

# NASIONALISME ALA MILENIAL SEBUAH DISRUPSI?

Editor  
**Aulia Hadi • Thung Ju Lan**



Buku ini tidak diperjualbelikan.

# **NASIONALISME ALA MILENIAL SEBUAH DISRUPSI?**

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Dilarang mereproduksi atau memperbanyak seluruh atau sebagian dari buku ini dalam bentuk atau cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

© Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang No. 28 Tahun 2014

*All Rights Reserved*

Buku ini tidak diperjualbelikan.

# **NASIONALISME ALA MILENIAL SEBUAH DISRUPSI?**

**Editor**  
**Aulia Hadi • Thung Ju Lan**

LIPI Press

Buku ini tidak diperjualbelikan.

© 2021 Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI)  
Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya

Katalog dalam Terbitan (KDT)

Nasionalisme ala Milenial: Sebuah Disrupsi?/Aulia Hadi & Thung Ju Lan (ed.)-Jakarta: LIPI Press 2021.

xvi hlm. + 400 hlm.; 14,8 × 21 cm

ISBN 978-602-496-176-3 (cetak)

978-602-496-177-0 (*e-book*)

1. Nasionalisme  
3. Disrupsi

2. Milenial

320.54

*Copy editor* : M. Sidik  
*Proofreader* : Sonny Heru Kusuma dan Novia Stuti Putri Indrasari  
Penata isi : Landi Achmad dan Meita Safitri  
Desainer sampul : D.E.I.R. Mahelingga

Cetakan pertama : Februari 2021



Diterbitkan oleh:  
LIPI Press, anggota Ikapi  
Gedung PDDI LIPI, Lantai 6  
Jln. Jend. Gator Subroto 10, Jakarta 12710  
Telp.: (021) 573 3465  
*e-mail*: [press@mail.lipi.go.id](mailto:press@mail.lipi.go.id)—  
*website*: [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id)  
 LIPI Press  
 @lipi\_press



## DAFTAR ISI

Daftar Gambar .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Pengantar Penerbit .....	xi
Kata Pengantar .....	xiii
Prakata .....	xv
Bab I Prolog: Milenial, Ruang Publik, dan Nasionalisme <b>Aulia Hadi</b> .....	1
Bab II Milenial dan Nasionalisme di Indonesia <b>Ibnu Nadzir</b> .....	15
Bab III Memaknai Kembali Peristiwa Sumpah Pemuda di Era Disrupsi: Sebuah Kesadaran Sejarah <b>Hidayatullah Rabbani</b> .....	37
Bab IV Identitas dan Karakter Keagamaan Santri Milenial <b>M. Nur Prabowo S.</b> .....	57
Bab V Pertautan Lokal dan Global: Upaya Merefleksikan Nasionalisme dalam Kehidupan Sehari-hari <b>Rusydan Fathy</b> .....	97
Bab VI Batik sebagai Salah Satu Bentuk Pengelolaan Keberagaman <b>Jalu Lintang YA</b> .....	129
Bab VII Di Balik Semangat Berbangsa dalam Tren Busana <b>Puji Hastuti</b> .....	167

Bab VIII	Proses Membudayakan Karakter Pancasila: Pendidikan Dasar <b>Dicky Rachmawan</b> .....	195
Bab IX	<i>Post-Truth</i> , Pemuda, dan Terorisme <b>Fachri Aidulsyah</b> .....	247
Bab X	Bahasa Indonesia dalam Kehidupan Masa Kini: Posisi dan Relevansinya <b>Anggy Denok Sukmawati</b> .....	259
Bab XI	Dinamika Kebahasaan di Indonesia dan Pengaruhnya bagi Generasi Milenial <b>Fanny Henry Tondo</b> .....	285
Bab XII	Peran Kelompok Muda dalam Mendorong Ketangguhan Masyarakat Perikanan di Era Disrupsi <b>Annisa Meutia Ratri</b> .....	301
Bab XIII	Identitas Gender dan Diskriminasi Berlapis Caleg Perempuan dalam Ruang Publik Digital <b>Sentiela Ocktaviana</b> .....	323
Bab XIV	Epilog: Nasionalisme yang <i>Outdated</i> dan Nasionalisme Milenial <b>Thung Ju Lan</b> .....	361
Indeks	.....	377
Biografi Penulis	.....	393



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Artikulasi Nasionalisme Milenial Indonesia di Ruang Publik .....	7
Gambar 4.1	Contoh perpustakaan digital di mana korpus pengetahuan keislaman dapat dirangkum hanya dalam beberapa <i>megabyte</i> dan begitu <i>handy</i> . .....	65
Gambar 4.2	Gerakan Sabang Merauke diinisiasi oleh para figur milenial yang mengampanyekan toleransi. Mereka memublikasikan konten-konten informasi dan cerita-cerita interkultural, persahabatan antaragama, dan etnis. ....	84
Gambar 6.1	Motif Batik Pedalaman dari Yogyakarta dan Solo ...	138
Gambar 6.2	Motif Batik Pesisiran .....	142
Gambar 7.1	Mangkuk Ayam Jago yang biasa digunakan sebagai wadah kuliner bakso, mi ayam, bubur ayam, dan jajanan khas Indonesia lainnya dikreasikan dalam produk syal.....	173
Gambar 7.2	Parodi adegan film AADC 2 dengan memakai syal <i>Sejauh Mata Memandang</i> motif The Noodle Bowl...	175
Gambar 7.3	Chitra Subyakto dalam Pameran Tekstil <i>Sejauh Mata Memandang</i> dengan Tema Algae.....	176
Gambar 7.4	<i>Sejauh Mata Memandang</i> dengan Tema Ikat Humba.....	178

Gambar 7.5	<i>Sejauh Mata Memandang</i> dengan Tema Timun Mas .....	181
Gambar 7.6	Pameran Instalasi <i>Sejauh Mata Memandang</i> Tema Timun Mas .....	183
Gambar 7.7	<i>Outer Sejauh Mata Memandang</i> Tema Flora Borobudur .....	185
Gambar 8.1	Contoh Gambar Buku Ajar Pendidikan Karakter di Jepang dan Indonesia .....	218
Gambar 8.2	Antara Konsep Kesetaraan ( <i>Equality</i> ) dan Keadilan ( <i>Equity</i> ) .....	232
Gambar 12.1	Implikasi Penggunaan TIK untuk Ketangguhan Mata Pencaharian Nelayan .....	304



## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Relasi Negara <i>Triad</i> dan <i>Hinterland</i> dalam Globalisasi	102
Tabel 5.2	Frekuensi Mengakses Internet atau Media Sosial dalam Sehari.....	111
Tabel 5.3	Alasan Mencampur Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dalam Satu Kalimat.....	117
Tabel 5.4	Tingkat Penguasaan Bahasa Daerah Asal Orang Tua ...	117
Tabel 5.5	Perbandingan Responden yang Memiliki Merek Favorit Pakaian dan Sepatu .....	119
Tabel 5.6	Frekuensi Mengunjungi Restoran Luar Negeri Beraliran Cepat Saji dan Sejenisnya dalam Sebulan Terakhir .....	121
Tabel 8.1	<i>Grand Theory</i> : Pendidikan Karakter dan Moral.....	202
Tabel 8.2	Simulasi Model Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter.....	209
Tabel 8.3	Perbandingan Pendidikan Karakter antara Jepang dan Indonesia .....	216
Tabel 8.4	Karakter Pancasila dan Pengimplementasiannya: Penurunan Nilai Inti Pancasila dan Proses Penanaman .....	226
Tabel 10.1	Penggunaan Varian H dan Varian L .....	266
Tabel 13.1	Anggota DPR Terpilih pada Setiap Fraksi Periode 2014–2019 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	328

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## PENGANTAR PENERBIT

Sebagai penerbit ilmiah, LIPI Press mempunyai tanggung jawab untuk terus berupaya menyediakan terbitan ilmiah yang berkualitas. Upaya tersebut merupakan salah satu perwujudan tugas LIPI Press untuk turut serta membangun sumber daya manusia unggul dan mencerdaskan kehidupan bangsa sebagaimana yang diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945.

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang saat ini sering disebut sebagai era disrupsi karena dapat mengubah semua tatanan kehidupan, termasuk kehidupan berbangsa. Untuk itu, dalam bunga rampai ini, para penulis berupaya memberikan gambaran dan menganalisis ragam ekspresi milenial di ruang publik dalam mengartikulasikan nasionalismenya.

Lingkup bunga rampai ini mencakup 12 artikel yang dapat dikelompokkan ke dalam lima topik, yaitu pendefinisian pemuda milenial; pembentukan identitas milenial; ekspresi nasionalisme milenial; pendidikan, pemuda, dan bahasa generasi milenial; serta kewargaan milenial. Untuk itu, pembaca diharapkan dapat memiliki gambaran tentang nasionalisme yang diulas dari perspektif generasi milenial.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses penerbitan buku ini.

LIPI Press

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## KATA PENGANTAR

Tulisan tentang Nasionalisme ala Milenial ini pada dasarnya mencoba menjawab pertanyaan Aulia Hadi (Bab I) di akhir tulisannya. Menurut Aulia, Indonesia saat ini sedang dalam masa transisi yang bisa digambarkan dalam tiga hal, yaitu atmosfer politik yang lebih bebas dan terbuka, jumlah populasi generasi muda yang mencapai puncaknya, serta ketersediaan teknologi digital yang berkembang sangat cepat. Kondisi yang menunjukkan dimulainya kepemimpinan generasi muda milenial yang didukung dengan teknologi digital ini menimbulkan pertanyaan penting. Jika generasi muda awal abad ke-21 ini, seperti dikatakan Ibnu Nadzir (Bab II), menyerupai *counterpart*-nya di Amerika Serikat yang sangat mementingkan kebebasan berekspresi individu, pertanyaannya kemudian, ke mana dan bagaimana generasi milenial abad ke-21 akan membawa Indonesia?

Tulisan-tulisan di dalam buku ini, yang terbagi atas lima kelompok (pendefinisian pemuda milenial; pembentukan identitas milenial; ekspresi nasionalisme milenial; pendidikan, pemuda, dan bahasa generasi milenial; serta kewargaan milenial) mungkin belum bisa sepenuhnya menjawab pertanyaan tersebut, tetapi para penulisnya telah berusaha menunjukkan kecintaan mereka terhadap Indonesia menurut cara dan pemahaman masing-masing. Latar belakang pendidikan dan kehidupan sosial mereka secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi mereka dalam memilih dan menuliskan topik bahasan mereka. Terle-

pas dari berbagai kekurangan yang dimiliki masing-masing tulisan sebagai sebuah tulisan ilmiah, paparan yang dibuat oleh para penulis ini berhasil memberikan gambaran kepada kita tentang intelektualitas, harapan, dan kegelisahan mereka tentang masa depan Indonesia.

Bunga rampai ini sekurangnya bisa membantu para pembaca, khususnya pembaca muda, untuk menempatkan diri mereka masing-masing dalam ruang masa depan Indonesia yang bebas, terbuka, dan kreatif untuk memulai suatu perjalanan mencari Indonesia di masa depan sesuai kebutuhan dan perspektif mereka sebagai generasi baru pemimpin Indonesia.

Selamat membaca!

Jakarta, 1 April 2020

Dr. Sri Sunarti Purwaningsih

Kepala Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya

Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia



## PRAKATA

Awalnya, ide memberi ruang kepada generasi milenial untuk mengekspresikan dirinya terbatas pada sebuah seminar nasional yang diselenggarakan pada Oktober 2018. Ide itu muncul ketika saya dan Aulia Hadi memikirkan tema untuk seminar nasional yang ditugaskan kepada kami oleh Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB-LIPI). Seminar tersebut cukup sukses karena dihadiri kurang lebih seratus peserta yang menerima informasi via media sosial. Tugas selanjutnya adalah membuat prosiding dari seminar tersebut, dan Aulia mempunyai ide untuk membuatnya tidak sekadar prosiding, tetapi juga sebuah buku.

Ternyata ide tersebut bak gayung bersambut karena teman-teman muda di PMB, yaitu para peneliti yang baru bergabung ke LIPI pada 2017, telah berencana membuat tulisan-tulisan yang bisa dibukukan. Draf awal tulisan diserahkan pada April 2019. Komentar yang saya berikan dilanjutkan dengan revisi yang berhasil diselesaikan hampir bersamaan dengan kepergian Aulia ke Inggris untuk mengambil program S3 pada September 2019. Komentar kedua yang diberikan Aulia sambil kuliah baru bisa dikerjakan teman-teman pada Februari/Maret 2020 yang lalu. Perintah bekerja di rumah (WFH) memberikan saya kesempatan untuk mengedit seluruh naskah dan membuat epilog, sesuai prasyarat bunga rampai yang ditetapkan LIPI Press.

Hal yang ingin saya katakan di sini, merupakan suatu pengalaman yang menarik bagi saya untuk membaca dan mengedit tulisan generasi

milenial karena pendapat mereka sangat *refreshing!* Bukan idenya yang baru, melainkan cara mereka mengemasnya sangat milenial karena ada kecerdasan dalam melihat kekompleksan permasalahan. Selain itu, tampak juga harapan-harapan khas orang muda yang optimistis tetapi naif bahwa berbagai persoalan kehidupan yang mereka lihat bisa diselesaikan dengan mudah hanya karena permasalahannya telah dipaparkan dan direspons secara kreatif oleh generasi milenial.

Melihat apa yang sudah dihasilkan dengan dua kali revisi, saya ingin mengatakan bahwa generasi milenial penulis buku ini telah menunjukkan kejelian, ketekunan, dan kecerdasan dalam memilih topik-topik bahasan yang penting. Diperlukan sikap terbuka pembaca non-milenial agar dapat mengapresiasinya, karena yang bernilai dari semua tulisan dalam buku ini bukan sebuah kebaruan, melainkan sebuah keberlanjutan antusiasme terhadap pengembangan ide-ide. Semoga para pembaca mendapatkan keasyikan yang saya rasakan.

Jakarta, 1 April 2020

Editor

Buku ini tidak diperjualbelikan.



# BAB I PROLOG: MILENIAL, RUANG PUBLIK, DAN NASIONALISME

*Aulia Hadi*

## A. Pendahuluan

Peringatan Hari Sumpah Pemuda yang ke-90, sekaligus 20 tahun reformasi pada tahun 2018 lalu, merupakan momentum penting untuk merefleksikan nasionalisme Indonesia. Momentum tersebut memberikan kesempatan berbagai kalangan untuk mendiskusikan kembali “Tanah Air, Bangsa, dan Bahasa Indonesia” dalam konteks kekinian. Untuk merawat kebangsaan Indonesia yang multikultur, Indonesia membutuhkan identitas bersama yang tidak saja meneguhkan persatuan, tetapi juga membangun cita-cita masa depan di tengah pusaran global.

Populasi anak muda Indonesia saat ini sedang berada di puncak. Berdasarkan Survei Penduduk 2010, jumlah mereka mencapai hampir setengah dari total populasi Indonesia. Generasi anak muda ini memiliki ketertarikan untuk mendiskusikan kembali nasionalismenya dalam konteks masa kini dan masa depan. Generasi anak muda masa kini adalah mereka yang lahir pada 1980-an hingga 2000-an atau akrab disebut sebagai generasi milenial. Mereka sangat lekat dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan sering kali diasumsikan sebagai

*disruptor* melalui keterhubungan dengan internet. Menanggapi hal tersebut, pada Oktober 2018, Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PMB-LIPI) mengadakan seminar nasional bertajuk *Nasionalisme ala Milenial: Sebuah Disrupsi?*

Menindaklanjuti seminar tersebut, peneliti LIPI yang juga mewakili generasi milenial termotivasi untuk menarasikan dan mendokumentasikan gagasan nasionalisme dalam tulisan. Jika dalam seminar mereka berkesempatan untuk mendiskusikan bagaimana generasi milenial memaknai kembali nasionalismenya, dalam bunga rampai ini para peneliti muda LIPI berupaya memberikan gambaran dan menganalisis ragam ekspresi milenial di ruang publik dalam mengartikulasikan nasionalismenya.

## B. Ruang Publik dan Milenial: Ekspresi Nasionalisme?

Nasionalisme muncul seiring dengan perkembangan masyarakat modern pada awal abad ke-20. Nasionalisme ini salah satunya dikenal melalui konsep *imagined community* yang dikemukakan oleh Anderson (1983). Ia menyampaikan:

*...the nation: it is an imagined political community... It is imagined because the members of even the smallest nation will never know most of their fellow-members, meet them or even hear of them, yet in the minds of each lives the image of the communion* (Anderson, 1983, 49).

Lebih lanjut, Anderson (1983) menggarisbawahi bahwa kemunculan bangsa sebagai sebuah “masyarakat yang dibayangkan” setidaknya dimungkinkan oleh dua hal, yaitu kapitalisme cetak dan mobilitas pemuda untuk mengenyam pendidikan. Penemuan mesin cetak sebagai salah satu produk revolusi industri, me-

ungkinkan terciptanya media massa, khususnya surat kabar, yang berkontribusi dalam penyebaran berbagai ide dan gagasan kepada masyarakat tanpa harus bertatap muka. Sementara itu, perpindahan pemuda untuk mengenyam pendidikan dari satu daerah ke daerah lain dan bahkan dari satu negara ke negara lain menciptakan ruang yang semakin menguatkan kesadaran bersama sebagai sebuah bangsa.

Hingga abad ke-21, studi nasionalisme masih menjadi perhatian para ilmuwan, khususnya anak muda sebagai subjek utamanya (lihat Alfaqi, 2016; Bonikowski, 2016; Fukuoka, 2017; Huijsmans & Tràn, 2015; Irfani, 2016; Ivarsson, 2019; Jones, Merriman & Mills, 2016; Liqing, 2015; Westheimer, 2019). Berbagai studi nasionalisme tersebut dapat dikategorikan ke dalam tiga kelompok. *Pertama*, perdebatan tentang berbagai bentuk nasionalisme (Bonikowski, 2016; Fukuoka, 2017), contohnya *banal nationalism* dari Billig dan *collective effervescence* dari Durkheimian. Jika konsep pertama berfokus pada ekspresi sehari-hari yang bisa jadi tidak disadari seperti penghormatan beragam simbol nasional, konsep kedua menekankan pada peristiwa yang membangkitkan kegembiraan bersama, seperti Piala Dunia dan Olimpiade. Bonikowski (2016) menggarisbawahi bahwa *banal nationalism* umumnya diperkenalkan melalui pendidikan massa maupun penciptaan ritual kolektif. Dalam perkembangannya, konsep ini berkembang menjadi *everyday nationalism* yang memberikan kesempatan untuk memahami nasionalisme dari pandangan orang awam (Bonikowski, 2016; Ivarsson, 2019).

*Kedua*, kemunculan nasionalisme populis di berbagai belahan dunia. Hal ini diilustrasikan dari kemenangan Donald Trump sebagai Presiden Amerika Serikat dan Brexit di Britania Raya yang terjadi bersamaan pada 2016. Menurut Westheimer (2019),

keduanya bisa jadi menandakan menguatnya nasionalisme populis, baik di Amerika Serikat maupun secara global, yang diyakini memberikan simpati dan dukungan bagi “rakyat” nasionalisme sayap kanan untuk melawan dua musuh utamanya, yaitu “pihak asing” serta “elite” yang dibangun. Hal serupa juga terjadi di Asia. Di Sri Lanka, misalnya, kelompok nasionalis Sinhala-Buddha bahkan menggunakan media sosial untuk mempercepat agenda etno-nasionalisme yang menyerang etnik minoritas, khususnya Muslim (Ivarsson, 2019).

Ketiga, studi pemuda dan nasionalisme dalam konteks Indonesia. Studi yang ada kerap mbingkai pemuda masa kini sebagai generasi yang kurang nasionalis. Pemuda sekarang dipersepsikan sebagai generasi galau yang (a) tidak memahami arti upacara bendera; (b) memaknai hari besar, seperti Sumpah Pemuda, sebagai seremonial; (c) memiliki minat yang tinggi terhadap produk impor; serta (d) tidak mengindahkan situasi bangsa (Irfani, 2016). Selain itu, tulisan-tulisan yang ada sering kali mendiskusikan sejarah nasionalisme Indonesia di masa lampau untuk memotivasi masa kini (Alfaqi, 2016).

Studi-studi yang mendokumentasikan nasionalisme Indonesia setidaknya memiliki dua kekurangan. Kekurangan pertama adalah bias definisi karena pemuda masa kini dinilai negatif dan homogen. Kelompok pemuda tentu adalah kelompok yang heterogen, khususnya jika dilihat dari kelas sosialnya. Seperti halnya yang dikemukakan oleh Benedict Anderson, pembentukan “masyarakat yang dibayangkan” umumnya diinisiasi oleh perpindahan pemuda yang terdidik. Dua hal ini kurang tergambar dalam membicarakan nasionalisme kontemporer. Kekurangan yang kedua menyangkut definisi nasionalisme yang terjebak dalam memori masa lalu. Pengenalan dan pemahaman sejarah

nasionalisme memang dibutuhkan, tetapi hal ini seharusnya diiringi dengan pemikiran kritis tentang kesesuaiannya dengan masa kini, terlebih dengan adanya terpaan kapitalisme digital.

Untuk mengisi kesenjangan studi pemuda dan nasionalisme Indonesia abad ke-21, *everyday nationalism* (Bonikowski, 2016; Ivarsson, 2019) tampaknya menjadi kerangka yang perlu diper-timbangkan. Konsep ini memungkinkan eksplorasi tentang (a) bagaimana dan kapan konsep bangsa digunakan dalam interaksi sehari-hari; (b) bagaimana peran beragam ritual publik dalam meningkatkan dan menghidupkan kembali keterikatan nasional; (c) representasi dominan bangsa dalam budaya politik; (d) perjuangan simbolik atas makna bangsa yang diperebutkan; serta (e) sikap masyarakat terhadap bangsa (Bonikowski, 2016).

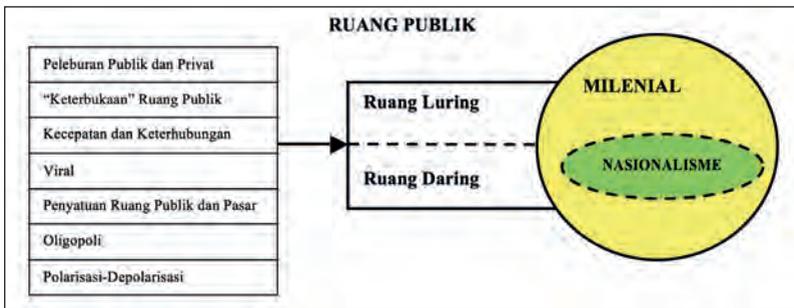
Lebih lanjut, konsep *everyday nationalism* memberikan kesempatan pemahaman dari bawah melalui ragam artikulasi ekspresi nasionalisme di ruang publik dalam keseharian masyarakat. Ruang publik (*public sphere*) didefinisikan oleh Habermas (dalam van Dijk & Hacker, 2018, 83) sebagai “*an intermediary system of communication between formally organised and informal face-to-face deliberations in arenas both at the top and at the bottom of the political system.*”, atau “sistem komunikasi perantara antara deliberasi yang diorganisasi secara formal dan deliberasi tatap muka yang informal di arena-arena baik di puncak maupun di dasar dari sistem politik”. Konsep ini pada awalnya berkembang seiring dengan terbentuknya kelas borjuis pascarevolusi industri yang memunculkan kafe-kafe sebagai ruang bagi individu-individu (*private persons*) untuk mendiskusikan berbagai isu publik maupun kepentingan bersama (*public concern/ common interest*). Hal ini dimaksudkan untuk menjembatani hubungan masyarakat dengan negara.

Kehadiran TIK yang sering kali diasumsikan sebagai era disrupsi memicu terjadinya evolusi ruang publik. Kini, ruang publik tentu saja tidak sebatas kafe, tetapi juga beragam ruang yang memungkinkan individu untuk membicarakan berbagai isu publik, baik ruang luar jaringan (*luring/offline*) maupun dalam jaringan (*daring/online*) yang berkelindan. Seperti dikemukakan oleh van Dijk dan Hacker (2018), rekonstruksi ruang publik masa kini memiliki tujuh kecenderungan, yaitu (a) semakin meleburnya ruang publik dan ruang privat; (b) semakin “terbukanya” ruang publik; (c) semakin ekstremnya kecepatan dan keterhubungan di ruang publik; (d) semakin banyaknya penularan karena ekspresi di ruang publik yang cenderung menyebar dengan luas dan cepat layaknya virus atau biasa disebut “viral”; (e) semakin menyatunya ruang publik dengan pasar; (f) adanya oligopoli; serta (g) kemungkinan terjadinya fragmentasi-keseragaman maupun polarisasi-depolarisasi di ruang publik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa ruang publik melekat dengan kehidupan masyarakat, termasuk milenial. Ruang publik luring, seperti taman, memberikan kesempatan kepada milenial untuk mendefinisikan dan menilai ruangnya yang berkontribusi pada pembentukan identitasnya. Hal yang sama juga terjadi ruang publik daring, termasuk Internet, sering kali digunakan milenial sebagai ruang pemerolehan informasi, ruang interaksi sosial, ruang bermain dan ruang kreatif (Ekström, dkk., 2014). Relasi milenial dan ruang publik ini memungkinkan pemahaman ekspresi nasionalisme dalam keseharian karena seperti disampaikan oleh Flanagan (dalam Ekström dkk., 2014), periode ini adalah masa ketika individu-individu mulai memahami dan melatih dirinya sebagai warga negara, membuat komitmen terhadap nilai-nilai universal, serta mempelajari domain publik dan mendiskusikan gagasan tentang bekerjanya institusi sosial maupun politik.

Berawal dari klasifikasi demografi di Amerika Serikat, generasi milenial didefinisikan sebagai anak muda yang lahir setelah tahun 1980 (Milkman, 2017; Yazykova & McLeigh, 2015). Lebih lanjut, menurut Milkman (2017), milenial Amerika Serikat khususnya, memperlihatkan sebuah generasi politik baru yang ditandai oleh keterhubungannya dengan komunikasi berbasis jaringan karena mereka terlahir pada era digital atau *digital native*. Namun, Milkman juga menggarisbawahi bahwa mereka yang lebih terdidik ini bisa jadi mengalami frustrasi karena pertumbuhan lapangan kerja yang kritis dan pasar tenaga kerja yang semakin terpolarisasi.

Bertolak dari kerangka pikir tersebut, tulisan-tulisan dalam bunga rampai ini diharapkan dapat menggambarkan dan mendiskusikan artikulasi nasionalisme milenial Indonesia di ruang publik dengan kerangka sebagai berikut.



Sumber: Diolah oleh penulis sendiri berdasarkan tinjauan pustaka pada bab ini.

**Gambar 1.1** Kerangka Artikulasi Nasionalisme Milenial Indonesia di Ruang Publik

## C. Pembabakan

14 tulisan dalam bunga rampai ini berupaya untuk menggambarkan dan mendiskusikan ekspresi generasi muda masa kini atau populer disebut sebagai milenial dalam memaknai kembali nasionalisme di berbagai ranah ruang publik, baik ruang dalam jaringan (*daring/online*) maupun luar jaringan (*luring/offline*) yang semakin melekat dalam keseharian. Dua belas tulisan mencakup berbagai topik yang memperlihatkan warna warni ekspresi nasionalisme ala milenial, termasuk definisi dan konteks milenial (Bab II dan Bab III), konstruksi identitas (Bab IV dan Bab V), komodifikasi budaya (Bab VI dan Bab VII), pendidikan, pemuda, dan bahasa (Bab VIII, Bab IX, Bab X, dan Bab XI), serta kewargan (Bab XII dan Bab XIII). Para penulis yang merepresentasikan muda-mudi masa kini memperlihatkan kompleksitas yang dialami milenial dalam mengartikulasikan nasionalismenya di ruang publik di tengah tarikan globalisasi yang semakin menguat ditandai dengan interaksi dan negosiasi global-lokal, disrupsi teknologi digital, serta re-invensi atau penemuan kembali.

Konteks dan definisi milenial menjadi topik pertama dalam bunga rampai ini. Kemungkinan perangkap milenial dipaparkan Ibnu Nadzir (Bab II) dalam tulisan bertajuk *Milenial dan Nasionalisme di Indonesia*. Ia menggarisbawahi kemunculan sebutan milenial berikut definisinya, khususnya dalam konteks Amerika Serikat. Ia kemudian mendiskusikan kesesuaiannya dalam konteks Indonesia, termasuk peran pemuda sebagai agen perubahan dari masa ke masa agar tidak terjebak dalam bias milenial yang dianggap memiliki elan khusus soal sosial dan politik yang terpisah dari generasi sebelumnya, di samping bias urban yang sangat kuat. Berikutnya, Hidayatullah Rabbani (Bab III) menggambarkan cara milenial dalam memaknai kembali peristiwa

Sumpah Pemuda. Untuk memahami hal tersebut, ia memetakan pola pergerakan pemuda pada masa tercetusnya Sumpah Pemuda (1928) serta pada era disrupsi teknologi yang dimulai pada awal abad ke-21 ini.

Topik kedua adalah pembentukan identitas. Pengalaman menjadi santri memberikan kesempatan bagi M. Nur Prabowo S. (Bab IV) untuk mengeksplorasi apa yang disebutnya sebagai santri milenial. Ia menarasikan kekuatan karakter moral maupun intelektual dari santri milenial yang muncul pada milenium ketiga ini yang bisa menjadi penyeimbang bagi derasnya ujaran kebencian di media sosial. Masih membincangkan identitas, Rusydan Fathy (Bab V) memperlihatkan cara milenial menegosiasikan dan mengidentifikasi dirinya di antara keterkaitan global dan lokal. Menurutnya, hal ini mencerminkan nasionalisme keseharian para milenial.

Ekspresi nasionalisme yang lain adalah pengemasan budaya material menjadi komoditas yang digemari milenial. Berawal dari pakem batik pedalaman yang diciptakan oleh elite kerajaan Yogyakarta dan Surakarta, Jalu Lintang (Bab VI) memperlihatkan perkembangan batik yang kemudian memunculkan batik pesiiran dengan ragam corak dan warna yang sekaligus menandai percampuran budaya dan keinginan pasar. Ia juga menggarisbawahi persebaran batik di seluruh Nusantara sejak era otonomi daerah tahun 2000 sebagai bentuk penguatan identitas sekaligus penguatan ekonomi lokal. Menariknya, Jalu Lintang juga berbicara tentang hibrid batik serta peran *broker* dan media virtual dalam pengembangannya. Komodifikasi budaya dan ruang daring menjadi analisis utama dalam tulisan Puji Hastuti (Bab VII). Penulis menarasikan komodifikasi beragam budaya yang melekat dalam keseharian masyarakat Indonesia, seperti mangkuk ayam

yang dilekatkan dengan bakso dan mi ayam, bertani rumput laut, dan cerita rakyat Timun Mas, dalam bentuk gaya berbusana yang berterima dan bermakna kekinian bagi generasi milenial. Selain itu, ia juga menekankan pentingnya beragam ruang pameran, baik luring maupun daring, untuk menciptakan dan menguatkan citra merek dagang.

Pendidikan dan bahasa menjadi topik keempat. *Proses Membudayakan Karakter Pancasila: Pendidikan Dasar* yang ditulis oleh Dicky Rachmawan (Bab VIII) memperlihatkan potensi kurangnya ekspresi nilai-nilai kebangsaan dari milenial di tengah terpaan teknologi dan informasi yang terlihat semakin tanpa batas. Ia mencoba untuk mendiskusikan cara membudayakan nilai-nilai Pancasila dalam pendidikan dasar yang lebih berterima untuk milenial. Sementara itu, Fachri Aidulsyah (Bab IX), berbicara tentang dampak negatif penggunaan internet di tengah daya literasi masyarakat yang rendah dan masifnya penyebaran dan pengaminan informasi hoaks yang menyebabkan tak terelakkannya penyebaran ajaran radikal di kalangan generasi milenial dan mewujudkan ke dalam gejala baru yang disebut *Post-Truth Society*. Bahasa Indonesia di tengah pusaran globalisasi menjadi fokus dari tulisan Anggy D. Sukmawati (Bab X). Penulis menjelaskan tentang perkembangan bahasa Indonesia yang cenderung teknis dan kurang memperhatikan aspek sosial budayanya. Lebih lanjut, tulisan ini menggambarkan persaingan penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Inggris yang dianggap lebih mengglobal di kalangan milenial. Berikutnya adalah F. Henry Tondo (Bab XI) yang menggambarkan perilaku berbahasa generasi milenial, termasuk cara menggunakan dan mengombinasikan beragam bahasa sesuai dengan konteksnya.

Kewargaan yang juga mewakili ekspresi nasionalisme dari milenial menjadi topik terakhir dalam bunga rampai ini. Annisa Meutia Ratri (Bab XII) dengan berbagai pengalamannya di organisasi sosial kemasyarakatan mengeksplorasi partisipasi pemuda dan peluang disrupsi teknologi, khususnya *start-up*, dalam mengembangkan masyarakat perikanan Indonesia. Sementara itu, Sentiela Ocktaviana (Bab XIII) mendiskusikan artikulasi hak dan partisipasi politik perempuan milenial dalam pemilihan calon anggota legislatif (caleg), khususnya dalam ruang daring. Analisis dalam tulisan ini menunjukkan bahwa potensi ruang daring belum dapat dioptimalkan oleh para caleg perempuan. Serupa dengan ruang publik luring, ruang daring ternyata juga menyuguhkan tantangan terjadinya diskriminasi bagi caleg perempuan, mulai dari usia, penampilan fisik, latar belakang sosial ekonomi, hingga keterampilan digitalnya.

Seperti yang diilustrasikan oleh para penulis dalam bunga rampai ini, Indonesia memang sedang dalam masa transisi, setidaknya terkait dengan tiga hal, yaitu atmosfer politik yang lebih bebas dan terbuka, jumlah populasi generasi muda yang mencapai puncaknya, serta ketersediaan teknologi digital yang berkembang sangat cepat. Jika generasi muda pada awal abad ke-20 juga memperjuangkan kemerdekaan, pertanyaannya kemudian, ke mana dan bagaimana generasi milenial abad ke-21 membawa Indonesia?

## Daftar Pustaka

Adha, M. M., Budimansyah, D., Kartadinata, S., & Sundawa, D. (2019). Emerging volunteerism for Indonesian millennial generation: Volunteer participation and responsibility. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 29(4), 467–483. DOI: 10.1080/10911359.2018.1550459.

- Alfaqi, M. Z. (2016). Melihat sejarah nasionalisme Indonesia untuk memupuk sikap kebangsaan generasi muda. *Jurnal Civis*, 13(2), 209–216.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Bonikowski, B. (2016). Nationalism in settled times. *Annual Review of Sociology*, 42, 427–449. DOI: 10.1146/annurev-soc-081715-074412.
- Ekström, M., Olsson, T., & Shehata, A. (2014). Spaces for public orientation? Longitudinal effects of Internet use in adolescence. *Information, Communication and Society*, 17(2), 168–183. DOI: 10.1080/1369118X.2013.862288.
- Fukuoka, K. (2017). Between banality and effervescence?: A study of Japanese youth nationalism. *Nations and Nationalism*, 23(2), 346–366. DOI: 10.1111/nana.12276.
- Hil, R., & Bessant, J. (1999). Spaced-out? Young people's agency, resistance and public space. *Urban Policy and Research*, 17(1), 41–49. doi: 10.1080/08111149908727789.
- Huijsmans, R., & Trän, T. H. L. (2015). Enacting nationalism through youthful mobilities? Youth, mobile phones and digital capitalism in a Lao-Vietnamese borderland. *Nations and Nationalism*, 21(2), 209–229. DOI: 10.1111/nana.12095.
- Irfani, A. (2016). Nasionalisme bangsa dan melunturnya semangat bela negara. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 10(2), 135–145. DOI: 10.24260/al-hikmah.v10i2.613.
- Ivarsson, C. H. (2019). Lion's blood: Social media, everyday nationalism and anti-Muslim mobilisation among Sinhala-Buddhist youth. *Contemporary South Asia*, 27(2), 145–149. DOI: 10.1080/09584935.2018.1528210.
- Jones, R., Merriman, P., & Mills, S. (2016). Youth organizations and the reproduction of nationalism in Britain: The role of Urdd Gobaith Cymru. *Social and Cultural Geography*, 17(5), 714–734. DOI: 10.1080/14649365.2016.1139166.

- Liqing, L. (2015). China's rising nationalism and its forefront: Politically apathetic youth. *China Report*, 51(4), 311–326. DOI: 10.1177/0009445515597805.
- Milkman, R. (2017). A new political generation: Millennials and the Post-2008 wave of protest. *American Sociological Review*, 82(1), 1–31. DOI: 10.1177/0003122416681031.
- Pantou, Y. (2017). Ecumenical movement for millennials: A generation connected but not yet united. *Theological Studies*, 73(1), 1-4. DOI: 10.4102/hts.v73i1.4735.
- Van Dijk, J. A. G. M & Hacker, K. L. (2018). Internet and democracy in the network society. New York & London: Routledge.
- Westheimer, J. (2019). Civic education and the rise of populist nationalism. *Peabody Journal of Education*, 94(1), 4–16. DOI: 10.1080/0161956X.2019.1553581.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB II MILENIAL DAN NASIONALISME DI INDONESIA<sup>1,2</sup>

*Ibnu Nadzir*

### A. Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, kata “generasi milenial” kerap mengemuka dalam percakapan di ruang publik. Perbincangan mengenai milenial merujuk pada kelompok umur yang dibayangkan memiliki kekhasan khusus, baik aspirasi politik maupun sosial, yang terpisah dari generasi-generasi sebelumnya. Demikian ujaran yang kerap disampaikan tokoh pemasaran Yoris Sebastian ketika mendeskripsikan generasi ini. Perspektif serupa juga bisa ditemukan di antara kandidat politik yang berupaya mendulang suara kelompok usia ini dengan beragam cara. Jadi, tidak terlalu mengherankan kalau Agus Harimurti Yudhoyono dan Sylviana Murni dalam Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) Daerah Khusus

<sup>1</sup> Tulisan dibuat untuk Refleksi 90 Tahun Sumpah Pemuda Dialog Kebangsaan “Nasionalisme Ala Milenial” yang diselenggarakan Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya LIPI pada 31 Oktober 2018.

<sup>2</sup> Saya berterima kasih untuk kritik dan masukan dari Thung Ju Lan dan Muhamad Haripin untuk bagian naskah awal sehingga dapat membantu proses revisi tulisan.

Ibu Kota (DKI) Jakarta 2017 yang lalu rela berjingkrak-jingkrak dalam video berkualitas rendah untuk merebut suara milenial.

Konsep milenial adalah kategori umur yang diajukan oleh demografer di Amerika Serikat, seperti William Strauss dan Neil Howe, untuk membedakannya dengan generasi sebelum mereka, seperti *Gen X* ataupun *Baby Boomers*. Tidak ada kesepakatan tunggal mengenai batasan atas dan bawah terhadap kelompok generasi ini. Sebagian tokoh mengusulkan batas generasi ini bermula dari periode akhir 1970-an hingga yang lahir pada pertengahan 1990-an. William Strauss dan Neil Howe, perintis konsep milenial, mengajukan rentang generasi ini dimulai dari anak yang lahir pada 1982 sampai yang lahir pada 2004 (Howe & Strauss, 2000). Terlepas dari ketidakseragaman pendapat tersebut, para ahli secara umum menempatkan mereka yang lahir pada periode antara 1980-an sampai 1990-an sebagai kelompok inti generasi milenial.

Di Amerika Serikat, kajian demografi telah lama menaruh perhatian khusus pada perbedaan generasi di masyarakatnya. Hal tersebut karena pemahaman mengenai karakter dan pola pikir suatu generasi dianggap penting dalam pembuatan keputusan politik maupun bisnis. Pew Research Center (2010) memetakan milenial Amerika Serikat sebagai kelompok yang independen dalam pekerjaan dan politik. Mereka juga lebih liberal yang berarti sangat mementingkan kebebasan berekspresi individu. Hal tersebut berimplikasi terhadap cara pandang mereka melihat negara yang tidak lagi terikat pada simbol-simbol lama nasionalisme, seperti bendera, patriotisme, dan lagu kebangsaan.

Perbedaan perspektif generasi milenial terhadap simbol-simbol nasionalisme terilustrasikan cukup jelas dalam iklan *Nike* yang mengangkat Colin Kaepernick sebagai figur utama. Colin

Kaepernick adalah atlet *American football* yang menolak berdiri ketika lagu kebangsaan *The Star Spangled Banner* diperdengarkan sebelum pertandingan. Alih-alih ikut menyanyi, ia berlutut sebagai bentuk protes atas diskriminasi dan kekerasan yang masih banyak terjadi pada kelompok minoritas, khususnya warga keturunan Afrika-Amerika. Sikap Kaepernick memicu kontroversi yang luas. Generasi tua, khususnya pendukung Partai Republik, cenderung melihat sikap tersebut sebagai pengkhianatan terhadap simbol-simbol negara dan tidak patriotik.

Oleh karena itu, keputusan *Nike* memilih Colin Kaepernick sebagai tokoh iklan mereka pada penghujung 2018 dianggap sebagai bentuk provokasi terbuka. Sebagian orang bahkan membakar koleksi *Nike* yang mereka miliki sebagai bentuk protes pada merek tersebut. Namun, keputusan merek olahraga besar ini ternyata positif. Generasi milenial Amerika yang menjadi segmen utama *Nike* malah berbondong-bondong membeli produk mereka. Pesan yang disampaikan Colin Kaepernick dianggap merepresentasikan ide mereka mengenai persamaan hak dan pengakuan kebebasan individu yang merupakan salah satu nilai utama milenial di Amerika Serikat.

Deskripsi serupa itu tampaknya juga jadi stereotip yang dipahami dalam pembicaraan publik soal milenial di Indonesia. Yoris Sebastian, salah satu ahli pemasaran di Indonesia, mengusulkan penggunaan kata langgas sebagai padanan kata milenial. Langgas yang bermakna bebas dipilih karena generasi milenial dipandang lebih memiliki kemerdekaan dan memiliki kepercayaan diri yang tinggi (Sebastian, Amran, & Youth Lab 2016). Alvara Institute yang sudah beberapa kali mengeluarkan rintisan mengenai generasi milenial, juga berfokus pada milenial dari kelas menengah urban yang ditandai dengan tiga karakteristik, yaitu terhubung (*connected*), kreatif (*creative*), dan percaya diri (*confidence*) (Ali

& Puwandi, 2017). Penggambaran positif semacam ini serupa dengan gambaran mengenai milenial di Amerika Serikat.<sup>3</sup>

Ketika berbicara soal milenial, penggambaran positif inilah yang juga diangkat dan dibicarakan politisi Indonesia. Oleh karena itu, calon gubernur hingga presiden merasa perlu memoles diri untuk merebut suara generasi milenial dalam pemilihan umum. Walaupun kerap dikemas sebagai prospek menjanjikan, asumsi bahwa generasi milenial adalah kelompok yang lebih merdeka dan percaya diri masih menyisakan beberapa persoalan. *Pertama*, kuatnya bias bahwa milenial merupakan generasi yang sama sekali baru sehingga memiliki elan khusus soal sosial dan politik yang terpisah dari generasi sebelumnya. Padahal, jika kita sedikit membaca sejarah terbentuknya Indonesia, cukup jelas bahwa perubahan sosial dan politik di negara ini sudah lama dikaitkan dengan kelompok pemuda. Peristiwa Sumpah Pemuda, Revolusi Nasional, hingga Reformasi menunjukkan pertautan tersebut. *Kedua*, narasi mengenai milenial yang dibicarakan di Indonesia juga mengandung bias urban yang sangat kuat. Penggambaran soal kelompok anak muda yang terbuka, percaya diri, dan bebas ini menafikan pengalaman banyak kelompok milenial di luarnya yang boleh jadi masih lebih banyak di Indonesia. Kelompok milenial ini merentang dari pemuda yang besar di perdesaan sampai kelompok miskin di perkotaan. Kedua permasalahan tersebut yang dibahas pada bagian berikutnya.

