih beragam dan meluas, kaum muda menggunakan cara-cara ini untuk mengembangkan ekspresi dalam berbagai bentuk. Dalam prosesnya, mereka mendefinisikan kembali utilitas dan penggunaan media ini. Media yang dihasilkan oleh pemuda tidak terbatas pada konteks geografis, sosial, budaya, atau politik tertentu. Mereka tidak hanya tokoh dalam masyarakat industri dan berkembang, tetapi juga berkembang baik di kalangan liberal dan ekstremis.

Penelitian yang sedang berlangsung menunjukkan bahwa media yang dihasilkan oleh anak-anak terletak di seluruh spektrum kemungkinan, masing-masing dengan tingkat kemandirian yang berbeda dari orang dewasa. Di satu sisi, pendekatan pengembangan-sponsor menunjukkan bahwa mereka harus dimodelkan setelah media "profesional" dan dengan keterlibatan orang dewasa. Contohnya adalah proyek luar sekolah, surat kabar siswa, buletin politik, dan pertunjukan kelompok Masjid seperti Hadroh, marawis dll - semua melibatkan remaja dan orang dewasa. Selain itu dari spektrum, pendekatan "organik" menunjukkan bahwa media yang dihasilkan oleh pemuda dikembangkan dari dalam kelompok pemuda dan independen dari keterlibatan orang dewasa. Contohnya adalah blog, grafiti, pembuatan video tertentu, dan musik - semua melibatkan individu atau kelompok orang muda.

Dari sisi lain dari pendekatan pengembangan-sponsor, penekanan pada partisipasi aktif orang muda dari awal hingga eksekusi, ini adalah tentang ekspresi diri remaja yang "terbentuk di atas medan kehidupan sosial dan budaya" (Clarke et al., 2005). Mengakui persamaan hak antara pemuda dan orang dewasa, pendekatan organik mencerminkan kemampuan orang muda untuk menolak atau menyetujui struktur kekuasaan. Penting untuk pandangan ini adalah keyakinan bahwa orang muda harus mengembangkan, mengelola dan mengendalikan inisiatif media mereka tanpa ketergantungan atau campur tangan dari orang dewasa. Sementara pendekatan ini menggemakan kerja studi budaya (seperti yang disebutkan sebelumnya), ia juga memiliki resonansi dalam analisis pasca-modernis. Untuk yang pertama, itu adalah ekspresi dan praktik budaya orang muda yang menunjukkan bentuk non-tradisional dari "politik" kolektif, studi budaya berfokus pada mendeskripsikan dan menganalisis "agensi" kaum muda, kemampuan mereka untuk terlibat aktif dengan struktur dominan. Dalam banyak kasus, pendekatan semacam itu berlaku untuk individu yang mengembangkan media, seperti seniman grafiti atau blogger, serta kegiatan kolektif yang sering dikaitkan dengan gerakan sosial.

Pembahasan yang lebih luas yang ada antara pengembangan yang disponsori dan pendekatan organik membuka area subur untuk mempertimbangkan berbagai media yang dihasilkan oleh pemuda, di mana orang-orang muda semakin terlibat dalam mengembangkan alat di dalam dan di luar struktur kelembagaan, secara individual atau kolektif. Sementara banyak media yang

dihasilkan oleh pemuda dikembangkan dan disirkulasikan di berbagai titik di spektrum ini, kedua pendekatan ini menyediakan wadah di mana deskripsi dan analisis berada.