## B. Pemuda dan Elan Perubahan

Salah satu momen terpenting sejarah Indonesia adalah Kongres Pemuda II pada 1928. Pada saat itu, sekelompok pemuda dengan

---

<sup>3</sup> Pew Research, misalnya, menggunakan tiga kata dalam sampul depan laporan mereka, yaitu kepercayaan diri (*confident*), keterhubungan (*connected*), dan keterbukaan terhadap perubahan (*open to change*).

latar belakang agama dan etnis yang berbeda untuk pertama kalinya mengakui adanya kesamaan yang melampaui batas-batas lama primordial. Para pemuda itu menjadi salah satu pelopor dari “komunitas anonim yang jadi penanda negara bangsa modern” (lihat Anderson, 1983). Nasionalisme Indonesia, dengan demikian, sejak awal telah dinisbatkan pada keberadaan pemuda.

Walaupun demikian, peristiwa penting tersebut, belum mencerminkan kesadaran kolektif masyarakat yang luas. Sama seperti sosok yang dianggap representasi milenial hari ini, para pemuda yang berpartisipasi dalam Kongres Pemuda adalah sekelompok kecil elite masyarakat. Mereka memiliki kesempatan untuk memperoleh pendidikan tinggi dan tingkat kemakmuran yang tidak terbayangkan untuk sebagian besar penduduk Hindia Belanda ketika itu.<sup>4</sup> Alih-alih progresif, pemuda sebaya mereka ketika itu, terutama di Jawa, kerap digambarkan sebagai kelompok orang-orang yang patuh (lihat Anderson, 1972). Nilai-nilai kepatuhan semacam itu bersumber dari lingkungan tempat tinggal ataupun institusi tradisional, seperti pesantren.

Gambaran tersebut kemudian berubah pada periode revolusi 1944–1946 ketika iklim sosial dan politik penuh dengan ketidakpastian. Pemuda yang sebelumnya digambarkan sebagai kelompok yang belajar nilai kepatuhan, pelan-pelan bertransformasi menjadi kelompok dengan semangat perjuangan. Pemuda pada masa ini jadi dilekatkan dengan elan revolusi yang hendak mengubah tatanan kolonial dan budaya tradisional yang berlaku.

Elan revolusioner pemuda pada periode ini terlihat menonjol, misalnya dalam Peristiwa Rengasdengklok, satu hari sebelum proklamasi dibacakan oleh Soekarno pada 17 Agustus 1945. Ke-

---

<sup>4</sup> Hingga 1940, penduduk Indonesia yang melek aksara baru ada di angka 10% (lihat Finklestein, 1951).

tika itu, kelompok pemuda yang terdiri dari Soekarni, Wikana, dan lain-lain di usia sekitar dua puluhan menculik Soekarno dan Mohammad Hatta untuk mendesak kedua tokoh tersebut agar segera mengumumkan kemerdekaan Indonesia. Soekarno dan Hatta, yang ketika itu berusia sekitar empat puluhan, dianggap kelompok pemuda tersebut, telah menjadi tokoh tua yang lambat dalam mengambil kesempatan. Belakangan kita tahu, bahwa meskipun mulanya Soekarno dan Hatta keberatan dengan tindakan para pemuda tersebut, kedua tokoh itu melakukan proklamasi lebih cepat dari yang direncanakan sebelumnya (Ilham, 2013).

Tentu saja peristiwa tersebut tidak sepenuhnya dicatat secara heroik. Bagian kecil dari runutan kejadian itu juga menggambarkan semangat kaum muda yang malah terkesan ceroboh. Dalam perjalanan dari Rengasdengklok ke Jakarta, Soekarno dan sekelompok pemuda melihat asap yang membubung tinggi di kejauhan. Salah seorang pemuda yang bersemangat menunjuk asap itu dan berseru pada Soekarno bahwa api revolusi telah menyala di Jakarta. Namun, begitu mereka mendekat, mereka menemukan bahwa asap tersebut berasal dari jerami yang dibakar petani. Setengah mengejek, Soekarno pun mempertanyakan revolusi yang diserukan pemuda tadi (Ilham, 2013).

Dinamika tersebut *toh* tidak menjadikan Soekarno berpandangan buruk terhadap pemuda. Pemuda dalam konteks masyarakat pada masa itu digambarkan serupa dengan milenial hari ini yang di dalam dirinya mengandung kekuatan untuk menggerakkan dan mengubah masyarakat. Tidak heran jika ujaran “Berikan aku seribu orang tua, niscaya akan kucabut Semeru dari akarnya, berikan aku sepuluh pemuda, niscaya akan kuguncangkan dunia,” adalah kata-kata Bung Karno yang paling sering dikutip.

Persepsi mengenai sosok pemuda dan karakternya yang acap tak terduga tersebut tidak terlalu diapresiasi oleh rezim Orde Baru (1966–1998). Soeharto yang menginginkan kestabilan lebih menghendaki pemuda kembali menjadi kelompok yang patuh. Ia mematikan kehidupan politik di kampus dengan peraturan Normalisasi Kehidupan Kampus/Badan Koordinasi Kemahasiswaan (NKK/BKK). Kata pemuda pun tidak lagi melekat dengan aspirasi perubahan, tetapi lekat dengan organisasi-organisasi terafiliasi pemerintahan.

Pemuda Pancasila adalah salah satu dari kelompok semacam itu. Organisasi paramiliter yang dibentuk oleh Jenderal Nasution pada 1959 ini, pengaruhnya meluas setelah Soeharto berkuasa. Alih-alih progresif, pemuda dalam organisasi ini terlibat aktif dalam pelanggaran kekuasaan negara. Pada periode 1965–1966, misalnya, organisasi ini terlibat aktif dalam pembunuhan orang-orang yang dituduh sebagai komunis. Orde Baru juga mengenal organisasi, seperti Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI), yang bertautan erat dengan Golongan Karya (Golkar) sebagai partai utama penguasa. Perkembangan organisasi-organisasi ini bukan saja menggeser makna mengenai sosok pemuda, melainkan juga kerap menarik batas usia kelompok yang dianggap pemuda. Jika pada Peristiwa Rengasdengklok, Soekarno dan Hatta telah dianggap sebagai golongan tua, hari ini organisasi-organisasi pemuda dipimpin oleh orang-orang yang berusia lebih tua dari mereka ketika itu.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Undang-undang (UU) No. 40 Tahun 2009 menetapkan pemuda sebagai kelompok dengan usia antara 16–30 tahun. Namun, pemimpin organisasi pemuda masih banyak yang berusia di atas itu. KNPI, misalnya, menetapkan Noer Fajrieansyah sebagai ketua dalam usia 35 tahun. Sunanto, Ketua Ikatan Pemuda Muhammadiyah, dilantik pada usia 38 tahun. Sementara itu, Pemuda Pancasila masih mempertahankan Japto Soerjosumarno sebagai ketua organisasi saat ia berusia 69 tahun.

Sejalan dengan hilangnya elan progresif dari kata pemuda, pada periode akhir 1980-an sampai 1990-an, kata remaja menjadi lebih populer bagi masyarakat (Shiraishi, 2009). Meskipun merepresentasikan kelompok usia yang sama dengan istilah pemuda pada masa lampau, remaja tidak diasosiasikan dengan kemampuan untuk berjuang atau mendorong nilai-nilai progresif. Shiraishi (2009) menyebutkan bahwa ketika itu remaja cenderung dipersepsikan sebagai sumber dari masalah sosial, seperti tawuran, penggunaan narkotika, atau praktik seks pra-nikah. Persepsi tersebut bertahan dalam waktu yang cukup lama hingga menjelang turunnya Soeharto dari tampuk pemerintahan.

Asosiasi sosok pemuda dengan perubahan baru muncul kembali ketika mahasiswa di kota-kota besar, seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Makassar menuntut perubahan politik pada 1997–1998 (Sastramidjaja, 2016). Meskipun mulanya bersikukuh untuk kembali memerintah, di tengah mobilisasi pemuda yang luas di berbagai kota Indonesia, Soeharto pun memutuskan berhenti sebagai presiden pada 21 Mei 1998.

Jika menengok runutan sejarah tersebut, Indonesia tidak asing dengan gagasan bahwa kelompok pemuda erat dengan elan perubahan. Pembicaraan soal milenial, dalam hal ini, juga perlu ditautkan ke dalam genealogi tersebut, terlebih jika melihat bagaimana milenial hari ini dibicarakan sebagai sumber pembauran yang identik dengan pembahasan generasi di masa lampau soal pemuda. Namun, tetap penting untuk diingat bahwa istilah soal pemuda dan milenial lahir dalam konteks yang berbeda. Jika istilah pemuda muncul seiring kelahiran Indonesia sebagai negara bangsa, istilah milenial banyak digunakan ketika relevansi negara-bangsa dipertanyakan. Banyak orang kemudian mempertanyakan, masih adakah nasionalisme hari ini? Jika pun ada,

bagaimana nasionalisme dipahami oleh milenial di Indonesia? Namun, sebelum pembahasan topik-topik itu, ada satu persoalan mendasar yang penting dijawab terlebih dahulu, yakni siapa yang dimaksud dengan milenial di Indonesia?

### C. Bias Representasi Milenial

Salah satu penanda penting generasi milenial adalah pertautannya dengan perangkat teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Persentuhan milenial dengan TIK menjadikan generasi ini memiliki peluang untuk terhubung dengan informasi maupun manusia di luar batas teritorial negara. Fenomena ini cukup paralel dengan penggambaran Benedict Anderson soal terbangunnya imajinasi negara-bangsa pada awal abad ke-20 melalui persebaran media cetak (Anderson, 1983). Namun, hari ini ruang lingkungannya tidak lagi dibatasi oleh batas peninggalan masa kolonial. Generasi ini memiliki kesempatan untuk menautkan dirinya pada ide dan gagasan yang secara geografis jauh dari lokasi fisiknya, tidak saja dengan media massa, tetapi juga dengan teknologi transportasi maupun teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mutakhir. Oleh karena itu, dalam citra idealnya, milenial kerap digambarkan sebagai sosok dengan nilai-nilai kosmopolitan yang terbuka dengan perbedaan dan meyakini nilai kemanusiaan yang universal. Mereka percaya bahwa gagasan yang baik dapat diambil dari mana saja terlepas dari akar-akar primordialnya; milenial, jika meminjam istilah Pramoedya,<sup>6</sup> dapat disebut sebagai “Anak Semua Bangsa.”

Sayangnya, tidak sesederhana itu jika kita menengok potret beberapa sosok yang disebut sebagai bagian dari generasi milenial. Terhubung dengan nilai-nilai gagasan di luar negara-bangsa tidak serta-merta menjadikan generasi ini sebagai sosok kosmopolit.

<sup>6</sup> Diambil dari judul novel Pramoedya Ananta Toer, *Anak Semua Bangsa*.

Sebagai ilustrasi, lihatlah dua sosok yang kontradiktif, Rich Brian dan Hatf Saiful Rasul.

Di antara dua nama itu, yang pertama mungkin lebih familiar dikenal banyak orang. Rich Brian yang sebelumnya menggunakan nama Rich Chigga, adalah *rapper* yang lahir dan besar di Jakarta. Ia menempuh pendidikan melalui *homeschooling* dan belajar bahasa Inggris dari tutorial permainan *Rubik* yang tersedia di Youtube. Bermula dari keisengan, ia membuat lagu dan video klip *rap* bersama teman-teman sepermainannya yang belakangan ia unggah di Youtube. Di luar dugaan, video tersebut ternyata menjadi sangat populer dan ditonton hingga ratusan juta kali. Unggahannya itu kemudian mendapatkan apresiasi dari beberapa *rapper* terkenal di Amerika Serikat. Kepopuleran tersebut belakangan membuat Rich Brian mendapat tawaran kontrak untuk pindah dan berkarier di Amerika Serikat sebagai *rapper* profesional.

Bagaimana dengan Hatf Saiful Rasul? Meskipun ia bukan selebritas seperti Rich Brian, beberapa waktu lalu namanya sempat meramaikan tajuk media massa nasional. Publik mengenal namanya karena ia mati terbunuh ketika bergabung dengan tentara Negara Islam di Irak dan Suriah (ISIS) di Suriah. Hatf adalah anak pertama dari Saiful Anam, teroris yang terlibat dalam kekerasan di Poso, Sulawesi Tengah. Seperti Rich Brian, ia memiliki aspirasi untuk terhubung dengan kelompok di luar batas negara Indonesia. Jika Rich besar dengan mengidolakan *rapper* Amerika, Hatf mengagumi prajurit-prajurit yang tergabung dengan ISIS. Oleh karena itu, ia dengan bangga berfoto menyandang AK-47 yang tampak lebih besar dari tubuhnya sendiri. Satu tahun setelah menjadi prajurit ISIS, Hatf pun tewas terhantam bom dari pasukan koalisi yang dipimpin Amerika Serikat.

Kedua sosok tersebut sama-sama merepresentasikan generasi milenial. Hatf dan Rich sama-sama memiliki imajinasi terhubung dengan komunitas global. Mereka juga tumbuh dalam masyarakat di mana gawai dan internet telah diterima sebagai keseharian. Namun, di antara mereka berdua, sosok Rich lebih mewakili perbincangan umum mengenai sosok milenial. Ia percaya diri, memiliki aspirasi yang tinggi, dan populer. Sebaliknya, sosok seperti Hatf hampir tidak diingat orang selain soal fakta keterkaitannya dengan ISIS. Hatf cenderung dilupakan sebab ia memang tidak mewakili citra ideal publik mengenai milenial yang kosmopolit. Sayangnya, ia juga bukan satu-satunya anak di generasinya yang dilupakan dalam perbincangan soal milenial di Indonesia.

Hatf mungkin representasi yang tidak lazim dari generasi seumurnya. Jumlah anak di generasinya yang terpapar oleh interpretasi radikal keagamaan tidaklah sedikit. Kajian Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM), misalnya, menunjukkan tingginya dukungan pelajar dan mahasiswa terhadap penerapan aturan agama dalam pengelolaan negara (Muthahhari, 2017). Alih-alih menjadi manusia kosmopolit, mereka tumbuh sebagai kelompok yang eksklusif justru karena mampu menautkan diri dengan ideologi di luar batas negara. Walaupun sama-sama milenial, mereka tidak percaya pada mimpi yang sama, seperti Rich Brian.

Meskipun demikian, narasi soal generasi milenial seperti Rich Brian tetap merupakan gambaran yang paling banyak dibicarakan. Serupa dengan “*the American dream*,”<sup>7</sup> hanya dengan menjadi bagian dari generasi ini, seorang anak dibayangkan memiliki kapasitas inheren untuk jadi kreatif, bermimpi bebas, dan merdeka. Perkembangan narasi semacam ini juga ditopang dengan keberadaan figur-figur muda lainnya yang dianggap suk-

<sup>7</sup> Keyakinan bahwa setiap warga negara Amerika Serikat memiliki hak yang sama untuk sukses selama bekerja keras.

ses secara ekonomi dalam waktu cepat. Sosok muda, seperti Ria Ricis atau Atta Halilintar yang terkenal sekaligus kaya karena *vlog Youtube*, hari ini menjadi idola banyak anak muda.<sup>8</sup>

Hal yang absen dari narasi-narasi sukses ini adalah keberadaan kelompok besar yang tidak memiliki kesempatan sama dengan sosok seperti Rich maupun Atta. Di Indonesia, kelompok usia 15–24 tahun menyumbang proporsi besar dari jumlah pengangguran terbuka (Novianto, 2018). Sebagian besar kelompok usia muda di Indonesia juga hanya menempuh pendidikan setingkat sekolah menengah atas (SMA) (BPS, 2017) sehingga mempersulit mereka dalam mendapatkan pekerjaan yang layak. Apabila milenial Indonesia mendapatkan pekerjaan, generasi ini tidak lepas dari kerentanan akibat ketimpangan antara kebutuhan dan pendapatan (Sutopo, 2014; Naafs, 2017). Dalam konteks tersebut, kehadiran akses TIK kerap digambarkan sebagai cara milenial untuk membuka kesempatan. Namun, masih ada ketimpangan serius yang dialami kelompok milenial di perdesaan jika dibandingkan generasinya yang tinggal di wilayah perkotaan (Hadi, 2018). Appadurai mengemukakan bahwa kapasitas seseorang untuk memiliki aspirasi bukanlah sesuatu yang datang dengan sendirinya, melainkan dibatasi oleh struktur sosial, ekonomi, dan politik ketika orang tersebut dibesarkan (Appadurai, 2004). Karena itu, meskipun banyak anak di generasinya bermimpi untuk sukses seperti Atta, jutaan lainnya bahkan tidak punya kesempatan untuk sekadar membayangkan itu.

#### D. Masa Depan Nasionalisme Indonesia

Kesadaran adanya beragamnya milenial menjadi penting karena bias soal sosok milenial juga melekat pada pertanyaan tentang na-

<sup>8</sup> Keduanya adalah *vlogger* Indonesia yang membangun bisnisnya dari produksi konten video yang dimuat di *Youtube*.

sionalisme. Secara implisit, pertanyaan ini dibangun dari asumsi untuk membenturkan antara yang dianggap ideal pada masa lalu dan kenyataan yang dianggap buruk pada masa sekarang. Ideal pada masa lalu tersebut diwakili oleh sosok-sosok pemuda yang berjuang untuk kemerdekaan Indonesia. Sementara itu, masa sekarang yang dibayangkan buruk tersebut direpresentasikan oleh generasi milenial hari ini, yang sosoknya sekali lagi mengandung bias urban. Meskipun generasi milenial dibayangkan berpikiran maju, nasionalisme mereka kerap dianggap tidak sebesar pemuda pada generasi sebelumnya, apalagi jika merujuk kelompok yang hidup pada masa perjuangan kemerdekaan.

Asumsi seperti ini tentu saja datang dari generasi sebelum milenial. Meskipun demikian, pertanyaan tersebut bukannya sama sekali tidak berdasar. Nasionalisme bagaimanapun memang produk yang lahir dari perkembangan sosial dan politik pada awal hingga pertengahan abad ke-20.<sup>9</sup> Oleh karenanya, tidak mengherankan jika pemuda yang lahir dan tumbuh pada era itu dianggap sebagai pemilik sah dari nasionalisme. Selain itu, nasionalisme sejak awal membayangkan adanya ikatan dalam kerangka wilayah tertentu. Sementara itu, bagi milenial seperti Rich maupun Hatf, batas negara bernama Indonesia hampir tidak memiliki arti apa-apa dalam hidup mereka. Rich, misalnya, amat jarang berbicara mengenai Indonesia, dan jika ditanya oleh penggemarnya, Indonesia cenderung digambarkan sebatas sebagai latar belakang tempat ia tumbuh. Berdasarkan latar sosial dan historis demikian, wajar jika hari ini ada kegelisahan mengenai nasib nasionalisme Indonesia di tangan generasi milenial.

---

<sup>9</sup> Ide mengenai negara bangsa yang hari ini kita kenal, menurut pemikir politik Benedict Anderson dan Ernest Renan, merupakan fenomena yang muncul pada awal hingga pertengahan abad ke-20. Fenomena ini ditandai dengan kesepakatan dan ikatan di wilayah tertentu yang melampaui ikatan-ikatan primordial sebelumnya, seperti agama atau suku.

Indonesia hari ini memang jauh berbeda dengan masa ketika nasionalisme dirumuskan pada masa perjuangan pemuda. Namun, perasaan sekumpulan orang dengan beragam latar belakang etnis dan agama sebagai bagian dari satu bangsa masih sangat nyata dalam keseharian warga Indonesia. Ide dan gagasan tersebut mungkin terasa elusif, tetapi sesekali tetap menyeruak tampak dalam peristiwa-peristiwa tertentu, seperti upacara bendera atau dukungan pada tim sepak bola. Aspinall (2015) menandai bahwa nasionalisme Indonesia hari ini masih sangat berkaitan dengan bentuk nasionalisme pada era kemerdekaan. Ekspresinya pun dapat ditandai dalam dua tema yang amat familiar, yaitu ancaman asing dan martabat bangsa.

Kedua tema tersebut paling sering mengemuka dalam pidato politisi-politisi Indonesia. Dalam politik Indonesia beberapa tahun terakhir, Prabowo Subianto, Ketua Umum Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), boleh jadi adalah sosok yang paling mewakili imajinasi nasionalisme semacam itu. Ia kerap berbicara soal kekuatan asing yang mengancam Indonesia, termasuk dalam pidatonya yang menyebut bahwa Indonesia akan hancur kurang dari dua dekade lagi. Jenis ujaran ini jadi khas karena keberadaan ancaman asing juga ditautkan dengan mimpi untuk mengembalikan martabat bangsa. Gagasan tersebut juga terlihat dari upayanya meminjam slogan Donald Trump, *Make Indonesia Great Again*. Meskipun kerap diperolok, idenya sebetulnya juga tidak sepenuhnya absen dari pejabat publik di pemerintahan (Aspinall, 2015). Gatot Nurmantyo ketika masih menjabat sebagai Panglima Tentara Nasional Indonesia (TNI) juga sering menggambarkan ancaman asing terhadap Indonesia dengan kerangka pikir serupa (Edi, 2017).

Ekspresi pertautan pada negara bangsa tentu bukan monopoli milik para politisi. Seperti yang dikemukakan Billig (1995), negara bangsa dapat tetap mempertahankan eksistensinya justru karena ada hal-hal kecil yang dianggap banal, tetapi menjadi pengikat dari kolektivitas tersebut. Pendukung tim nasional sepak bola Indonesia tahu betul perasaan semacam ini. Mereka datang ke stadion sebagai orang yang asing satu sama lain, tetapi menemukan diri mereka terhubung sebagai saudara satu bangsa dalam dukungan pada tim sepak bola. Kesedihan atau keriaan yang muncul pasca-pertandingan pun ada dalam kerangka pikir bahwa momen itu adalah kekalahan atau kemenangan bangsa.

Ekspresi nasionalisme pada peristiwa-peristiwa tersebut ditandai dengan meletakkan bangsa Indonesia dalam persaingan dengan bangsa lain. Keterikatan pada Indonesia, dengan demikian, dibayangkan seolah memiliki batas yang tegas, seperti gambar negara dalam peta. Pada kenyataannya, ekspresi nasionalisme banal tidak pernah betul-betul steril. Pertautan pada negara setiap saat juga dinegosiasikan dan dikompromikan dengan nilai maupun simbol yang pada umumnya dianggap bukan bagian dari Indonesia. Fenomena itu terlihat lebih jelas pada generasi milenial yang sejak dini sudah berinteraksi dengan internet. Mereka dapat dengan mudah terharu dengan kesuksesan panitia Indonesia dalam penyelenggaraan Asian Games, tetapi pada saat yang sama juga larut dalam keriaan soal lagu baru *boyband* Korea bersama dengan penggemar dari negara yang lain.

Proses semacam ini dipahami oleh Beck (2002) sebagai kosmopolitanisasi. Konsep ini, dalam pandangannya, harus dibedakan dengan kerangka normatif kosmopolitanisme yang dikemukakan banyak filsuf. Kerangka normatif semacam ini merujuk gagasan ideal soal masyarakat yang lebih terikat pada nilai-nilai

universal alih-alih pertautan lokal. Sebaliknya, kosmopolitanisasi merujuk pada praktik dan pengalaman empiris masyarakat satu negara bertautan dengan simbol, ide, atau produk yang berasal dari luar negara bangsanya. Proses ini umumnya diterima sebagai kewajaran oleh sebagian warga ataupun sekelompok warga. Meskipun demikian, harus diingat bahwa ini bukanlah proses yang monolitik, seperti yang telah ditunjukkan dalam kasus Brian dan Hatf. Keduanya bertautan dengan gagasan di luar negara bangsa bernama Indonesia dalam ekspresi yang amat berbeda. Pun demikian, pertautan semacam ini menjadi penanda penting yang semakin umum dialami oleh generasi milenial di Indonesia.

Tentu saja naif jika membayangkan bahwa pertautan dengan kelompok ataupun gagasan dari warga dunia baru dialami oleh generasi ini. Generasi partisipan Kongres Pemuda, misalnya, dapat mencetuskan ide nasionalisme Indonesia karena mereka terhubung dengan pengalaman serupa di berbagai belahan dunia melalui bacaan maupun pengalaman perjalanan. Hanya saja, perkembangan teknologi hari ini memungkinkan pengalaman tersebut dialami secara langsung oleh generasi sekarang hampir setiap saat. Bagi milenial, batas-batas negara bangsa, baik secara fisik maupun dalam gagasan, adalah sesuatu yang dinegosiasikan terus-menerus. Hal ini jadi terlihat kontras jika dibandingkan ekspresi lampau nasionalisme, seperti “Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) harga mati.” Dalam ujaran semacam itu, negara dibayangkan sebagai satu entitas yang terberi dan ajek dari waktu ke waktu.

Lantas bagaimana nasib nasionalisme Indonesia di masa yang akan datang? Pertanyaan ini tentu saja sulit dijawab dengan lugas mengingat kompleksnya proses perubahan yang tengah terjadi tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di banyak negara lainnya. Di

satu sisi, ikatan warga pada imajinasi lama mengenai negara-bangsa memang terlihat melemah. Di sisi lain, perlawanan terhadap pertautan pada imajinasi global juga bermunculan, salah satunya ditandai dengan penguatan politik sayap kanan di berbagai negara. Di Amerika Serikat, kemenangan Trump didukung oleh para pemilih kulit putih yang marah terhadap para pendatang. Para pendukung Bharatiya Janata Party (BJP) juga menunjukkan kemarahan serupa pada penduduk Muslim di India dengan menggunakan retorika Hindu. Di Indonesia, sentimen anti-Cina berkelindan dengan seruan menolak pemimpin non-Muslim dalam Pilkada DKI 2017. Walaupun objek sasarannya berbeda, fenomena-fenomena tersebut menunjukkan penguatan ikatan primordial dan kemarahan pada kelompok-kelompok yang dianggap asing. Kedua kecenderungan tersebut merupakan pengalaman yang banyak dialami oleh generasi milenial pada hari ini. Nasionalisme, dengan demikian, sulit dibayangkan dapat berumur panjang jika tidak mampu mengelola kontradiksi di dalamnya.

Salah satu alternatif jawaban terhadap persoalan itu mungkin hadir pada apa yang disebut beberapa cendekia sebagai nasionalisme kosmopolitan (Eckersley, 2007; Nielsen, 1999). Nasionalisme dalam konteks ini dipahami tidak sebagai ikatan eksklusif terhadap satu entitas negara-bangsa. Sebaliknya, bentuk nasionalisme ini membuka kemungkinan bagi warga negara untuk bertautan dengan identitas-identitas lain di luar pertautannya dengan negara bangsanya. Sekilas gagasan ini seperti tidak berpijak ke bumi; gagasan yang tidak jauh berbeda dengan kerangka normatif yang ideal soal kosmopolitanisme. Namun, pada tataran empiris, gagasan semacam ini memiliki preseden. Eksil Indonesia di Eropa dapat menjadi contoh. Meskipun lama tidak diakui sebagai warga negara, mereka tetap menggunakan Indonesia sebagai penanda identitasnya (Hill, 2010; Sipayung,

2011). Para eksil tersebut juga antusias mengikuti perkembangan situasi sosial dan politik di Indonesia melalui internet, walaupun terpisah jarak ribuan kilometer (Daraini, 2017).

Bagaimanapun, kasus eksil Indonesia di Eropa ini dapat digugat karena diangkat untuk merepresentasikan nasionalisme kosmopolitan. Komunitas tersebut tumbuh pada masa yang dekat dengan kelahiran nasionalisme Indonesia. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika mereka memiliki keterikatan kuat pada negara-bangsa bernama Indonesia. Walaupun kritik tersebut mengandung kebenaran, pengalaman yang dimiliki oleh eksil tidaklah eksklusif. Perasaan menjadi bagian dari Indonesia meskipun terpisah jauh secara geografis dimiliki pula oleh pekerja atau pelajar Indonesia yang tinggal di luar negeri, bahkan yang telah lama menetap di sana. Sebagian besar dari mereka kemungkinan akan sepakat bahwa perasaan menjadi Indonesia bisa lebih kuat justru ketika ada di tempat-tempat yang jauh dari negaranya. Perasaan itu bisa muncul dari aktivitas sederhana, seperti menonton siaran berbahasa Indonesia, bertemu rekan senegara di perantauan, atau berpartisipasi dalam acara-acara di kedutaan besar. Kegiatan semacam itu memang tampak sepele, tetapi memiliki andil penting dalam melanggengkan imajinasi kolektif mengenai negara-bangsa.

Sebagai sebuah kerangka normatif, nasionalisme kosmopolitan masih terlihat jauh dari realitas Indonesia. Bahkan jika kosmopolitanisme diyakini sebagai sebuah pengalaman yang terberi, respons terhadap pengalaman itu masih membuka beragam kemungkinan yang amat luas. Interaksi dengan ide dan simbol di luar batas negara tidak serta-merta membuka akses pada generasi milenial untuk betul-betul keluar batas geografis itu. Individu yang terlepas dari batas negara pun masih mungkin memilih jalur

eklektik di mana identitas transnasional berkelindan dengan akar primordial daripada bertaut dengan negara bangsa. Oleh karena itu, kerangka normatif tersebut masih penting untuk ditengok karena nasionalisme kosmopolitan memiliki kemungkinan mendialogkan kebutuhan untuk pertautan pada negara-bangsa sambil tetap terbuka pada gagasan dari luar. Interaksi tersebut sangatlah krusial jika kita meyakini bahwa kerangka kedaulatan negara-bangsa dengan segala kekurangannya masih menjadi perangkat terbaik untuk menjamin penegakan hak asasi manusia.

## E. Kesimpulan

Tulisan pendek ini berangkat dari pertanyaan yang sering dikemukakan hari ini: bagaimanakah nasib nasionalisme Indonesia kelak di tangan milenial? Pertanyaan ini dilandaskan pada dua asumsi dasar. *Pertama*, nasionalisme yang dianggap semakin menghilang dari waktu ke waktu. *Kedua*, milenial yang terputus dan patah dari generasi-generasi sebelumnya. Dalam konteks Indonesia, perbincangan milenial meminjam sebagian besar idiom dari perkembangan milenial di Amerika Serikat. Temuan di sana menggambarkan milenial sebagai generasi yang independen dan berpikiran terbuka dibandingkan generasi sebelumnya. Pandangan tersebut tidak sepenuhnya tepat digunakan dalam membaca kelompok muda di Indonesia yang memiliki kompleksitas persoalannya sendiri.

Dalam sejarah Indonesia, pertautan antara sosok pemuda dengan elan perubahan sendiri bukanlah hal yang baru. Penggambaran sosok-sosok yang merintis Kongres Pemuda pada 1928, misalnya, amat lekat dengan penggambaran milenial hari ini yang modern. Pertautan ini kemudian makin erat pada era revolusi, ketika pemuda mengambil peran aktif dalam perjuangan melawan kolonial. Pada masa Orde Baru, istilah ini dikooptasi

sedemikian rupa ke dalam beragam organisasi politik. Elan perubahan itu pun digantikan dengan konotasi “anak muda” dan “remaja” yang kerap dilihat sebagai sumber persoalan.

Persoalan dasar atas pembahasan generasi milenial di Indonesia adalah melekatnya konsep ini dengan kelas menengah urban. Generasi ini acap digambarkan sebagai kelompok yang berpikiran bebas, punya jejaring luas, dan terbuka pada berbagai ide baru. Penggambaran semacam ini menafikan persoalan bahwa masih banyak kalangan pemuda yang secara sosial dan struktural tidak mampu mengakses pendidikan dan lapangan tenaga kerja. Di samping itu, pertumbuhan konservatisme keagamaan juga menjadi saluran yang dipilih banyak milenial karena menawarkan jawaban untuk persoalan kesenjangan tersebut.

Seluruh proses tersebut berkaitan erat dengan kosmopolitanisasi, yang memaksa individu untuk berinteraksi dengan ide maupun simbol yang datang dari luar negara bangsanya. Dengan demikian, fakta yang menjadi pengalaman keseharian milenial tersebut menjadi isu yang harus dikelola oleh banyak negara-bangsa, termasuk Indonesia. Dalam konteks tersebut, tulisan ini mengajukan “nasionalisme kosmopolitan” sebagai bentuk nasionalisme yang bisa dituju di masa yang akan datang.

## Daftar Pustaka

- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *The urban middle class millennials Indonesia: Financial and online behaviour*. Jakarta: Alvara Research Center.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflection on the origin and spread of nationalism*. New York: Verso.
- Anderson, B. (1972). *Java in a time of revolution: Occupation and resistance, 1944–1946*. New York: Cornell University Press.

- Appadurai, A. (2004). The capacity to aspire: Culture and the terms of recognition. Dalam V. Rao & M. Walton (Eds.), *Culture and public action* (pp. 59–84). Stanford: Stanford University Press.
- Aspinall, E. (2015). The new nationalism in Indonesia. *Asia & The Pacific Policy Studies*, 3(1), 72–82.
- Beck, U. (2002). The cosmopolitan society and its enemies. *Theory, culture & society*, 19(1–2), 17–44.
- Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. London: Sage Publication.
- BPS. (2017). *Keadaan angkatan kerja di Indonesia: Agustus 2018*. Jakarta: BPS.
- Daraini, I. N. (2017). *Imagining the homeland: The use of Internet among Indonesian exiles in the Netherlands*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Eckersley, R. (2007). From cosmopolitan nationalism to cosmopolitan democracy. *Review of International Studies*, 33, 675–692.
- Edi, P. (2017, Juni 5). Panglima TNI ingatkan ancaman negara asing ingin kuasai Indonesia. *Merdeka.com*. Diakses pada 29 Oktober 2018 dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/panglima-tni-ingatkan-ancaman-negara-asing-ingin-kuasai-indonesia.html>.
- Finklestein, L. (1951). Education in Indonesia. *Far Eastern Survey*, 20(15), 149–153.
- Hadi, A. (2018). Bridging Indonesia's digital divide: Rural-urban linkages? *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 22(1), 17–33.
- Hill, D. (2010). Indonesian exiles: Crossing cultural, political and religious borders. *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 44(1), 17.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Toronto: Random House.
- Ilham, O. K. (2013). *Proklamasi: Sebuah rekonstruksi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo.
- Muthahhari, T. (2017, November 8). Survei UIN Jakarta: Intoleransi tumbuh di banyak sekolah dan kampus. *Tirto.id*. Diakses pada 29 Oktober 2018 dari <https://tirto.id/survei-uin-jakarta-intoleransi-tumbuh-di-banyak-sekolah-dan-kampus-czQL>.

- Naafs, S. (2017). Youth aspirations and employment in provincial Indonesia: A view from the lower middle classes. *Children Geographies*, 1–13.
- Nielsen, K. (1999). Cosmopolitan nationalism. *The Monist*, 82(3), 446–468.
- Novianto, H. (2018, Maret 10). Pengangguran tertinggi di Indonesia adalah anak muda. *Beritagar.id*. Diakses pada 29 Oktober 2018 dari <https://beritagar.id/artikel/berita/pengangguran-tertinggi-di-indonesia-adalah-anak-muda>.
- Pew Research Center. (2010). *Millennials: A portrait of generation next*. Diakses pada 29 Oktober 2018 dari <http://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/3/2010/10/millennials-confident-connected-open-to-change.pdf>.
- Sastramidjaja, Y. (2016). *Playing politics: Power, memory, and agency in the making of Indonesian student movement*. Amsterdam: UvA.
- Sebastian, Y., Amran, D., & Youth Lab. (2016). *Generasi langgas: Millenials Indonesia*. Jakarta: Gagas Media.
- Shiraishi, S. S. (2009). *Pahlawan-pahlawan belia: Keluarga Indonesia dalam politik*. Jakarta: Penerbit Nalar.
- Sipayung, B. A. (2011). *Exiled memories: The collective of Indonesian 1965 exiles*. International Institute of Social Studies.
- Sutopo, O. R. (2014). Social generation, class and experiences of youth transition in Indonesia. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 3(3), 26–34.



### BAB III

## MEMAKNAI KEMBALI PERISTIWA SUMPAAH PEMUDA DI ERA DISRUPSI: SEBUAH KESADARAN SEJARAH

*Hidayatullah Rabbani*

#### A. Pendahuluan

“Hanya keledai dungu yang jatuh di lubang yang sama dua kali” merupakan sindiran yang teramat dalam untuk setiap insan. Bagaimana tidak, keledai yang selama ini dijadikan simbol kebodohan dan kedunguan disandingkan dengan insan manusia yang selama ini menganggap dirinya memiliki derajat yang lebih tinggi dari makhluk ciptaan Tuhan lainnya. Ungkapan itu sekaligus menekankan bahwa hanya keledai yang teramat dungu (bodoh) yang tidak mau belajar dari kesalahan yang pernah dialaminya. Ungkapan tersebut juga memiliki pesan tersirat yang penting bahwa manusia perlu belajar dari peristiwa yang telah terjadi agar tidak mengulang kesalahan yang sama. Peristiwa masa lalu memang tidak akan terulang, tetapi pengalaman masa lalu dapat digunakan untuk menghadapi persoalan masa kini karena bisa jadi ada persamaan atau bahan pembelajarannya. Dengan perspektif sejarah, permasalahan masa kini dapat dipahami melalui perbandingan dengan permasalahan di masa lampau (Kartodirdjo, 1993).

Demikian halnya dengan peristiwa Sumpah Pemuda. Peristiwa ini menjadi penanda sekaligus pelopor munculnya persatuan bangsa Indonesia yang hingga kini terus diperingati dan dikenang sebagai bahan renungan serta pembelajaran untuk menjawab tantangan permasalahan bangsa dewasa ini. Lantas, bagaimana peristiwa Sumpah Pemuda ini dimaknai kembali, khususnya oleh generasi milenial, untuk menghadapi berbagai gelombang pada era disrupsi?

Pada dasarnya, sejarah dapat dibagi dua, yaitu sejarah sebagai peristiwa yang terjadi pada masa lalu (*histoire realite*) dan sejarah sebagaimana yang diceritakan (*histoire realite*) (Widodo, 2012). Sejarah sebagai sebuah realitas tidak dapat diganggu gugat karena peristiwanya telah lewat dan tidak dapat diputar ulang. Namun, sejarah sebagai kisah yang dituturkan akan terus dapat dikemukakan dan berubah-ubah sesuai dengan sudut pandang dan kepentingan pihak yang mengisihkannya. Untuk kepentingan melihat kembali Sumpah Pemuda pada era disruptif ini, cara pandang Soekarno tentang masa sejarah bangsa Indonesia (Abdullah, 2001), yaitu masa lalu yang gilang gemilang (*the glorious past*), masa sekarang yang gelap gulita (*the dark present*), dan masa depan yang penuh harapan (*the promising future* atau *the golden future*)<sup>11</sup> tetap relevan digunakan kini dalam melihat persoalan mendasar pasang surut rasa kebangsaan bangsa Indonesia sebagai sebuah bangsa.

Persoalan kebangsaan pada awal abad ke-20 yang memicu lahirnya peristiwa Sumpah Pemuda tahun 1928, bukanlah sebagai

---

<sup>1</sup> Trilogi tersebut disampaikan dalam pidato pembelaan Soekarno yang dibacakan pada persidangan di Landraad, Bandung, tahun 1930. Pidato tersebut dikenal dengan nama “Indonesia Menggugat.” Soekarno bersama tiga rekannya (Gatot Mangkupraja, Maskoen, dan Soepriadinata) yang tergabung dalam Perserikatan Nasional Indonesia dituduh hendak menggulingkan kekuasaan kolonial Belanda (lihat Kartodirdjo, 2018; Poeponegoro & Notosusanto, 2010).

peristiwa tunggal yang muncul secara tiba-tiba. Peristiwa tersebut adalah hasil dari proses panjang gerakan kebangkitan nasional yang dimulai tahun 1908, dan faktor lainnya, yakni pelaksanaan edukasi sebagai bagian dari politik etis atau dikenal sebagai politik balas budi yang mulai dilaksanakan pada awal abad ke-20 oleh pemerintah kolonial Hindia Belanda. Tulisan ini menggunakan pendekatan *longue duree* seperti yang dikembangkan dalam *Annales*, aliran baru (*nouvelle histoire*) dengan pengambilan rentang ke belakang yang lebih panjang untuk menjadikan kajian semakin berharga (Widodo, 2012; lihat juga Kartodirdjo, 1993). Peristiwa Sumpah Pemuda bukan hanya hasil dari sebuah proses, melainkan juga awal dari peristiwa-peristiwa setelah itu. Tinjauan ini berusaha melihat dinamika kebangsaan Indonesia sampai dengan kurun waktu pasca-Reformasi.

## B. Lahirnya Sumpah Pemuda

Lahirnya pergerakan nasional pada awal abad ke-20 tidak terlepas dari dijalankannya politik asosiasi oleh Pemerintah Hindia Belanda. Politik asosiasi atau lebih dikenal dengan politik etis bertujuan menghapus politik *Batig Slot* atau politik eksploitasi yang sebelumnya dimaksudkan untuk mengambil keuntungan sebesar-besarnya dari tanah koloni. Lahirnya politik etis ini tidak terlepas dari peran Van Deventer, Van Kol, dan tokoh humanis lainnya yang memperjuangkan politik utang budi untuk mewujudkan kemakmuran di tanah jajahan. Secara resmi, politik etis baru dimulai pada 1901. Sasaran utama politik etis ini ialah sektor irigasi, migrasi, dan edukasi. Bangunan-bangunan irigasi mulai diperluas. Bank kredit pertanian, bank simpanan, lumbung-lumbung desa, rumah gadai, dan sebagainya mulai didirikan secara bertahap (Van Niel, 1984). Migrasi secara besar-besaran juga dilakukan untuk mengurangi kepadatan penduduk di Pulau Jawa

dan Madura. Para penduduk tersebut dipindahkan ke Lampung dan wilayah perkebunan di Sumatra Utara (Poesponegoro & Notosusanto, 2010).

Dalam bidang edukasi, mulailah usaha perluasan jaringan sekolah rendah, yang lebih memungkinkan anak-anak dari kalangan orang kebanyakan mendapat pendidikan. Selain itu, ada pula sekolah bagi kalangan pribumi yang lebih berada, yaitu HIS (*Hollandsch-Inlandsche School* atau sekolah Belanda untuk bumiputra), kemudian HBS<sup>22</sup>, MULO<sup>33</sup>, dan AMS<sup>44</sup> juga mulai dibuka. Sejalan dengan itu, sekolah tinggi pun mulai terbuka untuk pribumi. Awalnya, kesempatan pendidikan tinggi diberikan dengan menuntut ilmu secara langsung di negeri Belanda. Dalam perkembangannya, berbagai lembaga pendidikan tinggi dibuka di Hindia Belanda, seperti di Jakarta (kedokteran, hukum, dan sastra), Bandung (teknik), dan Surabaya (kedokteran). Namun, perlu dicatat bahwa hingga jatuhnya kekuasaan kolonial Belanda di Indonesia, jumlah penduduk bumiputra yang telah menamatkan perguruan tinggi tidak mencapai angka 500 orang (lebih lanjut lihat Van Niel, 1984; Poesponegoro & Notosusanto, 2010).

Pengembangan pendidikan Barat oleh pemerintah kolonial Belanda bagi penduduk bumiputra dimaksudkan untuk mencapai kesatuan pandangan antara pemerintah kolonial dengan rakyat pribumi, dan dengan begitu, *status quo* mereka tetap dipertahankan. Namun kenyataannya, para intelektual produk

<sup>2</sup> HBS atau *Hoogere Burgerschool* adalah pendidikan menengah umum pada zaman Hindia Belanda untuk orang Belanda, Eropa, dan elite pribumi dengan bahasa pengantar bahasa Belanda.

<sup>3</sup> MULO atau *Meer Uitgebreid Lager Onderwijs* adalah sekolah menengah pertama pada zaman pemerintah kolonial Belanda.

<sup>4</sup> AMS atau *Algemeeene Middelbare School* adalah pendidikan menengah umum pada zaman Hindia Belanda dengan masa studi tiga tahun yang menerima lulusan MULO.

kolonial itu tidaklah selamanya berjalan bergandengan dengan pemerintah kolonial. Kebanyakan intelektual justru berbalik memberikan reaksi terhadap kebijakan tersebut. Hal itu dapat dimengerti karena politik etis ibarat sebuah kamuffase yang mengedepankan kepentingan penguasa. Meskipun para pemuda terpelajar ini mampu berperan dalam hierarki birokrasi kolonial pemerintahan, mereka terpaku oleh diskriminasi ras dan status sosial dalam konteks kolonial. Dengan kata lain, orang kulit putih, keturunan, serta anak orang yang berpangkat tetap harus didahulukan. Pada akhirnya, para kaum muda intelektual tersebut menyadari bahwa sistem kolonial telah menyengsarakan rakyat Indonesia. Kegelisahan-kegelisahan mereka tentang berbagai bentuk diskriminasi sosial-ekonomi dan politik antara “yang memerintah” dan “yang diperintah” mendorong mereka mencari pegangan baru, yang diperkirakan sesuai untuk menghadapi realitas saat itu dan masa depan. Kaum muda intelektual kemudian bergerak untuk menyuarakan kegelisahannya melalui pembentukan organisasi-organisasi, baik yang bercorak politik maupun sosial-budaya (Van Niel, 1984).

Pergerakan nasional yang muncul pada dekade pertama abad ke-20 merupakan suatu fenomena baru dalam sejarah Indonesia. Pergerakan ini dapat dianggap sebagai lanjutan perjuangan yang masih bersifat pra-nasional dalam menentang kolonialisme dan imperialisme Belanda selama abad ke-19. Namun, bila dibandingkan gerakan yang bersifat pra-nasional ini, gerakan nasional pada permulaan abad ke-20 memiliki bentuk berbeda. Pergerakan awal abad ke-20 pada praktiknya merupakan pergerakan sebuah organisasi yang terstruktur, mempunyai asas dan tujuan, serta mempunyai ideologi baru untuk menciptakan masyarakat maju. Ideologi ini kemudian mengalami pendewasaan dengan hasrat mendirikan negara nasional (Pringgodigdo, 1964).

Organisasi pertama yang berdiri di Hindia Belanda, yakni perkumpulan Budi Utomo, didirikan pada 1908 atas inisiatif pemuda pelajar *School tot Opleiding van Indische Artsen* (STO-VIA) atau dalam bahasa Indonesia Sekolah Pendidikan Dokter Hindia. Pada mulanya, perkumpulan ini bertujuan memperbaiki kehidupan masyarakat yang masih terbelakang melalui perbaikan kualitas hidup seluruh rakyat Hindia lewat pendidikan. Namun, setelah kongresnya di Yogyakarta, organisasi ini jatuh ke tangan priyayi dan jadilah ia sebagai organisasi “Jawa” saja (Poesponegoro & Notosusanto, 2010). Setelah pendirian Budi Utomo, pada tahun-tahun setelahnya berdiri pula organisasi lain, baik yang bercorak agamis (Sarekat Islam/SI), komunis (Partai Komunis Indonesia/PKI), dan nasionalis (Partai Nasional Indonesia/PNI).

Gerakan pemuda lahir karena para pemuda ketika itu menyadari posisi mereka sebagai anak-anak muda di dalam masyarakat yang masih menghargai senioritas sehingga mereka membentuk sendiri segala macam perkumpulan yang bernama *Jong* (muda), misalnya *Jong Java*, *Jong Sumatra*, dan sebagainya. Aspek lain dari periode menyadari kedudukan sebagai generasi muda ini ialah kecenderungan untuk bertolak dari suatu kerangka solidaritas yang lebih terbatas—Sumatra, Jawa, Batak, Sulawesi—tidak seperti Budi Utomo yang dimulai dengan cita-cita Hindia, walaupun masih kabur (Kartodirdjo, Poesponegoro, & Notosusanto, 1977). Dari rasa keterikatan terbatas tersebut, usaha pencarian identitas baru berlanjut hingga akhirnya pada 1928 Sumpah Pemuda diikrarkan. Keberanian dalam merumuskan cita-cita dan perasaan yang bertumbuh kembali menjadi ciri kepeloporan pemuda.

Di samping merupakan ikatan solidaritas dan sebagai penyalur berbagai aktivitas kepemudaan (dari olahraga dan seni

hingga kelompok studi) serta kekeluargaan teman satu sekolah atau sederah, organisasi-organisasi pemuda dan pelajar tersebut memperlihatkan ciri-ciri yang khas zamannya. Pertama, seperti halnya organisasi wanita dan istri, organisasi pemuda dan pelajar adalah ekspresi atau pancaran dari hasrat emansipasi suatu generasi (jiwa zaman). Kedua, organisasi-organisasi itu merupakan perpanjangan dari berbagai kegiatan kebangsaan, yang secara implisit bercita-cita maju dan merdeka, atau sering kali sebagai wadah di mana calon peserta pergerakan nasional mendapat latihan (Martha dkk., 1985). Dengan kata lain, pergerakan pemuda tidak terlepas dari pergerakan kebangsaan dan merupakan bagian yang terkait erat dengan perjuangan nasional menuju kemerdekaan dan kesatuan bangsa.

Organisasi-organisasi pemuda yang merupakan cikal-bakal lahirnya Sumpah Pemuda berawal di kalangan anak-anak sekolah di kota-kota besar, khususnya Jakarta (Batavia). Organisasi pemuda yang pertama lahir adalah *Tri Koro Darmo* (tiga tujuan mulia) pada 7 Maret 1915. Organisasi ini kemudian berganti nama menjadi *Jong Java* (1918). Organisasi bercorak kedaerahan lain yang selanjutnya lahir adalah *Jong Sumatranen Bond* (1917) yang juga didirikan di Jakarta oleh para pelajar dari Pulau Sumatra. Para pemuda dari suku-suku lain pun tidak ketinggalan. Mereka mendirikan organisasi dengan latar belakang suku atau daerah asal mereka, misalnya *Jong Ambon*, *Jong Minahasa*, *Jong Celebes*, *Jong Batak*, Pemuda Betawi, *Sekar Rukun*, dan Pemuda Timor (Poesponegoro & Notosusanto, 2010; Van Niel, 1984). Selain organisasi-organisasi dengan latar suku dan daerah, terdapat pula organisasi-organisasi pemuda berbasis keagamaan, asuhan partai-partai politik, dan organisasi di lingkungan sekolah, misalnya *Muda Kristen Djawi* (1920), *Jong Islamiten Bond* (1925), dan

*Persatuan Murid-murid Dinijah School* (PMDS) yang berdiri di Padang (1921) (lihat Martha dkk., 1985).

Selain di Indonesia, organisasi-organisasi pemuda juga didirikan di luar negeri oleh para pelajar Indonesia yang menuntut ilmu di negara lain, misalnya *Indische Vereeniging* yang didirikan hampir bersamaan dengan pendirian Budi Utomo. *Indische Vereeniging* didirikan oleh para pelajar Indonesia di Belanda, kemudian berubah nama menjadi *Indonesische vereeniging* (1922), dan tahun 1924 berubah lagi menjadi Perhimpunan Indonesia, dengan salah satu tokohnya adalah Mohammad Hatta. Selain di Eropa, organisasi pemuda juga berdiri di Timur Tengah, yaitu *Persatuan Talabah Indonesia-Malaya*, *Al Jamiyatul Khiriyatul Jawiyah* (di Kairo, Mesir), serta Perhimpunan Indonesia Raya di Mesir yang didirikan oleh Abdul Kahar Muzakkir pada 1930-an. Selain organisasi-organisasi yang telah disebutkan, berdiri pula organisasi-organisasi kepanduan dan organisasi keputrian/kewanitaan yang ikut memberikan sumbangan bagi tumbuhnya semangat kebangsaan di kemudian hari (baca Poesponegoro & Notosusanto, 2010; Martha dkk., 1985; Suhartono, 1994; Pringgodigdo, 1964).

Sejak tahun 1920-an, telah ada pertemuan berkali-kali antar-sesama organisasi pemuda, dengan tujuan menyatukan langkah menuju sasaran yang sama, yakni kemajuan bangsa. Namun, tidak mudah menyatukan berbagai organisasi pemuda saat itu. Hal ini bukan hanya karena latar belakang berdirinya masing-masing organisasi pemuda yang berbeda-beda, melainkan juga karena sifat organisasi dan ideologi yang dianut masing-masing tidak sama. Baru setelah tahun 1925, tepatnya setelah kongres *Jong Java* dan *Jong Islamieten Bond* dilangsungkan, benih-benih ke arah persatuan pemuda mulai terwujud. Hal ini terbukti ketika

sebulan sebelum *Jong Java* dan *Jong Islamieten Bond* mengadakan kongres, sejumlah organisasi pemuda berkumpul di gedung Lux Orientis di Jakarta. Pertemuan tersebut diadakan pada 15 November 1925, yang dihadiri oleh wakil-wakil *Jong Java*, JSB, *Jong Ambon*, *Jong Minahasa*, Sekar Rukun, dan beberapa peminat lainnya, termasuk peminat individu. Mereka membicarakan kemungkinan untuk mengadakan pertemuan yang lebih luas dan mencakup berbagai organisasi pemuda. Mereka kemudian sepakat membentuk panitia untuk mempersiapkan “Kerapatan Besar Pemuda.” Panitia ini berusaha menggugah semangat kerja sama di antara bermacam-macam organisasi pemuda di Indonesia, supaya dapat mewujudkan dasar pokok lahirnya persatuan Indonesia (Reksodipuro, 1974).

Panitia tersebut diketuai M. Tabrani dari *Jong Java* dibantu perwakilan dari organisasi-organisasi pemuda lainnya sebagai anggota. Panitia ini kemudian berhasil menyelenggarakan acara pada 30 April 1926 yang diadakan di Jakarta. Kerapatan Besar Pemuda ini kemudian dikenal dengan nama Kongres Pemuda I. Kongres tersebut dihadiri berbagai perwakilan organisasi pemuda di Indonesia. Namun, kongres pemuda ini belum berhasil dalam membentuk sebuah wadah tunggal untuk penyatuan organisasi-organisasi pemuda yang ada. Beberapa organisasi pemuda yang menginginkan adanya persatuan, seperti *Jong Java*, *Perhimpoeanan Peladjar-Peladjar Indonesia* (PPPI), JSB, dan beberapa organisasi lainnya terus mengadakan pertemuan-pertemuan setelah kongres I tahun 1926. Pertemuan 23 April 1927 yang dihadiri oleh *Jong Java*, JSB, *Jong Batak Bond*, *Jong Ambon*, *Jong Minahasa*, *Jong Indonesia*, dan PPPI berhasil merumuskan dasar-dasar pikiran bersama untuk langkah-langkah berikutnya. Kesepakatan tersebut meliputi:

- a. Bahwa cita-cita Indonesia Merdeka harus menjadi cita-cita semua putra Indonesia;
- b. Semua perkumpulan pemuda harus berdaya upaya menuju penyatuan organisasi pemuda dalam satu wadah tunggal (Martha dkk., 1985).

Kesepakatan tersebut memperlihatkan bahwa para pemuda menyadari pentingnya persatuan di antara mereka untuk mencapai tujuan akhir, yakni Indonesia Merdeka. Tujuan tersebut belum lah populer saat itu di kalangan organisasi pemuda, terlebih untuk menjadi tujuan bersama.

Setelah pertemuan demi pertemuan lanjutan, akhirnya cita-cita menyatukan organisasi-organisasi pemuda terwujud dengan diadakannya Kongres Pemuda II yang kemudian mencetuskan Sumpah Pemuda. Panitia Kongres Pemuda II dipimpin oleh Soegondo Djojopuspito dari *Perhimpoeanan Peladjar-Peladjar Indonesia* (PPPI) dan dibantu dari perwakilan-perwakilan organisasi pemuda lainnya (lihat Martha dkk., 1985). Kongres dilaksanakan pada 27–28 Oktober 1928 di Gedung *Katholieke Jongelingen Bond Water loopein* (sekarang di dekat Jalan Lapangan Banteng) untuk hari pertama, dan hari kedua di Gedung *Indische Clubhuis*, di Jalan Kramat 106 (sekarang Gedung Sumpah Pemuda).

Kongres Pemuda II ini tidak hanya dihadiri oleh para utusan organisasi pemuda, tetapi juga organisasi orang dewasa, perorangan, anggota Voklstraad, pers, dan lain-lain. Diperkirakan yang menghadiri kongres tersebut sekitar 750 orang (Martha dkk., 1985). Selain panitia kongres, tokoh-tokoh penting yang juga menghadiri Kongres Pemuda II adalah Mr. Sartono dan Kartakusuma sebagai perwakilan PNI, Abdurrachman mewakili Budi Utomo, Sunario dari kepanduan, Kartosuwiryo dari pengu-

rus besar PSI, Sigit dari Indonesia Club, Muhidin dari Pasundan, serta A. I. Z. Mononutu mewakili Persatuan Minahasa. Pemerintah Hindia Belanda juga mengirimkan perwakilannya, Dr. Pijper dan Van der Pas, didampingi oleh polisi Belanda yang membawa senjata lengkap (lihat Reksodipuro, 1974).

Dalam kongres tersebut diperdengarkan alunan biola lagu Indonesia Raya yang digubah oleh W. R. Soepratman (Pihak Belanda tidak mengizinkan menyanyikan "Indonesia Raya" dengan teks-nya pada acara itu) sebelum keputusan Kongres Pemuda II dibacakan. Keputusan kongres tersebut adalah:

**"POEToesAN KONGRES PemoEDA-PemoEDA INDONESIA**

*Kerapatan pemoeda-pemoeda Indonesia jang berdasarkan dengan nama Jong Java, Jong Soematra (Pemoeda Soematra), Pemoeda Indonesia, Sekar Roekoen, Jong Islamieten, Jong Batak Bond, Jong Celebes, Pemoeda Kaoem Betawi, dan Perhimpoean Peladjar Indonesia. Memboeka rapat pada tanggal 27 dan 28 Oktober 1928 di negeri Djakarta. Sesoedahnja mendengar segala isi-isi pidato-pidato dan pemitjaraan ini. Kerapatan laloe mengambil kepoetoesan:*

**Pertama** Kami poetera dan poeteri Indonesia, mengakoe bertoeempat darah jang satoe, tanah Indonesia.

**Kedoea** Kami poetera dan poeteri Indonesia, mengakoe berbangsa jang satoe, bangsa Indonesia.

**Ketiga** Kami poetera dan poeteri Indonesia, mendjoendjoeng bahasa persatoean, bahasa Indonesia.

*Setelah mendengar poetoesan ini, kerapatan mengeloearkan kejakinan asas ini wadajib dipakai oleh segala perkoempoelan-perkoempoelan kebangsaan Indonesia. Mengeloearkan kejakinan persatoean Indonesia diperkoeat dengan memperhatikan dasar poetoesanja:*

*Kemajoean*

*Sedjarah*

*Bahasa*

*Hoekoem Adat*

Pendidikan dan Kepandoean

Dan mengeloearkan penghargaan soepaja ini disiarkan dalam segala soerat kabar dan dibatjakan dimoeka rapat perkoempoelan-perkoempoelan.

*Djakarta, 28 Oktober 1928*

Laporan Koran P.I.No.8 Tahun 1928 (dalam Widodo, 2012).

Setelah jalan panjang sejak munculnya semangat untuk bersatu, berbagai perkumpulan tersebut bersama-sama memupuk benih-benih menuju persatuan nasional. Organisasi atau perkumpulan kedaerahan atau kesukuan yang dibentuk para pemuda dapat dikatakan sebagai wahana pelatihan kepemimpinan dan tempat belajar mengenai kondisi bangsanya yang saat itu dieksploitasi oleh kolonialisme. Terbentuknya kesadaran tentang nasib bangsa membuat para pemuda rela mengesampingkan kepentingan organisasi kedaerahan, kesukuan, dan keagamaan demi menyatukan cita-cita bagi kepentingan bangsa. Mereka mengukuhkan semangat untuk bersatu dalam Kongres Pemuda II pada 1928 dengan mengikrarkan Sumpah Pemuda sebagai pedoman perjuangan putra putri Indonesia dalam mewujudkan cita-cita Indonesia Merdeka.

### C. Semangat Sumpah Pemuda 1928 dalam Lintasan Sejarah Pasca-kemerdekaan

Sumpah Pemuda, yang pada 28 Oktober 2019 diperingati dalam usianya yang ke-91, merupakan jiwa dan semangat pemersatu bangsa Indonesia. Jika dikaitkan dengan perjuangan menuju proklamasi kemerdekaan Indonesia 1945, Sumpah Pemuda merupakan peristiwa penting. Begitu besarnya arti atau peran

yang dikandungnya sehingga bisa dikatakan bahwa kemerdekaan yang diproklamasikan pada 1945 tidak akan diperoleh seandainya tidak ada Sumpah Pemuda 1928. Sumpah Pemuda 1928 adalah cikal bakal lahirnya proklamasi kemerdekaan tahun 1945 yang melahirkan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Sumpah Pemuda adalah sumber konsep besar persatuan bangsa yang dikenal sebagai Bhinneka Tunggal Ika (Widodo, 2012). Sumpah Pemuda juga menjadi landasan inspirasi gagasan besar Bung Karno yang kemudian ia rumuskan dalam Pancasila (Siswoyo, 2013).

Arti penting semangat Sumpah Pemuda dalam menumbuhkan persatuan nasional yang menjadi modal perjuangan merebut dan mempertahankan kemerdekaan Indonesia, dalam perjalanannya hingga pasca-Reformasi 1998, telah mengalami berbagai ujian dan cobaan. Berikut ini dikemukakan beberapa pokok penting semangat Sumpah Pemuda yang mampu menyelamatkan Indonesia dari perpecahan.

### **1. Kembali kepada negara kesatuan**

Kemerdekaan yang diproklamasikan pada 17 Agustus 1945, mendapat ujian dan cobaan sejak awal pendiriannya. Upaya Belanda untuk menguasai kembali tanah Nusantara dilakukan dengan berbagai cara. Secara sistematis-politis, upaya memecah belah dilakukan dengan mendorong munculnya kembali semangat kedaerahan dalam wujud proyek Republik Indonesia Serikat dengan mendirikan negara daerah atau negara bagian. Proyek itu mengalami kegagalan berkat kemauan bangsa Indonesia untuk tetap dalam semangat persatuan dalam bingkai NKRI. Namun, peristiwa tersebut menyisakan persilangan konsep dasar antara *pengakuan* kedaulatan dan *penyerahan* kedaulatan (Widodo, 2012).

## 2. Tantangan eksternal dan internal

Gerakan kedaerahan dalam perjalanan nasionalisme ditafsirkan berbeda-beda dari masa ke masa. Ketika Soekarno memegang tampuk kekuasaan, nasionalisme secara eksternal dihubungkan dengan kebangkitan Dunia Ketiga dan perjuangan anti-kolonialisme. Secara internal, terkait dengan mulai timbulnya gerakan separatis pada 1956, Bung Karno berpidato tentang penyimpangan dari Sumpah Pemuda 1928. Saat keadaan menjadi kritis pada 1957 dan pergolakan daerah muncul, peringatan Hari Sumpah Pemuda justru dirayakan secara besar-besaran. Hal tersebut karena saat itu diperlukan simbol pemersatu, dan pernyataan pada Sumpah Pemuda merupakan simbol pemersatu (lihat Widodo, 2012; Martha dkk., 1985).

## 3. Mengembalikan Irian Barat dalam pangkuan ibu pertiwi

Setelah pergolakan di daerah teratasi, Sumpah Pemuda dihubungkan dengan Manifesto Politik (Manipol)<sup>55</sup> tahun 1960 sebagai bagian untuk menarik massa pemuda. Pada 1961, Sumpah Pemuda merupakan bagian dari slogan merebut Irian Barat dan menggerakkan pemuda untuk mendukung Tri Komando Rakyat (Trikorla)<sup>66</sup> (lihat Martha dkk., 1985).

<sup>5</sup> Manipol atau Manipol/USDEK adalah isi pidato Presiden Soekarno pada 17 Agustus 1959 yang merupakan penjelasan resmi dari Dekrit Presiden 5 Juli 1959, semacam pertanggungjawaban Presiden/Panglima Tertinggi yang ditujukan langsung kepada rakyat mengenai tindakan tanggal 5 Juli 1959. Intisari Manipol adalah Usdek. Usdek singkatan dari UUD 1945, Sosialisme Indonesia, Demokrasi Terpimpin, Ekonomi Terpimpin, dan kepribadian Indonesia.

<sup>6</sup> Pada 19 Desember 1961, Soekarno mengumumkan pelaksanaan Trikora di Alun-alun Utara Yogyakarta. Trikora merupakan perintah kepada rakyat Indonesia untuk melaksanakan perjuangan Pembebasan Irian Barat secara resmi dan konsekuensi logis dari politik konfrontasi. Isi Trikora adalah gagalkan pembentukan “Negara Boneka Papua” buatan Kolonial Belanda, kibarkan sang merah putih di Irian Barat tanah air Indonesia, serta bersiaplah untuk mobilisasi umum guna mempertahankan kemerdekaan dan kesatuan tanah air dan bangsa.

#### 4. Pembangunan nasional

Pada era Orde Baru, nilai-nilai pada Sumpah Pemuda dihubungkan dengan upaya memantapkan landasan pembangunan nasional. Nasionalisme diberi makna dan diselaraskan dengan pembangunan yang mengandalkan stabilitas keamanan serta persatuan dan kesatuan. Sumpah Pemuda bukan hanya simbol pemersatu, melainkan juga mengakui adanya pluralisme bangsa. Setelah Soeharto jatuh, muncul istilah kemajemukan, sesuatu yang jarang disebut pada masa pemerintahan Soeharto (Widodo, 2012).

#### 5. Tantangan nasionalisme

Setelah Reformasi 1998, nasionalisme kembali berada di bawah bayang-bayang konflik komunal sesama anak bangsa atau yang sering disebut sebagai disintegrasi nasional. Peristiwa Poso, Sampit, Aceh, dan Papua (sampai saat ini) hingga lepasnya Timor Timur dari bumi pertiwi, menguatnya ancaman radikalisme agama, maraknya korupsi, dan perilaku para politikus yang memamerkan kebobrokan moral di muka publik demi kepentingan jangka pendek kelompok dan partainya, hingga gempuran hoaks yang mengancam persatuan nasional, satu demi satu dapat diredam oleh roh persatuan dalam Sumpah Pemuda. Dapat dikatakan bahwa perjuangan bangsa Indonesia hingga kini semakin menguatkan apa yang pernah Soekarno katakan, “...perjuanganku lebih mudah karena mengusir penjajah, tapi perjuanganmu akan lebih sulit karena melawan bangsamu sendiri.” Kita tidak bisa terus-menerus mengharap kekuatan Sumpah Pemuda untuk menjaga persatuan Indonesia tanpa ada usaha oleh anak bangsa sendiri untuk menjaga nyala semangat Sumpah Pemuda dalam setiap tindakan mereka.

## D. Refleksi Sumpah Pemuda pada Era Disrupsi

Perjalanan pemuda dalam sejarah bangsa dapat dibagi ke dalam beberapa fase, yaitu fase *nation-finding* (pencarian identitas kebangsaan) era pra-kemerdekaan, fase *nation-building* (membangun kebangsaan), dan fase *nation-rethinking* (pengkajian kebangsaan) pada era Orde Baru hingga menjelang Reformasi (Dardak, 2018). Setelah Reformasi 1998, arus globalisasi semakin nyata pengaruhnya dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal tersebut ditandai dengan hambatan jarak yang semakin menghilang dan lanskap daya saing ekonomi yang berubah. Era digitalisasi saat ini sering disebut sebagai era disrupsi (*disruption*) oleh para ahli ekonomi, untuk menandai sebuah perubahan yang fundamental yang diakibatkan oleh evolusi teknologi, terutama informasi dan komunikasi, yang mengubah hampir semua tatanan kehidupan, termasuk kehidupan berbangsa.

Pada era disrupsi ini, bangsa Indonesia dikatakan memasuki fase *nation competitiveness* (daya saing bangsa) sebagai akibat dari cepatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Era disrupsi pada dasarnya bisa menjadi ancaman sekaligus peluang bagi siapa saja yang mengalaminya. Berikut ini petikan Pidato Kenegaraan 17 Agustus 2019 oleh Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, mengenai era disrupsi.

“..... Di era ini kemapanan bisa runtuh, ketidakmungkinan bisa terjadi.... Arus komunikasi dan interaksi yang semakin mudah dan terbuka harus dimanfaatkan dan sekaligus diwaspadai. Pengetahuan dan pengalaman yang positif jauh lebih mudah sekarang ini kita peroleh. Tetapi kemudahan arus komunikasi dan interaksi juga membawa ancaman: ancaman terhadap ideologi kita Pancasila, ancaman terhadap adab sopan santun kita, ancaman terhadap tradisi dan seni budaya kita, serta ancaman terhadap warisan kearifan-kearifan lokal bangsa... Indonesia tidak takut terhadap

keterbukaan. Kita hadapi keterbukaan dengan kewaspadaan. Kewaspadaan terhadap ideologi lain yang mengancam ideologi bangsa. Kewaspadaan terhadap adab dan budaya lain yang tidak sesuai dengan kearifan bangsa kita. Kewaspadaan terhadap apa pun yang mengancam kedaulatan kita. Indonesia tidak takut terhadap persaingan. Kita hadapi persaingan dengan kreativitas, inovasi, dan kecepatan yang kita miliki... Langkah demi langkah tidak lagi cukup, lompatan demi lompatan yang kita butuhkan. Lambat asal selamat tidak lagi relevan, yang kita butuhkan adalah cepat dan selamat... Kita sedang menghadapi dinamika ekonomi global yang terus bergejolak dan menghadapi perubahan geo-politik. Krisis ekonomi melanda beberapa belahan dunia, krisis iklim mengancam dunia, kerusakan lingkungan menjadi ancaman kita bersama. *Ring of fire* yang melingkari wilayah Indonesia bisa menghadirkan bencana tanpa kita duga sebelumnya. Hampir seluruh wilayah Indonesia merupakan wilayah rentan bencana. Gempa bumi, tanah longsor, gunung meletus, tsunami, kebakaran hutan, banjir. Oleh karena itu sikap sigap dan waspada menghadapi ketidakpastian sangatlah penting!..." (Auliani, 2019).

Berdasarkan pidato tersebut, dapat direnungkan bahwa kondisi era disrupsi saat ini hampir sama dengan kondisi pada awal abad ke-20, ketika politik etis mengakibatkan perubahan signifikan terhadap perkembangan rasa kebangsaan rakyat Indonesia. Akibat dari diterapkannya politik asosiasi atau politik etis oleh pemerintah kolonial, muncullah golongan baru dalam masyarakat Hindia Belanda, yakni golongan terpelajar yang kebanyakan masih berusia muda. Golongan terpelajar ini tidak bisa berperan dalam hierarki birokrasi kolonial pemerintahan karena mereka dibatasi oleh perbedaan ras dan kesenjangan status sosial dalam konteks dan sistem kolonial yang mendahulukan orang kulit putih, keturunan, serta anak orang yang berpangkat. Pada akhirnya, kaum intelektual muda tersebut menyadari bahwa sistem kolonial amat menyengsarakan rakyat Indonesia. Kegelisahan mereka terhadap diskriminasi sosial-ekonomi dan politik antara

“yang memerintah” dan “yang diperintah” mendorong mereka membentuk organisasi-organisasi yang tujuannya maju dan merdeka. Pada era erupsi ini, kita juga melihat munculnya generasi muda (milenial) yang mengalami perubahan sosial-politik mendasar akibat berbagai tantangan yang harus mereka hadapi, sebagaimana dipaparkan dalam pidato Presiden Jokowi. Oleh karena itu, semangat Sumpah Pemuda hendaknya tidak hanya menjadi seremonial dan jargon semata, tetapi lebih dari itu, bisa berfungsi sebagai semangat perjuangan sebagaimana pada masa lalu dan dapat terus beradaptasi untuk meningkatkan daya saing bangsa pada era disrupsi ini.

## Daftar Pustaka

- Abdullah, T. (2001). *Nasionalisme dan sejarah*. Bandung: Satya Historika.
- Auliani, P. A. (2019, Agustus 16). Pidato kenegaraan Presiden Jokowi 2019. *Kompas.com*. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://jeo.kompas.com/naskah-lengkap-pidato-kenegaraan-2019-presiden-jokowi>
- Dardak, E. E. (2018). Refleksi 89 tahun Sumpah Pemuda dari nation finding menuju nation competitiveness. Dalam D.O. Nugroho (Ed), *Anak muda & masa depan Indonesia: Bunga rampai pemikiran anak muda dari Aceh sampai Papua*. Jakarta: Mizan Pustaka.
- Kartodirdjo, S., Poesponegoro, M.D., & Notosusanto, N. (1977). *Sejarah nasional jilid V*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kartodirdjo, S. (1993). *Pendekatan ilmu sosial dalam metodologi sejarah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kartaodirdjo, S. (2018). *Pengantar sejarah Indonesia baru: Sejarah pergerakan nasional jilid 2*. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Ombak.

- Martha, A. G., Wibisono, C., & Anwar, Y. (1985). *Pemuda Indonesia dalam dimensi sejarah perjuangan bangsa*. Jakarta: Kurnia Esa.
- Poesponegoro, M. D., & Notosusanto, N. (2010). *Sejarah nasional Indonesia V*. Cetakan ke-5 (Edisi Pemutakhiran). Jakarta: Balai Pustaka.
- Pringgodigdo, A. K. (1964). *Sejarah pergerakan rakyat Indonesia*. Jakarta: Pustaka Rakyat.
- Reksodipuro, S. (1974). *45 tahun Sumpah Pemuda*. Jakarta: Yayasan Gedung-gedung Bersejarah Jakarta.
- Siswoyo, D. (2013). Pandangan Bung Karno tentang Pancasila dan pendidikan. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, XXXII(1), 103–115.
- Suhartono. (1994). *Sejarah pergerakan nasional: Dari Budi Utomo sampai proklamasi 1908–1945*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Van Niel, R. (1984). *Munculnya elite modern Indonesia*. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.
- Widodo, S. K. (2012). Memaknai Sumpah Pemuda di era reformasi. *Jurnal Humanika*, 91(9), 399–404.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB IV IDENTITAS DAN KARAKTER KEAGAMAAN SANTRI MILENIAL

*M. Nur Prabowo S.*

### A. Pendahuluan

Identitas kaum santri di Indonesia semakin mendapat perhatian publik setelah pada 2015 Presiden Joko Widodo menetapkan 22 Oktober sebagai Hari Santri. Hari Santri dirayakan setiap tahun, dan perayaannya selalu bermuatan nasionalisme karena memang momentum penanggalan itu sarat glorifikasi santri yang terbentuk melalui momentum Resolusi Jihad K. H. Hasyim Asy'ari 22 Oktober 1945 untuk mengobarkan patriotisme dan nasionalisme ketika mempertahankan kemerdekaan. Tampilnya Kiai Abdurrahman Wahid sebagai presiden (1999) juga dianggap sebagai capaian penting prestasi politik kaum santri dalam sejarah Republik. Artinya, kini sudah mulai muncul kesadaran tentang peran dan kedudukan kaum santri, baik dalam sejarah Republik, diskursus publik, subjek penelitian ilmiah, maupun dalam kedudukan sosialnya sebagai elemen penting masyarakat sipil (*civil society*) yang demokratis.

Namun, identifikasi santri dalam konteks Hari Santri mendapatkan kritik karena cenderung “tradisionalisme”-sentris, termasuk dalam hal konsepsi Islam Nusantara, karena cenderung

mereduksi makna santri atau Islam Nusantara (Burhani, 2017). Terlepas dari kritik yang tampak masuk akal tersebut, kini ada semacam gairah baru untuk merevitalisasi peran santri sebagai bagian penting dan tulang punggung Republik (Juwaini, 2017). Dengan kata lain, ada gejala perluasan makna santri yang selama ini hanya dipahami dalam konteks tradisionalisme Islam. Salah satu identitas penting yang muncul kemudian adalah santri milenial.

Untuk memperingati Hari Santri 2018, Departemen Agama menyelenggarakan *Santri Millennial Competitions* yang mengusung gagasan kampanye moderasi Islam. Meskipun terminologi ini muncul sebagai bagian dari wacana kontestasi politik praktis, di luar pengertian pragmatis, kita patut bertanya apa makna dan bagaimana sebetulnya identitas santri milenial. Bagaimana pula peluang dan tantangan keagamaan mereka? Pembahasan ini juga memfokuskan pada kemungkinan kategorisasi baru santri milenial dalam pengertian santri yang selama ini ada, dengan mengidentifikasi karakteristik keagamaan dan orientasi nilai mereka. Selain identitas santri milenial, penulis akan mendiskusikan tiga tantangan keagamaan santri pada era milenial di bidang pengembangan ilmu pengetahuan, literasi keagamaan berbasis teknologi informasi, dan demokratisasi sosial-keagamaan.

## B. Kategorisasi Santri dan Pengertian Santri Milenial

Kata “santri” memiliki beragam makna dan konteks. Selain itu, tidak ada kesepakatan definitif tentang apa dan siapa yang disebut santri karena pengertiannya telah kabur dan mengalami perluasan makna. Ada yang menyatakan bahwa istilah santri diserap dari bahasa Sansekerta *shastri*, yang artinya ilmu agama dan pengetahuan; ada pula yang menyatakan kata santri berasal dari

istilah *cantrik*, yakni orang yang membantu resi pada masa Hinduisme atau ahli agama pada masa dahulu. Namun, makna asal santri digunakan untuk menyebut para penuntut ilmu agama.

Penggunaan istilah santri bahkan bermuatan etis dan sosiologis. Seorang ahli agama berkaliber *hadratu syaikh* yang *'allamah* (baca: seorang guru agung yang tingkat keilmuannya sangat tinggi) pun masih dapat disebut sebagai santri karena ia memerankan peran dan karakter kesantrian atau praktik-praktik keislaman yang utama. Secara aksiologis, kaum santri mengambil inspirasi nilai dari agama Islam dan mempraktikkannya dalam kehidupan. Santri menurut pengertian ini dilawankan dengan kaum sekuler yang mengambil inspirasi nilai sosial dari nilai-nilai non-religius.

Dalam konteks pesantren studies yang lebih populer, santri dimengerti sebagai elemen penting dari pesantren, yakni orang yang mengenyam pendidikan madrasah di pesantren dan menimba ilmu kepada kiai. Ada santri *mukim* dan santri *kalong*. Santri *mukim* biasanya belajar dan menetap di asrama pesantren 24 jam, sementara santri *kalong* biasanya hadir paruh waktu di pesantren. Setelah mengenyam pendidikan pesantren, para santri diharapkan menjadi seorang alim (tunggal) atau ulama (jamak) yang dapat mengajar kitab-kitab dan memimpin masyarakat dalam kegiatan-kegiatan keagamaan (Dhofier, 2011, 88).

Namun, seiring dengan kemajuan dan diversifikasi pesantren pada abad modern, pandangan dan pengertian mengenai santri pun semakin fragmentatif. Kini dikenal istilah santri tradisional dan santri modern. Wacana ideologis tentang radikalisme juga menciptakan kategori santri radikal. Karena pesantren menjadi semakin beraneka paham dan aliran, santri juga semakin dipahami secara beragam. Ada pesantren yang *salafi* atau tradisional; ada pula pesantren yang *khalafi* atau modern; ada pesantren yang

sangat ortodoks dalam pengertian *salafi-wahabisme*; banyak juga pesantren baru yang, sebut saja, mengadopsi sistem ‘*muashir*’ atau kontemporer dengan berbagai penekanan pada kurikulum, misalnya *entrepreneurship*, pengetahuan dan kesadaran ekologis, pengabdian sosial-kemasyarakatan, dan sebagainya.

Dalam literatur antropologis, Geertz sering dijadikan acuan dalam melihat identitas kaum santri. Ia menggunakan istilah santri untuk merujuk pada mereka yang memiliki kecenderungan pada praktik keislaman secara ketat sebagai “kaum muslim sejati” dan dilawankan dengan “kaum abangan” (Geertz, 2013, 174). Namun, perspektif Geertz dianggap kurang aktual lagi untuk mengidentifikasi santri kontemporer. Hal ini karena Geertz hanya bicara dalam konteks masyarakat Jawa yang terbatas dalam ruang dan waktu di Mojokuto, sementara sikap dan pandangan keagamaan kaum santri di Indonesia hari ini sudah lebih bervariasi.

Seiring dengan kompleksitas sosial-keagamaan abad ke-21, beberapa ahli—dengan tetap menghormati kategorisasi Geertz—mencoba melakukan polarisasi santri secara lebih ekstensif, khususnya dilihat dari corak dan sikap dalam tradisi keislaman kontemporer. Mereka secara intensional mendiversifikasi santri dalam konteks kemunculan gerakan kelompok *non-mainstream* keislaman pasca-Reformasi.

Dalam konteks perluasan terhadap trikotomi santri Geertz, Burhani (2017) mengategorisasikan kecenderungan cara, sikap, dan karakter keislaman santri ke dalam enam kategori yang berpasangan. *Pertama*, santri tradisionalis dan modernis. Sikap *mainstream* keagamaan kelompok ini direpresentasikan oleh NU dan Muhammadiyah. Mereka memiliki sikap keagamaan yang lebih moderat. *Kedua*, santri neo-modernis dan neo-revivalis. Kelompok ini sebagian berasal dari tradisi modernisme dan tradisionalisme,

tetapi melakukan beberapa pembaruan, terutama dalam hal sistem ajaran. Neo-modernisme banyak dipengaruhi oleh pemikiran Nurcholish Madjid yang mengusung keislaman dan kemodernan serta mendorong keberislaman yang substansialistik. Sementara itu, santri neo-revivalis cenderung mengusung keislaman yang skriptualistik dan banyak mengekspresikannya dalam gerakan-gerakan politik, seperti PKS. *Ketiga*, santri radikal dan liberalis yang merepresentasikan dua kutub ekstrem corak sikap dan pemikiran santri. Kelompok ini banyak dipengaruhi oleh arus globalisasi dan pemikiran Islam trans-nasional serta tuntutan persoalan yang dianggap kurang terakomodasi dalam tradisionalisme dan modernisme. Kelompok liberalis banyak diasosiasikan dengan Jaringan Islam Liberal (JIL) dan Jaringan Intelektual Muda Muhammadiyah (JIMM), sementara kelompok radikal diasosiasikan dengan kelompok Hizbut Tahrir Indonesia (HTI).

Machmudi (2008) dan Burhani (2017) juga menuliskan corak gerakan mutakhir kaum santri yang ditandai dengan munculnya gerakan santri baru yang bervariasi dan memiliki orientasi politik, ideologi agama, dan sikap terhadap warisan tradisi. Dilihat dari sisi asal-usul doktrin keagamaan dan agenda yang diusung, tampak beberapa kecenderungan santri. Sebagian mereka masih terikat dengan tradisi, sebagian lain mengambil jarak, dan ada juga yang mengambil jalur lain yang radikal. Mereka berhasil mengusung agenda dan memberikan pengaruh sosial serta politik. Santri kontemporer dapat dikelompokkan menjadi tiga. *Pertama*, santri konvergen, yakni konvergensi dari santri tradisional dan santri modernis berbasis NU dan Muhammadiyah. *Kedua*, santri radikal. Kelompok ini skeptis terhadap kekuatan santri tradisional dan modernis dalam memperjuangkan Islam dan menuntut perubahan secara lebih radikal dalam mengimplementasikan syariat Islam. *Ketiga*, santri global. Kelompok ini

mengadopsi banyak pemikiran ideologi trans-nasionalisme dari Timur Tengah. Namun, sebagian dari mereka ada yang masih melekat pada tubuh tradisionalisme dan modernisme.

Kategorisasi dan pengertian santri sebagaimana yang dikemukakan Burhani dan Machmudi memang terkesan sangat politis, tetapi merupakan kemajuan yang signifikan dalam konteks kajian sosiologi keislaman kontemporer. Pada awal abad ke-21 ini, tantangan baru dalam situasi masyarakat era globalisasi dan era informasi telah melahirkan lanskap dan gaya baru generasi milenial, yakni generasi yang hidup sejak 80-an hingga sekarang. Seturut dengan itu, dikenal terminologi santri milenial atau santri generasi milenial. Mereka adalah generasi muda Muslim yang hidup pada awal era milenium ketiga saat ini. Tidak ada pengertian definitif yang ditulis atau disepakati tentang apa, siapa, dan bagaimana karakter santri milenial, hanya saja, terminologi ini sering dijumpai di media sosial secara pragmatis dan tidak akademis. Ketiadaan kesepakatan ini justru membuka ruang kemungkinan untuk menggali lebih jauh tentang pengertian santri milenial. Apa makna dari penyebutan santri milenial tersebut? Bagaimana kedudukannya di dalam kategorisasi santri yang selama ini ada?

Untuk menghindari tendensi politik pelabelan (*politics of labelling*) dan politik penamaan (*politics of naming*) yang rawan kepentingan ideologis, terminologi santri milenial didefinisikan sebagai kelompok generasi muda Muslim masa kini yang bergelut dengan persoalan keislaman kekinian, mampu menangkap semangat zaman, memiliki progresifitas dan terobosan pemikiran untuk menjawab tantangan sosial keagamaan aktual, apa pun dan dari mana pun latar organisasi keislaman mereka. Mereka adalah santri era milenial yang sehari-hari dihadapkan pada perubahan budaya dan arus pemikiran kontemporer, yang karena

sifatnya yang tidak diakronis, ia secara kategoris berpenetrasi, baik di dalam kultur santri tradisional (kecenderungan santri berlatar NU yang menghargai tradisi) maupun dalam kultur santri modern (kecenderungan santri Muhammadiyah yang menghargai kemodernan).

Mereka bisa jadi justru melampaui dua kutub binaritas itu dan berhasil mencairkan batas-batas kategoris. Hal ini karena mereka bisa berlatar dari tradisionalisme maupun modernisme Islam atau bahkan menyukai gaya post-tradisionalisme maupun neo-modernisme Islam. Meski sebagian mereka menyukai kritisisme dan progresivitas, tidak dipungkiri, tingkat kritisisme mereka beragam, dan sebagian dari mereka gandrung terhadap isu yang lebih radikal. Secara politik, boleh jadi, sebagian mereka masuk dalam kategori santri global atau kelompok ketiga dalam kategorisasi yang telah disebutkan.

Dalam konteks yang lebih bersifat etis, santri milenial identik dengan menjadi santri (*being santri*) atau berperan santri (*doing santri*) dengan karakteristik keagamaannya pada era milenial. Karena peran itu bersifat general, santri tidak dapat direduksi hanya sebagai santri tradisional atau santri modern. Suara-suara positif yang muncul menunjukkan pengertian yang lebih inklusif bahwa santri milenial mencakup makna kaum santri secara keseluruhan yang dihadapkan pada problem-problem kekinian.