Dengan menggunakan parameter yang ditetapkan di bagian sebelumnya, sekarang dapat menggambarkan dan memetakan media yang dihasilkan oleh pemuda tertentu yang terkait dengan gerakan yang menganjurkan perubahan sosial politik dinegara-negara dunia dan di Indonesia. Kisah media yang dijuluki "212" telah diceritakan kembali cukup sering dimulai pada 2 Desember 2016, dimulai sebelumnya serangkaian demonstrasi pada 4 November 2016 yang berakhir kurang baik dan protes pada "penista agama" agar disidangkan dan dipenjarakan yang akhirnya membuat alur demonstrasinya dengan cara Damai pada 2 Desember 2016 dengan menghadirkan 7 juta umat muslim sholat berjamaah hingga Presiden Republik Indonesia pun Hadir kala itu, ini akibat dari media generasi muda yang sebarannya melalui group Facebook, twiter, Instagram, youtube, WhatsUp, poster, graffiti, puisi, V-log, aktifitas online dan offline dan media generasi muda lainnya secara terus menerus mengajak untuk datang, menciptakan suasana haru dan simpatik diantaranya warga ciamis yang rela berjalan kaki hingga monas, warga padang yang mencarter satu pesawat hingga warga bogor yang melakukan aksi longmarch akibat bus yang mereka sewa dilarang beroperasi. Mereka menuntut perubahan status dari gubernur Jakarta saat itu agar diproses secara pidana, kebebasan demokratis, keadilan sosial, dan reformasi ekonomi, demonstrasi-demonstrasi ini dimobilisasi dan berorganisasi secara dominan oleh para pemuda yang menggunakan berbagai media alternative untuk komunikasi.

Jika kunci "fakta" dari cerita diterima, artinya sering diperdebatkan. Bagaimana kita bisa memahami revolusi-revolusi yang dimotori oleh pemuda pada saat kaum muda dituduh apatis politik? Apakah peran media ini dibatasi secara eksklusif untuk mobilisasi dan organisasi? apakah media yang dihasilkan oleh anak muda ini memberi tahu kita tentang politik budaya pemuda? Bagaimana orang muda melakukan demonstrasi ini? Apakah pernyataan mereka sungguh-sungguh atau apakah mereka disponsori oleh organisasi dewasa (asing atau domestik)? Menjawab pertanyaan-pertanyaan ini sepenuhnya berada di luar pembahasan, tetapi melihat fitur-fitur kunci dari media yang dihasilkan oleh pemuda yang muncul akan memberikan fokus umum dan tempat untuk memulai penyelidikan hingga akhirnya dapat terselesaikan bahkan tiap tahunnya diadakan reuni besar. Tercatat 2017 sekitar lebih dari 1 juta orang menghadiri reuni 212 tersebut. Tahun 2018 yang baru terjadi tercatat sekitar 14 juta umat menghadiri reuni tersebut yang dibalut dengan Maulid Nabi, angka tersebut 2 kali lipat dari 2016. Mengingat masalah yang hadir semakin bertambah, dari ulasan pengamat politik Dr.Efendi Ghazali dalam Indonesia Lawyar club 4 Desember, salah satunya adalah masalah kekecewaan dan ketidakadilan, misalnya dia mencontohkan mengenai pengurusan surat akte tanah. Selain itu beberapa isu lainnya seperti pembakaran bendera bertulis kalimat tauhid juga diduga menjadi salah satu pendorong ditambah agenda yang bertepatan juga tahun politik. Media generasi muda mengemasnya secara baik hingga dapat mengajak sekitar 14 juta orang untuk datang kemonas Jakarta dan tertib dan lancar. Sementara ini ilustrasi dari pada kasus tersebut, bertujuan untuk menerapkan kerangka media yang dihasilkan oleh pemuda ke pemerintah. Penulis tidak dapat mengajukan faktor tunggal apa pun dalam menjelaskan kemunculan dan keawetan keterlibatan orang muda dalam perubahan sosial Namun, media yang dihasilkan oleh pemuda memungkinkan kita untuk menyelidiki, memetakan, dan menganalisis berbagai cara di mana anak-anak muda mengembangkan dan mengedarkan ekspresi diri mereka. Dalam prosesnya, meningkatkan pemahaman kita tentang politik budaya anak muda.