Bagi penulis sendiri, santri milenial tidak mutlak berlatar pesantren formal. Tidak peduli latar belakang gerakan mereka, selama mereka menunjukkan karakteristik keislaman yang relatif moderat dan mau bergelut secara kritis dengan isu-isu yang aktual yang menjadi tantangan masyarakat, itulah *spirit* santri era milenial. Selain itu, bagian yang inheren dalam identitas santri adalah komitmen terhadap nilai-nilai toleransi dan perdamaian.

### C. Kebudayaan Baru Santri pada Era Milenial dan Penetrasi Keagamaan

Kaum santri era milenial dihadapkan pada dunia baru abad ke-21. Potret awal abad kontemporer ini secara makro menggambarkan kebudayaan yang penuh kontradiksi serta pergeseran di bidang sosial-budaya yang serba cepat dan tidak menentu (disrupsi). Pada tataran paradigmatik, kita saat ini menghadapi pergeseran ke arah yang serba-*post*. Barangkali tepat jika orang menyebutnya masyarakat *post everything* (Alkatiri, 2018) atau *post-tradisi* (Sugiharto, 2019).

Pergeseran dunia menampilkan wajahnya dengan fenomena serba melampaui kemampuan manusiawi, ketika kemajuan teknologi memungkinkan kecerdasan buatan mengambil alih fungsi kerja manusia (*post-human*). Ukuran-ukuran kebenaran menjadi kian kabur, dikalahkan oleh sensasionalitas dan kepentingan (*post-truth*). Di Eropa, otoritas ilmu pengetahuan dan segala warisan budaya kemajuan abad modern digugat dan dipertanyakan kembali (*post-modernitas*). Di sisi lain, problem ekologi yang kompleks muncul justru karena agresi dan invasi pembangunan (*post-developmentalism*). Gaya baru ekspresi keislaman berjumpa dengan nilai modern, seperti demokrasi (*post-islamisme*). Gagasan-gagasan yang didasarkan pada sekularisme absolut kini dibaca ulang, sementara wacana agama menguat kembali (*post-sekularisme*). Itulah iklim perubahan yang sedang terjadi secara global.

Tesis Francis Fukuyama tentang budaya global terbukti dengan adanya gejala perubahan dramatis di masyarakat global, yakni fenomena *The Great Disruption* atau pergeseran dan perubahan mendasar dalam tata kehidupan sosial manusia. Pergeseran

dan perubahan ini diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi digital yang begitu cepat.

Globalisasi dan perkembangan teknologi juga telah mempenetrasi dunia keagamaan dan budaya kaum santri. Suasana penetrasi teknologi dan pergeseran dunia keagamaan dapat diilustrasikan sebagai berikut. Jika dulu para santri membaca rujukan keagamaan dan kitab suci dalam bentuk yang konvensional, kini mereka bisa melakukannya berbekal aplikasi digital, ensiklopedi-ensiklopedi *online*, dan perpustakaan digital.



Sumber: Pusat Kajian Hadis Al-Mughni Islamic Center Jakarta (tanpa tahun)

**Gambar 4.1** Contoh perpustakaan digital di mana korpus pengetahuan keislaman dapat dirangkum hanya dalam beberapa *megabyte* dan begitu *handy*.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Santri tidak hanya mengakses pengetahuan agama secara manual, tetapi berkat bantuan perangkat media yang bersifat digital, mereka bisa membaca dan mengaji kapan saja. Perangkat teknologi dan informasi yang serba canggih membantu mereka mengekspresikan pikiran keagamaan secara bebas.

Di samping itu, dampak dari globalisasi adalah tuntutan kompetensi keilmuan santri di bidang akademik juga semakin tinggi. Jika santri dahulu cukup diajarkan keilmuan tradisional, kini pada era “*post-tradisi*,” pengetahuan tradisional tidak menjadi satu-satunya ukuran. Ruang lingkup pengetahuan keislaman semakin luas, dan mereka dihadapkan pada pengetahuan-pengetahuan multi-disipliner. Kajian keislaman tidak hanya dilakukan oleh santri sendiri, tetapi juga oleh akademisi di luar kalangan santri, bahkan oleh non-muslim secara kreatif. Santri yang dulu diasosiasikan secara peyoratif sebagai guru ngaji, kini dapat berprofesi apa pun karena kampus Islam pada umumnya sudah multidisiplin ilmu. Globalisasi tidak lagi menjadikan Timur Tengah sebagai episentrum pengetahuan Islam tunggal, dan kini perluasan ilmu keislaman berkembang pesat sampai ke jantung Eropa.

Dengan kata lain, kita berada pada tegangan antara *mana yang semestinya baku (tsawabit)* di satu sisi, *mana yang mengalami keterbukaan terhadap perubahan (taghayyurat)* di sisi lain. Beberapa tesis dan ilustrasi yang telah disebutkan dapat menjadi pijakan untuk mengetahui bagaimana peluang dan tantangan santri milenial dalam menghadapi pergeseran dunia keagamaan yang serba cepat. Kita berangkat dari pra-pemahaman bahwa kontur dan lanskap sosial budaya yang santri milenial hadapi kini sangat kompleks karena mereka dihadapkan pada kompleksitas sosial-budaya dan tantangan kompetitif yang lebih agresif daripada yang dialami santri dekade-dekade silam. Namun, pada saat

yang sama, komitmen etis terhadap nilai-nilai moral universal yang melekat pada karakteristik santri seharusnya tidak boleh berubah dan tetap dipertahankan.

#### D. Keterbukaan terhadap Dinamika Kemajuan Ilmu Pengetahuan Islam

Pada aras epistemis, perkembangan universitas sebagai institusi keilmuan modern memiliki peran penting bagi transmisi dan produksi pengetahuan, termasuk keilmuan keislaman (*Dirasah Islamiyah* atau *Islamic Studies*). Santri pada era milenial tidak cukup hanya mengenyam bangku pesantren sebagai lembaga pendidikan tradisional yang serba ortodoks. Sudah menjadi kewajaran bahwa mereka kemudian akan memasuki gerbang universitas, berinteraksi dengan tradisi keilmuan yang baru di kampus, baik yang religius maupun sekuler. Lulusan pesantren dan *alimah* sekarang, dengan sistem penyetaraan atau *mu'adalah*, terlebih setelah mendapat payung legal dari UU Pesantren 2019, semakin leluasa dalam akses pendidikan. Santri tidak hanya bisa belajar di kampus religius yang bernaung di bawah Departemen Agama, tetapi juga kampus non-religius di bawah DIKTI, bahkan masuk di jurusan-jurusan non-keagamaan yang sering kali dipandang sekuler.

Santri yang mengenyam bangku universitas barangkali telah naik status menjadi mahasantri (bukan dalam pengertian *omni* secara teologis, melainkan sudah bersentuhan dengan budaya dan tradisi akademis yang ketat secara epistemologis, teknis, maupun etis). Di bangku akademik, mereka berjumpa dengan berbagai macam perkembangan tradisi ilmu pengetahuan, baik ilmu sosial (*social sciences*), kemanusiaan (*humanities*), maupun ilmu kealaman (*natural sciences*) dan teknik (*technical sciences*). Beberapa kampus Islam negeri (UIN) di Indonesia mencoba

mengembangkan paradigma integratif (sejak 2004-an) sebagai usaha mempertautkan kembali antara keilmuan keagamaan dan keilmuan eksakta non-keagamaan yang dianggap sekuler. Beberapa kampus negeri sekuler bahkan mengembangkan kajian keagamaan secara multidisipliner, sebagaimana yang dikembangkan di UGM sejak beberapa dekade dengan prestasi Center for Religious and Cross-cultural Studies-Indonesian Consortium for Religious Studies (CRCS-ICRS) yang cukup cemerlang.

Dengan demikian, suasana keagamaan kaum santri mengalami perkembangan. Tradisi pengetahuan keislaman dahulu banyak disemai dalam kitab kuning (*al-kutub al-shofro*) dan menjadi medium utama pembelajaran santri tradisional. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan, santri mulai menggali pengetahuan dari “kitab putih” (*al-kutub al-abyad*) yang dipelajari dalam dunia akademis di universitas (ruang perjumpaan berbagai karakter epistemologi dan disiplin pengetahuan) khususnya dalam rangka pembacaan kembali tradisi lama atau penciptaan tradisi baru keagamaan. Banyak kaum santri yang menjadi sarjana, bahkan terlibat dalam produksi pengetahuan “kitab putih” dengan karya-karya literasi yang cukup monumental. *Islam Kosmopolitan* karya Abdurrahman Wahid serta *Islam, Doktrin dan Peradaban* karya Nurcholish Madjid merupakan buah pena kaum santri yang mengandung nuansa pembacaan tradisi lama di satu sisi dan perjumpaan tradisi baru di sisi lain.

Dalam konteks perkembangan pemikiran Islam, wacana keagamaan keislaman dihadapkan pada dua sisi, yakni antara warisan tradisi lama dan arus tradisi baru. Mengenai kebaruan substansi keilmuan, ada beberapa kemungkinan. *Pertama*, ada kecemasan terhadap kebaruan pengetahuan sehingga cenderung mempertahankan tradisi lama secara mutlak. *Kedua*, menerima

tradisi baru sembari melakukan pembaruan terhadap tradisi masa lalu yang tidak relevan dan bersikap kritis dalam mengadopsi beberapa hal yang mereka anggap perlu diadopsi untuk pengembangan tradisi. *Ketiga*, menolak semua tradisi dan melakukan upaya dekonstruktif atau menciptakan hibrida kultural baru yang menawarkan gaya, ekspresi, dan agenda religiositas yang berbeda. Namun, pilihan ekstrem sering kali lebih banyak risiko dan tidak menciptakan kemasmalahan. Sikap moderat yang lebih populer dan penting sebagai pegangan untuk menunjukkan karakter pengetahuan yang dinamis adalah jalan tengah antara tradisi dan kebaruan. Kontinuitas dalam tradisi dan konvergensi dibangun dengan prinsip keagamaan baku *al-muhafadzah 'ala al qadim al-salih wal akhdzu bi al jadid al-ashlah*, yakni mempertahankan tradisi lama yang baik dan mengadopsi tradisi baru yang lebih baik.

Salah satu contoh pengembangan tradisi keilmuan di kalangan santri milenial yang cukup menarik terjadi dalam bidang Tafsir al-Qur'an atau Qur'anic Studies. Pengembangan tradisi ini dilakukan, misalnya, oleh sebuah komunitas pesantren kecil *Baitul Hikmah: Pengembangan Ilmu Keislaman dan Ilmu Sosial* di Yogyakarta. Pesantren ini dilihat dari orientasi dan tradisi keilmuannya mencitrakan pesantren yang lebih bernuansa kontemporer (*al-ma'had al-mu'ashir*).<sup>1</sup> Para pemuda santri dari berbagai bidang keilmuan belajar dan mengembangkan keilmuan agama dengan mendasarkan pada hermeneutika filsafat (*philosophical hermeneutics*) dan filsafat hermeneutika (*philosophy of hermeneutics*) untuk mengembangkan tradisi penafsiran Al-Qur'an (*ilm tafsir al-Qur'an*). Sebagaimana Ibn Rusyd memperjumpakan

<sup>1</sup> Pesantren Baitul Hikmah Yogyakarta bukan lagi digolongkan sebagai pesantren *salaf* atau modern secara kurikulum, melainkan pesantren kontemporer (*contemporary pesantren, al-ma'had al-mu'ashir*). Lihat Setyabudi (2019).

agama dan filsafat, mereka juga berusaha mengadopsi perangkat filsafat untuk mengembangkan tradisi agama. Kiai pesantren mengajarkan keilmuan modern kepada para santri sebagai perangkat metodologis yang mungkin diadopsi untuk mengembangkan tradisi keilmuan Al-Qur'an. Para santri yang menjadi mahasantri yang telah akrab dengan wawasan keilmuan sosial di kampus menerapkan keilmuan mereka untuk mempelajari interpretasi Al-Qur'an dengan perspektif yang baru. Mereka mengkaji cara analitis kitab-kitab klasik (*turats*) dalam tradisi keilmuan Al-Qur'an yang telah dikembangkan para ulama, seperti *al-Burhan fi Ulum al-Qur'an* yang dikarang oleh Imam Badruddin al-Zarkasyi. Namun, mereka juga merujuk pada keilmuan Al-Qur'an kontemporer, seperti Abdullah Saeed dalam *Al-Qur'an Abad ke-21*, dipadukan secara analitis dengan pemikiran Barat, seperti Jorge J.E. Gracia dengan *Theory of Textuality*, sehingga memungkinkan menemukan dasar-dasar bagi penguatan dan pengembangan pemahaman Al-Qur'an. Demikian contoh dari kegiatan santri yang terbuka dan konstruktif dengan perkembangan ilmu pengetahuan.

Salah satu hasil perjumpaan dari tradisi lama dan baru dalam konteks keilmuan Islam dan menjadi tren pemikiran keislaman kontemporer adalah pendekatan kontekstualis (*contextualist approach*) terhadap teks agama. Pendekatan seperti ini memberikan alternatif terhadap pembacaan yang cenderung tekstualis (*textualist reading*) yang umumnya diadopsi oleh santri radikal, ekstremis, dan revivalis (merujuk pada kategorisasi santri A. N. Burhani). Dalam hal ini, munculnya paham radikalisme di kalangan santri menunjukkan bukan saja kegagalan menangkap dan menerjemahkan *spirit* etis keagamaan, melainkan juga bagian dari kekeliruan epistemik pada ranah keilmuan.

Pembacaan kontekstualis menekankan pentingnya konteks kehidupan dalam pembacaan teks keagamaan, baik konteks masa lalu maupun konteks masa kini, dan memosisikan teks agama, khususnya Al-Qur'an, secara terbuka daripada sebagai teks yang tertutup dan dogmatis. Pengertian konteks juga mencakup konteks politik, konteks budaya, dan konteks historis. Untuk melakukan pembacaan itu, dibutuhkan pemahaman mengenai ilmu politik, ilmu budaya, ilmu sejarah, dan perlu mengintegrasikan metode-metode ilmiah dalam ilmu pengetahuan, baik ilmu sosial humaniora maupun ilmu kealaman sebagai perangkat untuk menjelaskan kebenaran agama secara lebih komprehensif. Metodologi pembacaan ini juga memengaruhi perkembangan beberapa tradisi Islam di Indonesia, misalnya, tren generasi muda post-tradisionalisme di kalangan *nahdliyyin* yang digawangi oleh para intelektual muda Nahdliyyin Ulama yang dipengaruhi oleh pemikiran Abdurrahman Wahid. Mereka berupaya mengembangkan tradisi, di satu sisi, dan mengadopsi metodologi, wacana serta pemikiran baru keilmuan dan filsafat yang konstruktif dan lebih bergairah, di sisi lain.

Tren keilmuan keislaman ke depan sepertinya juga akan diwarnai dengan paradigma integratif dalam melihat keilmuan agama dan keilmuan non-agama, yang akan terus mewarnai diskursus keilmuan keagamaan di universitas. Selain Baitul Hikmah, ada juga Al-Hikmah Depok yang didirikan K. H. Hasyim Muzadi, yang mendasarkan visi pendidikannya pada semangat integrasi keilmuan antara otoritas Al-Qur'an dan keilmuan modern, sehingga merasa perlu untuk dekat secara geografis dengan Universitas Indonesia yang lebih sekuler. Santri bisa leluasa belajar keilmuan modern di kampus, tetapi tetap khusyuk dengan keilmuan Al-Qur'an di pesantren.

Upaya ini memungkinkan bangunan wacana keislaman kontemporer bukan saja didominasi oleh otoritas santri alumni pesantren yang berafiliasi dengan *Islamic Studies*, melainkan juga oleh sarjana-sarjana keilmuan non-*Islamic Studies*. Banyak mahasiswa dari kampus sekuler yang mulai menggeluti agama, bahkan menyentuh keilmuan utama dengan menjadi penghafal Al-Qur'an, menulis tafsir Al-Qur'an, atau melakukan penelitian sosial tentang fenomena dan isu-isu keislaman. Sementara itu, santri-santri tradisional atau *post*-tradisional banyak dipengaruhi pula oleh literatur keislaman yang bersumber dari sarjana Muslim kontemporer Timur Tengah yang notabene bukan dari *Islamic Studies* dan produk Barat (seperti Syed Muhammad Naquib Al-Attas, Muhammad Syahrur, Hasan Hanafi, dan Abid al-Jabiri). Pemikiran mereka juga banyak diadopsi oleh santri-santri di Indonesia.

Mengingat deras dan dinamisnya laju perkembangan ilmu pengetahuan, kaum santri masa kini dituntut untuk mengikuti perkembangan keilmuan dengan kerja interdisipliner, multi-disipliner, dan kerja-kerja keilmuan yang kolaboratif. Paradigma ini juga menghasilkan implikasi sosio-epistemologis saat Barat tidak lagi dipandang sebagai musuh Islam sebagaimana klaim Muslim reaksioner, tetapi justru sebagai pusat peradaban penting yang menjadi sumber rujukan ilmu pengetahuan bagi pengembangan dan penguatan tradisi pemikiran Islam. Banyak orientalis Barat tidak lagi cenderung apologetis, seperti Karel Steenbrink, tetapi lebih bersikap objektif dan memosisikan tradisi Islam secara proporsional.

Abdullah Saeed (2016), pemikir kontekstualis kontemporer, memaparkan bahwa tren arus pemikiran Islam mutakhir secara global menunjukkan beberapa karakteristik, yaitu tradisional-

isme yang legalistik, Islamisme yang politis, Muslim yang sekuler, puritanisme teologi, ekstremisme yang militan dan radikal, dan kelompok *ijihadis* progresif. Karakter yang terakhir ini menembus dan mencakup apa yang dikategorikan di dalam lanskap Muslim Indonesia sebagai santri modernis, neo-modernis, tradisional, neo-tradisionisme, transformatif, dan progresif; bahkan sering diasosiasikan pula dengan liberal. Mereka merepresentasikan *mainstream* keislaman di Indonesia (dari kalangan NU dan Muhammadiyah atau beberapa variannya). Pada mereka, progresivitas dan kebebasan intelektual sampai batas-batas tertentu, masih mendapatkan apresiasi, dan kepada mereka pula *spirit* intelektualisme milenial yang terbuka terhadap perkembangan ilmu pengetahuan sesungguhnya masih dapat diharapkan.

## E. Keakraban dengan Teknologi Digital dan Media Sosial

Pada ranah yang lebih teknis, santri era milenial juga dihadapkan pada kultur keagamaan digital yang dipengaruhi kecanggihan teknologi digital yang penuh paradoks (Lanier, 2019; Sugiharto, 2019, 121). Hal ini sekaligus menandai era baru dunia informasi digital dan menciptakan tradisi baru dalam studi keislaman tentang apa yang disebut oleh Bunt (2000) sebagai *Virtually Islamic* atau oleh Mandaville (1999) disebut sebagai *Digital Islam*. Campbell (2012) juga mengilustrasikan ekspresi keagamaan baru tersebut dalam bentuk *Digital Religion*.

Kultur digital memengaruhi sikap santri setidaknya pada dua hal, yaitu transmisi keilmuan agama dan sikap-sikap keagamaan. Kemajuan media menjadi tantangan tersendiri bagi tradisi keilmuan klasik Islam. Pengetahuan keagamaan kini banyak dikemas dalam bentuk kitab virtual digital (*al-kutub al-raqmiiyyah*). Kitab-kitab klasik, baik kitab kuning maupun “kitab putih” yang

dulu membutuhkan porsi ruang yang besar, kini dapat dikemas secara ensiklopedis dalam bentuk virtual atau aplikasi dalam beberapa *megabyte* saja. Santri milenial dituntut untuk lebih akrab dengan aneka macam kebaruan virtual, yang mana jika mampu mempertemukan dengan daya imajinasi yang positif sebenarnya akan melahirkan kreativitas tanpa harus mendangkalkan pemahaman terhadap substansi nilai keagamaan.

Beberapa kajian penelitian menyimpulkan bahwa media elektronik kini memang menjadi otoritas keagamaan baru yang menjadi modus rujukan dan mentransmisikan ajaran keagamaan. Dahulu orang banyak bertanya kepada guru, ustaz, atau kiai secara langsung, tetapi kini orang bisa belajar agama dari sumber-sumber yang ada di internet. Media sosial digital juga telah menyediakan ruang komunitas virtual baru bagi ekspresi dan opini keagamaan. Penggunaanya dapat mengekspresikan gagasan keagamaan dengan bebas dan leluasa tanpa ada batasan waktu. Ruang itu menjadi *digital clouds*, yakni ruang maya tempat ekspresi kebebasan individual tanpa harus tersekat status sosial. Ruang digital yang disebut juga *religious digital cloud* atau *digital religiosity* juga dapat menjadi ruang kedua bagi santri milenial untuk mengekspresikan keagamaannya. Ruang baru tersebut merupakan panggung milenial yang bisa dimanfaatkan untuk berdiskusi, menyampaikan opini, mengemukakan kritik terhadap kebijakan pemangku kekuasaan, termasuk kebijakan keagamaan, atau dengan logika viralitasnya menawarkan perubahan sosial-politik keagamaan (lihat Nawawi, 2018).

Namun, narasi keagamaan yang dibangun di media elektronik, termasuk internet yang kini menjadi keseharian kalangan santri (media sosial *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Youtube*, dan sebagainya) memiliki banyak kelemahan yang perlu diantisipasi.

Salah satunya adalah dari sisi kualitas transmisi keilmuan dan pengetahuan agama, apalagi untuk bisa sampai mengantarkan orang atau audiens sampai pada tataran ahli (*expert*) dalam bidang praktis (*practical skill*) tertentu. Hal itu terjadi karena hilangnya figur guru dalam proses transmisi pengetahuan agama di media sosial, berbeda halnya dengan transmisi secara almah dan konvensional, di mana figur guru merupakan yang utama.

Berdasarkan beberapa penelitian tentang literasi keagamaan di media, muncul kesangsian terkait otoritas pengetahuan tentang Hadis (Mudin, 2019) maupun Qurán (Hosen, 2019) karena transmisi pengetahuan agama di media sosial pada umumnya lebih banyak diwarnai kecenderungan pembacaan tekstualistik, dogmatis, dan sedikit memberikan ruang kritisisme dan dialektika kualitatif. Dengan kata lain, tidak ada ruang komunikasi terbuka antara *author* dan *audience*. Kondisi seperti itu tidak menunjukkan transmisi keilmuan yang kuat dan otoritatif (*mu'tabar*).

Pada dasarnya, otoritas keilmuan dapat diukur dari adanya kompetensi dan keahlian sumber pelaku informasi untuk dapat menjaga keberlangsungan keilmuan agama dengan perangkat metodologis yang kukuh. Namun, di media sosial dan digital, mudahnya orang mengunduh dan menyalin suatu teks agama tanpa *reserve* dan menjadikannya sebagai rujukan perilaku, bahkan sering kali merujuk kepada subjek yang anonim, menunjukkan bagian dari karakter buruk transmisi keilmuan di media yang bisa dikatakan cukup rentan.

Ditilik dari sisi filosofis, menurut Hartanto (2013), meskipun bukan menjadi media transfer pengetahuan yang *par excellence*, internet dan teknologi digital menawarkan beraneka instrumen pengetahuan praktis, seperti *e-learning*, *distance learning*, *free on-*

*line course*, dan berbagai model pendidikan *online*. Memang ada beberapa keunggulan dari pendidikan berbasis media internet ini karena dianggap lebih efisien dan lebih cepat dalam memberikan informasi. Namun, ada permasalahan lebih serius di balik kemajuan itu. Menurut Hubert L Dreyfus, digitalisasi semacam ini mereduksi realitas konkret menjadi hanya sebatas konstruksi *hypertext* audio, video, teks, animasi, dan sebagainya. Sebetulnya perlu ada prasyarat-prasyarat yang lebih mendasar antara pengajar (sebagai *author*) dan pendengar (sebagai *audience*), serta harus ada pra-pemahaman yang baik dalam benak audiens tentang mediasi teleteknologi. Kecenderungan mengurangi peran “tubuh subjek” yang alamiah juga mereduksi proses pemahaman dan transfer pengalaman yang lebih fenomenologis. Proses pembelajaran virtual, bagaimanapun, tidak seperti pembelajaran di dunia nyata.

Namun, ada juga yang optimistis terhadap gejala mediatisasi ini, salah satunya adalah Don Ihde. Ia menyatakan bahwa aktivitas dalam ruang maya (*cyberspace*) dapat menghasilkan persepsi *multistabilitas*, atau setidaknya *tristabilitas*, mencakup gambar dua dimensi di layar komputer, tiga dimensi dalam animasi, aktualisasi dan korespondensi gambar, di samping penetrasi kenyataan *virtual* itu ke dalam dunia nyata *non-virtual*. Dengan ketiga fungsi tersebut, meski masih terbatas pada kualitas *hypertext*, mediatisasi dan digitalisasi dianggap memberikan persepsi dan pemahaman dan pengetahuan yang lebih luas, lebih cepat, terutama ketika melihat bahwa kenyataan *non-virtual* selalu terbatas pada ruang dan waktu (Hartanto, 2013, 113).

Dilihat dari sisi konten informasi, percepatan transmisi pengetahuan agama melalui media juga dapat menciptakan semacam situasi paradoks. Media tidak menjamin konten pengetahuan

agama itu ramah terhadap masyarakat. Media dapat digunakan oleh pihak dan kepentingan apa pun untuk menyebarkan informasi apa pun. Siapa saja bisa menggunakan media sebagai alat kepentingannya sehingga perkembangan fenomena keagamaan di media digital bukanlah tanpa eksekusi. Diskursus keagamaan yang dilakukan dengan memanfaatkan media sosial digital sering kali memunculkan kegelisahan karena konten yang *immoral*, radikal, dan tidak mendidik. Ditambah lagi, kecenderungan media pada umumnya juga belum bisa terbebas sepenuhnya dari *Islamophobia*, *stereotype*, dan representasi yang tidak berimbang tentang Islam dan dunia Islam.

Hasil penelitian Onno W. Purbo tentang komunitas *cyber* berbasis Yahoo Groups di Indonesia yang dikutip Hartanto (2013) menyatakan bahwa secara umum konten keagamaan masih kurang populer di media masa. Jumlah komunitas pengguna teknologi untuk kepentingan keilmuan (*e-learning*) masih lebih rendah (19,1%) dibanding komunitas pertemanan dan silaturahmi (19,4%), diikuti dengan komunitas-komunitas bisnis dan ekonomi (15,5%). Lebih menyedihkan lagi, komunitas keagamaan masih lebih rendah jumlahnya (12,7%) dibanding dengan komunitas pengguna pornografi (14,1%). Sisanya diisi oleh komunitas-komunitas hobi (11,1%) dan komunitas politik (7,1%).

Konten negatif yang akhir-akhir ini menjadi perhatian publik adalah konten radikalisme dan konten berita bohong atau hoaks. Hoaks adalah informasi palsu yang diciptakan melalui manipulasi media dengan membentuk narasi yang sebetulnya tidak ada dasar evidensinya. Narasi hoaks sering kali dimanfaatkan untuk kepentingan-kepentingan politik praktis. Hasil penelitian tentang fenomena intoleransi di LIPI tahun 2018

mengafirmasi bahwa media sosial menjadi sarana penting bagi penyebaran konten-konten radikal yang berbau kebencian dan kekerasan verbal<sup>2</sup>. Ekseks yang lain tampak dari religiositas di media yang sering kali menihilkan kebenaran dengan memunculkan unsur-unsur kebohongan atau hoaks. Era *post-truth* saat verifikasi evidensial tidak terlalu dipentingkan sebagai dasar kebenaran dan tendensi emosional dan sensasional lebih diutamakan, sering kali menghasilkan fenomena berita hoaks. Berita hoaks menjadi ekseks dari tendensi sensasionalistik kebanyakan orang (Ulya, 2018).

Ditilik dari kritik otoritas keilmuan, kajian teoretis otoritas dan transmisi teks keagamaan (informasi keislaman secara umum) dalam media menunjukkan bahwa tidak semua informasi dan teks keagamaan digital itu otoritatif dan bisa diandalkan karena belum tentu berasal dari sumber rujukan yang otoritatif pula. Teks keagamaan digital sering kali juga tidak dituangkan dalam forum keilmuan yang otoritatif yang diseleksi oleh mitra yang otoritatif. Kebanyakan teks tersebut bertebaran begitu saja (Muhtador, 2016). Terkait teks utama Al-Qur'an, Halim (2018) menggambarkan wajah Al-Qur'an di media digital yang diliputi aplikasi-aplikasi digital kajian Al-Qur'an, Al-Qur'an android, *mausu'at al-tafsir*, visualisasi pesan Al-Qur'an dengan *meme*, dan sebagainya. Situasi serba digital ini melahirkan problem serius terkait otoritas (keahlian dan *expertise*), autentisitas (keaslian dan validitas teks), kerentanan distorsi teks (penyimpangan atau *tahrij*), sakralitas, dan profanitas teks.

Pudarnya otoritas agama dalam media ini mengafirmasi gejala era informasi yang disebut Nichols (2017), profesor dari Harvard, dengan istilah matinya kepakaran atau *the death of expertise*. Artinya, orang mencari informasi agama dari sumber-

<sup>2</sup> Penulis mengacu pada informasi diseminasi hasil penelitian “sumbu pendek” yang dilakukan LIPI tahun 2018.

sumber yang berserakan dan anti terhadap keseriusan intelektualisme, sementara sikap-sikap yang banal dan dangkal justru menjadi budaya. Dalam konteks keagamaan Indonesia, kematian itu dikiaskan juga sebagai matinya kepakaran ulama. Artinya, penjelasan pakar agama tidak didengar dan diikuti, digantikan oleh kepakaran serba maya yang menyajikan solusi permasalahan hidup yang bersifat jangka pendek. Ketaatan pada figur tokoh sebagai pemberi informasi agama terdegradasi karena tersesat di mesin pencari informasi alternatif. Tidak heran jika tiba-tiba muncul pengajar agama dadakan di tengah masyarakat hanya berbekal bacaan pendek tentang literatur agama di media sosial.

Terlepas dari kontroversi baik buruknya teknologi digital bagi pembelajaran keagamaan, laju perkembangannya tidak dapat dielakkan lagi. Menyikapi percepatan dan pergeseran otoritas keagamaan dengan segala eksisnya semacam ini, santri milenial sebagai subjek ataupun audiens informasi yang lebih akrab dengan media sosial, memerlukan—dalam istilah hermeneutis—pra-pemahaman dan prasyarat pemahaman tentang teleteknologi dan dalam menghadapi teks digital. Mereka perlu menguatkan kesadaran kritis (*critical awareness*) dan penguatan literasi keagamaan (*religious literacy*). Mereka juga perlu mengupayakan sumber otoritatif dalam menyerap informasi keagamaan yang dijadikan sebagai pengetahuan bagi dasar perilaku.

Hal ini bisa diantisipasi pula dengan menerapkan hal-hal positif yang tersemayam dalam khazanah tradisi lama pesantren, misalnya tradisi membaca secara analitis dengan etos baca yang kuat secara klasikal, menekankan pemahaman Al-Qur'an, mementingkan identifikasi *asbabul wurud*, dan *sanad* atau riwayat yang jelas, dalam mata rantai transmisi keilmuan dan informasi. Hal ini bukan berarti menolak segala informasi yang berlatar

digital. Hanya saja, subjek perlu membangun ruang kesadaran metodologis baru dalam diri sebagai *epoche*, dengan melakukan pembacaan kritis (*critical reading*) yang lebih berjarak terhadap teks, dengan tidak mudah menerima begitu saja informasi keagamaan khususnya teks keagamaan digital, sebelum menerimanya sebagai rujukan bagi putusan sikap dan perilaku. Selain itu, menyebarkan ilmu pengetahuan keagamaan melalui media sosial juga sangat dimungkinkan selagi tetap mempertahankan kaidah-kaidah keilmuan yang dapat dipertanggungjawabkan. Apa yang dilakukan Nadirsyah Hosen secara sangat tekun dalam *Tafsir Al-Qurán di Medsos* (2019) juga merupakan contoh yang baik dalam dakwah digital ini, yang mengapropriasi media sosial tanpa harus kehilangan kedalaman substansi keilmuan.

Barangkali memang tepat pandangan Lanier (2019) bahwa dunia digital dan media sosial memang penuh ilusi dan paradoks. Demikian pula dengan digitalisasi keagamaan. Namun, membangun perspektif kritis dan mengikis instanisasi ilmu seharusnya menjadi penyeimbang bagi ekses buruk digitalisasi yang menyebabkan kemalasan menelaah lebih dalam teks keagamaan digital. Memahami teks keagamaan virtual digital secara lebih kritis kiranya akan dapat membantu menghadapi ekses buruk dari mediatisasi agama. Penggunaan media sebagai rujukan segalanya perlu diimbangi dengan nalar kritis agar tidak terjebak dalam nalar yang instrumentalistik. Mengenal dunia digital bukan berarti menjamin orang lebih memiliki kesalehan. Namun, menutup diri terhadap perkembangan digital juga bukan pilihan yang baik sekarang ini. Menjadi santri milenial yang terbuka terhadap produk teknologi (melek teknologi), seperti media sosial, dengan diimbangi kritisisme dan pemahaman substansi agama dapat menjadi pilihan yang lebih rasional.

## F. Komitmen terhadap Toleransi dan Perdamaian Bangsa<sup>3</sup>

Pada aspek etika sosial-keagamaan, hari ini kita masih menghadapi problem toleransi, baik pada ranah dunia nyata maupun dunia maya. Tidak sedikit generasi milenial yang terseret arus pemahaman keagamaan yang ekstrem, bahkan sampai terlibat ke dalam praktik gerakan radikalisme agama sehingga berpotensi menjadi santri radikal. Menurut Indonesia Millennial Report 2019, masih ada 19,5% generasi milenial yang bermasalah dengan persepsi toleransi dan berpotensi ekstremis. Menurut hasil penelitian terbaru pula, generasi milenial masih belum melepaskan dari literatur bacaan keislaman yang bercorak *jihadis, tahriri, salafi, tarbawi*, dan corak-corak fundamentalisme agama yang berpotensi radikal, meskipun kecenderungan umum identitas Muslim milenial bergeser ke arah literatur keislaman yang ringan dan populer (*ready to use Islam*) (Hasan, 2018, 22).

Di tengah ancaman dan peluang fundamentalisme, radikalisme dan ekstremisme keagamaan, santri milenial perlu membangun komitmen bersama terhadap toleransi dan perdamaian, serta mendukung perwujudan masyarakat demokratis dengan ekspresi keislaman yang moderat, ramah dan toleran. Sudah sangat tepat slogan yang menjadi komitmen perayaan Hari Santri yang lalu “Santri Indonesia Untuk Perdamaian Dunia,” ataupun tema dalam Mukthamar Pemikiran Santri Nusantara “Santri Mendunia: Tradisi, Eksistensi dan Perdamaian Global.”

Ada dua kecenderungan para ahli ketika membincang toleransi dari sisi etika, yaitu menekankan ranah agen individual dan menekankan ranah struktural, dalam hal ini penulis merujuk

<sup>3</sup> Beberapa informasi lain dalam tema ini telah penulis elaborasi dalam Setyabudi & Rohmah (2019).

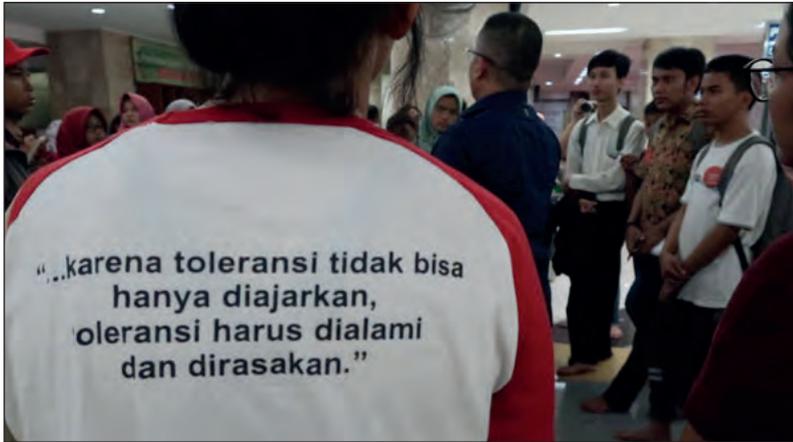
pada perdebatan Wendy Brown dan Rainer Forst (Forst & Brown, 2014, 16). Yang pertama menekankan aspek subjektif dengan pertanyaan dasar bagaimana toleransi menjadi *virtue* bagi individu. Yang kedua menekankan aspek normatif dengan pertanyaan dasar bagaimana toleransi menjadi norma publik. Sebenarnya, keduanya bersifat komplementer dan menguatkan satu sama lain.

Pada sisi agen moral, kebajikan (*virtue*) dipahami sebagai kondisi kejiwaan (*state of mind*) unggul dan matang yang menandakan karakter individu yang bijak (*virtuous person*) dan mendeterminasi tindakan-tindakan yang baik. Dengan demikian, pada ranah individual, komitmen terhadap toleransi menjadi bagian dari kebajikan kaum santri yang bersifat kardinal (*cardinal virtue*). Dalam pergulatan wacana Muslim hari ini, santri milenial semestinya menjadi bagian dari barisan protagonisme Muslim—meminjam kategori kontestasi wacana Muslim Kersten (2018)—yang dengan aktif menyemai toleransi dan perdamaian untuk menolak pikiran dan sikap ekstremisme kaum antagonisme reaksioner.

Untuk itu, di samping *capacity and character building*, perlu pembudayaan toleransi melalui *positive discourse*, baik di media *online* maupun *offline*. Kita dapat mengambil gambaran upaya penyemaian toleransi dari komunitas Sabang Merauke. Mereka menggagas gerakan kampanye kesadaran toleransi di kalangan generasi muda dengan mempromosikan program-program kreatif melalui pertukaran budaya antaretnis dan agama, menciptakan duta perdamaian, menyuarakan penghargaan terhadap perbedaan, dan mempromosikan ragam perbedaan sebagai kekayaan yang menyatukan dan bukan memisahkan. Mereka mendasarkan diri pada filosofi moral Aristotelian yang menyatakan bahwa

*toleransi tidak bisa diajarkan melalui tutur, tetapi harus dirasakan oleh setiap individu melalui sentuhan pengalaman.* Melalui gerakan toleransi, mereka berpartisipasi dalam membangun karakter anak bangsa (*nation and character building*).

Selain itu, kita juga bisa melihat suatu kemajuan berarti di dunia maya ketika para santri juga mengupayakan arus media alternatif yang menjadi penyeimbang wacana intoleran di tengah stagnasi media Muslim populer yang kian pragmatis. Beberapa aktivitas literasi digital mencoba menyebarkan dan menyebarkan gagasan-gagasan pro-toleransi, misalnya *alif.id* dengan visi “Berkeislaman dalam Kebudayaan” menawarkan wacana keagamaan inklusif; *santritulen.com* dengan motto “media santri milenial” menyediakan konten-konten keislaman yang berisi gagasan-gagasan pro-toleransi melalui ruang opini. Selain itu, kita juga bisa menengok *artikula.id.*, yang hadir dengan tujuan mempromosikan pemahaman keagamaan yang toleran di Indonesia dengan motto “Bijak menyikapi perbedaan.” Media yang lain adalah *islamsantun.org* yang hadir untuk berusaha merespons wacana keagamaan yang eksklusif. Upaya-upaya penyemaian gagasan toleransi berbasis *virtual* seperti ini memang menjadi bagian dari *sine qua non dakwa* era milenial, sesuatu yang lazim adanya (Ismail, 2018).



Sumber: Indika Foundation (2018)

**Gambar 4.2** Gerakan Sabang Merauke diinisiasi oleh para figur milenial yang mengampanyekan toleransi. Mereka memublikasikan konten-konten informasi dan cerita-cerita interkultural, persahabatan antaragama, dan etnis.

Meskipun demikian, banyak yang masih menyangsikan, apakah toleransi masih cukup kuat dan dapat diharapkan dalam konteks kebangsaan yang multikultur. Menurut penulis, masih cukup kuat sepanjang toleransi dimaknai lebih dari sekadar relasi mayoritas-minoritas, dimaknai dengan bobot kualitatif yang lebih tinggi dari sekadar distribusi kekuasaan mayoritas dan minoritas, dan lebih menjamin nilai-nilai kesetaraan. Dalam konteks penguatan nasionalisme dan identitas kebangsaan, toleransi menjadi sumber perekat bagi elemen-elemen kebangsaan.

Penguatan nilai-nilai toleransi dalam konteks spirit kebangsaan sewajarnya juga menjadi bagian dari tanggung jawab etis kaum santri milenial. Pasalnya, tidak dapat dipungkiri, kaum santri dalam sejarahnya di Indonesia memiliki preseden yang sangat manis dengan hadirnya tokoh-tokoh republik dari kalangan santri intelektual organis. Fakta historis menjadi pertimbangan

utama dalam sikap politik santri sebagai bagian “pemegang saham” berdirinya Republik Indonesia.

Terkadang ada *stereotype* buruk di masyarakat mengenai santri sebagai pribadi yang kolot, konservatif, dan agama-sentris. Namun, berkaca pada sejarah, kaum santri seharusnya percaya diri untuk berprestasi dan terlibat dalam urusan publik. Kaum santri semestinya juga memiliki wawasan emansipatoris karena mendapat asupan nilai-nilai ajaran agama, khususnya tentang pentingnya menyuarakan kebaikan dan kebenaran (*amar ma'ruf*), penolakan kerusakan dan kezaliman (*nahi munkar*), pembebasan kaum lemah dan marginal (*ashab al-mustadh'afin*), pengentasan fakir miskin (*fuqara' wa al-masakin*), spirit egalitarianisme (*mu-sawah*), perlawanan terhadap diskriminasi (*mukafat al-tamyiz*), dan penghargaan terhadap minoritas (*ihthiram al-aqalliyat*).

Santri mengemban peran penting dalam mendistribusikan nilai-nilai toleransi dalam sikap bermasyarakat dan berbangsa, agar toleransi tidak hanya menjadi bagian dari kebajikan keagamaan (*religious virtue*) di ruang privat, tetapi juga hadir sebagai kebajikan kewargaan (*virtue of civility*) di ruang publik, yang dapat dimengerti sebagai kematangan dan kedewasaan berpikir dalam kedudukannya sebagai makhluk beragama sekaligus sebagai komunitas warga negara (*citizen*). Kebajikan kewargaan di sini dipahami sebagai ekspresi sebagai anggota warga negara yang mampu berdampingan dengan warga lainnya yang memiliki identitas yang beragam (*plural society*). Konsekuensinya adalah menyadari sepenuhnya hak dan kewajiban sebagai warga kota atau warga negara yang baik. Dengan maturnitas kesadaran komunitas agama dan juga komunitas publik sebagai *output* dari proses transformasi individual-sosial, kelompok santri seharusnya mampu mentransformasikan diri dari kesalehan ritual menjadi pribadi yang matang

dengan kesalahan sosial. Hal ini diwujudkan melalui keterlibatan aktif dan positif dalam perbaikan urusan publik.

Dalam suatu komunitas masyarakat yang multikultural, toleransi dalam pengertian *mutual respect*, *mutual recognition*, *mutual affirmation*, atau penghormatan terhadap perbedaan menjadi lebih relevan agar masyarakat tidak terjebak dalam dominasi dan eksklusivisme, dan pada akhirnya terjebak ke dalam konflik sosial. Dengan demikian, toleransi menjadi cermin inklusivitas sosial. Hulu dari praktik keagamaan dalam konteks pluralitas masyarakat dapat dilihat dari sejauh mana seorang individu mampu melakukan praktik toleransi dalam beragama dan berbudaya. Semakin plural masyarakat dan semakin tinggi tingkat perbedaan, seperti bangsa Indonesia, semakin membutuhkan tingkat toleransi yang lebih tinggi. Dalam konteks ini, kaum santri seharusnya memperjuangkan model keberagamaan yang inklusif, lebih ramah terhadap, dan toleran terhadap yang lain.

Ketika “tuntutan” kekerasan dan konflik intoleransi meningkat dalam kehidupan bangsa, sementara “*supply*” kesadaran saling-menghormati justru menurun, toleransi akhirnya menjadi barang mahal atau *costly*—meminjam istilah Koffeeman (2016)—di tengah masyarakat dan sarat konflik sosial-keagamaan, dan membutuhkan upaya yang mahal untuk menebusnya.

Nurcholish Madjid (2000) mengajarkan bahwa toleransi merupakan unsur penopang keadaban (*civility* atau *tamaddun*) suatu bangsa. Majunya suatu bangsa diukur, antara lain, dari sejauh mana tingkat toleransi di dalamnya. Ia juga pernah mengkritik bahwa bangunan toleransi masyarakat Indonesia masih terasa sebatas jargon dan semboyan daripada prinsip rasional yang matang. Nurcholish Madjid pernah menyinggung bahwa toleransi masih dipahami dengan perspektif proseduralisme, be-

lum dipandang sebagai persoalan prinsipil yang menjadi bagian dari ajaran moral yang fundamental (Madjid, 2000, 63).

Kita menghadapi kurangnya landasan konsepsi toleransi di masyarakat ketika Pancasila sebagai *way of life* semakin luntur sehingga tidak mengherankan jika toleransi sekadar dipahami sebagai relasi mayoritas-minoritas antarkelompok. Dalam konteks bangsa yang multikultur, tantangan toleransi lebih dari itu. Reiner Forst (2013) menjelaskan bahwa secara konseptual, toleransi dipahami dalam konteks hubungan vertikal (sebagai praktik oleh negara terhadap warganya) maupun dalam konteks hubungan horizontal (sebagai praktik antar-sesama warga, misalnya mayoritas-minoritas, eksistensi antarkelompok sosial, dan norma sosial yang mengatur sesama). Untuk yang pertama, toleransi dipahami sebagai upaya rasionalisasi politik, sementara dalam konteks kedua, toleransi merupakan upaya rasionalisasi moralitas. Pemahaman tentang toleransi melahirkan berbagai macam konsepsi strategis, antara lain sebagai langkah permisif untuk mendistribusikan wewenang dan otoritas dari mayoritas kepada minoritas agar terjadi keseimbangan kekuasaan antara mayoritas dan minoritas. Namun, konsepsi ini sangat minimal dan dangkal sehingga paling banyak mendapat penolakan. Kini, toleransi lebih dimaknai sebagai ko-eksistensi, saling menghormati, bahkan saling-merekognisi. Ko-eksistensi merupakan upaya strategis relasi sosial yang mendukung egalitarianisme dan meminimalisir konflik sosial. Dalam konteks pluralitas masyarakat yang lebih kompleks dan bersifat multikultur, toleransi seharusnya dapat dikonsepsikan sebagai penerimaan kognitif terhadap sikap dan pandangan kelompok lain yang berbeda. Dengan demikian, toleransi dapat dikonsepsikan sebagai sikap menghargai sesama warga negara yang menjadi anggota politik yang sama meskipun berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Selanjutnya, hal

itu juga dapat diejawantahkan sebagai sikap-sikap menghargai perbedaan yang ada dalam ruang privat dan ruang publik.

Pengujian toleransi secara konseptual, sebagaimana dilakukan Forst, memang menggiurkan. Namun, hal ini menyisakan persoalan pelembagaannya secara struktural dalam komunitas.<sup>4</sup> Untuk menghindarkan diri dari apa yang sering disebut toleransi yang represif (*repressive tolerance*) atau toleransi semu yang dipaksakan sehingga ujungnya juga intoleran (*intolerant-tolerance*), toleransi perlu dibangun secara tulus dari kesadaran individu. Jadi, yang perlu optimalkan adalah transformasi toleransi sebagai etos bersama dalam konteks horizontal (sosial) dan vertikal (politik).

Secara horizontal, peran santri sebagai bagian dari agen intelektual dan *civil society* sangat penting untuk mempererat identitas kebangsaan yang plural melalui penyemaian dan penyebaran visi etis dan etos toleransi, baik melalui narasi norma maupun tindakan moral, termasuk di ruang-ruang digital. Pada tataran vertikal, kaum santri yang menjadi bagian dari aristokrat dan legislator juga harus mendorong seluas mungkin kemungkinan toleransi menjadi inspirasi bagi norma-norma menyangkut kebijakan keagamaan publik sebagai bagian dari rasionalisasi politik. Revitalisasi toleransi ini digunakan untuk memperkuat konsepsi toleransi dan menjadikan toleransi sebagai bagian penting dari etika publik dan menjadi bagian dari perwujudan agenda demokrasi yang belum terbangun matang dan substantif pasca-Reformasi. Tantangan santri milenial di tengah proses transformasi sosial dan kebangsaan adalah ikut menyulam dan meneguhkan anyaman kebhinekaan bangsa Indonesia yang multi-religius yang sering kali dirobek oleh sektarianisme, eksklusivisme, ekstremisme, politisasi identitas primordial agama, dan

<sup>4</sup> Hal itu pula yang dipertanyakan Wendy Brown dalam konteks hubungan antara toleransi dan kekuasaan (Brown & Forst, 2014).

fundamentalisme keagamaan, bahkan sering kali sampai pada tingkat terorisme atau kekerasan.

Di samping itu, santri milenial juga harus menjadi bagian dari agen politik yang mengawal agar nilai-nilai atributif toleransi benar-benar menginspirasi produk-produk legislasi yang menjadi turunan dari konstitusi serta menjadi acuan dalam kebijakan publik. Berdasarkan kajian Riset dan Kebijakan Agama (2017) di Indonesia yang dilakukan CRCS, kebijakan-kebijakan di Indonesia sering kali tidak berbasis pada riset pengetahuan dan penjiwaan nilai-nilai filosofis tentang toleransi, terutama terkait penanganan terhadap kelompok-kelompok sektarian dan minoritas agama. Menurut Menchik (2016), Indonesia memiliki peluang terbangunnya toleransi justru karena karakter dan diferensiasi demokrasi religius di dalam ideologi yang dikehendaki memungkinkan kesamaan pandangan dengan wawasan multikulturalisme dan pluralisme, yang menghargai hak-hak individual dan hak-hak komunal.

Untuk mendorong ke arah keislaman yang lebih substantif daripada populis, kaum santri milenial perlu menerjemahkan substansi moralitas keagamaan yang partikular ke dalam moralitas publik yang lebih general. Namun, pembawaan nilai keagamaan dilakukan dengan bahasa-bahasa yang lebih rasional (*bil hikmah wal mauidzah al-hasanah*) dan pendekatan kontekstual melalui konsensus dan dialog-dialog yang lebih rasional. Keislaman substantif selama ini tidak dijumpai karena gagal diterjemahkan dengan baik oleh kalangan santri fundamentalis-konservatif-radikal. Toleransi menjadi modus utama bagi pembawaan substansi agama di ruang publik dan dapat mendistribusikan *shared public values* yang lebih besar di tengah krisis nilai. Substansi agama harus dibawakan dengan pembawaan yang toleran dan damai.

Arus pemikiran intoleran yang mengalir melalui media juga harus direspons dengan memperkuat literasi digital yang lebih agresif untuk mengampanyekan gagasan toleransi di ruang yang sama. Paradoks media digital menunjukkan bahwa percepatan dan ekstensivitas mesin digital dalam menyampaikan informasi semakin canggih. Namun, pada saat yang sama, sensitivitas atau kepekaan etika tidak menjadi semakin jernih, malah semakin terdegradasi (Latif, 2018). Sebagai contoh, orang begitu mudahnya menyampaikan narasi kebencian di media sosial tanpa merasa memiliki beban moral bahwa tindakannya itu dapat memberikan dampak yang ekstensif bagi situasi batin masyarakat. Kampanye toleransi tidak cukup dilakukan secara konvensional, tetapi juga harus diperluas dengan perangkat-perangkat digital secara luas untuk membangun budaya *crowd thinking* yang positif.

Pada akhirnya, penguatan etika toleransi ditujukan untuk membuktikan bahwa agama yang dibawakan dengan semangat profetik kaum santri milenial memang seharusnya mengawal proses transformasi sosial dengan muatan-muatan etisnya. Toleransi meminimalisasi efek disrupsi sosial masyarakat, mempercepat transformasi masyarakat yang lebih matang, mendistribusikan kebajikan kewargaan (*the virtue of civility*), yang akan mendorong bukan saja transformasi individu yang bijaksana (*virtuous person*), tetapi juga masyarakat yang bijaksana (*virtuous society*); bukan saja pribadi yang toleran (*tolerant person*), tetapi juga masyarakat yang toleran (*tolerant society*). Stabilitas kondisi sosial keagamaan bangsa ke depan bergantung pada keseriusan dan kemampuan menerjemahkan konsepsi toleransi dalam ruang publik, khususnya secara vertikal oleh negara dan pemerintah dalam mengayomi warganya, maupun secara horizontal bersama demokratisasi yang tumbuh di antara sesama warga negara.

## G. Kesimpulan

Tulisan ini merupakan refleksi kultur tentang karakteristik keagamaan santri milenial, khususnya pada ranah ontologis, epistemologis, dan etis. Secara kategoris, terminologi santri milenial barangkali tidak menambahkan kategori ilmiah yang baru dan signifikan dalam identitas santri Indonesia yang selama ini banyak dikenal. Ia bukanlah identitas yang eksklusif. Di sini santri milenial dipahami secara pragmatis sebagai santri kontemporer yang menghadapi era milenium baru, sehingga menuntut beberapa adaptasi dan respons yang lebih cepat dan dinamis terhadap tantangan zaman. Karakter milenial lebih mengandung arti fleksibilitas dan keterbukaan kaum santri kepada perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan moralitas publik. Karakter milenial ditunjukkan dengan keterbukaan yang konstruktif (*open mind*) terhadap perubahan perkembangan ilmu pengetahuan secara multidisipliner. Karakter santri era milenial juga ditunjukkan dengan keakraban pada perkembangan teknologi, khususnya teknologi informasi digital yang mengalami perkembangan pesat akhir-akhir ini, tanpa harus kehilangan daya kritisisme terhadapnya. Namun secara etis, komitmen moral santri tetap tidak berubah, terutama komitmen terhadap toleransi yang sangat dibutuhkan ketika arus ekstremisme dan radikalisme menjamur di kalangan generasi muda. Oleh karena itu, karakter santri milenial dapat berpenetrasi ke kalangan santri tradisional dan santri modern dengan kategori baru santri kontemporer. Karakter milenial dapat diperankan oleh santri tradisional maupun modern. Namun, yang membedakan adalah komitmen etis terhadap toleransi (*tasamuh*) yang secara ideologis agaknya bisa memberikan jurang pemisah yang cukup besar dengan santri radikal dan revivalis, yang selama ini lebih banyak dikenal dekat dengan praktik intoleransi.

## Daftar Pustaka

- Alkatiri, W. (2018). *Religious extrimism di era post-everything*. Surabaya: Akademika dan UNUSA Press.
- Brown, W., & Forst, R. (2014). *The power of tolerance: A debate* (L.Di Blasi & C.F.E. Holzhey, Eds.). Columbia University Press.
- Bunt, Gary R. (2000). *Virtually Islamic: Computer-Mediated Communication and Cyber-Islamic Environments*. Cardiff: University of Wales Press, 2000. Diakses pada Oktober 2018 dari [www.virtuallyislamic.com](http://www.virtuallyislamic.com).
- Burhani, A. N. (2017). Geertz trichotomy of abangan, santri and priyayi: Controversy and continuity. *Journal of Indonesian Islam*, 11(2), 329–350.
- Dhofier, Z. (2011). *Tradisi pesantren: Studi tentang pandangan hidup kyai*. Jakarta: LP3ES.
- Forst, R. (2013). *Toleration in conflict: Past and present*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Geertz, C. (2013). *Agama Jawa: Abangan, santri dan priyayi dalam kebudayaan Jawa*. Depok: Komunitas Bambu.
- Halim, A. (2018). *Wajah Al-Qur'an di era digital*. Yogyakarta: Penerbit Sulur.
- Hartanto, B. (2013). *Dunia Pasca-Manusia: Menjelajahi tema-tema kontemporer filsafat teknologi*. Depok: Kepik.
- Hasan, N. (2018). *Literatur keislaman generasi milenial: Transmisi, apropriasi dan kontestasi*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press.
- Hosen, N. (2019). *Tafsir Al-Quran di medsos: Mengkaji makna dan rahasia ayat suci pada era media sosial*. Yogyakarta: Bentang.
- Hisyam, M. (2001). *Indonesia menapak abad 21: Dalam kajian sosial dan budaya*. Jakarta: Peradaban.
- Indika Foundation. (2018). Indika Foundation menyokong kegiatan pertukaran pelajar. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://www.indikafoundation.org/projects/merasakan-toleransi-bersama-sabangmerauke/>.

- Ismail, I. (2018). *The true da'wa: Menggagas paradigma baru dakwah era milenial*. Jakarta: Prenada Media.
- Juwaini, J. (2017, Oktober 25). Kaum santri tulang punggung NKRI. *Sindonews.com*. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://nasional.sindonews.com/berita/1251424/18/kaum-santri-tulang-punggungan-nkri>.
- Kersten, C. (2018). *Berebut wacana: Pergulatan wacana umat islam Indonesia era reformasi*. Bandung: Mizan.
- Koffeman, L. J. (2016). "Costly tolerance", dalam *HTS Theologiese Studies/Theological Studies* 72 (1), a3282. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <http://dx.doi.org/10.4102/hts.v72i1.3282>.
- Lanier, J. (2019). *Ilusi media sosial: Sepuluh argumen tentang paradoks medsos*. Cantrik Pustaka.
- Latif, Y. (2012). *Intelegensia Muslim dan kuasa: Genealogi intelegensia Muslim Indonesia abad ke-20*. Jakarta: Yayasan Democracy Project.
- Latif, Y. (2018). *Wawasan Pancasila: Bintang penuntun untuk pembangunan*. Jakarta: Mizan.
- Latif, Y. (2018, Oktober 27). Sumpah Pemuda dan disrupti Bangsa. *Kompas*.
- Machmudi, Y. (2008). The emergence of new *santri* in Indonesia. *Journal of Indonesian Islam*, 2(1), 69–102.
- Madjid, N. (2000). *Dialog Ramadhan bersama Cak Nur*. Jakarta: Paramadina.
- Mandaville, P. (Maret 1999). "Digital Islam: Changing the Boundaries of Religious Knowledge?" dalam *ISIM Newsletter*, Netherlands: Leiden. Diakses pada 18 Juli 2020 dari [https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/17137/ISIM\\_2\\_Digital\\_Islam-Changing\\_the\\_Boundaries\\_of\\_Religious\\_Knowledge.pdf?sequence=1](https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/17137/ISIM_2_Digital_Islam-Changing_the_Boundaries_of_Religious_Knowledge.pdf?sequence=1).
- Menchik, J. (2016). *Islam and democracy in Indonesia: Tolerance without liberalism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mudin, M. (2019). *Islam virtual: Diskursus hadis, otoritas, dan dinamika keberislaman di media sosial*. Yogyakarta: Bildung.

- Muhtador. (2016). Studi kritis atas transmisi dan otoritas keagamaan di media sosial. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keislaman*, 6(2), 323–340.
- Nawawi, I. (2018). Digital cloud: Representasi transparansi keagamaan di Facebook. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keislaman*, 6(2), 367–390.
- Nichols, T. (2017). *Matinya kepakaran the death of expertise: Perlawanan terhadap pengetahuan yang telah mapan dan mudharatnya*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Nurjamil. (2018, Oktober 16). Santri millennial competitions resmi ditutup, ini daftar pemenangnya. *Gomuslim.co.id*. Diakses pada 7 Januari 2018 dari <https://www.gomuslim.co.id/read/news/2018/10/16/9280/-p-santri-millennial-competitions-resmi-ditutup-ini-daftar-pemenangnya-p-.html>.
- Pusat Kajian Hadis Al-Mughni Islamic Center Jakarta. (tanpa tahun). Daftar kitab populer. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://perpustakaanislamdigital.com/index.php/fp/content>.
- Saeed, A. (2014). *Pemikiran Islam: Sebuah pengantar* (S. Syamsuddin & M.N.P Setyabudi Eds.). Yogyakarta: Kaukaba dan Baitul Hikmah Press.
- Saeed, A. (2016). *Paradigma, prinsip, dan metode penafsiran kontekstualis atas Al-Qur'an*. Yogyakarta: Baitul Hikmah Press.
- Setyabudi, M. N. P. (2019). Pesantren sebagai sub-kultur akademik: Studi atas Pesantren Baitul Hikmah Yogyakarta. *Islamic Insights Journal*, 1(1), 1–17. Pusat Studi Pesantren dan Pemberdayaan Masyarakat Universitas Brawijaya.
- Setyabudi, M. N. P., & Rohmah, M. (2019). Being millennial santri: Promoting tolerance and peace in the digital society. proceeding ASEAN Youth Conference. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <http://jurnal.aycppim.id/index.php/ayc/article/view/17>.
- Sugiharto, B. (2019). *Kebudayaan dan kontradiksi post-tradisi*. Yogyakarta: Kanisius.

- Syamsuddin, S. (2017). *Hermeneutika dan pengembangan Ulumul Qur'an (Edisi Revisi dan Perluasan)*. Yogyakarta: Pesantren Nawasea Press & Baitul Hikmah Press.
- Ulya. (2016). Post-Truth, hoax, dan religiusitas di media sosial. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keislaman*, 6(2), 283–302.
- Wibowo, A. (2016). Analisis interaksionisme simbolik masyarakat maya terhadap wacana agama di media sosial Facebook. *Fikrah: Jurnal Ilmu Aqidah dan Studi Keislaman*, 6(2), 163–186.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## **BAB V**

# **PERTAUTAN LOKAL DAN GLOBAL: UPAYA MEREFLÉKSIKAN NASIONALISME DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI**

*Rusydan Fathy*

### **A. Pendahuluan**

Diskursus mengenai globalisasi mengarah pada proses yang terdikitomi. Di satu sisi, globalisasi dianggap sebagai proses satu arah dan bersifat dominasi. Di sisi lain, globalisasi dianggap sebagai proses dua arah dan bersifat timbal balik. Generasi milenial, khususnya dalam konteks Indonesia, senantiasa berada dalam proses tarik-menarik kedua kutub diskursus globalisasi tersebut. Sementara itu, keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang menjadi faktor penting yang mendorong percepatan globalisasi tersebut tidak bisa dimanfaatkan maksimal oleh generasi milenial. Hal tersebut harus berlangsung dalam konteks proses globalisasi yang bersifat dua arah atau timbal balik. Era kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dianggap belum mampu dimaksimalkan dalam menautkan aspek-aspek lokal ke ranah global, sehingga yang terjadi adalah dominasi karakter global dalam praktik kehidupan sehari-hari.

Globalisasi yang bersifat timbal balik menekankan pada perlunya aspek-aspek lokal menautkan diri terhadap yang global. Meskipun setiap lokalitas terpapar karakter global, lokalitas

tersebut harus mampu menunjukkan eksistensinya pada dunia sehingga terjadi pertukaran di antara keduanya. Namun, karakter global sering kali mendominasi dengan kuat praktik-praktik lokal keseharian di masyarakat. Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya penggunaan telepon pintar dan media sosial, menjadi perantara terjadinya dominasi tersebut. Praktik-praktik lokal seperti kebiasaan mengunjungi restoran cepat saji, membeli produk merek luar negeri, dan menggunakan bahasa Inggris dalam dialog sehari-hari, merupakan bentuk praktik lokal yang merefleksikan karakter global karena terpapar kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Keadaan tersebut tentu saja harus diimbangi dengan penguatan identitas nasional dengan cara menumbuhkannya dari hal-hal sederhana dalam kehidupan sehari-hari.

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui studi literatur serta survei dan wawancara lewat media sosial Instagram. Penulis menggunakan akun Instagram pribadi yang memiliki sekitar seribu pengikut. Pengikut tersebut didominasi oleh mereka yang berusia antara 19–30 tahun. Survei dan wawancara dilakukan dengan memanfaatkan fitur *Instastory* dan *polling* (jejak pendapat) dari Instagram. Fitur *Instastory* merupakan fitur andalan Instagram yang memungkinkan penggunaannya membagikan foto atau video dengan kurun waktu ber-*slide show*. Durasi unggahan di *Instastory* adalah 1 kali 24 jam. Sementara itu, fitur *polling* merupakan salah satu ragam fitur dalam *Instastory* tersebut. Fitur *polling* memungkinkan pengguna untuk meminta opini dari pengikut di akunnya dengan mengajukan dua opsi jawaban. Pengguna dapat melihat hasil perolehan persentase jawaban serta siapa saja yang merespons *polling* tersebut. Selain kedua fitur tersebut, penulis juga memanfaatkan fitur *direct message* yang ada pada Instagram

untuk mewawancarai lebih jauh responden yang dipilih oleh penulis. Fitur-fitur yang dimiliki Instagram dipilih penulis karena interaktif dan analitis, di samping keterbatasan penulis untuk melakukan metode survei secara langsung menggunakan kuesioner. Pertanyaan yang penulis ajukan terkait dengan penggunaan internet, pemakaian bahasa, kunjungan terhadap restoran cepat saji, dan pembelian produk bermerek luar negeri.

## B. Diskursus Terbentuknya “Yang Lokal” dan “Yang Global”

Setelah Perang Dunia II, negara bangsa (*nation state*) berhasil mengukuhkan wilayah nasionalnya secara geografis. Wilayah yang berada di luar perbatasan atau wilayah nasionalnya disebut sebagai global. Sekat-sekat yang jelas membatasi antara wilayah nasional dengan wilayah internasional mulai terbentuk. Suatu negara memiliki kuasa penuh dan stabil atas wilayah nasionalnya tersebut.

Namun, globalisasi ternyata mampu membawa jenis perbatasan baru (*new border*) antara “yang lokal” dan “yang global” sehingga membuat kedaulatan suatu negara atas wilayahnya menjadi tidak stabil (Sassen, 2006; Sztompka, 2004). Globalisasi dianggap menciptakan perbatasan baru karena sering kali didefinisikan sebagai proses hilangnya sekat-sekat atau batas-batas antarnegara dalam setiap aspek kehidupan, seperti ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Sebagaimana dikatakan McLuhan (dalam Pamungkas, 2009), masyarakat manusia (*human society*) hidup di bawah lingkup *global village*, yakni terintegrasi sekaligus tumpang-tindih ruang-ruang kehidupan sosialnya sehingga masyarakat hidup dalam imajinasi ruangan bersama.

Arus pertukaran ekonomi, politik, kultur, dan ide pada era globalisasi sangat tidak bisa dikontrol. Arus-arus global tersebut pada gilirannya dapat melintasi batas-batas negara bangsa yang ada. Merujuk Appadurai (1996), ada lima *landscape* yang termasuk arus-arus global tersebut. Pertama, *ethnoscapes*, yakni turis, pengungsi, pekerja tamu, dan lainnya yang memainkan peranan penting dalam pergeseran-pergeseran dunia di mana kita tinggal. Kedua, *technoscapes*, baik teknologi tinggi maupun rendah sama-sama bergerak dengan kecepatan tinggi melintasi berbagai jenis perbatasan lama yang telah ada. Ketiga, *financescapes*, yakni proses yang terkait dengan mekanisme pasar, bursa saham, dan spekulasi komoditas yang menggerakkan *mega money* melalui batas-batas wilayah nasional. Keempat, *mediascapes*, yakni kapabilitas elektronik untuk menghasilkan dan menyebarkan informasi melalui berbagai media. Terakhir, *ideoscapes* yang bersifat politis dan berhubungan dengan ideologi negara dari gerakan-gerakan yang secara eksplisit berorientasi untuk merebut sebagian atau seluruh kedaulatan atau kekuatan sebuah negara.

Perekonomian masing-masing negara mencerminkan sebuah sistem ekonomi global, yakni kapitalisme. Sistem ekonomi kapitalisme yang hidup dalam arus globalisasi sangat menekankan pada akumulasi kapital, efektivitas, dan efisiensi. Artinya, para pemilik modal melakukan kegiatan ekonomi melintasi batas negara demi mencapai tujuannya. Ketika tujuan para kapitalis adalah mengakumulasikan kapital secara maksimal, arus modal menjadi sangat mungkin untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Para pengusaha akan terus mencoba untuk menanamkan modalnya di suatu negara yang dianggap akan memberikan keuntungan maksimal. Sebagaimana dikemukakan oleh Sassen (2006), aktor swasta berusaha untuk mengglobalisasikan pelaksanaan tujuan mereka. Segala bentuk kegiatan ekonomi ini dicirikan dengan

adanya pasar global di mana transaksi-transaksi di dalamnya mendorong pembuatan payung hukum yang ditujukan untuk menciptakan kondisi yang diperlukan untuk globalisasi tersebut (Sassen, 2006). Pada akhirnya, sistem hukum global inilah yang turut menyebabkan sebuah perbatasan tidak lagi ajek karena banyaknya pihak swasta yang telah membuat perbatasan jenis baru. Sebagai contoh, prinsip restoran cepat saji (*fast food*) mulai mendominasi berbagai sektor dalam kehidupan masyarakat (Ritzer, 1993). Belakangan, muncul juga istilah *fast fashion* (mode busana cepat) yang merefleksikan gaya hidup, khususnya gaya berpakaian yang menjadikan merek-merek produk negara maju sebagai kiblat utamanya.

Paradoks globalisasi membuahkan diskursus panjang. Hal ini tampak ketika kita menyorot dampak dari globalisasi. Terdapat dikotomi dalam melihat globalisasi. Pertama, pandangan yang meyakini bahwa globalisasi akan lebih banyak membawa dampak positif bagi kehidupan manusia. Kedua, anggapan bahwa globalisasi tidak lain adalah bentuk penjajahan gaya baru. Hal tersebut berhubungan dengan anggapan bahwa globalisasi merupakan dominasi atau kontrol ekonomi negara-negara maju terhadap negara dunia ketiga. Berdasarkan analisis Sztompka (2004), globalisasi dalam pola yang kedua ini dapat dilihat dalam penjelasan teori imperialisme, teori ketergantungan, dan teori sistem dunia yang ketiganya menunjukkan persamaan dalam menjelaskan mekanisme penindasan dan ketidakadilan.

Menurut Jati (2013), perkembangan globalisasi lebih dilihat sebagai proses triadisasi—menyempitnya arena ekonomi pada terpolanya negara-negara hegemonik kekuatan ekonomi dunia. Kepentingan yang mengemuka umumnya berkaitan dengan kontrol sumber ekonomi yang dilakukan suatu negara tritunggal

(*triad*) terhadap negara-negara pedalamannya (*hinterlands*) guna memastikan terjaganya surplus ekonomi mereka di luar negeri (Jati, 2013). Lebih jauh, korelasi ekonomi yang terjadi antara *triad* dan *hinterlands* dapat dipetakan sebagai berikut.

**Tabel 5.1** Relasi Negara *Triad* dan *Hinterland* dalam Globalisasi

No.	<i>Triad</i>	<i>Hinterlands</i>	Kepentingan Ekonomi
1.	Amerika Utara	Amerika Latin, Karibia, dan Timur Tengah	Kontrol harga minyak dunia, buruh murah, dan tambang mineral
2.	Asia Timur	Asia Tenggara, Asia Tengah, Asia Selatan, dan Asia Pasifik	Pasar konsumen, faktor produksi murah, dan kontrol bahan baku industri
3.	Eropa Barat	Afrika dan Eropa Timur	Kontrol tambang, terutama emas dan berlian, ketersediaan gas alam, dan pasar konsumen

Sumber: Tandon (2009)

Para kritikus melihat proses globalisasi semacam ini merugikan kesejahteraan sosial dalam skala global maupun lokal. Ini karena proses globalisasi berwujud sebagai ekspansi ekonomi terus-menerus sehingga menyebabkan ketimpangan dan sebagai etnosentrisme kolonial, imperialis, atau hegemonik yang menyebabkan perampasan budaya (Cuterela, 2012).

Pandangan globalisasi yang kedua pada dasarnya memahami globalisasi sebagai sesuatu yang lebih dominan menciptakan kesengsaraan bagi negara-negara dunia ketiga. Hal itu karena globalisasi telah menjadi alat bagi negara-negara maju untuk menginvasi lokalitas-lokalitas dan mengontrol setiap aspek kehidupan di dalamnya. Intervensi sistem ekonomi kapitalisme yang memarginalkan masyarakat, melemahkan identitas nasional, dan menyebabkan tidak stabilnya sistem politik di suatu lokalitas tertentu diyakini sebagai bagian dari dampak globalisasi.

Pandangan globalisasi yang demikian melihat globalisasi sebagai proses satu arah. Hubungan antara yang lokal yang global dilihat sebagai sebuah hubungan yang bersifat dominatif. Dengan kata lain, globalisasi dianggap sebagai sesuatu yang mengancam ranah lokal, penguasaan sektor ekonomi, serta ketergantungan dan pengontrolan politik di ranah lokal. Padahal sejatinya, globalisasi mewadahi bentuk hubungan dua arah—timbang balik. Di satu sisi, karakter global menentukan praktik-praktik lokal. Di sisi lain, praktik-praktik lokal dapat juga berperan membentuk karakter global. Namun, menurut Sztompka (2004), hal itu agak sulit disadari dan diwujudkan mengingat kecenderungan globalisasi yang mengarah pada akar historisnya—kolonialisasi. Pada akhirnya, globalisasi menjadi penyebab lunturnya identitas asli karena mengalami pengikisan dalam semua cakupan kehidupan (Sztompka, 2004). Untuk itulah, bagi negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, diskursus globalisasi juga diarahkan pada agenda penguatan kembali identitas nasional yang dimiliki.

### C. Glokalisasi, Lokalisasi Global, dan Globalisasi Lokal

Analisis klasik globalisasi yang mencakup teori imperialisme, teori ketergantungan, dan teori sistem dunia, menempatkan globalisasi sebagai proses penyeragaman—homogenisasi. Terkait hal itu, Sztompka (2004) menyebutkan bahwa telah terjadi globalisasi kultur.<sup>1</sup> Namun, belakangan ini kita mengenal konsep *glokalisasi* (*glocalization*) yang melihat optimisme dari globalisasi

<sup>1</sup> Globalisasi kultur merupakan keadaan yang menunjukkan dampak dari kolonialisasi negara Barat. Sztompka (2004) menjelaskan bahwa globalisasi kultur merupakan unifikasi atau homogenisasi menuju kultur global yang dibawa negara Barat. Pada prosesnya, globalisasi kultur berarti penetrasi kultur Barat terhadap kultur pribumi yang merusak gaya hidup, norma dan nilai, adat dan kebiasaan, keyakinan agama, pola kehidupan keluarga, serta cara produksi dan konsumsi.

yang bersifat satu arah tersebut. Terkait hal itu, Khondker (2005) menyebutkan proposisi kunci dari glokalisasi sebagai berikut.

1. Keberagaman sebagai esensi dari kehidupan sosial;
2. Globalisasi tidak menghapus perbedaan;
3. Otonomi sejarah dan budaya memberikan rasa keunikan pada pengalaman kelompok orang, apakah kita mendefinisikannya sebagai budaya, masyarakat atau bangsa;
4. Glokalisasi adalah gagasan yang menghapus ketakutan dari banyak hal yang menganggap bahwa globalisasi seperti gelombang pasang surut yang menghapus setiap perbedaan; dan
5. Glokalisasi tidak menjanjikan dunia terbebas dari konflik dan tekanan, tetapi pemahaman yang lebih historis didasarkan pada pandangan yang rumit sekaligus pragmatis tentang dunia.

Signifikansi proposisi yang diajukan Khondker (2005) menunjukkan kesalahpahaman dalam menilai globalisasi sebagai proses satu arah. Anggapan-anggapan bahwa globalisasi merupakan dominasi budaya ataupun ekspansi ekonomi yang melemahkan budaya lokal adalah sebuah kekeliruan. Proses satu arah yang kemudian disimpulkan sebagai bentuk homogenisasi atau penyeragaman, tidaklah dapat dibenarkan mengingat adanya beragam keunikan di dalam setiap lokalitas. Hal yang perlu disorot tentu saja adalah bagaimana mempertahankan eksistensi beragam keunikan setiap lokalitas tersebut di tengah pertautannya dengan karakter-karakter global.

Globalisasi tidak menghapuskan diferensiasi atau membuat masyarakat menuju homogenisasi. Glokalisasi menjadi penting sebagai perspektif untuk memahami globalisasi dalam konteks

ini. Sebagaimana strategi yang digunakan pakar pemasaran Jepang, glokalisasi berarti bahwa produk-produk yang berasal dari Jepang harus dilokalisasi—harus sesuai dengan selera dan minat lokal, tetapi produk-produk tersebut bersifat global dalam penerapan dan jangkauannya (Khondker, 2005). Dalam dunia kuliner, misalnya, makanan dan minuman khas Jepang banyak memiliki penggemar di Indonesia. Keberhasilan Jepang tersebut tidak terlepas dari cara mereka menyesuaikan menu atau cita rasa makanan dengan lidah masyarakat Indonesia. Sebagai contoh, sebut saja Hoka-Hoka Bento<sup>2</sup>, Yoshinoya, dan Pepper Lunch yang memopulerkan makanan khas Jepang dengan cita rasa Indonesia yang berbumbu kuat dan kaya akan rempah.

Dinamika global senantiasa berkelindan dengan aspek lokal. Bagaimana dua sisi mata uang, pertautan keduanya tidak dapat dipisahkan; itulah yang disebut dengan glokalisasi. Globalisasi mengekspresikan dinamika global yang selalu direinterpretasi secara lokal (Robertson, 1992). Sementara itu, glokalisasi (dalam tataran kebudayaan) dapat dilihat sebagai elemen dari kebudayaan global (seperti film, merek global, atau pola konsumsi) yang direinterpretasi dan disesuaikan dengan kebudayaan lokal (Robertson, 1992). Namun, glokalisasi juga dapat terjadi ketika kebudayaan lokal dikombinasikan dengan fenomena global (Robertson, 1992). Dengan kata lain, globalisasi itu sendiri harus dipahami sebagai peluang terjadinya proses interaksi dua arah atau timbal balik.

---

<sup>2</sup> Hoka-Hoka Bento ternyata milik orang Indonesia. Waralaba restoran ini dikelola oleh PT Eka Bogainti yang dimiliki oleh Hendra Arifin. Berdiri pertama kali di Kebon Kacang tahun 1985, Hoka Hoka Bento memiliki 120 gerai di seluruh Indonesia hingga tahun 2010 serta menempati urutan kelima sebagai restoran cepat saji terbesar di Indonesia setelah Mc Donald, KFC, Dunkin Donuts, dan Pizza Hut (5 restoran, 2013). Pada 2012, jumlah gerai Hoka-Hoka Bento tercatat sebanyak 148 unit yang seluruhnya tersebar di Jawa dan Bali saja (Nugroho, 2012).

Bagi Indonesia, proses tersebut terjadi sebagaimana praktik-praktik lokal, seperti kebiasaan mengunjungi restoran cepat saji, membeli produk merek luar negeri ternama, dan penggunaan bahasa Inggris dalam dialog sehari-hari—merupakan bentuk praktik lokal yang merefleksikan karakter global. Tidak dapat dimungkiri, akulturasi semakin mudah terbentuk pada era modern saat ini.<sup>3</sup> Hal demikian tidak terlepas dari kemajuan teknologi sebagai salah satu faktor pendorong terjadinya globalisasi.

Globalisasi membuka peluang yang sama bagi setiap lokalitas. Masing-masing lokalitas memiliki keragaman budaya yang unik dan berbeda satu sama lain. Ketika lokalitas-lokalitas telah menjadi rumah bagi proses globalisasi itu sendiri, setiap lokalitas dapat dengan maksimal memanfaatkan hal tersebut untuk *go international*. Lima *landscapes* yang dikemukakan Appadurai (1996) (*ethnoscapes, technoscapes, financescapes, mediascapes* dan *ideoscapes*) yang berlalu-lalang melintasi batas-batas negara, otomatis menjadi wadah bagi proses globalisasi itu sendiri. Melokalisasikan sesuatu yang global dan mengglobalisasikan sesuatu yang lokal seharusnya dapat berjalan beriringan dan bersifat timbal balik karena telah terjadi pertautan di antara keduanya. Kedua hal itulah yang disebut sebagai glokalisasi dan kehadirannya harus menyertai proses globalisasi.

Bali dapat menjadi contoh yang tepat berkenaan dengan peluang yang disediakan globalisasi. Bali sepertinya dapat menjadi contoh bagaimana hubungan dua arah berlaku dalam globalisasi.

---

<sup>3</sup> Dalam sosiologi, konsep akulturasi didefinisikan sebagai bentuk percampuran budaya yang terjadi ketika masyarakat dengan unsur budaya tertentu bersentuhan dengan unsur kebudayaan lain. Proses tersebut tidak menyebabkan hilangnya unsur kebudayaan asli masyarakat tertentu, tetapi terjadi perpaduan di antara keduanya. Akulturasi dapat terjadi dalam berbagai aspek, seperti sastra, arsitektur, kesenian, bahasa, sistem pemerintahan, sosial, dan gaya berbusana. Mengenai definisi akulturasi, lihat Setiadi dan Kolip (2011).

Bali merupakan destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh turis-turis internasional. Oleh sebab itu, terdapat peluang bagi Bali mempromosikan kebudayaannya, baik dalam bentuk materiil (pakaian tradisional, arsitektur, kuliner khas Bali) maupun juga kebudayaan dalam bentuk nilai-nilai yang direfleksikan melalui kearifan lokal (*local wisdom*).

Ketika dapat memanfaatkan peluang dari aspek-aspek lokal untuk masuk ke ranah global, kemungkinan besar hubungan timbal balik antara yang lokal dengan yang global dapat terjadi. Hubungan lokal dan global tidak selalu dalam bentuk hubungan yang dominatif. Tidak perlu muncul kekhawatiran berlebih akan hilangnya identitas lokal karena dengan adanya globalisasi—ketika wilayah nasional telah menjadi rumah bagi proses globalisasi itu sendiri—setiap aspek lokal justru dapat kembali ditegaskan. Sebagaimana diungkapkan Giddens dalam Ritzer (2007), globalisasi adalah proses dua arah, di samping memang dapat melemahkan budaya lokal, sejatinya globalisasi bisa saja membangkitkannya kembali. Oleh karena itu, kita seyogianya memiliki optimisme dalam memandang globalisasi.

Al Mayassa (2014) menjelaskan bahwa globalisasi bukanlah persoalan antara negara-negara Barat dengan negara-negara Timur. Baginya, bukan salah globalisasi jika yang terjadi adalah dominasi budaya Barat terhadap budaya Timur. Menurut Al Mayassa (2014), globalisasi harus dilihat sebagai peluang untuk mengeksport budaya negaranya. Kita dapat mengambil contoh Korea dan Jepang dalam konteks ekspor budaya yang mereka lakukan. Populernya *manga*, *anime*, dan *cosplay* di Indonesia merupakan contoh keberhasilan Jepang dalam ekspor budaya. Ketiganya telah menjadi wadah untuk mentransfer kebudayaan Jepang. Sama halnya dengan Jepang, Korea juga berhasil dalam hal

ekspor budaya, seperti *K-Pop*, *Drama Korea*, dan *Mujigae* yang begitu populer di Indonesia. Apa yang dilakukan oleh Al Mayassa dengan mendirikan museum *Islamic Art* di Qatar sebagai wadah transfer budaya juga dapat menjadi contoh bagi Indonesia dalam melakukan ekspor budaya, meskipun hal tersebut sepertinya belum populer di Indonesia. Museum-museum yang didirikan di sebuah negara akan berfungsi sebagai tempat mendatangkan seniman dari luar sekaligus mengirim seniman lokal sehingga terjadi pertukaran ide antarnegara.

Globalisasi tidak bisa dielakkan lagi keberadaannya. Oleh sebab itu, perubahan-perubahan ke arah progresif yang sifatnya variatif, inovatif, dan dinamis harus diwujudkan oleh manusia. Munculnya perusahaan-perusahaan transnasional, seperti Google, LG, Levi, dan Coca-Cola merefleksikan gencarnya globalisasi ekonomi yang terjadi. Namun, permasalahannya adalah bentuk hubungan dominasi yang terjadi dalam globalisasi ekonomi tersebut. Bagaimana tidak, perusahaan-perusahaan transnasional tersebut berasal dari negara-negara maju yang merangsek masuk ke setiap lokalitas, termasuk negara berkembang. Akibat yang diterima lokalitas adalah matinya pasar domestik atau industri rumahan karena tidak mampu bersaing dengan produk-produk luar, baik dari segi modal maupun kualitas, di samping meningkatnya budaya konsumsi di masyarakat.

Matinya pasar domestik terjadi pada pasar kelas menengah ke bawah (seperti industri alas kaki) yang disebabkan oleh masuknya produk impor dengan harga lebih murah dan kualitas lebih bagus (Kemenperin, 2012). Lebih jauh, kurang berkembangnya industri dalam pasar domestik disebabkan juga oleh rendahnya ekspor (di bawah 50%) yang diakibatkan oleh buruknya infrastruktur

ekspor yang meliputi infrastruktur dasar, pergudangan, hingga laboratorium (Kemenperin, 2012).

Gaya hidup konsumtif bukan sebatas persoalan ekonomi semata, melainkan juga persoalan sosial-budaya atau identitas bangsa. Oleh karena itu, globalisasi dan kemajuan teknologi perlu dianggap sebagai peluang dan dimanfaatkan dalam rangka mempertahankan dan melestarikan kebudayaan lokal.

#### D. Penetrasi Teknologi Informasi dan Komunikasi

McLuhan (dalam Pamungkas, 2009) menjelaskan kondisi masyarakat *global village* yang mencakup globalisasi adalah yang disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Sebagian besar perilaku masyarakat dipengaruhi oleh akses terhadap media. Lima *landscape* Appadurai yang dikemukakan sebelumnya tentunya berjalan efektif dan efisien melalui kemajuan teknologi. Studi Setiawan (2018) menunjukkan bahwa teknologi informasi bukan sekadar digunakan untuk mengetahui bentuk kebudayaan lain, melainkan juga menjadi wadah ekspresi kebudayaan tertentu. Kajian tersebut menyimpulkan bahwa perkembangan teknologi informasi, khususnya media massa, berimplikasi pada bergesernya budaya masyarakat. Dampak negatif terkait hal tersebut adalah ketidakseimbangan derasnya aliran informasi dari negara maju terhadap negara berkembang. Sebagaimana diungkapkan Setiawan (2018), taktik imperialisme dalam penaklukan negara lain kini bukan melalui akuisisi tanah dan wilayah, melainkan penjajahan melalui arus informasi dan komunikasi. Sztompka (2004) menyebutkan proses tersebut sebagai bentuk imperialisme media yang mendorong terjadinya unifikasi atau homogenisasi.

Sementara itu, konsekuensi logis dari proses perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat, menurut McLuhan (dalam Pamungkas, 2009), adalah munculnya proses-proses sosial yang disebut dengan de-westernisasi yang menimpa orang-orang Barat yang telah mengunjungi dunia timur, dan de-tribalisasi pada orang-orang Afrika yang telah mengenal teknologi informasi dan industri dari negara-negara Barat.<sup>4</sup> Sama halnya dengan masyarakat di Afrika, masyarakat di Asia, termasuk Indonesia, juga mengalami perubahan nilai-nilai budaya karena determinisme teknologi informasi. Oleh sebab itu, terpaan teknologi informasi—yang tidak dapat dimungkiri bersifat tidak seimbang ini, harus mendapat *filter* guna menghindari pudarnya nilai-nilai budaya asli masyarakat (Surahman, 2016).