Penelitian dan Tantangan Masa Depan

Dalam media yang dihasilkan oleh pemuda, perbedaan dibuat antara pendekatan pengembangan yang disponsori di mana orang dewasa memainkan peran penting dalam pendanaan dan memfasilitasi keterlibatan media muda, dan pendekatan organik di mana orang muda sebagai kelompok atau individu mengembangkan dan mengedarkan alat media. Dalam mempertimbangkan utilitas media yang dihasilkan oleh pemuda ketika menganalisis aktivitas komunikasi dan alat untuk perubahan sosial, beberapa pengamatan menonjol. Hubungan antara pemuda dan

media secara tradisional telah tertangkap dalam lingkungan yang berbeda dipengaruhi oleh posisi ideologi, lembaga pendanaan, mandat kelembagaan, dan lain-lain. Kemampuan untuk berpartisipasi dalam perubahan sosial yang efektif dengan mengembangkan model-model baru pemberdayaan media yang meratakan hierarki, baik dalam pelatihan media terorganisir atau dalam gerakan kolektif yang longgar.

Sebagaimana dicatat sebelumnya, media yang dihasilkan oleh pemuda bukanlah fenomena baru, tetapi meskipun peningkatan visibilitas pengembangan dan sirkulasi alat kaum muda di dunia yang sangat menengah, masih dapat diperdebatkan bahwa penelitian yang ada menawarkan pemisahan yang sangat problematik antara apa yang kaum muda terpusat dan bereksresi. Sementara yang pertama berkaitan dengan kegiatan, praktik, dan perilaku remaja, yang terakhir berfokus pada makna yang berasal dari pertunjukan budaya anak muda seperti tari, mode, musik, dan sebagainya. Melalui media yang dihasilkan pemuda, pengembangan dan sirkulasi ini dilihat sebagai bagian integral dari politik budaya pemuda dan sebagai jembatan untuk menghubungkan pendekatan berpusat pada pemuda dan pendekatan yang berpusat pada ekspresi.

KESIMPULAN

Berdasarkan kajian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Media yang dihasilkan oleh pemuda terletak di seluruh spektrum kemungkinan, masing-masing dengan tingkat kemandirian yang berbeda dari orang dewasa
2. Ekspresi dan praktik budaya pemuda yang menunjukkan bentuk non-tradisional dari "politik" kolektif, studi budaya berfokus pada mendeskripsikan dan menganalisis "agen-si" kaum muda, kemampuan mereka untuk terlibat aktif dengan struktur dominan
3. Dengan menggunakan parameter yang ditetapkan di bagian sebelumnya, sekarang dapat menggambarkan dan memetakan media yang dihasilkan oleh pemuda tertentu yang terkait dengan gerakan yang menganjurkan perubahan sosial politik dinegara-negara dunia dan di Indonesia
4. Media generasi muda yang sebarannya melalui group Facebook, twiter, Instagram, you-tube, WhatsUp, poster, graffiti, puisi, V-log, aktifitas online dan offline lainnya secara terus menerus secara dominan oleh pemuda menggunakan berbagai media alternatif sebagai untuk komunikasi.
5. Media yang dihasilkan oleh pemuda, perbedaan dibuat antara pendekatan pengembangan yang disponsori di mana orang dewasa memainkan peran penting dalam pendanaan dan memfasilitasi keterlibatan media muda, dan pendekatan organik di mana orang muda sebagai kelompok atau individu mengembangkan dan mengedarkan alat media.

DAFTAR PUSTAKA

- Clark, K. K., et.al 2005. *Strategies for Building Mathematical Cmmunication in the Middle School Classroom: Modeled in Professional Development, Implemented in Classroom*. CIME (current Issues in Middle Level Education)
- Griffin, Em.(ed) 2001, *A First Look at Communication Theory, 5th edition*: Newyork McGraw Hill
- Jensen Klaus Bruhn. 2002. *A Handbook of media Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies*. New York: Routledge
- Mardikanto, Totok. 1987. *Komunikasi Pembangunan*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Nasution, Zulkarimen. 2002. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.