Jackson dan Hogg (2010) menafsirkan bahwa perkembangan teknologi, baik teknologi transportasi maupun teknologi informasi, mencakup internet di dalamnya, membuat manusia memiliki mobilitas fisik maupun persepsi yang berpindah-pindah sangat cepat. Teknologi benar-benar telah memengaruhi pikiran dan tindakan masyarakat. *Technoscapes* dan *mediascapes* dapat dikatakan mengendalikan apa yang manusia lakukan pada akhirnya. Persepsi ditentukan oleh pola pikir yang berkaitan dengan pengetahuan seseorang (*stock of knowledge*). Pengetahuan tersebut tidak jarang terkonstruksi melalui apa yang manusia dengar dan lihat dalam kesehariannya. Manusia terpapar ideologi, kebudayaan materiil, serta gaya hidup global dengan intensitas tinggi.

Bagaimana tidak, berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sedikitnya 50% penduduk Indonesia (sekitar 143 juta jiwa) terkoneksi dengan jaringan

---

<sup>4</sup> McLuhan (dalam Pamungkas, 2009) mendefinisikan de-westernisasi sebagai akulturasi budaya Barat dengan budaya lain. Sementara itu, de-tribalisasi didefinisikan sebagai berubahnya nilai-nilai budaya lokal menjadi modern.

internet (Bohang, 2018). Jumlah yang demikian besar tersebut mengindikasikan bahwa tingkat penggunaan media sosial di Indonesia juga tinggi. Salah satu media sosial yang banyak digandrungi masyarakat Indonesia adalah Instagram. Jumlah pengguna Instagram di Indonesia berada pada angka tak kurang dari 45 juta jiwa (Adi & Hidayat, 2017). Belum lagi media sosial lain, seperti Twitter, di mana Jakarta tercatat sebagai kota dengan jumlah *twit* paling tinggi di dunia. Berdasarkan survei yang dilakukan penulis melalui Instagram, dari 43 responden, mayoritas (19) responden menghabiskan waktu berselancar di dunia maya selama 5–8 jam, 5 responden mengaku menghabiskan waktu mengakses internet selama 9–12 jam, 5 responden lainnya bahkan dapat seharian atau hampir 24 jam berselancar di dunia maya, baik *browsing* maupun mengakses media sosial mereka.

**Tabel 5.2** Frekuensi Mengakses Internet atau Media Sosial dalam Sehari

Waktu (Jam)	Jumlah Responden
1–4	11
5–8	19
9–12	5
Lebih dari 12	3
Seharian/tidak terhitung/hampir 24 jam	5

Seorang responden, Z, mengemukakan:

Aku seharian sih, hampir ga pernah lepas tuh hape dari tangan. Ya liat *instagram*, *twitter*, *browsing*. Iseng aja sih liat-liat *timeline* medsos aku, karena banyak yang diliat kaya berita terbaru dan macem-macem lah aku bisa tau temen-temen aku lagi ngapain misalnya kalo ngeliat *instastory* di *instagram*, atau juga kadang-kadang belanja *online* hehe. Kadang buat nyari-nyari tugas juga kan butuh internet (Z, wawancara pada 11 Januari 2019 di Ciputat).

Kutipan tersebut menunjukkan penetrasi TIK dalam keseharian generasi milenial Indonesia yang bisa menggambarkan negosiasi mereka terkait pertautan global dan lokal, melalui pertemanan dan berbelanja *online*, maupun pembacaan berita.

## E. Penjajahan Gaya Baru: Nasionalisme dan Lunturnya Identitas Lokal?

Seperti disampaikan sebelumnya, globalisasi sering kali dimaknai sebagai bentuk penjajahan gaya baru yang terjadi di abad ini. Hal tersebut sangat dimungkinkan mengingat arus informasi, ideologi, barang dan jasa serta gaya hidup global, berkat kemajuan teknologi transportasi dan komunikasi, dapat dengan mudah masuk ke dalam setiap lokalitas. Jika demikian adanya, bagaimana dengan nasionalisme dari generasi milenial Indonesia? Bagaimana semangat kebangsaan dan cinta tanah air dipelihara di tengah terpaan budaya global?

Menyoal urusan kebangsaan, terdapat empat indikator kebangsaan, yaitu rasa kebangsaan (suatu perasaan masyarakat terhadap kondisi bangsa Indonesia dalam perjalanan hidupnya menuju cita-cita bangsa), paham kebangsaan (pemahaman masyarakat terhadap bangsa dan negara yang diproklamasikan kemerdekaannya pada 17 Agustus 1945), semangat kebangsaan (perpaduan atau sinergitas antara rasa dan paham kebangsaan yang terpancar melalui kualitas dan ketangguhan bangsa tersebut dalam menghadapi berbagai ancaman), serta perilaku kebangsaan (tindakan dan perbuatan masyarakat yang lebih mengutamakan kepentingan bangsa daripada kepentingan kelompok, menjunjung persatuan bangsa, lebih menyukai produk bangsanya, menghormati simbol-simbol dan identitas nasional, menghargai dan toleran terhadap saudara sebangsa) (Sunardi, 2003 dalam

Muttaqin, 2006; Hendrastomo, 2007; Maftuh, 2008; Agustin, 2011; Sulistyono, 2018).

Rasa cinta terhadap bangsa saat ini tentu saja tidak ditunjukkan dengan mengangkat senjata mengusir penjajah, tetapi ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Ideologi Barat dan pasar bebas mengintervensi sendi-sendi kehidupan politik dan ekonomi bangsa kita. Hal itu perlu diakomodasi dengan cermat tanpa menghilangkan identitas kita sebagai bangsa Indonesia. Rasa kebangsaan kini perlu dipupuk ke dalam diri generasi penerus bangsa. Generasi milenial menjadi tumpuan dalam mencapai cita-cita bangsa Indonesia yang tertuang dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 alinea kedua "...negara Indonesia, yang merdeka, bersatu, berdaulat, adil, dan makmur..." sekaligus tujuan bangsa yang tertuang dalam pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 pada alinea keempat "...melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial..."

Bagaimanapun, tiap generasi memiliki perbedaan dengan generasi sebelum atau sesudahnya terutama perihal nilai, karakteristik, dan orientasi (Smith & Nichols, 2015). Pentingnya posisi generasi milenial dalam konteks kebangsaan tidak terlepas dari kapasitas generasi milenial dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Generasi milenial yang sangat akrab dengan media digital, memiliki optimisme untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan generasi sebelumnya serta meraih impian menjadi generasi besar di masa selanjutnya, serta hidup mapan di tengah-tengah globalisasi ekonomi yang gencar (WMFC,

tanpa tahun). Oleh sebab itu, generasi milenial dituntut untuk memanfaatkan teknologi demi mewujudkan inovasi dalam rangka menegaskan identitas kebangsaannya.

Generasi milenial memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan paham kebangsaan mereka. Memahami arti penting Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), mengupayakan integrasi sosial dan politik bangsa Indonesia, serta menambah stok pengetahuan kebudayaan bangsa Indonesia menjadi wajib dilakukan oleh generasi milenial. Generasi milenial bukan dituntut untuk sekadar memahami Pancasila sebagai dasar negara, melainkan juga mengimplementasikan setiap butir dari sila tersebut. Pemahaman kebangsaan ini kemudian melengkapi rasa cinta kebangsaan mereka. Dengan mantapnya rasa cinta dan paham kebangsaan, barulah semangat kebangsaan akan terbentuk guna menghadapi setiap tantangan yang menghampiri.

Rasa cinta dan pemahaman yang menyeluruh membentuk perilaku yang selaras dengannya. Dalam hal ini, perilaku kebangsaan dapat ditunjukkan dalam praktik kehidupan sehari-hari. Contoh sederhana dapat ditunjukkan dengan bukan hanya mengaku cinta terhadap makanan tradisional, bahasa Indonesia dan bahasa daerah, maupun produk-produk lokal industri rakyat, melainkan juga bertindak nyata untuk melestarikannya. Berupaya mempelajari bahasa daerah, menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam dialog keseharian, serta mengenakan produk asli dalam negeri di beberapa kesempatan adalah hal minimal yang dapat dilakukan generasi milenial.

Jika produk negara lain, seperti tren kuliner dan busana, mampu menyesuaikan dengan cita rasa dan gaya lokal, Indonesia pun harus mampu mengglobalisasikan aspek-aspek lokal. Teknologi dan media yang tersedia perlu dimanfaatkan sehingga

globalisasi dapat berjalan dua arah. Namun, kita dihadapkan fakta bahwa globalisasi masih bersifat satu arah dominatif. Masuknya kebudayaan, gaya hidup, dan produk-produk luar tidak dapat dibendung. Sementara itu, menurut Kepala Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Dadang Suhendar, banyak bahasa daerah yang kehilangan penuturnya.<sup>5</sup> Selain itu, berdasarkan data Kementerian Perindustrian, tidak sedikit industri rumahan yang jalan di tempat (lihat Kemenperin, 2016), di samping terbatasnya pengetahuan masyarakat tentang kuliner tradisional warisan Nusantara<sup>6</sup>. Generasi milenial Indonesia banyak yang hanya menjadi konsumen dari produk dan informasi global. Mereka terpapar arus-arus global dan menerima segala hal yang datang dari luar, tetapi kurang mampu memberikan umpan balik, khususnya menyampaikan aspek-aspek lokal kepada dunia.

Hal tersebut dikarenakan globalisasi sendiri hingga titik tertentu merupakan kelanjutan dari imperialisasi dengan gaya baru, terutama menyangkut invasi ekonomi pasar bebas. Ketidakmampuan mengembangkan potensi lokal bukan semata-mata keengganan dari sebagian generasi milenial, melainkan juga peran pemerintah yang masih kurang. Indonesia sudah terjebak ke dalam dikotomi negara maju dan negara berkembang serta triadisasi di dalam globalisasi. Selain itu, kemauan politik (*political will*) Pemerintah Indonesia juga dianggap masih rendah (lihat Winosa

---

<sup>5</sup> Sebanyak 139 bahasa etnis/daerah terancam punah, di Kalimantan (1), Maluku (22), Papua dan Halmahera (67), Sulawesi (36), Sumatra (2), dan NTT (11). Hal ini merupakan indikasi proses penelantaran bahasa (lihat 139 bahasa daerah, 2016).

<sup>6</sup> Upaya melestarikan kuliner tradisional melalui sistem pendataan berbasis teknologi informasi komunikasi juga dilakukan oleh PMB-LIPI. Jumlah kuliner tradisional yang meliputi berbagai jenis makanan utama, jajanan, lauk-pauk, jamu, minuman, dan sambal yang berhasil didata oleh PMB LIPI sebanyak 8000 lebih. Lihat laman <http://ensiklopedi.dapurrakyat.id>.

& Lumanaw, 2017; Kemenperin, 2014). Hal itu jelas terlihat dalam ketidakmampuan Indonesia mengembangkan industri film, kuliner, dan busana yang menjadi ciri khas Indonesia.

## F. Praktik Lokal dan Karakter Global: Sebuah Kontestasi

Berbagai fenomena menunjukkan bahwa praktik-praktik lokal memang terpapar globalisasi. Dalam hal penggunaan bahasa Inggris, generasi milenial tampaknya mulai terbiasa untuk menggunakannya dalam percakapan sehari-hari. Hal demikian, berdasarkan apa yang disampaikan responden, terjadi karena faktor pembiasaan. Pembiasaan sebagaimana dimaksud dapat berarti dua hal, yaitu (1) spontanitas, yakni interaksi sehari-hari yang menunjukkan bahwa hal tersebut lumrah untuk dilakukan, dan (2) kewajiban dan motif pribadi, yakni keinginan mengasah dan meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris. Sebagaimana diungkapkan salah satu responden, H:

Ya kalo gue sih, Bang, ngomong Inggris buat melatih diri gue juga. Berhubung ada kosakata yang gue tau, atau susunan kalimat yang gue bisa, kenapa enggak? Lagian kalo enggak gitu bakalan susah ke depannya buat belajar bahasa Inggris kalo enggak dilatih. Terus juga tuntutan baca jurnal sama referensi-referensi bacaan buku kuliah, Bang. Yang berkualitas kan rujukan dari luar semua. Jadi satu paket dah tuh ngebiasain diri sama bahasa Inggris. Bukan berarti gue enggak cinta Indonesia, Bang, tapi lebih ke tuntutan global sekarang yang ngewajibin minimal kita ngerti pasif dah tuh bahasa Inggris. (H, Wawancara pada 11 Januari 2019 di Ciputat).

Hasil survei menunjukkan bahwa dari 43 responden yang merespons *Instastory* penulis, 78% setuju mencampur bahasa Inggris dalam satu kalimat, dan hanya 22% yang tidak setuju.

**Tabel 5.3** Alasan Mencampur Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia dalam Satu Kalimat

Alasan	Jumlah Responden
Kebutuhan untuk belajar	22
Spontan/kebiasaan	7
Ada kata yang hanya bisa diucapkan dalam bahasa Inggris	4

Faktor kebiasaan dan motif pribadi yang dipaparkan responden benar adanya ketika dihadapkan fakta bahwa bahasa Inggris adalah bahasa global. Motif pribadi karena adanya tuntutan memiliki kemampuan berbahasa Inggris sebagaimana dimaksud, misalnya, keinginan atau keharusan ke luar negeri seperti untuk menempuh pendidikan atau sekadar berlibur. Kondisi ini secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada kemampuan bahasa daerah generasi muda kita. Data menunjukkan bahwa dari 58 responden yang merespons *Instastory* penulis, sebanyak 51 responden tidak menguasai dan/atau menguasai sedikit bahasa daerahnya, dan hanya 7 responden yang menguasai.

**Tabel 5.4** Tingkat Penguasaan Bahasa Daerah Asal Orang Tua

Kategori	Jumlah Responden
Tidak menguasai	32
Menguasai sedikit	19
Menguasai	7

Beberapa responden yang mengaku tidak menguasai bahasa daerah asal orang tuanya beralasan bahwa mereka tidak lahir di tempat asal orang tua mereka, tetapi lahir dan besar di Jakarta. Sementara itu, yang dimaksud dengan hanya menguasai sedikit bahasa daerah asal orang tua adalah mereka hanya tahu arti dari

beberapa kosakata bahasa daerah tertentu. Beberapa responden lain mengaku dapat menarik makna dari apa yang diungkapkan dalam bahasa daerah tertentu, tetapi tidak bisa meresponsnya. Responden yang menguasai bahasa daerah asal orang tuanya, didominasi oleh mereka yang memiliki orang tua beretnis Betawi, artinya penguasaan bahasa daerah di sini adalah bahasa Betawi atau bahasa kolokial Jakarta. Namun, ada juga responden yang lahir dan besar di Jakarta, tetapi menguasai bahasa Jawa atau Sunda yang merupakan bahasa daerah asal orang tuanya.

Tingkat penguasaan bahasa daerah yang rendah tersebut mungkin juga diakibatkan oleh faktor tidak terbiasa menggunakan bahasa daerah. Sebagaimana diketahui, masyarakat perkotaan (terutama kota besar seperti Jakarta), memiliki tingkat keberagaman yang tinggi. Hal demikian menyebabkan penggunaan bahasa daerah mulai ditinggalkan karena lebih umum untuk menggunakan bahasa Indonesia atau paling tidak bahasa kolokial Jakarta. Faktor lain yang membuat rendahnya tingkat penguasaan bahasa daerah dapat juga diakibatkan oleh pola pembelajaran (transfer pengetahuan tentang praktik bahasa daerah dari orang tua) di keluarga mereka. Hal demikian menjadi sangat mungkin mengingat budaya masyarakat di perkotaan khususnya Jakarta yang telah meninggalkan penggunaan bahasa daerah tertentu dalam dialog sehari-hari. Generasi penerus juga terlihat enggan mempelajari bahasa daerah karena selain merasa tidak begitu diperlukan, kesempatan untuk mempelajarinya juga kurang.

Jajak pendapat yang dilakukan penulis di *Instastory* juga menanyakan perihal bentuk kata baku yang benar antara ‘napas’ atau ‘nafas’. Hasilnya menunjukkan bahwa 67% responden keliru dan hanya 33% responden yang benar. Selain itu, penulis juga menanyakan apakah suatu kalimat sederhana sudah sesuai

dengan aturan bahasa Indonesia yang baik dan benar atau belum, dan menanyakan juga mengenai penggunaan imbuhan dalam sebuah kalimat. Jumlah kekeliruan responden dalam menentukan jawaban ternyata cukup memprihatinkan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa generasi milenial kurang perhatian terhadap bahasa Indonesia yang baik dan benar. Penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar tentu saja merupakan hasil proses pembiasaan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain berfokus kepada pemahaman tentang bahasa Indonesia, penulis juga menyorot perihal gaya hidup terkait dengan penggunaan merek pakaian dan sepatu yang menjadi favorit responden. Data yang didapat melalui survei di *Instastory* pribadi penulis sebagai berikut.

**Tabel 5.5** Perbandingan Responden yang Memiliki Merek Favorit Pakaian dan Sepatu

Merek Pakaian	Jumlah Responden	Merek Sepatu	Jumlah Responden
Tidak menyebutkan merek	16	Tidak menyebutkan merek	6
Menyebutkan merek	24	Menyebutkan merek	35

Sebanyak 40 responden merespons *Instastory* yang dibuat penulis terkait apakah mereka memiliki merek pakaian favorit atau tidak. Hasilnya adalah 16 responden mengaku tidak memilikinya. Mereka membeli pakaian yang menurut mereka bagus saja, nyaman dipakai, ataupun ketika sedang ada diskon, dan tidak terpaku pada satu atau dua merek tertentu. Sementara itu, 24 responden menyebutkan merek favoritnya, dan merek itulah yang sering mereka pilih ketika berbelanja pakaian. Lebih lanjut,

fakta menunjukkan bahwa dari 24 responden tersebut, semuanya menyebutkan merek luar negeri, semisal Uniqlo (Jepang) dan H&M (Swedia).

Berkean dengan merek sepatu favorit, dari 41 responden yang merespons *Instastory* yang dibuat penulis, hanya 6 responden yang tidak menyebutkan merek, sedangkan 35 lainnya menyebutkan satu atau dua merek favorit. Lagi-lagi, merek sepatu asal luar negeri menjadi juaranya, seperti Nike (Amerika Serikat) dan Adidas (Jerman) yang menjadi raja di kategori merek sepatu. Kategori lain, yaitu Kasual, Vans (Amerika Serikat), dan Converse (Amerika Serikat) masih memenangkan hati konsumen. Merek Skechers (Amerika Serikat) juga tidak mau kalah. Menarik, melihat dominasi produk Amerika memenangkan hati konsumen generasi milenial Indonesia.

Terkait hal tersebut, responden H mengungkapkan:

Gue suka aja sama model sepatu Converse bang. Simple kasual lah. Awet juga dan makin lama nih sepatu, ibaratnya makin jelek justru makin ada nilainya. Ya bukannya enggak mau beli produk dalam negeri, Bang, tapi kan Converse gampang didapatnya, Bang, *online* ataupun *store*-nya di Jakarta banyak. Lah lagian kalo gue mau nyari produk lokal untuk sepatu kira-kira apa yang bagus, Bang? Kaya sepatu Cibaduyut gitu? Lagian kayanya sepatu-sepatu buatan lokal banyaknya cuma niru produk luar, ya istilahnya cuma mampu buat tiruannya, KW-nya lah, KW satulah, KW *premium*lah, *grade* ori-lah macem-macem ya intinya mah palsu, Bang (H, Wawancara pada 11 Januari 2019 di Ciputat).

Apa yang diungkapkan responden H merupakan kekecewaan terhadap produk-produk lokal Indonesia. Berdasarkan pengetahuannya, ia hanya mengetahui bahwa produk buatan lokal sebatas membuat tiruan buatan luar negeri. Alasan ia memilih merek luar negeri adalah soal kualitas. Ketersediaan atau akses mudah

untuk mendapatkan merek luar negeri tersebut juga menjadi faktor pendukung yang mendasari ia memilih merek tersebut. Selain faktor-faktor tersebut, alasan lain yang barangkali menjadi pertimbangan H dalam menggunakan merek luar negeri adalah untuk menunjukkan kelas sosialnya atau kemampuannya membeli merek tersebut dan menjadi bagian dari kebudayaan global. Hal ini tampak ketika ia menekankan produk dalam negeri sebagai produk KW atau palsu.

Pertanyaan lain yang dibuat penulis di *Instastory* adalah tentang frekuensi mengunjungi restoran luar negeri yang beraliran cepat saji (*fast food*) dan atau sejenisnya.

**Tabel 5.6** Frekuensi Mengunjungi Restoran Luar Negeri Beraliran Cepat Saji dan Sejenisnya dalam Sebulan Terakhir

Frekuensi	Jumlah Responden
1–5 kali	31
6–10 kali	3
Lebih dari 10 kali	7

Dengan data tersebut, penulis hanya ingin menunjukkan tingkat keterpaparan responden terhadap kuliner global. Tidak ada salahnya menikmati kuliner yang berasal dari luar negeri. Bagaimanapun, kuliner global tersebut mampu menyesuaikan dengan aspek lokal, seperti menciptakan menu dengan cita rasa khas lokal demi mencocokkan dengan lidah penduduk asli. Hanya saja, jika kuliner global bisa diterima di dalam lokalitas, seyogianya kuliner lokal pun mampu untuk mengglocal.

Dari keseluruhan data yang dipaparkan, dapat dilihat bahwa generasi milenial jelas terpapar karakter global dalam hal penggunaan dialog bahasa Inggris, preferensi memilih merek pakaian dan sepatu, serta kebiasaan mengunjungi restoran cepat saji dari luar

negeri. Data-data tersebut tentu saja tidak bisa menggeneralisasi kecenderungan seluruh generasi milenial di Indonesia. Namun, dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa generasi milenial agaknya akan kesulitan untuk mengglobalkan yang lokal karena mereka lebih mengedepankan budaya konsumsi yang dibawa globalisasi, seperti kebutuhan untuk berbahasa asing, produk dan merek luar negeri yang dianggap lebih berkualitas, dan sebagainya. Hal ini pada gilirannya menunjukkan bahwa kreativitas dan produktivitas generasi milenial kurang terasah.

Bagaimana bisa memasarkan produk pakaian dan sepatu lokal ke pasar global jika industri kecil dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di negeri sendiri belum mapan. Terkait hal itu, pemasaran dan kualitas tentunya perlu untuk ditingkatkan. Pemanfaatan media untuk wadah promosi seharusnya bisa lebih dimaksimalkan mengingat tingkat penggunaan dan keterpaparan masyarakat dengan media, khususnya media elektronik yang mencakup media sosial. Dalam hal ini, belum banyak terlihat peran generasi milenial untuk mempromosikan produk dalam negeri melalui media sosial.

Bagaimana bisa kita mengenalkan kuliner tradisional ke kancah internasional ketika kita tidak sepenuhnya mampu untuk melestarikan warisan tersebut? Terbatasnya pengetahuan generasi milenial terhadap kuliner tradisional Indonesia, seperti telah disinggung sebelumnya, tidak bisa diabaikan begitu saja. Persoalan tersebut tentu harus mendapat perhatian pemerintah dan masyarakat guna menemukan solusinya. Sebagai salah satu kekayaan bangsa Indonesia, keragaman kuliner harus dilestarikan melalui cara-cara moderen yang akrab dengan teknologi, misalnya pendataan berbagai jenis kuliner Indonesia melalui berbagai aplikasi atau *software* guna menjadikannya wadah *database*.

Kita tidak akan mampu untuk memperkenalkan kekayaan bahasa daerah Indonesia ketika generasi milenial tidak memiliki kemampuan untuk menguasai bahasa-bahasa tersebut. Kemampuan berbahasa untuk berdialog menggunakan bahasa daerah hanya dapat terwujud melalui proses pembiasaan. Proses pembiasaan itu sendiri, mau tidak mau, menuntut praktik berulang yang konsisten. Oleh sebab itu, kesadaran pada generasi milenial di perkotaan harus terus ditumbuhkan sehingga mereka merasa perlu dan paham bahasa daerah serta mencintai kekayaan bahasa daerah. Dengan demikian, eksistensi bahasa maupun bentuk kebudayaan atau kearifan lokal Indonesia yang lain dapat terus lestari meskipun terpapar karakter-karakter global.

## G. Kesimpulan

Generasi milenial, seperti halnya generasi-generasi sebelumnya, senantiasa berada dalam kondisi tarik-menarik antara globalisasi dan lokalisasi. Dalam hal ini, tantangan generasi milenial semakin besar karena adanya terpaan, bukan hanya dari media massa, melainkan juga teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dengan maraknya penggunaannya telepon pintar dan media sosial. Nasionalisme tentu dimaknai berbeda pula oleh generasi milenial. Mereka sejatinya paham bahwa upaya merefleksikan nasionalisme dapat dilakukan dalam konteks kehidupan sehari-hari. Paradoks penggunaan bahasa Inggris pada dasarnya bukanlah sebuah masalah ketika generasi milenial “adil” dalam memperlakukan bahasa-bahasa tersebut (bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa daerah). Adil artinya menuturkan atau menggunakan bahasa tertentu sesuai dengan porsinya dan berdasarkan kebutuhan akan tempat dan situasinya. Namun, generasi milenial harus terus menumbuh-kembangkan kepedulian dan rasa cinta terhadap bahasa persatuan, yakni bahasa Indonesia. Bukankah sejak dahulu

kita telah terbiasa dengan mata pelajaran bahasa Indonesia, sejak mengenyam pendidikan di sekolah dasar hingga di perguruan tinggi? Begitu pula dengan kepedulian terhadap bahasa daerah. Generasi milenial perlu belajar untuk lebih menghargainya.

Frekuensi atau intensitas tinggi yang dilakukan generasi milenial dalam mengakses internet dan berselancar di dunia maya perlu dimanfaatkan dalam meningkatkan kecintaan dan pemahaman mereka terhadap Indonesia, termasuk pemahaman terhadap bahasa Indonesia dan bahasa daerah. Menggali informasi, berupaya mengenali budaya Indonesia, dan belajar tentang hal-hal baru tentu mudah dilakukan, jika mereka memiliki keinginan dan tekad yang kuat. Sesekali mempelajari strategi pemasaran sebuah produk pada era disrupsi ini sepertinya menjadi pilihan bijak ketimbang sering kali hanya menjadi konsumen merek-merek global. Menelusuri informasi industri-industri rumahan, mengikuti dinamika perkembangannya, dan mengupayakan solusi atas segala permasalahannya tentu saja dapat menjadi contoh bahwa kita memiliki perilaku kebangsaan yang baik.

Jika memang hal-hal demikian dirasa berat, tentunya generasi milenial dapat melakukan hal-hal lain yang lebih sederhana dalam kehidupan sehari-hari, seperti membuang sampah pada tempatnya, membeli produk dalam negeri, ikut kerja bakti membersihkan lingkungan sekitar, menaati peraturan lalu lintas, menghargai perbedaan atau sekadar menghadiri upacara bendera hari besar nasional. Hal-hal kecil tersebut merupakan langkah awal yang saat ini dapat dilakukan oleh generasi milenial dalam rangka menumbuhkan rasa cintanya terhadap bangsa dan negara. Jika generasi milenial telah terbiasa dan suka cita melakukan hal-hal demikian, barulah mereka dapat memikirkan bagaimana

nilai-nilai, norma-norma, dan produk-produk bangsa Indonesia dapat dikenal oleh negara lain.

## Daftar Pustaka

- Adi, A., & Hidayat, A. (2017, Juli 26). Empat puluh lima juta pengguna Instagram, Indonesia pasar terbesar di Asia. *Tempo.co*. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <https://bisnis.tempo.co/amp/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>
- Al Mayassa, S. (2010). Globalizing the lokal, localizing the global. *TEDwomen*. Diakses pada 26 November 2018 dari [http://ted.com/talks/sheikha\\_al\\_mayassa\\_globalizing\\_the\\_local\\_localizing\\_the\\_global/transcript?language=id](http://ted.com/talks/sheikha_al_mayassa_globalizing_the_local_localizing_the_global/transcript?language=id).
- Agustin, D.S.Y. (2011). Penurunan rasa cinta budaya dan nasionalisme generasi muda akibat globalisasi. *Jurnal Sosial Humaniora*, 4(2), 177–185.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimension of globalization public worlds*. University of Minnesota Press.
- Bohang, F.K. (2018, Februari 22). Berapa jumlah pengguna internet Indonesia? *Kompas.com*. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>.
- Cuterela, S. (2012). Globalization: Definition, processes and concepts. *Revista Română de Statistică – Supliment Trim IV/2012*, 137–146.
- Hendrastomo, G. (2007). Nasionalisme vs globalisasi: Hilangnya semangat kebangsaan dalam peradaban modern. *Jurnal Dimensia*, 1(1), 1–11.
- Jackson, R.L., & Hogg, M.A. (2010). *Encyclopedia of identity*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Jati, W.R. (2013). Memahami globalisasi sebagai evolusi kapitalisme. *Global and Strategies*, 7(2), 241–258.
- Kemenperin. (2012, Mei 19). Pasar domestik perlu diperkuat. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/3315/Pasar-Domestik-Perlu-Diperkuat>.

- Kemenperin. (2016). Perkembangan jumlah unit usaha industri besar dan sedang Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://kemenperin.go.id/statistik/ibs\\_indikator.php?indikator=1](https://kemenperin.go.id/statistik/ibs_indikator.php?indikator=1).
- Kemenperin. (2014, Februari 6). Political will pemerintah dinilai masih rendah. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://kemenperin.go.id/artikel/8514/Political-Will-Pemerintah-Dinilai-Masih-lemah>.
- Khondker, Habibul Haque. (2005). Globalisation to Glocalisation: A Conceptual Exploration. *Intellectual Discourse*, 13(2), 181–199.
- 5 Restoran Cepat Saji Terbesar di Indonesia. (2013, Februari 16). *Paling Seru*. Diakses pada 21 Maret 2019 dari <http://palingseru.com/18412/5-restoran-cepat-saji-terbesar-di-indonesia>.
- Maftuh, B. (2008). Internalisasi nilai-nilai Pancasila dan nasionalisme melalui pendidikan kewarganegaraan. *Jurnal Educationist*, 2(2), 134–144.
- Muttaqin, M., Subiyono, A., Riyanto, D., & Bachtiar, T.A. (2006). *Membangun Nasionalisme Baru: Bingkai Kebangsaan Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Kementerian PPN/Bappenas.
- Nugroho, Ragil. (2012, 4 September). Hoka-Hoka Bento tambah gerai setiap bulan. Diakses pada 21 Maret 2019 dari <https://industri.kontan.co.id/news/hoka-hoka-bento-tambah-satu-gerai-setiap-bulan>.
- Pamungkas, C. (2009). Global village dan globalisasi dalam konteks keindonesiaan. *Global and Strategies*, 9(2), 245–261.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of society*. California: Pine Forge Press.
- Ritzer, G. (2007). *Teori sosiologi modern*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- Sassen, S. (2006). When national territory is home to the global: Old borders to novel borderings. Dalam *Key debates in political economy*. New York: Routledge.

- 139 bahasa daerah di Indonesia terancam punah. (2016, Agustus 5). Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://lipi.go.id/lipimedia/139-bahasa-daerah-di-indonesia-terancam-punah/15938>.
- Setiadi, E.M., & Kolip, U. (2011). *Pengantar sosiologi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Setiawan, D. (2018). Dampak perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terhadap budaya. *Jurnal Simbolika*, 4(1), 62–72.
- Sulistiyono, S.T. (2018). Nasionalisme, negara-bangsa, dan integrasi nasional: Masih perlukah? *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 3(1), 3–12.
- Surahman, S. (2016). Determinisme teknologi komunikasi dan globalisasi media terhadap seni budaya Indonesia. *Jurnal Rekam*, 12(1), 31–42.
- Smith, T.J., & Nichols, T. (2015). Understanding the millennial generation. *Journal of Business Diversity*, 15(1), 39–47.
- Sztompka, P. (2004). *Sosiologi perubahan sosial*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Tandon, Y. (2009). *Development and globalization*. Nairobi: Pambazuka Press.
- WMFC. (tanpa tahun). Generational differences chart. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <http://www.wmfc.org/uploads/Generational-DifferencesChart.pdf>.
- Winosa, Y., & Lumanauw, N. (2017, Februari 1). Political will pemerintah masih rendah. *Investor Daily*. Diakses pada 21 Maret 2019 dari <http://id.beritasatu.com/home/political-will-pemerintah-masih-rendah/156067>.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB VI BATIK SEBAGAI SALAH SATU BENTUK PENGELOLAAN KEBERAGAMAN

*Jalu Lintang Y. A.*

### A. Pendahuluan

Perkembangan budaya di Indonesia tidak bisa lepas dari berbagai interaksi antarsuku bangsa dari dahulu hingga sekarang. Jika globalisasi didefinisikan sebagai proses terhubungunya masyarakat di dunia, interaksi yang terjadi antarsuku bangsa di Indonesia merupakan bentuk dari globalisasi. Sejarah budaya Nusantara selama berabad-abad merupakan hasil dari pertemuan berbagai budaya karena Indonesia merupakan wilayah percampuran (*melting pot*). Kondisi tersebut membuat bangsa Indonesia akrab dengan masuknya berbagai nilai budaya lain. Pengelolaan dalam menerima maupun menyaring budaya lain yang masuk ke dalam masyarakat selama ini merupakan nilai yang perlu dipertahankan.

Pada era sekarang, saat arus informasi masuk tidak terben-  
dung, bangsa kita seakan terkaget-kaget dengan berbagai nilai  
maupun informasi yang masuk. Reaksi yang muncul dari kega-  
gapan bangsa kita atas fenomena ini adalah dengan mendikotomi  
kebudayaan asli dan kebudayaan asing. Akibat dari dikotomi  
tersebut, muncul konservatisme yang berlebihan, yang justru  
menimbulkan konflik budaya maupun anggapan “barang kuno”

terhadap budaya yang ada. Bentuk lainnya yang muncul, dalam hal ini, juga dapat menjadi dikotomi nasionalis dan tidak nasionalis hanya karena menggunakan dan tidak menggunakan budaya materiil Indonesia dalam keseharian.

Konservatisme yang terjadi menunjukkan kecenderungan dalam melihat budaya-budaya lokal sebagai sesuatu yang statis, ajek, ataupun *fixed*. Budaya lokal yang dipersepsikan statis cenderung tidak adaptif karena terhalang oleh adanya sekat-sekat tradisionalisme yang memang dipelihara. Lebih lanjut, kebudayaan asing yang masuk ke dalam negeri cenderung dipandang sebagai ancaman bagi budaya lokal. Anggapan ini pada akhirnya menjadikan orang gagap dalam menanggapi tuntutan perubahan zaman. Kendati anggapan itu tidak salah, persepsi tersebut juga tidak sepenuhnya tepat. Warga sebaiknya memiliki kesadaran untuk dapat memilah antara apa yang harus diakomodasi dan apa yang harus ditolak. Konservatisme yang fatal justru hanya akan menjadi lonceng kematian bagi budaya lokal.

Koneksi antarmasyarakat di berbagai belahan dunia yang menghubungkan suku bangsa satu dengan suku bangsa lain tentu membutuhkan strategi adaptasi tertentu. Dengan munculnya arus globalisasi, permasalahan yang muncul tidak lagi berskala lokal, tetapi telah bersifat global. Hal inilah yang perlu dicermati apakah kebudayaan lokal akan mampu menjawab permasalahan global? Jika sudah tidak mampu lagi, apakah budaya lokal itu harus ditinggalkan begitu saja? Menurut Picard dan Wood, kecenderungan yang muncul saat ini menunjukkan bahwa hanya produk-produk budaya ataupun acara budaya yang mampu mengartikulasikan nilai kualitas untuk menjadi sebuah komoditaslah yang dapat dipasarkan, mampu bersaing, bertahan,

dan bahkan terglobalisasi dengan baik (dalam Moersid, 2013, 126).

Beradaptasi dengan budaya luar sebenarnya bukanlah hal asing di Indonesia. Produk-produk budaya, seperti wayang, kesenian tanjidor, arsitektur bangunan tradisional, batik, dan lainnya menunjukkan bahwa kebudayaan kita telah mempunyai strategi yang baik dalam mengadaptasi budaya luar. Budaya-budaya tersebut dikelola sedemikian rupa sehingga menjadikannya sangat khas Nusantara atau seakan merupakan budaya khas milik daerah tertentu. Dengan demikian, budaya lokal yang ada tetap bisa eksis dan bertransformasi dengan baik sesuai zamannya. Strategi untuk menghadapi arus budaya luar atau arus globalisasi inilah yang sekarang kita lupakan. Lupakan kita dengan nilai dasar ini justru akan memperlemah jati diri bangsa.

## B. Globalisasi: Sebuah Mitos atau Kenyataan

Menurut Baylis dan Smith, globalisasi adalah suatu proses meningkatnya keterhubungan antarmasyarakat sehingga suatu peristiwa di satu tempat akan terkoneksi atau berpengaruh pada wilayah lain (Winanti, 2002:51). Indonesia yang masuk dalam jalur perdagangan antarbenua tentu sudah terglobalisasi dari dulu. Dalam sejarah kebudayaan di Indonesia, bila kita berbicara mengenai adaptasi budaya, tentu banyak contoh yang dapat dijadikan pelajaran. Salah satu contoh yang sering disinggung dalam diskusi-diskusi budaya adalah wayang. Wayang di Indonesia menjadi salah satu contoh sukses bagaimana kebudayaan asing dapat diadaptasikan ke dalam budaya lokal sehingga budaya lokal tidak hilang dan tetap terlihat jati dirinya. Wayang yang masuk di Indonesia pada awalnya ceritanya diambil dari bangsa India. Setelah masuk ke Indonesia, wayang berkembang sedemikian rupa menjadi khas Indonesia, bahkan telah diakui oleh *The*

*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) sebagai warisan budaya Indonesia. Kekhasan ini dapat dilihat dari penambahan tokoh, seperti Punakawan dan tokoh lainnya yang tidak terdapat dalam naskah asli dari India, maupun cerita-cerita kembangannya. Meskipun menjadi budaya Indonesia, wayang di Indonesia hadir karena terkoneksi masyarakat Indonesia dengan para pedagang dari India. Secara sederhana, jejak globalisasi yang terjadi di Indonesia sejak dulu dapat dilihat dari budaya yang ada sekarang ini.

Pandangan Appadurai dalam melihat globalisasi digambarkan dengan lima konsep, yaitu *ethnoscapes*, *technoscapes*, *financescapes*, *mediascapes*, dan *ideoscapes* (dalam Saleha, 2013). Globalisasi merupakan aliran global yang berkaitan dengan perpindahan manusia atau kelompok yang secara nyata memiliki fantasi maupun nyata untuk berpindah dari tempat tinggalnya. Konsep ini oleh Appadurai disebut *ethnoscapes*. Sementara itu, *technoscapes* lebih berkaitan dengan penyebaran dengan kecepatan tinggi melintasi batas dari sebuah teknologi, baik teknologi sederhana maupun teknologi tinggi. *Financescapes* berkaitan dengan gerakan kapital global yang begitu cepat dan luas, seperti pasar valuta, pertukaran saham nasional, dan spekulasi komoditas. Ketiga konsep ini menempati wilayah fisiknya masing-masing, berbeda dengan konsep *ideospaces* dan *mediascapes* yang tercakup dalam wilayah imaji. *Mediascapes* berkaitan dengan distribusi media elektronik yang mampu memproduksi dan menyebarluaskan informasi ke seluruh dunia dan menciptakan imaji tentang dunia. Imaji yang diciptakan melibatkan berbagai infleksi, seperti tema (apakah dokumenter atau hiburan), perangkat keras media (apakah elektronik atau bukan), penikmat media (lokal, nasional, atau internasional), dan minat dari mereka yang memiliki dan menguasai media. Dalam *mediascapes*, garis batas antara realitas dan fiksi sangat

kabur. Sebagai contoh, mereka yang tinggal jauh dari kehidupan metropolitan digambarkan melalui media sebagai objek yang tidak masuk akal, indah atau fantastis, apalagi dinilai oleh perspektif yang berbeda atau *imagined world* yang berbeda. *Ideoscapes* yang berkaitan dengan imaji juga dapat dimaknai melalui penggabungan imaji-imaji yang berkaitan langsung dengan politik, ideologi negara, dan gerakan ideologi, yang secara eksplisit berorientasi untuk menangkap kekuasaan negara atau bagiannya. *Ideoscapes* terbentuk dari elemen cara pandang dunia Pencerahan (*Enlightenment*), yang tercipta dari rantai-rantai ide, istilah, dan imaji, termasuk kebebasan, kesejahteraan, hak, kedaulatan, representasi dan istilah besar demokrasi. Berdasarkan pemikiran tersebut, secara garis besar, globalisasi berkaitan dengan dua proses, yaitu globalisasi dalam dunia ekonomi dan globalisasi dalam bidang budaya serta makna. Globalisasi dalam bidang budaya bisa dikaitkan dengan fenomena komodifikasi budaya, seperti popularitas budaya atau barang bermerek internasional (Saleha, 2013, 27–28). Adapun yang dimaknai kebudayaan dalam pandangan para ilmuwan yang membahas globalisasi adalah makna, representasi, simbol, dan identitas, sekaligus sebagai bentuk ritus dan praktik (Fansuri, 2012, 31). Pada era ini, bentuk ritus maupun praktik-praktik kebudayaan sering bertransformasi pada gaya hidup (*lifestyle*) akibat dari komodifikasi kebudayaan itu sendiri.

Dampak terbesar dari era globalisasi atau era modern adalah pada gaya hidup manusia. Dengan adanya teknologi informasi, manusia menangkap citra-citra yang ada di iklan. Citra-citra yang ditampilkan pada media inilah yang kemudian menggiring pandangan manusia tentang kehidupan sehari-hari mereka. Salah satu penanda gaya hidup yang terdampak besar adalah model pakaian; bagaimana kemudian orang sekarang berpakaian dapat dilihat dari tren iklan seperti apa yang sedang digandrungi. Lalu,

bagaimanakah pakaian tradisional sebagai salah satu budaya materi dapat bertahan di tengah gempuran tren kemodernan yang semakin berkembang? Sejauh mana pakaian dapat dilihat sebagai alat ukur terhadap daya lentur dan daya tahan budaya kita dalam mengadopsi masuknya budaya-budaya luar? Apakah pengetahuan kita tentang pengelolaan perbedaan budaya—seperti yang disebutkan di bagian awal tulisan ini—masih dapat kita lihat dalam kasus pakaian tradisional?

### C. Batik dalam Pusaran Zaman

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, tulisan ini mendiskusikan batik sebagai fokus untuk memahami manajemen keberagaman budaya. Batik dikenal sebagai salah satu jenis pakaian produk budaya Indonesia. Sebenarnya, batik adalah istilah yang merujuk pada suatu kain dengan pola khusus yang dalam pembuatannya menggunakan teknik pewarnaan dengan lilin. Kain batik telah ada sejak dahulu di Indonesia, meskipun awal kemunculannya masih dalam perdebatan dan belum ada yang bisa memastikan secara tepat. Ada yang beranggapan bahwa teknik membatik di Jawa diadaptasi dari kebudayaan India. Alfred Steinman memperkirakan bahwa teknik batik ini dibawa oleh orang Singhalis (Cinghalese) dari tenggara Deccan, terus ke timur India, hingga akhirnya ke Jawa (Samah, 1990, 76). Pendapat Steinman menunjukkan bahwa *ethnoscapes* telah berlangsung di Indonesia sebagai faktor pembentuk budaya bangsa.

Batik yang digandrungi menjadi salah satu pakaian formal masyarakat Indonesia saat ini memiliki sejarah perkembangan yang cukup panjang. Batik yang menjadi begitu populer dan dikenal di setiap daerah di Indonesia tidaklah muncul tiba-tiba. Sejarah awal mula batik memang belum diketahui secara rinci. Namun, batik sebagai *masterpiece* karya bangsa Indonesia telah

diakui secara resmi oleh kalangan internasional pada 2 Oktober 2009, yakni sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non-bendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) (Galih, 2017). Pengakuan UNESCO juga dilihat sebagai pengakuan terhadap posisi Indonesia sebagai bangsa yang memiliki kekayaan dan kemajuan budaya. Pengakuan ini dapat dikatakan sebagai suatu bentuk *ideoscapes*, yang menurut Steger (2005) “...mencakup ideologi negara dan gerakan sosial” yang berhasil membangkitkan gerakan-gerakan di masyarakat untuk mencintai batik sebagai identitas budaya bangsa maupun dalam rangka promosi wisata. Melalui kekayaan budaya batik, masyarakat seakan diberikan suatu gagasan tentang jati diri bangsa. Kekayaan budaya penguat jati diri bangsa ini harus terus didorong dan dikembangkan untuk meningkatkan kebanggaan dan nasionalisme, di samping untuk menangkal klaim pihak lain atas budaya batik. Memang, semenjak diakui oleh UNESCO itulah batik di Indonesia berkembang semakin pesat.

Saat ini, batik bukan lagi hanya kain untuk kalangan tertentu. Modifikasi batik sudah sedemikian rupa sehingga berubah menjadi berbagai bentuk atau wujud komoditas yang bisa dipasarkan. Contoh dari modifikasi tersebut adalah sepatu batik, sandal batik, serta bermacam pernak hiasan (tas, jaket, dompet, *handphone case* dari batik, bahkan hiasan di gerbong kereta juga memakai motif batik). Hal ini menunjukkan bagaimana batik telah menjadi komoditas yang bernilai tambah secara ekonomi. Selain dari semakin beragamnya barang yang dihiasi dengan batik, bukti bahwa batik semakin trendi tampak dari semakin berkembangnya kain batik di berbagai daerah. Hampir seluruh daerah Indonesia sekarang mempunyai batik dengan motif khas daerahnya sendiri. Batik yang dulunya hanya ditemui di Pulau Jawa dan beberapa tempat di Indonesia, sekarang telah merambah

ke berbagai wilayah dengan pesatnya. Jika dulu kita hanya bisa mengklasifikasi secara geokultur wilayah persebarannya sebagai batik pedalaman atau batik keraton, dan batik pesisiran, kini kita bisa menambah klasifikasinya dengan batik daerah.

Kemunculan batik diperkirakan sejak sebelum Masehi di Mesir. Batik juga ditemui pada masa dinasti Tang pada abad ke-8 di Cina, India, Jepang, dan bahkan Afrika. Dalam konteks Indonesia, baru batik Jawa dan Madura saja yang awalnya muncul sebagai satu bentuk seni menghias permukaan kain yang menonjol di wilayah Asia, baik dari segi teknik maupun perbendaharaan motif ragam hiasnya. Catatan tentang kehadiran batik sebagai karya berharga yang diekspor dari Pulau Jawa ditemui di Malabar pada 1516, disusul dengan catatan tahun 1518 tentang kain-kain yang diwarnai indah yang disebut sebagai *tulis*, yang bermakna sama dalam bahasa Indonesia. Istilah tersebut hingga kini masih digunakan untuk kain batik halus buatan tangan. Dengan demikian, batik Jawa, khususnya, sudah merupakan tradisi tua (Moersid, 2013, 123). Laporan atau catatan Cina pada 1350 menyatakan bahwa di Jawa sudah ada batik yang diekspor ke Vietnam, Malaya, Irak, dan bahkan Colombo. Batik kemudian berkembang di kerajaan-kerajaan, terutama Kerajaan Majapahit. Setelah runtuhnya Majapahit, tradisi batik diteruskan oleh Kerajaan Mataram, khususnya Keraton Solo dan Yogya. Batik kemudian berkembang dengan berbagai corak khas sehingga dikenal sebagai batik pedalaman dan batik pesisiran. Kini, kita juga mengenal apa yang disebut batik daerah.

### 1. Batik Pedalaman

Batik yang berkembang di keraton, terutama di Yogyakarta dan Solo, termasuk dalam kategori batik pedalaman. Batik keraton

ini mempunyai motif yang pakem-pakemnya<sup>1</sup> lebih kaku dan statis dibandingkan batik pesisiran. Secara warna, batik keraton pun berbeda dengan batik pesisiran sehingga secara umum batik pedalaman memiliki warna yang lebih gelap. Dulunya batik-batik ini dibuat oleh putri-putri keraton untuk mengisi waktu luang. Seiring berjalannya waktu, batik keraton mulai menyebar ke luar keraton dan digunakan oleh masyarakat biasa. Akan tetapi, pada praktiknya batik pedalaman masih terpusat pada batik keraton.

Motif batik di dalam kehidupan keseharian keraton mempunyai makna dan fungsi yang sangat jelas. Oleh karena itu, pada zaman dahulu seseorang tidak dapat menggunakan motif batik secara sembarangan. Sebagai contoh, motif batik keraton yang digunakan pangeran, yakni motif parang rusak, ukurannya berbeda dengan yang digunakan para abdi dalem. Salah satu aturan yang melarang pemakaian corak batik tertentu yang dinyatakan oleh Paku Buwono III (Kasunanan Surakarta) adalah sebagai berikut:

*Anadene kang arupo jajarit kang kalebu ing larangan ingsun: batik sawat, lan batik parang rusak, batik cumangkiri kang calacap modang, bangun tulak, lenga teleng, daragem, lan tumpal. Anadene batik cumangkirang ingkang acalacap lung-lungan atawa kakembangan, ingkang ingsun kawenangaken anganggo hapapatih ingsun, lan sentanan ingsun kawulan ingsun wedana.* (Adapun jajarit yang termasuk dalam larangan saya adalah batik sawat dan batik parang rusak, batik cumangkiri yang berupa motif modang, bangun tulak, lenga teleng, daragem dan tumpal. Adapun batik cumangkirang yang berupa motif lung-lungan, atau kekembangan (motif bunga) saya izinkan dipakai para patih saya dan keluarga bangsawan dan abdi dalem wedana) (Nursalim dkk., 2016, 59).

<sup>1</sup> Zaman dahulu masyarakat Jawa menggunakan batik untuk berbagai upacara adat yang terkait perkembangan kehidupan manusia. Penggunaan batik dikelompokkan melalui motif atau ragam hias yang sesuai upacara adat tersebut. Hal itu terjadi dari generasi ke generasi sehingga terciptalah pakem-pakem pemakaian batik (Pakem-pakem penggunaan, 2019).



Sumber: Diolah dari berbagai sumber

**Gambar 6.1** Motif Batik Pedalaman dari Yogyakarta dan Solo

Hal tersebut menunjukkan bahwa motif dapat menjadi pembeda kasta. Batik bukan sekadar pakaian yang berfungsi menutup badan. Batik di keraton ini pada akhirnya bersifat eksklusif dan tidak sedinamis batik-batik pesisiran dalam perkembangan motif.

Saat ini, kecenderungan pemakaian batik lebih cair dan bebas. Rakyat biasa bisa memakai batik dengan lebih sembarangan. Motif-motif yang dulunya ada di keraton pun sekarang mulai keluar dan diproduksi di kalangan masyarakat biasa. Di tengah arus industri yang semakin menghilangkan makna tradisional batik, pihak keraton pun pada akhirnya berusaha untuk tetap menjaga nilai-nilai kearifan lokal dari batik dengan sekaligus mengikuti tuntutan pasar. Oleh sebab itu, Atika mulai menyadur, menciptakan, dan mengembangkan berbagai motif batik Pakualaman yang bersumber dari naskah-naskah peninggalan para

pujangga dan empu Pakualaman. Atika adalah seorang putri dari keraton kadipaten Pakualam. Motif-motif yang diciptakan tidak dijual secara massal, hanya diproduksi dan dijual secara eksklusif. Harga dari batik-batik yang ia buat juga terbilang mahal, yakni hingga jutaan rupiah.

## 2. Batik Pesisiran

Batik pesisiran merupakan salah satu jenis batik yang memiliki sejarah panjang. Batik pesisiran memiliki corak khas yang terkenal lebih bebas dan tidak kaku, begitu pun warnanya. Warna batik pesisiran tergolong lebih cerah daripada batik pedalaman. Batik pesisiran sangat dipengaruhi oleh budaya-budaya asing, seperti budaya Cina. Jenis batik pesisiran yang sangat populer dengan motif merupakan hasil dari akulturasi budaya asing adalah batik Lasem, batik Cirebon, batik Pekalongan, dan batik Madura. Motif batik Lasem dan Cirebon sendiri sudah kesohor sebagai bentuk adaptasi kebudayaan Cina. Di Lasem, banyak pembatiknya yang merupakan keturunan Tionghoa.

Batik Lasem menurut sejarahnya dapat digolongkan menjadi beberapa periode. Periode pertama dimulai sejak 1350–1375 dan merupakan periode pengaruh kerajaan Jawa Hindu-Buddha Majapahit. Periode berikutnya adalah tahun 1413 dengan masuknya budaya Champa. Lasem sendiri, berdasarkan data arkeologis dan sejarah, merupakan pelabuhan yang cukup penting sehingga banyak pedagang masuk ke wilayah ini. Salah satu komunitas pedagang yang cukup besar adalah pedagang dari Tiongkok sehingga daerah Lasem juga sering disebut dengan istilah Tiongkok kecil. Pada awalnya, batik Lasem digunakan oleh keluarga bangsawan. Periode pengaruh budaya Cina terjadi antara tahun 1500 dan tahun 1799.

Periode awal industrialisasi batik Lasem dan pengaruh budaya India terjadi pada 1800–1889. Periode keemasan batik Lasem dan pengaruh budaya Belanda pada batik Lasem terjadi pada 1900–1941. Sejak awal abad ke-19, industri batik Lasem sudah sedemikian maju sehingga mampu memasarkan kain batiknya hingga ke seluruh Jawa, Nusantara, bahkan ke mancanegara (Semenanjung Malaka, Asia Timur, khususnya Jepang, Thailand di Pattani, dan ke Suriname) (Kwan dkk., 2010, 2). Periode stagnasi industri batik Lasem terjadi pada 1942–1945. Periode konsolidasi dan pengaruh budaya lokal berlangsung pada 1946–1950, tetapi terus merosot sejak tahun 1970-an karena kalah dengan batik *printing*; baru menguat kembali setelah tahun 2006 dengan adanya bantuan pemerintah. Periode revitalisasi industri I terjadi tahun 1951–1970, dilanjutkan dengan periode kemerosotan industri tahun 1970–2004, dan terakhir, periode revitalisasi industri II tahun 2004 hingga sekarang.

Batik Cirebon terkenal dengan motif mega mendungnya. Motif mega mendung merupakan motif berbentuk awan dengan bentuk seperti ornamen-ornamen hias orang Tionghoa. Motif ini merupakan salah satu bentuk dari percampuran budaya yang sangat terlihat dalam dunia perbatikan. Motif batik lainnya di Cirebon adalah gambar flora-fauna, seperti dedaunan, bintang laut; serta aktivitas perdesaan. Motif ini berkarakter lebih bebas. Batik Cirebon sebenarnya cukup unik. Meskipun terkenal sebagai batik corak pesisiran, di Cirebon juga ada batik keraton. Batik keraton muncul disebabkan adanya tiga keraton di Cirebon, yaitu Keraton Kasepuhan, Kanoman, dan Kacirebonan. Motif batik keratonan yang dikenal di Cirebon adalah taman arum sunyaragi, singa barong, naga seba, ayam alas, dan wadasan. Sama halnya dengan di Yogyakarta, batik motif keratonan di Cirebon tidak bisa sembarangan digunakan. Ada pakem-pakem

atau aturan, baik dari penggunaan maupun penataan bentuk motif (Prasetianingtyas, 2011, 2).

Kekhasan motif batik Pekalongan merupakan hasil dari percampuran tiga budaya, yaitu Jawa, Cina, dan Belanda. Warna merah yang mencolok menjadi salah satu unsur yang diserap dari budaya Cina. Peranakan Belanda yang menetap di Pekalongan memberikan kontribusi akulturasi motif dengan ornamen Eropa pada batik Pekalongan. Para peranakan Belanda ini mulai mengikuti industri batik di Pekalongan pada 1870. Detail motif batik yang dipengaruhi oleh para peranakan Belanda ini tampak dari adanya ornamen flora khas Eropa, yaitu bunga krisan, buah anggur, dan beragam tumbuhan Eropa lainnya. Selain itu, terdapat ornamen *Cupido* (lambang cinta) serta *Tapak Kuda* dan *Klaverblad* (lambang pembawa keberuntungan) sebagai unsur budaya Eropa. Kain-kain ini sering disebut juga kain kompeni. Motif yang terpengaruh dari etnis Jawa sendiri diambil dari kolaborasi motif-motif batik Yogyakarta dan Solo dengan diberi sentuhan khas batik pesisir. Batik Pekalongan bahkan mempunyai delapan warna dalam satu helai kain dengan warna-warna yang kontras. Hal tersebut dilakukan untuk membedakan batik Pekalongan dengan batik di keraton, karena batik di keraton tidak boleh dipakai oleh masyarakat umum (Salma, 2013, 94–96). Jelas bahwa dinamika batik Pekalongan sama dengan batik pesisiran lainnya di mana perkembangannya melalui proses-proses akulturasi budaya. Hal ini karena *landscape* daerah pesisiran sebagai jalur perdagangan memberikan efek tingginya intensitas hubungan dengan orang luar. Tingginya intensitas hubungan dengan orang luar inilah yang mendorong terjadinya akulturasi budaya.

## Motif Batik Pesisiran



Sumber: Diolah dari berbagai sumber

**Gambar 6.2** Motif Batik Pesisiran

### 3. Batik Madura

Ada beberapa versi sejarah awal mula perkembangan batik Madura. Ada versi yang menyebutkan bahwa batik Madura sudah ada sejak zaman Majapahit. Saat itu budaya batik dibawa oleh Adipati Sumenep yakni Arya Wiraraja, seorang yang dianggap dekat dengan Raden Wijaya, pendiri Kerajaan Majapahit. Versi lainnya menyebutkan batik masuk di Madura pada masa pemerintahan Cakraningrat I. Sebuah cerita rakyat Madura mengisahkan bahwa saat itu terjadi peperangan antara Raden Azhar dengan Ke'Lesap. Ketika itu Raden Azhar mengenakan batik bermotif parang rusak. Batik parang rusak yang ia kenakan membuat Raden Azhar terlihat sangat gagah sehingga masyarakat tertarik untuk mempelajari batik.

Motif batik Madura, menurut Prawirabisma dkk. (dalam Setijobudhi dkk., tanpa tahun, 3) mempunyai enam perbedaan

dengan batik di daerah lain. *Pertama*, terdapat teknik *guri* atau proses pematikan secara berulang dengan pewarna alami. Warna khas dari batik Madura adalah merah hati, biru indigo, kuning, hijau pekat, dan hitam. *Kedua*, motif batik Madura memiliki karakter yang tegas, kreatif, dan naturalis dengan gambar kehidupan sehari-hari serta ukuran motif yang cukup besar. *Ketiga*, motif langsung dilukis di atas kain tanpa membuat patron terlebih dahulu. *Keempat*, tidak mengenal batik cap. *Kelima*, terdapat bentuk *isen* atau ornamen berupa titik-titik, garis-garis, gabungan titik dan garis yang mempunyai fungsi sebagai pengisi, baik terhadap latar maupun ragam hias atau motif. *Isen* dalam bahasa Madura disebut juga *guri* karena hampir selalu memerlukan proses pematikan ulang juga. *Guri* sangat berperan dalam batik Madura. Bentuk *guri* umumnya dikembangkan dari titik dan garis. *Keenam*, ragam hias atau motif batik Madura hampir tidak mengenal stilasi<sup>2</sup>. Semua bentuk diwujudkan secara utuh, dan seadanya. Ragam hiasnya juga tidak melambangkan sesuatu yang spesifik, seperti yang terdapat pada batik-batik daerah lainnya.

#### 4. Batik Daerah

Majalah *Kina* (Karya Indonesia) menerbitkan edisi khusus batik pada 2013. Majalah yang diterbitkan oleh Kementerian Perindustrian ini menyajikan berbagai informasi tentang perkembangan batik di 23 daerah. Perlu kita ketahui bahwa sebagian batik daerah muncul dan berkembang sejak pemerintah daerah melakukan pelatihan-pelatihan untuk menciptakan motif batik daerah. Jadi, kemunculan batik daerah belum lama jika dibandingkan batik pesisiran maupun batik keraton yang sudah berabad-abad. Ada 23 jenis batik yang ditulis dalam majalah tersebut yang merepresentasikan 23 daerah. Di Pulau Jawa saja terdapat lima jenis batik

<sup>2</sup> Stilasi adalah mengubah motif sesuai dengan kreasi sehingga tidak seperti motif aslinya.

daerah, misalnya batik Banten, batik Betawi, batik Garutan, batik Jombang, dan batik Tuban. Motif batik Banten terdiri dari 75 jenis ragam hias, sebagian besar ragam hias ini diambil dari artefak, sejarah, maupun kearifan lokal budaya Banten. Salah satu contohnya adalah motif datulaya, yang merupakan motif dari artefak singgasana pangeran. Bentuk dari motif ini adalah belah ketupat berbentuk bunga dan lingkaran dalam figura sulur-sulur daun. Motif dasar berwarna biru, variasi motif pada figura sulur-sulur daun berwarna abu-abu, dan pada dasar kain berwarna kuning. Mulai kapan batik Banten ini belum ditemukan secara jelas pada literasi-literasi yang ada (Kementerian Perindustrian, 2003, 26). Berbeda dengan batik Betawi yang kemunculannya telah diketahui—meskipun masih dalam prediksi—yakni sejak tahun 1930-an sampai tahun 1940-an. Usaha pembatikan dilakukan dalam skala perorangan di industri rumahan maupun di industri pembatikan yang cukup besar. Motif batik Betawi yang banyak dijumpai ketika Jakarta masih dikenal sebagai Batavia adalah Pucuk Rebung dan Buket. Kini motif batik Betawi muncul dengan berbagai ornamen yang menunjukkan lokasi bersejarah di Jakarta, seperti arus Kali Ciliwung, Tugu Monas, Jembatan Gantung, corak rumah adat Betawi, model rumah kebaya, model gudang, model salak, batik delman hias, becak, ondel-ondel, dan hiasan gigi balang (Kementerian Perindustrian, 2003, 28–29).

Motif batik daerah lainnya adalah batik Garutan yang bercirikan warna *biron* (biru), *sogan* (merah bata), serta warna gading. Warna pada batik ini merupakan hasil pengaruh batik Yogyakarta dan Cirebon. Selain pengaruh dari kedua daerah tersebut, Batik Garutan juga banyak mendapatkan pengaruh dari Belanda, Jepang, dan Cina. Awal mula tradisi membatik dalam kehidupan masyarakat Jawa Barat sendiri belum diketahui pasti. Dalam naskah Siksakanda Ng Karesian yang ditulis pada 1518

Masehi terdapat kata *pupunjengan*, *memetahan*, *tarukbata*, dan kembang terate, yang kini ada pada motif batik. Hal ini memberi gambaran bahwa budaya membatik telah dikenal masyarakat Jawa Barat sejak beberapa abad silam jika merujuk dari kitab tersebut (Julianita, 1997, 22). Pada 1945, batik Garut semakin populer dengan sebutan batik tulis Garutan. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Garut tahun 2006, batik Garut pernah mengalami masa jaya antara tahun 1967 hingga 1985. Pada waktu itu, industri batik Garutan dapat memunculkan 126 unit usaha (Kementerian Perindustrian, 2003, 32–33).

Sama halnya dengan batik Garutan, motif batik Jombangan dan batik Tuban baru mulai populer akhir-akhir ini. Meskipun tradisi membatik sudah lama dilakukan, baru akhir-akhir ini ketiga batik tersebut diakui sebagai salah satu varian tersendiri. Motif Candi Arimbi menjadi kekhasan dari batik Jombangan. Selain itu, untuk menambah variasi motif, batik Jombangan juga menggunakan gambar-gambar fauna. Motif khas Jombangan, oleh pemerintah kabupaten telah dipatenkan (Kementerian Perindustrian, 2003, 42).

Motif khas batik Tuban adalah motif guntingan yang kisahnya diambil dari sayap atau daun yang sudah dimodifikasi sehingga tampilannya menjadi terkesan lancip atau tajam. Secara umum, motif atau corak yang paling umum jenis batik pesisiran ini adalah desain dari alam, seperti burung Hong, pohon Kembang Kapas, Ceplok Bunga, dan hasil laut (ikan, udang, dan kepiting). Kendati ada yang menampilkan motif kontemporer, ciri khas Tuban, seperti gambar buket di tengah atau ceplok bunga, bahkan pucuk burung, tetap ada di sisi tepi kain. Kini

sudah ada ratusan motif batik Tuban, seperti Lokcan, Cukun, dan Krompol (Kementerian Perindustrian, 2003, 45).

Jika batik di daerah Jawa umumnya muncul dari tradisi membatik yang sudah ada di masyarakat, batik di beberapa daerah di luar Jawa muncul karena dorongan pemerintah daerah, seperti halnya batik Aceh. Batik ini memiliki motif rencong yang menjadi ciri khas batik Aceh. Tidak seperti batik di Jawa, motif batik Aceh tidak memiliki pakem yang ketat. Kemunculan batik di Aceh bermula pada 2004 ketika batik mulai diperkenalkan dan dikembangkan oleh LSM dan pemerintah daerah setempat sebagai salah satu upaya peningkatan perindustrian lokal pasca-tsunami. Pembatik Jawa sengaja didatangkan untuk berbagi keterampilan dan pengalaman dengan warga lokal (Kementerian Perindustrian, 2003, 10).

Selain batik Aceh, batik Lampung juga berkembang karena faktor dorongan pemerintah daerah. Sejarah batik Lampung sendiri memang belum begitu jelas, tetapi secara resmi motif batik Lampung diadaptasi dari kain Tapis. Pemkab Tulang Bawang Barat mengundang Tim Desainer Batik Khas Indonesia pada 18 Agustus 2015 untuk memilih corak dan motif Tapis yang akan dipatenkan menjadi batik khas Tulang Bawang Barat (Ariani & Roisah, 2016, 81). Batik Lampung atau batik Sembagi bisa digunakan untuk pria maupun wanita. Motif batik Lampung di antaranya *sekebar*, kaca piring, *sedundun*, dan sembagi cina. *Sekebar* ialah motif paling besar dan digunakan untuk raja-raja, *sedundun* bermotif bunga sedundun, kaca piring bermotif bunga kaca piring, dan sembagi cina motifnya diambil dari bunga teratai. Batik sembagi memiliki dua *tumpal* (geometris berbentuk bidang segitiga) di ujung selendang, sedangkan batik Jawa memiliki satu *tumpal* (Kementerian Perindustrian, 2003, 24).

Di Papua, setelah pengakuan UNESCO tahun 2009, Pemerintah Daerah Papua mulai ikut dalam mengembangkan batik khas Papua. Batik Papua menjadi salah satu tren batik yang baru dengan motifnya yang sangat khas dan unik. Motif batik Papua mengambil model dari budaya materi mereka, seperti tifa, honai, dan patung-patung Asmat. Motif batik Papua juga diperkaya dengan hiasan gambar burung Cendrawasih yang menjadi fauna khas Papua (Kementerian Perindustrian, 2003, 64–65).

Batik asal Sulawesi Tengah dikenal dengan nama Batik Bomba, yakni batik yang bermotifkan bunga dengan warna yang cerah. Tidak jauh berbeda dengan di daerah luar Jawa lainnya, asal mula batik ini tidak lepas dari andil pemerintah setempat, walaupun dimulai oleh seorang bernama Adi Pitoyo. Ia adalah seorang pengrajin/pengusaha batik asal Pekalongan, Jawa Tengah yang dapat dikatakan sebagai yang pertama mengembangkan batik-bomba. Menurut penuturannya, pada 2008–2009 ia yang kala itu menjadi pengusaha batik Pekalongan, diminta Dinas Perindagkop Tk I Sulawesi Tengah, untuk merintis kemungkinan mengembangkan batik asli Sulawesi Tengah. Ajakan untuk mengembangkan batik dari Dinas Perindagkop Sulawesi Tengah itu akhirnya diterima Adi Pitoyo. Pada saat itu pula (2009) ia menempati ruangan pada Unit Pelayanan Teknis (UPT) milik Dinas Perindagkop Kota Palu yang dilengkapi peralatan produksi. Sejak kedatangannya di Kota Palu, Sulawesi Tengah (2009), ia pun mulai memberikan pelatihan kepada beberapa warga masyarakat di seputar UPT, termasuk warga Pekalongan yang tinggal di Kota Palu (Kementerian Perindustrian, 2003, 60–61).

Kolaborasi yang dilakukan pemerintah dengan pengusaha batik tidak hanya ditemui di Palu, hal serupa juga terjadi di Kalimantan Barat. Motif batik Kalimantan Barat diambil dari

motif-motif tenun, flora-fauna, dan bangunan khas Kalimantan Barat (Kalbar). Motif-motif yang berasal dari flora-fauna umumnya sudah digunakan di motif tenun, misalnya pucuk rebung bunga pasak (bermakna keindahan dan kesuburan), burung merak ekor bersambung (bermakna keterikatan pria dan wanita yang sudah menikah), buaya—dari etnis Dayak—yang bermakna keperkasaan, babi atau babi hutan—dari etnis Dayak—yang bermakna hubungan kekeluargaan masyarakat yang saling terkait, dan *mayang murang* (agar diberi kemudahan dalam segala hal). Motif batik Kalimantan Barat sangat beragam sebab etnis Dayak memiliki ratusan sub-etnis yang dapat menunjukkan kekhasannya masing-masing. Coraknya bisa berkembang dari campuran budaya etnis Dayak, Melayu atau Tionghoa, seperti yang dikembangkan di Singkawang dengan batik motif Tidayu.

Awal mula kemunculan batik di Kalimantan Barat dapat kita telusuri dari salah satu tokoh bernama Wiro. Ia berasal dari Laweyan Solo dan sudah menetap di Pontianak sejak tahun 1970-an, penjelajahannya di berbagai tempat di Kalimantan Barat memberinya inspirasi untuk mengembangkan batik Kalimantan Barat. Pihak yang tak kalah berperan penting adalah instansi pemerintah, khususnya Unit Pelatihan Industri Kecil Menengah (UPT IKM), Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kalimantan Barat. Instansi ini yang terus mendorong berkembangnya industri perbatikan di provinsi ini (Kementerian Perindustrian, 2003, 52–53).

Motif batik Sulawesi Tenggara diambil dari ragam hias tenun orang Sulawesi Tenggara. Salah satu motif yang paling sering muncul adalah ragam hias *mua*, yakni benang emas yang dibentuk dengan motif garis halus dan kesan bunga kecil. “Di dalam tatanan masyarakat Tolaki, motif dalam batik tenun daerah mengandung mitos yang menjadi lambang corak budaya

masyarakat setempat,” demikian hasil wawancara Majalah *Kina* Kementerian Perindustrian dengan Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tenggara, H. Saemu Alwi. Motif ini biasanya berwarna jingga muda, kelabu, biru laut, kuning susu, hijau lumut, dan merah samar. Munculnya batik di daerah Sulawesi Tenggara karena inisiatif pemerintah daerah yang ingin menciptakan batik bermotif khas Sulawesi Tenggara. Instansi tersebut mendorong para pengrajin batik untuk menciptakan corak dan motif kain khas daerah yang menarik selera konsumen.

“Kalau corak dan motif kain batik tenun khas daerah dibuat lebih menarik, masyarakat akan gemar memakai pakaian khas daerah...Pada setiap ada *event* nasional yang diselenggarakan di daerah ini, kami meminta para pengrajin agar memproduksi kain batik khas daerah lebih banyak, untuk dijual kepada tamu-tamu yang menjadi peserta (Kementerian Perindustrian, 2003, 62–63).

Perkembangan batik daerah yang menginovasi kebudayaan materiil daerah juga menjadi salah satu landasan pengembangan batik Bukittinggi. Mereka mengubah benda-benda, simbol atau ikon daerah ke dalam motif batik. Motif batik Bukittinggi mengambil ikon-ikon khas kota tersebut, seperti bambu sebagai lambang dari lemang serta motif bunga besar dan burung beo. Sejarah batik di Bukittinggi belum begitu jelas. Sejarah batik yang sudah diketahui adalah batik di daerah Minang atau Sumatra Barat. Batik Padang memiliki beberapa motif, yaitu motif daun kelapa sawit, ketok palu padang balimbiang, itik pulang patang dan sangkiang. Motif ini mewakili kekayaan sumber daya alam, motif balimbiang, itik pulang patang dan sangkiang diambil dari motif seni ukir di sana. Nurkholis menjadi salah satu aktor yang bergelut dengan batik di Sumatra Barat. Ia menjadi pengrajin batik di Kabupaten Dhamasraya sejak 2000 (Kementerian Perindustrian, 2003, 12–14).

Batik Riau memiliki 300 motif batik, tetapi yang mempunyai paten hingga saat ini hanya 39 motif. Motif batik Riau contohnya kembang berisi keluk anak, kembang penuh putri berhias, daun paku buluh bertunas, kembang berhias tumpang tindih, bunga matahari mutiara bersusun, bunga mekar kuntum bersanding, bunga kapas putri berhias, bunga matahari bertabur kuntum, dan motif bunga cengkih mekar. Batik Riau baru diluncurkan pada 2005 sebagai bentuk pelestarian budaya. Sebenarnya batik ini telah ada sejak tahun 1985, tetapi kemudian mati suri (Kementerian Perindustrian, 2003, 18).

Motif batik Sasambo di Nusa Tenggara Barat biasanya berupa rumah adat, lumbung padi, hewan, dan ragam kesenian. Motif batik Sasambo antara lain motif Made Sahe (mata sapi), motif Kakando, dan Uma Lengge (rumah tradisional dengan kubah yang bentuknya menyerupai kerucut). Ada juga motif Kerang, motif Nyale, Daun Kangkung Biru, Cabe Besar, Daun Bebele, Daun Bebele Orange, Daun Bebele Pink, Daun Kangkung Ungu, motif laut, motif Peresean, motif Sebie, dan Seribu Mesjid. Selain itu, ada juga produksi batik Sasambo yang merupakan kombinasi antara produksi batik dan tenun. Nusa Tenggara Barat baru belum lama ini memiliki Batik Sasambo. Batik ini diperkenalkan oleh orang dari Jawa, seperti dikutip dalam wawancara Majalah *Kina* dengan B. Like Budayati Japa, pemilik merek Kepeng Mas:

“Tidak dapat dipungkiri lagi, memang istilah batik, sampai teknik membatik yang dikenal di sini, memang berasal dan dilakukan oleh orang Jawa. Bahkan pengadaan semua bahan baku yang kami perlukan mulai dari kain untuk membatik dan juga alat canting, semuanya kami dapat dari Pulau Jawa. Mereka bekerja sama dengan para desainer mengajari kami membatik. Saya sudah memulai usaha pembatikan ini sejak empat tahun silam. Untuk kain seperti yang diajarkan” (Kementerian Perindustrian, 2003, 50).

Batik Sasambo ini menunjukkan strategi pelestarian kain-kain tradisional yang sebelumnya telah eksis (Kementerian Perindustrian, 2003, 50–51). Sama halnya dengan Batik Palangkaraya atau batik Benang Bintik di Kalimantan Tengah, motif yang ditampilkan berupa Batang Baring ataupun pohon kehidupan, seperti yang dikatakan oleh pengrajin batik Palangkaraya, “Kami mengembangkan berbagai jenis motif khas daerah, mulai dari motif Batang Baring (Pohon Kehidupan), Pasukmelu, motif Tameng, Saluang Murik (ikan Saluang), dan Jawet.”

Beberapa motif tersebut juga banyak terdapat di anyaman rotan yang memang selama ini digeluti masyarakat setempat. Karakter batik ini terlihat pada motif-motif etniknya yang khas sekaligus menjadi ciri yang membedakannya dengan jenis batik lainnya. Jika pada awalnya batik ini hanya dikenakan pada upacara adat atau pernikahan, kini batik Benang Bintik sering dipakai dalam berbagai kegiatan penting, seperti festival serta kegiatan seni dan budaya daerah. Menurut Sinta selaku pemilik Griya Benang Bintik, dirinya tinggal meneruskan usaha industri batik kakaknya, yang menjual kain khas corak Kalimantan Tengah, sekaligus usaha penjahitannya (Kementerian Perindustrian, 2003, 54–55).

Selain menjadi media untuk mentransformasikan kebudayaan daerah, batik daerah juga pernah menjadi busana kaum bangsawan di luar Jawa. Kain ini dulunya hanya untuk kalangan tertentu dan kurang dikenal di kalangan luas. Contoh batik-batik daerah tersebut adalah batik Palembang, batik Jambi, dan batik Banjar. Pengaruh Islam pada batik Palembang membuat corak motif batik Palembang tidak ada yang bergambarkan hewan. Ajaran Islam yang mereka pegang adalah melarang simbol manusia dan binatang untuk dijadikan hiasan. Motif batik Palembang yang terkenal adalah motif Lasem dan motif Bunga Teh. Motif Lasem

ramai dihiasi dengan simbol tanaman atau bunga dan dihiasi pula dengan garis-garis simetris, sedangkan motif Bunga Teh kainnya dipenuhi dengan gambar bunga teh. Menurut beberapa orang, batik telah sampai di Palembang sekitar 300 tahun silam. Sebuah literatur sejarah dan fotografi di masa keresidenan Palembang menunjukkan beberapa kali pameran batik Palembang pada masa Hindia Belanda. Budayawan Yudhy Syaro-fie memperkirakan kerajinan batik Palembang muncul pada era Kerajaan Palembang (akhir tahun 1500 M) (J&J Batik, 2016).

Motif batik Jambi tidak seperti kebanyakan batik lainnya. Jika motif batik lain antara satu ornamen dengan ornamen lain saling berkaitan, batik Jambi memiliki motif ornamen yang berdiri sendiri atau disebut *ceplok*. Motif batik Jambi ini tergolong sederhana, apabila ada motif yang rumit berarti merupakan hasil perkembangan era sekarang (Kementerian Perindustrian, 2003, 20). Batik Jambi memiliki lima motif pokok yang diyakini merupakan motif tertua, yaitu Durian Pecah, Merak Ngeram, Kua Berhias, Kapal Sangat, dan Tampuk Manggis. Batik Jambi muncul ketika keluarga Haji Muhibat yang berasal dari Jawa Tengah pindah ke Jambi pada 1875. Sejak saat itulah ia memperkenalkan batik Jambi. Pada zaman dahulu, batik Jambi hanya dipakai sebagai pakaian adat bagi kaum bangsawan/raja Melayu Jambi (Kementerian Perindustrian, 2003, 22).

Ada 16 motif Sasirangan yang sekarang dikenal sebagai motif batik Banjar, yaitu Iris Pudak, Kambang Raja, Bayam Raja, Kulit Kurikit, Ombak Sinapur Karang, Bintang Bahambur, Sari Gading, Kulit Kayu, Naga Balimbur, Jajumputan, Turun Dayang, Kambang Tampuk Manggis, Daun Jaruju, Kangkung Kaombakan, Sisik Tanggiling, dan Kambang Tanjung. Pola-pola ini sudah pula didaftarkan hak patennya sebagai warisan budaya

Banjar dari Kalimantan Selatan. Kain Sasirangan dikenal banyak dipakai oleh para bangsawan atau para saudagar Banjar (Kementerian Perindustrian, 2003, 57).

Ada pula batik yang dikembangkan oleh agen-agen individu, seperti batik Bali, batik Dayak Kalimantan Timur, dan batik Bengkulu. Motif batik Bali kebanyakan berupa corak bunga. Ada seorang Bali, Tjok, yang bergerak di Yayasan Pencinta Kain Be Bali. Yayasan ini berusaha melestarikan kain tenun dari Bali, termasuk koleksi berbagai batik Nusantara (Kementerian Perindustrian, 2003, 48).

Tidak berbeda jauh dengan Tjok, di Kalimantan Timur ada Sani Rachman. Misi pengembangan batik yang dilakukannya adalah pengenalan budaya Kalimantan Timur berupa corak khas ukiran suku Dayak yang dibatik di atas selembar kain. Sani Rachman, atau akrab dipanggil Agustin, salah satu pelopor hadirnya batik tulis di Kalimantan Timur, memulai usahanya sejak 1982. Awalnya Sani Rachman mencoba membangun usaha kecil di Kota Samarinda dengan nama “Batik Tulis Mitaka.” Mitaka merupakan gabungan dari nama kedua putri Agustin, yaitu Mita dan Ika (Kementerian Perindustrian, 2003, 59).

Pada 1968, Hj. Rosmani Adjis, pengusaha wanita, merintis kain batik Besurek di Bengkulu. Ia kemudian dikenal sebagai pelopor pengembangan kain Besurek Bengkulu. Perbedaan batik Bengkulu dengan batik lainnya hanyalah pada motif atau corak dan pemilihan warna batik Bengkulu yang lebih banyak mengambil motif atau warna-warna yang sesuai dengan nilai seni budaya setempat (Kementerian Perindustrian, 2003, 16).

Batik yang berkembang di daerah-daerah ini merupakan bentuk hibridisasi antarkebudayaan. Perkembangan batik juga ditunjukkan dengan adanya transfer pengetahuan dari

pengrajin-pengrajin batik dari Jawa ke daerah-daerah. Alhasil, daerah-daerah yang semula tidak mempunyai budaya membatik pun akhirnya menjadi ada dan tumbuh berkembang. Hibridisasi ini semakin tinggi ketika batik mulai menjadi salah satu identitas kebudayaan Indonesia. Berbagai pihak di daerah mulai mengembangkan berbagai macam model/bentuk dan motif batik yang sesuai dengan kekhasan daerah masing-masing. Dari 23 daerah tersebut, dapat kita melihat bahwa ada daerah yang baru mengenal batik pada dua dekade terakhir dengan adanya pelatihan dari orang-orang Jawa maupun karena berpindahannya orang Jawa ke daerah tersebut.

Pengakuan dari UNESCO terhadap batik menjadi salah satu pendorong kreasi dan inovasi batik. Pengakuan itu menunjukkan adanya gagasan tentang kekayaan budaya yang diakui oleh dunia internasional sebagai sesuatu yang istimewa. Citra itulah yang dimainkan oleh pasar untuk mengubah suatu budaya menjadi komoditas. Dukungan pemerintah, baik nasional maupun daerah, dalam pengembangan batik menunjukkan hal tersebut.

Kita dapat melihat peranan pemerintah daerah yang sangat besar dalam pengembangan batik daerah ini. Pemerintah daerah melakukan berbagai usahanya, seperti mendatangkan orang Jawa untuk melakukan pelatihan membatik, memberi bantuan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bagi para pengusaha batik, maupun memberikan wadah untuk pameran batik-batik daerah. Mereka ingin membangun sebuah identitas kebudayaan lokal yang viral dengan mengusung ciri khas daerah. Dengan demikian, kebudayaan lokal dapat menyebar secara luas dan cepat tanpa kehilangan maupun menghilangkan nilai budaya dari tempat lain, meskipun pada akhirnya mau tidak mau pemerintah harus mengikuti tuntutan pasar, di samping keinginan mengelola

kebudayaan lokal. Dengan kata lain, pemerintah harus mampu melestarikan keunikan daerah, tetapi pada waktu yang sama juga harus dapat bersaing di pasaran. Tantangan-tantangan globalisasi inilah yang harus dicari celah peluangnya agar semakin memperkuat budaya lokal dan bukan sebaliknya. Dalam mengubah tantangan ini menjadi peluang tentunya dibutuhkan manajemen keberagaman yang baik. Dengan motif-motif batik yang diklaim sangat khas daerahnya, pemerintah daerah dapat memperkuat identitas kedaerahannya tanpa harus ketinggalan zaman. Seperti halnya di Jawa, batik juga digunakan sebagai pakaian formal di beberapa daerah.

Hal ini sebenarnya bukanlah hal baru mengingat penguatan kembali identitas melalui batik juga pernah dilakukan di Jakarta. Semangat pencarian identitas pernah dipertegas saat kepemimpinan Gubernur Jakarta Ali Sadikin pada 1972, yang mencahkan kebaya batik sebagai busana untuk acara-acara resmi sebagai pengganti jas. Batik sejak itu memang bukan hanya objek komoditas, melainkan juga menjadi simbol budaya dalam pencarian identitas bangsa (Moersid, 2013,123). Dengan demikian, batik bukan hanya milik orang Jawa, melainkan juga menjadi milik bangsa Indonesia.

#### D. Penyatuan yang Tidak Menghilangkan

Berbagai tanggapan atas tren batik ini sangat menarik. Salah satunya adalah pernyataan dari pembatik di Nusa Tenggara Barat (NTB). Ia mengatakan bahwa adanya batik dan semakin besarnya minat pasar terhadap batik membuat mereka harus bermigrasi ke kerajinan tersebut. Masyarakat yang semula keahliannya adalah menenun, kemudian beralih ke kerajinan batik, padahal dua tipe kerajinan tangan tersebut sangat berbeda jauh: motif pada tenun

tergantung pada penempatan benang berbeda warna, sementara membuat seperti melukis pada kain.

Jika dilihat berdasarkan konsep multikulturalisme, tentu ini merupakan kegagalan pemerintah dalam melindungi keberagaman budaya masyarakat Indonesia. Di manakah letak kegagalannya? Alih-alih melindungi tenun sebagai bentuk kerajinan tradisional sekaligus sebagai salah satu sumber mata pencaharian masyarakat lokal, pemerintah ikut mendorong semakin berkembangnya industri batik yang menggeser kebiasaan lama menenun mereka.

Dukungan pemerintah terhadap batik memang merupakan salah satu bentuk dukungan terhadap budaya lokal. Jika kita lihat motif yang berkembang di setiap daerah menunjukkan adanya unsur budaya lokal di sana. Lokalitas dalam motif batik di setiap daerah inilah yang justru menjadi jawaban dari era globalisasi. Budaya lokal harus mampu beradaptasi dengan masuknya berbagai unsur budaya lain pada masyarakat lokal. Hal yang paling penting adalah bahwa dengan adanya dorongan pasar yang begitu kuat, batik daerah mampu menolong kebudayaan lokal untuk memenuhi tuntutan pasar.

Globalisasi dapat dilihat dalam dua sisi. Pertama, semakin masif dan beraneka ragamnya mobilitas di bumi, seperti manusia, barang (objek), kapital (modal), informasi, gambar (*image*) serta topangan kemajuan teknologi, telah memungkinkan adanya saling ketergantungan yang kompleks di antara aspek-aspek tersebut berikut segala konsekuensi sosialnya. Kedua, seperti yang pernah diungkapkan oleh kritikus globalisasi Arjun Appadurai, globalisasi menyentuh ruang lingkup media atau *mediascapes*. Ini merujuk pada kemampuan media elektronik untuk me(re)produksi dan mendistribusikan informasi dan gambaran dunia yang

diciptakan media lewat surat kabar, majalah, stasiun televisi, dan studio produksi film, yang sekarang tersedia semakin banyak bagi kepentingan pribadi dan publik di seluruh dunia (Appadurai dalam Fanzuri, 2012, 29).

Salah satu peneliti yang mengaitkan antara informasi dan globalisasi adalah Castells. Ia melihat bahwa dengan semakin terkoneksinya masyarakat global melalui jaringan informasi, posisi negara akan menjadi lemah. Ia memberikan satu contoh kasus hancurnya sebuah negara karena adanya jaringan komunikasi, yakni kasus Uni Soviet. Gagapnya Uni Soviet dalam mengelola jaringan komunikasi menyebabkan negara tersebut menjadi terpecah-pecah (Ritzer & Goodman, 2011, 633). Namun, asumsi Castells ini dapat kita sanggah dengan konsep yang diajukan Appadurai mengenai *landscape*. Ia mengajukan gagasan tentang *5 scape* (*Ethnoscapas*, *Technoscapas*, *Financescapas*, *Mediascapas*, dan *Ideoscapas*) sebagai landasan dari proses globalisasi. Dengan konsepnya ini, kita bisa melihat bahwa media informasi yang semakin cepat ini tidak selalu mengancam keberadaan negara. Lima *scape* tersebut justru membantu dalam proses hibridasi budaya yang arahnya pada penemuan kembali kebudayaan nasional.

Terjadinya re-invensi ini menandakan adanya upaya pembentukan identitas baru; proses ini secara sadar direkonstruksi dari akar tradisi mereka. Fungsi dari re-invensi semacam ini adalah melegitimasi status atau otoritas dan juga untuk pembentukan ikatan sosial (Moersid, 2013, 121). Pada tahun-tahun pertama setelah kemerdekaan dan pemulihan kedaulatan bangsa Indonesia, ada upaya Presiden Soekarno untuk memiliki suatu gaya nasional dengan mengangkat kebaya dan kain batik sebagai busana bagi perempuan yang diangankan sebagai suatu semangat Pan-Indonesia, yakni berlaku untuk masyarakat di

seluruh negeri. Pada era Soekarno, posisi batik jelas menyebar sebagai bentuk dari semangat nasionalisme untuk mencari suatu identitas keindonesiaan. *Ideoscapes* di sini diperankan Soekarno untuk membangkitkan nasionalisme Indonesia sebagai negara yang baru merdeka.

Upaya pencarian identitas nasional kemudian diteruskan pada era Soeharto. Pada era tersebut, ada semangat penyeragaman seperti anjuran penggunaan seragam Korpri bagi pegawai negeri sipil dan seragam batik untuk siswa-siswa SD, SLTP, dan SLTA Negeri pada setiap tanggal 17 Agustus dan tanggal 20 Mei, serta anjuran non-formal untuk mengenakan baju batik lengan panjang setiap hari Jumat. Melalui seragam bermotif batik, penguasa menegaskan kekuasaannya hingga dapat disebut sebagai ritual penegasan kekuasaan birokratis dan politis dalam penentuan identitas nasional. Kemeja batik sebagai busana resmi—pengganti jas—kini menjadi *dress code* atau protokol busana yang tercantum pada setiap undangan yang diterima masyarakat (Moersid, 2013, 123–124). Kebijakan pada era ini sayangnya hanya memosisikan batik sebagai alat penyeragaman semata, bukan suatu upaya untuk pencarian identitas bersama, seperti pada era Soekarno.

Globalisasi yang meningkatkan budaya populis, yang sangat erat dengan batik, telah menghadirkan pola-pola baru, misalnya corak Papua dan Toraja. Jadi, dapat dikatakan bahwa telah terjadi nasionalisasi penggunaan batik yang semula hanya busana bagi beberapa lokalitas tertentu di Jawa. Hal ini dimungkinkan dengan semakin mudahnya akses terhadap masyarakat lain, baik melalui teknologi informasi yang semakin berkembang maupun perpindahan orang yang membawa ide baru terhadap komunitas lokal. Otonomi khusus semakin menyemarakkan pencampuran antara ide baru dari luar dan kebutuhan pengembangan daerah

mereka sendiri. Pemerintah melihat peluang dengan semakin viral dan maraknya gerakan untuk melestarikan batik sebagai dongkrak bagi kebudayaan-kebudayaan lokal yang tidak mampu bersaing di dalam ranah ekonomi yang semakin mengglobal. Kasus batik memperlihatkan bagaimana pemerintah daerah berhasil membangkitkan kebudayaan lokal dengan media yang lebih populer di kalangan yang lebih luas.

## E. Hibridisasi Batik

Batik sejak awal keberadaannya memang merupakan salah satu bentuk budaya hibrid. Batik dapat dikatakan sebagai bentuk atau produk hibrid karena proses pembuatannya mengadopsi teknik pewarnaan lilin dari bangsa-bangsa luar. Dari teknik dasar ini kemudian muncul berbagai perkembangan teknik dalam membatik di Indonesia. Perkembangan teknik seperti ini menunjukkan bahwa budaya Indonesia bisa mengakomodasi budaya lain dan menghibridisasikannya ke dalam bentuk baru yang beragam.

Selain dari teknik pembuatannya, kita juga dapat melihat hibriditas batik dari motif-motif dan warnanya. Batik lokal selalu mengklaim bahwa coraknya adalah khas daerah tersebut dan tidak bisa ditiru di daerah lain. Sebagai contoh, batik Lasem memiliki kekhasan warna yang berbeda, walaupun memakai ornamen dominan hiasan yang diambil dari tumbuh-tumbuhan, sama halnya dengan batik-batik pesisiran pada umumnya. Mereka mengklaim warna *abang getih pitik* yang dimilikinya tidak dapat ditiru di tempat lainnya. Contoh lain adalah motif mega mendung yang menjadi motif khas batik Cirebon. Meskipun dikenal sebagai motif khas Cirebon, motif mega mendung sebenarnya mengambil unsur-unsur dari budaya Tionghoa dan budaya batik pesisiran. Corak yang dikembangkan batik setiap daerah pada akhirnya memang memiliki kekhasan yang berbeda. Namun,

teknik dasar dan pengetahuan yang digunakan dalam proses membuat batik sama dan kekhasan dari suatu jenis kain batik tertentu adalah pengulangan gambar-gambar motifnya. Dari bentuk rangkaian pengulangan gambar tersebut, kita mengetahui bahwa kain tersebut tergolong kain batik. Masyarakat awam pun pada akhirnya dapat secara otomatis menilai bahwa kain yang memiliki pola fraktal<sup>3</sup> yang berulang-ulang tersebut merupakan kain batik meskipun mereka tidak mengetahui secara spesifik motif-motifnya.

Arus pasar dan informasi meningkatkan kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk mencukupi kebutuhan dan tren pasar. Batik sebagai kain pun akhirnya berubah wujud tidak hanya sebatas kain atau pakaian, tetapi juga menjadi berbagai bentuk barang dan aksesoris. Tentu yang diambil dari batik ke dalam berbagai bentuk barang itu adalah motifnya. Motif dari batik diambil untuk ragam hiasan berbagai benda keseharian yang semakin meningkatkan pasaran sebuah produk. Berkembangnya motif batik yang diambil untuk berbagai macam bentuk barang membuat semakin familiernya kita secara visual terhadap batik. Hal ini bukan saja menjadi alat promosi di dalam negeri, melainkan juga di luar negeri dengan pemanfaatannya sebagai hiasan atau dekorasi pada acara-acara internasional. Salah satu contohnya adalah medali Asian Games 2018 yang didesain dengan ornamen-ornamen yang ada dan dikenal di Nusantara (Ramadhani, 2018).

Batik sebagai bentuk kebudayaan non-bendawi merupakan salah satu bentuk persilangan budaya di Nusantara yang terus berlanjut hingga sekarang. Persilangan budaya melalui batik terlihat dari munculnya batik-batik daerah di Indonesia yang tersebar

---

<sup>3</sup> Pola fraktal adalah struktur susunan geometris yang abstrak.

dari Sabang hingga Merauke. Pembauran batik terhadap budaya lokal masyarakat tentu tidak bisa terlepas dari peranan *broker* dalam proses hibridisasi batik, khususnya pemerintah. Usaha pemerintah memasukkan batik sebagai kebudayaan non-bendawi yang diakui UNESCO memunculkan kebanggaan baru, yang kemudian dilihat oleh pemerintah daerah sebagai peluang bisnis perindustrian. Setelah adanya pengakuan UNESCO, banyak pemerintah daerah yang kemudian mencanangkan batik sebagai program pengembangan industri daerah. Berita-berita yang disebarluaskan bahwa batik merupakan budaya Indonesia akhirnya membentuk narasi bahwa batik bukan saja milik orang Jawa, melainkan milik bangsa Indonesia. Media sosial adalah salah satu jenis media yang secara intensif mengekspos kain batik sebagai kekayaan bangsa. Media virtual inilah yang meleburkan batas informasi tentang batik sehingga banyak orang dapat mengakses dan memiliki batik. Motif batik yang digunakan dalam berbagai acara, baik dalam bentuk hiasan maupun barang, secara *visual* semakin familier di kalangan masyarakat Indonesia. Dengan kata lain, virtualitas menjadi komponen dasar dari lingkungan simbolik di sekitar kita sehingga membentuk pengalaman kita sebagai makhluk yang terus berkomunikasi (Castells dalam Fanzuri, 2012, 32). Hal ini merupakan kampanye yang efektif di tengah seringnya klaim-klaim budaya oleh kelompok lain.

Indonesia telah mengalami beberapa permasalahan dengan negara lain menyangkut pengklaiman budaya, khususnya dengan Malaysia yang merupakan tetangga dekat Indonesia. Malaysia sudah beberapa kali mengklaim sejumlah kekayaan budaya Indonesia sebagai budaya bangsanya (Lusianti & Rani, 2012, 2–3). Status batik sebagai warisan kekayaan budaya tentu merangsang masyarakat Indonesia untuk bangga akan status tersebut. Kebanggaan ini dapat menjadi semangat nasionalisme

ketika diperhadapkan dengan bangsa lain. Perdebatan tentang wacana klaim budaya asli memang sering menjadi isu nasionalisme di negara kita. Dalam bereaksi, masyarakat seakan menjadi satu kelompok yang sangat solid. Rasa menjadi satu kesatuan inilah yang harus dicoba untuk terus dibangun sebagai imaji bersama pengikat masyarakat Indonesia, atau yang disebut Anderson (2006) sebagai *imagined community*.

Masalah budaya menjadi sangat sensitif karena mencakup jati diri dan ciri khas suatu negara di mata negara lainnya, terutama dalam hubungan internasional. Orasi-orasi politik pendiri bangsa selalu menjadi rujukan bahwa bangsa kita harus mempunyai jati diri bangsa yang kuat dengan mengedepankan budaya. Masyarakat kita juga sangat gandrung dengan pengakuan-pengakuan budaya daerah di kancah internasional. Baru-baru ini pada sidang keamanan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), banyak delegasi dari negara luar mengenakan pakaian batik untuk menghargai Indonesia sebagai ketua dari sidang rapat dewan keamanan PBB. Tentu pemberitaan semacam ini menimbulkan komentar yang ramai di media sosial, yang mengarah pada narasi positif tentang kebanggaan nasional. Kebanggaan ini pula yang meningkatkan rasa memiliki terhadap Indonesia sebagai bangsa. Kebanggaan-kebanggaan semacam itu perlu dipelihara oleh pemerintah dalam rangka menguatkan nasionalisme.

Status batik sebagai warisan kekayaan budaya telah meluas di masyarakat bukanlah tanpa masalah. Status tersebut dapat saja dicabut kembali bila Indonesia tidak mampu merepresentasikannya ke dunia sebagai identitas yang memang layak untuk diakui dan berhak untuk dihidupkan kembali, *recognized and revitalized*, seperti tujuan proklamasi UNESCO untuk mengutamakan warisan budaya sebagai ekspresi budaya yang hidup, *a living*

*cultural expression*, dan bukan seperti benda mati yang dipajang di museum (Moersid, 2013, 122). Jika kita “terjebak” pada status yang diberikan oleh UNESCO dengan hanya mengejar pencitraan ataupun melihat kebudayaan sebagai benda mati dan benda antik semata, bukan tidak mungkin jika pada akhirnya kita hanya akan mengarah pada pembekuan budaya yang malah mematikan kekayaan budaya yang kita miliki.

## F. Kesimpulan

Batik di tengah masyarakat Indonesia sejauh ini bisa dikatakan sebagai salah satu bentuk sukses pengaplikasian konsep multikulturalisme. Globalisasi yang membawa penyeragaman dan merupakan ancaman bagi negara bangsa pun akhirnya dapat dihindarkan jika kita melihatnya dari kasus batik. Bangsa Indonesia telah dapat mengelola globalisasi itu menjadi glocalisasi. Dalam pembahasan, kita bisa melihat bagaimana globalisasi kemudian justru berpartisipasi dalam pelestarian budaya lokal dan nasionalisme. Kemajuan informasi memberikan stimulus-stimulus untuk bersatu dengan imajinasi bangsa yang kaya akan budaya. Hal tersebut berhasil karena media *broker* mampu menjembatani setiap budaya lokal yang terintegrasi dalam budaya nasional. Pembentukan identitas (budaya) nasional berhasil dilakukan tanpa harus mematikan budaya lokal. Justru dengan adanya batik, budaya-budaya lokal dapat dilestarikan dalam bentuk yang berbeda. Transformasi kebudayaan lokal yang hibrid dengan budaya lokal lain, ataupun dengan budaya luar itulah kekuatan dan modal bangsa kita yang sejak dulu telah ada. Pada akhirnya, keberagaman dan kekayaan budaya kita yang tetap terjaga akan membangkitkan jati diri bangsa dan kebanggaan kita. Jati diri bangsa dan rasa bangga inilah yang menjadi salah satu modal dalam merawat nasionalisme Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Anderson, B. (2006). *Imagined communities* (Revised edition). Diakses pada 27 Maret 2020 dari [https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/SOC757/um/61816961/Benedict\\_Anderson\\_Imagined\\_Communities.pdf](https://is.muni.cz/el/1423/jaro2016/SOC757/um/61816961/Benedict_Anderson_Imagined_Communities.pdf).
- Ariani, Nenny Dwi dan Roisah Kholis. (2016). Upaya pemerintah dalam melindungi kain tapis dan siger Lampung sebagai ekspresi budaya tradisional. *Jurnal Law Reform*, 12(1).
- Fansuri, Hamzah. (2012). Globalisasi, Postmodernisme dan Tantangan Kekinian Sosiologi Indonesia. *Jurnal Sosiologi Islam*, 2(1). April 2012.
- Galih, B. (2017, Oktober 2). 2 Oktober 2009, UNESCO akui batik sebagai warisan dunia dari Indonesia. *Kompas.com*. Diakses pada 27 Maret 2020 dari <https://nasional.kompas.com/read/2017/10/02/08144021/2-oktober-2009-unesco-akui-batik-sebagai-warisan-dunia-dari-indonesia>.
- Pakem-pakem penggunaan motif batik untuk upacara adat. (2019, Oktober 2). Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://www.indozone.id/beauty/8JsYjp/pakem-pakem-penggunaan-motif-batik-untuk-upacara-adat>.
- J & J Batik. (2016, November 16). Mengenal batik Palembang dan penjelasannya. Diakses pada 27 Maret 2020 dari <http://www.jnjbatik.com/blog/mengenal-batik-palembang-dan-penjasannya/>.
- Julianita, Nita. (1997). *Batik nan cantik*. Bandung: Bagian Proyek Pembinaan Permuseuman Jawa Barat.
- Kementerian Perindustrian. (2003). *Karya Indonesia edisi khusus 2013 Batik Nusantara*. Edisi Khusus.
- Kwan, H.L.W., Rosina, D., & Hadi, A. (2010). *Eksplorasi sejarah batik Lasem*. Jakarta: IPI Institute Pluralisme Indonesia.
- Lusianti, L.P., & Rani, F. (2012). Model diplomasi Indonesia terhadap UNESCO dalam mematenkan batik sebagai warisan budaya Indonesia tahun 2009. *Jurnal Transnasional*, 3(2), 1–19.

- Moersid, A.F. (2013). Re-invensi batik dan identitas Indonesia dalam arena pasar global. *Jurnal Ilmiah Widya*, 1(2), 121–128.
- Nursalim, A., Sulastianto, H., & Pawitan, Z. (2016). Dekonstruksi motif batik Keraton Cirebon: Pengaruh ragam hias keraton pada motif batik Cirebon. *Jurnal Ritme*, 2(1), 27–40.
- Prasetianingtyas. (2011). *Perkembangan motif dan warna batik mega mendung di kawasan Sentra Batik Trusmi Cirebon Jawa Barat* (Skripsi Sarjana Pendidikan Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta).
- Rakhmawati, Y. (2016). Batik Madura: Heritage cyberbranding. *Jurnal Komunikasi*, X(1), 57–66.
- Ramadhani, Y. (2018, Juli 1). Medali Asian Games 2018 bercorak batik cerminkan keragaman budaya. *Tirto.id*. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://tirto.id/medali-asian-games-2018-bercorak-batik-cerminkan-keragaman-budaya-cNkW>.
- Ritzer, G. & Goodman, D.J. (2011). *Teori sosiologi: sari teori sosiologi klasik sampai pengembangan mutakhir teori sosial postmodern*. Bandung: Kreasi Wacana Offset.
- Saleha, A. (2013). Arus sosial dan budaya Jepang pada zaman globalisasi. *Jurnal Kajian Wilayah*, 4(1), 25–43.
- Salma, R.I. (2013). Corak etnik dan dinamika batik Pekalongan: Ethnic pattern and dynamics Pekalongan Batik. *Jurnal Dinamika Kerajinan dan Batik*, 30(2), 85–97.
- Samah, A.J.A. (1990). Batik: Sejarah dan keistimewaan tekniknya. *Jurnal Akademia*, 37, 73–90.
- Setijobudhi, C.C., Kuntjara, A.P., & Sutanto, R.P. (tanpa tahun). Perancangan buku esai fotografi tentang batik gentongan Madura. Diakses pada 27 Maret 2020 dari <https://media.neliti.com/media/publications/84367-ID-perancangan-buku-esai-fotografi-tentang.pdf>.
- Steger, Manfred B. (2005). *Globalisme: Bangkitnya Ideologi Pasar*. Yogyakarta: Lafadi Pustaka.

- Winanti, Poppy S. (2002, April). Globalisasi dan Negara-Bangsa: kompetisi perspektif globalisasi dan skeptis dalam studi hubungan internasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, VI(1).
- Winosa, Y., & Lumanauw, N. (2017, Februari 1). Political will pemerintah masih rendah. *Investor Daily*. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://investor.id/archive/political-will-pemerintah-masih-rendah>.



## BAB VII DI BALIK SEMANGAT BERBANGSA DALAM TREN BUSANA

*Puji Hastuti*

### A. Pendahuluan

Kehadiran generasi Y atau biasa dikenal dengan generasi milenial lekat dengan media sosial. Hadir sebagai generasi antara—setelah generasi X dan sebelum generasi Z—generasi milenial menjadi komunitas yang terpapar kemutakhiran teknologi telekomunikasi. Keakrabannya dengan gawai, membuat generasi milenial menjadi lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan informasi daripada generasi sebelumnya. Hal ini juga membuat generasi milenial berhadapan dengan persoalan zaman yang lebih rumit dari generasi sebelumnya, yakni kompleksitas masalah akibat laju perkembangan teknologi dan informasi. Persoalan yang paling dikhawatirkan dari pesatnya perkembangan teknologi dan informasi ialah kaburnya sekat-sekat kultural yang kemungkinan berpotensi mendistorsi atau malah membawa bentuk baru bagi perwujudan nasionalisme pada generasi ini. Dengan demikian, persoalan nasionalisme generasi milenial dalam ruang media sosial menjadi menarik untuk ditelusuri.

Salah satu bagian dalam dunia media sosial generasi milenial ialah mode busana atau *fashion*. Mode busana menjadi

unsur penting dari identitas generasi milenial. Penggunaannya tidak hanya untuk kebutuhan primer sebagai penutup anggota tubuh, tetapi juga merupakan artikulasi beragam ekspresi. Lurie (2000) dalam buku *The Language of Clothes* menyingkap bahwa busana menyampaikan beragam ekspresi yang mengartikulasikan beragam rangkaian nilai dan makna. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa dengan memakai busana bercorak Nusantara, seseorang berusaha melakukan ekspresi berbusana yang mengartikulasikan nilai nasionalisme. Pada akhirnya, ekspresi ini diartikan sebagai aksi nyata untuk mencintai negara.

Berbusana dalam balutan kain tradisional, atau yang kini dikenal dengan wastra, terus digalakkan oleh banyak pihak, baik oleh pemerintah, masyarakat, maupun para desainer. Hal ini dilakukan dengan tujuan menguatkan wastra untuk dapat menjadi simbol identitas budaya bangsa. Sejalan dengan hal tersebut, Ketua Komunitas Berkain Indonesia, Sita Hany Mastuti, mengatakan, “Berkain harus menjadi identitas bangsa. Berkain akan menguatkan jati diri kita sebagai bangsa Indonesia supaya kita tidak kalah dengan Malaysia dan India” (Mencintai Indonesia, 2015). Untuk itu, pengembangan ragam wastra menjadi penting, khususnya bagi generasi milenial sebagai tonggak pembangunan bangsa.

Dewasa ini, kita dapat menemukan beragam desain dan corak kain Nusantara yang dapat menjadi pilihan berbusana, bahkan menjadi tren mode busana generasi milenial Indonesia. Salah satu merek wastra yang saat ini menjadi tren mode busana generasi milenial ialah *Sejauh Mata Memandang* yang diciptakan oleh desainer Indonesia yang bernama Chitra Subiyakto. *Sejauh Mata Memandang* menawarkan pengalaman baru dalam berbusana wastra Nusantara. Corak yang beragam, perpaduan warna yang cerah, serta potongan bentuk yang tidak biasa membuat

*Sejauh Mata Memandang* dikenal sebagai busana wastra dengan nuansa masa kini.

*Sejauh Mata Memandang* secara berkala membuat pameran seni dengan tema sesuai koleksi produk yang akan diluncurkan. Untuk mengunjungi pameran, pengunjung tidak dikenakan biaya masuk dan tidak juga diharuskan membeli produk. Walaupun memang, pameran seni ini sekaligus menjadi *pop-up store* bagi merek *Sejauh Mata Memandang* untuk menjual koleksi produk yang baru saja diluncurkan ataupun produk-produk koleksi terdahulu. Selain menjadi *pop-up store*, pameran seni juga menjadi ruang simbolik bagi para konsumen *Sejauh Mata Memandang* untuk mengartikulasikan berbagai ekspresi nilai kultural dari merek tersebut.

Dalam perkembangannya, *Sejauh Mata Memandang* menjadi dikenal dan digemari. Merek ini tampaknya sukses melekat dalam benak anak muda melalui citra yang dibentuk melalui media sosial. Sebagai busana yang tengah menjadi tren, generasi milenial menjadikannya sebagai simbol eksistensi dalam ruang-ruang pergaulan. Citra merek yang dibangun melalui kanal media sosial membuat *Sejauh Mata Memandang* menjadi busana wastra yang prestisius. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari digunakannya *Sejauh Mata Memandang* sebagai busana pemain film dalam sebuah film fenomenal *Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2* pada 2016. Masuknya wastra modern ini ke dalam industri film telah menaikkan citra merek batik tersebut menjadi bernilai mahal secara sosial, kemudian diikuti oleh nilai komoditas yang tinggi secara ekonomi.

Media sosial Instagram menjadi kanal utama penguatan citra dari merek *Sejauh Mata Memandang*, selain melalui kehadirannya dalam industri film. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana *Sejauh*

*Mata Memandang* menjadi tren pada *feed* Instagram dan konten *Instastory*. Apabila kita menelusuri tagar #sejauhmatamemandang di *Instagram*, per 22 Juli 2019 muncul sebanyak 16.200 unggahan foto dari warganet. Sejauh penelusuran penulis, warganet telah mengunggah foto bertagar #sejauhmatamemandang dengan konten berisi foto diri berbalut produk *Sejauh Mata Memandang*, foto diri dalam pameran instalasi *Sejauh Mata Memandang*, foto produk *Sejauh Mata Memandang*, foto instalasi pameran *Sejauh Mata Memandang*, poster publikasi pameran instalasi, dan foto parodi film *Ada Apa Dengan Cinta (AADC)* pada saat adegan sang aktris berbalut produk *Sejauh Mata Memandang* muncul. Beragam konten yang dikreasikan oleh warganet tersebut semakin menguatkan citra merek *Sejauh Mata Memandang* sebagai simbol wastra trendi. Dengan berbalut produk *Sejauh Mata Memandang*, seseorang bukan hanya mengekspresikan rasa kecintaannya pada kain bercorak Nusantara, melainkan juga menunjukkan eksistensi diri yang kekinian pada ruang-ruang pergaulan di media sosial.

Tulisan ini bertujuan menguraikan bagaimana kanal media sosial Instagram dapat menguatkan pasar industri wastra modern sekaligus mengubah makna berbusana wastra bagi para generasi milenial menjadi bentuk aktualisasi nasionalisme agar dapat eksis dalam ruang-ruang pergaulan. Bagian pertama pada isi tulisan ini akan menguraikan peran media sosial Instagram dalam menyebarkan tren berbusana wastra modern *Sejauh Mata Memandang* yang diperkuat oleh survei terhadap 24 responden generasi milenial. Survei ini dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan dalam jaringan (daring) *Google Form* dalam tautan <http://bit.ly/RisetPersepsiSMM>.

Bagian kedua ialah pengenalan nilai budaya dari *Sejauh Mata Memandang* sebagai sebuah merek industri produsen wastra.

Setelah mengenali nilai produk wastra dari sisi produsen, bagian selanjutnya (bagian ketiga) akan menguraikan pemaknaan ulang berbusana wastra dari sisi konsumen yang kebanyakan ialah generasi milenial. Selanjutnya, pada bagian keempat tulisan ini akan menguraikan dilema pada masa kini yang dihadapi oleh wastra sebagai media untuk mengekspresikan nasionalisme dan tantangannya pada masa mendatang

## B. Media Sosial dan Tren Mode Busana

Media sosial memegang peranan penting bagi penyebarluasan citra merek *Sejauh Mata Memandang*. Hingga pertengahan tahun 2019, (berdasarkan data 22 Juli 2019), jumlah *feeds* akun @sejauh\_mata\_memandang mencapai 1193 dengan jumlah pengikut (*followers*) sebanyak 99.800 akun. Dalam *feeds* Instagram, merek *Sejauh Mata Memandang* menampilkan ragam produk, motif dan desain; cerita filosofi wastra; dan poster publikasi jadwal pelaksanaan pameran instalasi yang sekaligus merupakan *pop up store* dari *Sejauh Mata Memandang*. Citra yang terus-menerus dibangun dalam *feeds Instagram* dan *Instastory* membuat produk *Sejauh Mata Memandang* semakin dikenal sebagai merek busana bercorak wastra Nusantara yang mewakili tren mode busana anak muda.

Akun Instagram @sejauh\_mata\_memandang tidak hanya sebetuk etalase dua dimensi yang menampilkan gambar-gambar produk yang ditata secara estetis, tetapi juga cawan (*reservoir*) sistem nilai kultur dari merek ini. Sistem nilai penciptaan merek atau *brand creation* yang tervisualisasi pada *feeds* akun Instagram *Sejauh Mata Memandang* disebarluaskan dengan cepat sekejap mata. Transmisi *brand creation* secara kilat dan masif melalui kanon media sosial Instagram membawa para konsumen *Sejauh Mata Memandang* untuk sepakat pada nilai yang dibangun, yakni

peduli budaya tradisional dan peduli pada lingkungan alam. Dua nilai kepedulian ini kemudian disebarluaskan, diterima, dan diyakini sebagai nilai yang juga dianggap penting oleh konsumen. Kesamaan pandangan nilai inilah yang membuat konsumen menjadi terinklusi dan menjadi bagian dari sistem tatanan kultur yang dibangun oleh merek *Sejauh Mata Memandang*.

### C. Brand Creation Sejauh Mata Memandang

Merek *Sejauh Mata Memandang* merupakan produk busana bercorak wastra Nusantara yang diciptakan oleh desainer Indonesia Chitra Subiyakto bersama rekannya Arya Dipa. Produk mereka dikenalkan pada khalayak pada 2014 dalam koleksi *noodle bowl* (mangkuk mie ayam). Mangkuk mie ayam merupakan benda ikonik yang lekat dengan keseharian masyarakat Indonesia. Hal ini kemudian menginspirasi Chitra Subiyakto untuk membuat kreasi corak batik ayam jago pada mangkuk mie ayam. Saat itu, koleksi mangkuk mie ayam (*noodle bowl*) hadir dalam berbagai varian, dari lembar kain dan tekstil, *scarf*, hingga sarung bantal.

Selanjutnya, proses kreatif penciptaan tema-tema koleksi *Sejauh Mata Memandang* dilatarbelakangi oleh penjelajahan Chitra Subiyakto terhadap budaya dan alam Indonesia. Sejak tahun 2014 hingga 2018, *Sejauh Mata Memandang* telah mengeluarkan lima tema koleksi antara lain, yaitu

#### (1) Mangkuk Ayam Jago (The Noodle Bowl), tahun 2014

Untuk koleksi pertamanya yang dapat dilihat pada *website* *sejauh.com*, Chitra mengenalkan tema “mangkuk mie ayam—*the noodle bowl*” sebagai wadah khas kuliner Indonesia. Tema koleksi *the noodle bowl* terinspirasi dari gambar ayam jago pada mangkuk yang biasanya menjadi wadah bagi jajanan khas Indonesia. Mangkuk

ayam jago sangat lekat dengan kebiasaan kuliner masyarakat Indonesia makan bakso dengan mangkuk putih bercorak ayam jago. Mangkuk ayam jago diinterpretasikan oleh Chitra sebagai lambang persatuan adat dan budaya Indonesia dalam kultur kuliner. Filosofi Ayam Jago ini dianggap kuat oleh Chitra untuk mengekspresikan pesan budaya kuliner dari masyarakat Indonesia.



Sumber: Penggabungan dua gambar oleh penulis. Gambar pertama diambil dari Noodle Bowl (2016) di <http://sejauh.com/collection/noodle-bowl/> dan gambar kedua dari Scarf Ayam Crème (2016) di <https://shop.sejauh.com/products/scarf-ayam-creme>.

**Gambar 7.1** Mangkuk Ayam Jago yang biasa digunakan sebagai wadah kuliner bakso, mi ayam, bubur ayam, dan jajanan khas Indonesia lainnya dikreasikan dalam produk syal.

Chitra mengkreasikan corak ayam jago dalam paduan komposisi warna cerah yang masih serasi untuk dipadukan dengan busana lainnya. Untuk mendapatkan semburat warna-warna cerah alami, Chitra mencari bahan pewarna lokal yang ramah lingkungan, “Kain-kain tersebut dihadirkan dengan bahan pewarna yang tidak membahayakan lingkungan serta dibuat oleh para pengrajin dari berbagai daerah, mulai dari Jawa, Bali, hingga Sumba” (Safiera, 2015).

Melalui tema ini, pemakai busana *Sejauh Mata Memandang* mengekspresikan kepedulian terhadap budaya persatuan bangsa, sekaligus kepedulian terhadap lingkungan untuk tidak menggunakan bahan pewarna buatan pada tekstil.

Filosofi yang kuat, keunikan kreasi corak, serta komposisi warna yang menarik membuat produk *scarf* dari koleksi tema ini terpilih sebagai salah satu aksesoris kostum pemain film *Ada Apa Dengan Cinta (AADC) 2*. Produk *scarf* *Sejauh Mata Memandang* dengan tema ini menjadi sangat populer di kalangan generasi milenial sebagai *scarf* Cinta.

Produk *scarf* Cinta kemudian menjadi viral di kanal media sosial *Instagram*. Untuk mengetahui ragam alasan konsumen membeli produk *Sejauh Mata Memandang*, penulis melakukan survei dalam jaringan (*daring/online*) dengan format *Google Form* dalam tautan <http://bit.ly/RisetPersepsiSMM> dalam kurun waktu satu bulan (31 Januari–28 Februari 2019). Responden yang mengikuti survei ini berjumlah 24 responden dengan kriteria konsumen produk *Sejauh Mata Memandang* dan memiliki akun *Instagram*. Salah satu responden yang mengikuti survei ini, Suci Septania Puspa, menjawab alasan membeli produk *scarf* tema *Noodle Bowl* adalah untuk mengisi *feed* *Instagram*nya dengan foto parodi adegan Cinta memakai *scarf* di film *AADC 2*. Alasan untuk mengisi konten *feed* *Instagram* menjadi variasi latar belakang konsumen dalam membeli produk *Sejauh Mata Memandang*.



Sumber: akun Instagram Sucisestania (2019)

**Gambar 7.2** Parodi adegan film AADC 2 dengan memakai syal *Sejauh Mata Memandang* motif The Noodle Bowl.

## (2) Rumput Laut (The Algae), tahun 2015

Setahun kemudian, Chitra mengusung tema “Algae” yang terinspirasi dari pemandangan ladang pertanian rumput laut yang ia lihat dari udara saat terbang ke Bali. Masyarakat Bali dikenal memiliki budaya bertani rumput laut. Melalui budi daya rumput laut, kaum lelaki dan perempuan di Bali ikut mengambil peran dalam tatanan ekonomi masyarakat. Sayangnya, kegiatan budi daya rumput laut tersebut kini mendapati dua ancaman, yaitu perubahan alam dan perubahan tren budaya yang terjadi. Ancaman perubahan alam berasal dari pemanasan global yang membuat air laut menjadi terlalu dingin dan terlalu hangat sehingga rumput laut cepat membusuk. Ancaman perubahan tren budaya pada masyarakat muncul karena anak muda di Bali kini lebih memilih untuk menekuni pekerjaan di sektor pariwisata. Konsekuensinya, muncul kekhawatiran tidak ada lagi regenerasi yang mewarisi budaya bertani rumput laut. Budaya masyarakat Bali yang mengalami pergolakan akibat perubahan kultur dan situasi perubahan lingkungan akibat pemanasan global kemudian disuarakan Chitra melalui koleksi *Sejauh Mata Memandang* dengan tema “Algae”.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



Sumber: Linggar (2016)

**Gambar 7.3** Chitra Subyakto dalam Pameran Tekstil *Sejauh Mata Memandang* dengan Tema Algae

Tema “Algae” memiliki kekhasan motif berbentuk kotak-kotak yang dikreasikan sedemikian rupa sehingga menjadi mudah untuk dipadu-padankan dengan busana lain.

Seperti juga pada koleksi pertama—*the noodle bowl*—corak rumput laut diaplikasikan di atas kain jenis katun dan katun sutra. Peluncuran rangkaian produk dalam tema ini dipamerkan bersamaan dengan pembukaan A.P.A, yakni sebuah “*alternative public artspace*” yang digagas oleh Art Dept dan Future 10, pada 27 November–13 Desember 2015 di Plaza Indonesia, Jakarta.

### **(3) Bunga Candi Borobudur (The Flora Borobudur), tahun 2016**

Pada 2016, Chitra menghadirkan koleksi yang terinspirasi oleh situs budaya yang telah ditetapkan oleh The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) sebagai Warisan

Budaya Dunia, yakni Candi Borobudur. Rancangan desainnya terinspirasi dari salah satu bagian dalam cerita Buddha Mahayana yang tergambar pada relief candi Borobudur, yaitu ukiran pohon, bunga, dan buah. Corak bunga Candi Borobudur mengekspresikan kultur semangat dalam situs kebanggaan bangsa Indonesia yang telah diakui dunia. Sejalan dengan hal tersebut, Fifa Italia, salah satu responden konsumen produk *Sejauh Mata Memandang* bertema “The Flora Borobudur”, mengungkapkan alasannya memilih produk ini sebagai kebanggaan terhadap filosofi produk tersebut. Ia memilih produk luaran atau rompi (*outer*) untuk sesi pemotretan sebelum pernikahannya (*pre-wedding*).

Pada tema ini, corak warna alam, seperti kuning kunyit, merah, dan hijau daun menjadi dominan. Sama seperti koleksi sebelumnya, tema ini juga menggunakan rangkaian pewarna alami sehingga konsumen yang memakai produk ini mengekspresikan perilaku cinta lingkungan sebagaimana nilai kultur dari merek *Sejauh Mata Memandang*.

#### **(4) Ikat Humba (Humba Ikat), tahun 2016**

Jelang akhir 2016, Chitra membuat ragam koleksi bertema Humba Ikat. “Humba” merupakan padanan kata Sumba, dari bahasa lokal Sumba, Nusa Tenggara Timur (NTT). Koleksi ini terinspirasi dari bentang alam hutan dan pegunungan yang ada di Sumba, NTT, sebagaimana yang dikatakan Chitra dalam petikan sebuah artikel *online*, “Inspirasinya dari hutan dan pegunungan Sumba. Makanya motif ini seperti penuh bukit. Seperti gunung dengan terpaan anginnya. Semuanya murni terinspirasi alam Sumba” (Safiera, 2015).

Pada koleksi bertema “Humba Ikat” ini, Chitra mengaplikasikan teknik pengikatan tradisional yang berbasis pengetahuan lokal masyarakat Sumba. Cara yang dilakukan ialah pengikatan

benang-benang menggunakan daun kering sehingga warna menjadi tertahan, berkumpul, dan pada akhirnya terciptalah motif yang diinginkan. Namun, pengerjaan kriya tekstil dengan teknik ikat tradisional ini membutuhkan jangka waktu yang tidak sedikit. Proses ikat ini menghabiskan waktu tiga bulan atau bahkan lebih karena harus melalui tahapan alami yang terkadang menemui kendala, utamanya faktor cuaca.

Di samping melakukan proses teknik ikat tradisional Sumba, pewarnaan secara alami juga dilakukan Chitra untuk memperoleh semburat alam pada helai-helai kain. Chitra memanfaatkan komponen biotik dan abiotik dari ekosistem bentang alam Sumba sebagai bahan pewarnaan alami. Pemilihan bahan pewarnaan alami ini dilatarbelakangi oleh informasi pengetahuan lokal yang Chitra peroleh dari pengrajin tekstil tradisional setempat.



Sumber: *sejauh\_mata\_memandang* (2017)

**Gambar 7.4** *Sejauh Mata Memandang* dengan Tema Ikat Humba

Buku ini tidak diperjualbelikan.

Sebagaimana tradisi merek *Sejauh Mata Memandang* yang juga dilakukan Chitra pada koleksi-koleksi sebelumnya, pameran instalasi menjadi ruang arena untuk mengenalkan produk terbaru. Pameran instalasi untuk mengenalkan koleksi “Humba Ikat” *Sejauh Mata Memandang* dilangsungkan pada 6–18 Desember 2016 di *Curated Room*, lantai 1, Senayan City, Jakarta. Untuk mewujudkan pameran ini, Chitra berkolaborasi dengan seniman Jay Subyakto selaku pembuat *art video* dan Davy Linggar sebagai seorang fotografer. Pameran ini menghasilkan komposisi yang menyatu antara *art video*, instalasi kain, dan seni fotografi.

### **(5) Timun Mas (The Timun Mas), tahun 2018**

Pada 2018, Chitra mengangkat tema cerita rakyat dari Jawa Tengah “Timun Mas” untuk koleksi yang diberi nama Musim Rintik 2018. Chitra melihat bahwa anak muda masa kini—generasi milenial—kurang mengenali ragam budaya cerita rakyat (*folklore*) yang dimiliki bangsa Indonesia. Oleh karena itu, Chitra ingin mengekspresikan pesan cerita rakyat Timun Mas melalui media tekstil. Pesan baik yang ingin disampaikan dalam cerita Timun Mas ialah semangat berjuang dan pantang menyerah. Cerita Timun Mas menampilkan perjuangan seorang anak gadis yang berusaha melarikan diri dari seorang raksasa kuat dan keji bernama Buto Ijo. Untuk akhirnya bisa lepas dari kejaran Buto Ijo, sang gadis kecil harus gigih berjuang, bersiasat, dan pantang menyerah dalam menghadapi rintangan yang dilaluinya.

Pesan ini dianggap baik dan bernilai patriotik sehingga cocok untuk menyampaikan pesan ekspresi nasionalis dalam koleksi terbaru produk *Sejauh Mata Memandang*. Pesan yang ingin disampaikan melalui koleksi ini pun dilatarbelakangi oleh pergumulan perasaan Chitra terhadap kondisi sosial yang terjadi di Indonesia pada saat itu yang dirasa rawan perpecahan akibat berbagai ancaman radikalisme berbasis agama.

Dalam pelariannya, Timun Mas mendapat bekal dari ibunya berupa jarum, duri, benih timun, dan terasi. Partikel-partikel cerita ini yang dijadikan oleh Chitra sebagai motif koleksinya. Tidak seperti pada tema sebelumnya, Chitra membuat varian produk koleksi Timun Mas yang lebih beragam, seperti selop, topeng, hingga buku cerita yang terbuat dari kain. Pada tema ini, Chitra mengeksplorasi warna-warna dengan nuansa cerah, seperti kuning, kunyit, dan hijau dengan bahan pewarna alami yang ia peroleh dari hasil bumi melalui penjelajahannya ke tempat-tempat di Indonesia. Warna-warna cerah yang diambil oleh Chitra merupakan refleksinya terhadap kondisi di negara ini yang akhir-akhir ini kelabu karena petaka radikalisme yang marak terjadi. Chitra berujar, “Saya mengambil warna-warna yang ceria. Selain itu, saya melihat sekarang ini negara sedang berwarna kelabu, jadi kita ceriakan dengan koleksi Timun Mas” (Riani, 2018).

Pada koleksi ini, selain menggunakan bahan katun sari dan katun voal, Chitra juga menggunakan kain *cupro* yang merupakan kain dari bahan organik.

Sebagaimana yang telah dilakukan untuk mengenalkan tema-tema sebelumnya, dibuatlah pameran seni instalasi untuk mengenalkan produk dengan tema Timun Mas. Davy Linggar bertindak sebagai kreator seni instalasi dan video. Petra Sihombing dan Tulus berperan sebagai komposer musik animasi 7 cerita Timun Mas, sementara Dian Sastrowardoyo berperan sebagai pengisi suara dan narasi animasi cerita Timun Mas. Pameran seni ini diselenggarakan di mal yang berada di pusat kota, tepatnya di lantai 1 Senayan City selama dua bulan (9 November 2018 sampai 19 Januari 2019).



Sumber: sejauh\_mata\_memandang (2017)

**Gambar 7.5** *Sejauh Mata Memandang* dengan Tema Timun Mas

Pameran ini didesain dengan unik, di mana seluruh ruangan dihiasi juntaian potongan kain belacu yang diproduksi secara manual dengan tangan (*handmade*) untuk melambangkan belantara hutan tempat pelarian Timun Mas dari pengejaran Buto Ijo. Sambil dibawa menyusuri juntaian rimba belacu, pengunjung akan disuguhi dongeng dan animasi Timun Mas dengan suara manis aktris Dian Sastrowardoyo. Tersembunyi pula karya-karya *Sejauh Mata Memandang*, baik koleksi lama maupun baru, bagai harta karun yang tersembunyi dalam juntaian rimba belacu.

Keunikan konsep pameran instalasi ini terpromosikan secara baik kepada kaum milenial karena dikemas secara fotogenik sehingga instalasi ini menjadi viral di media sosial Instagram. Pada masa-masa dilaksanakannya pameran seni instalasi dan mode busana ini, hashtag #sejauhmatamemandang terhitung sejumlah 13.711. Melalui pameran instalasi seni ini, Chitra

berhasil menyebarkan merek *Sejauh Mata Memandang* kepada massa yang lebih luas. Jika *fashion show* (pameran mode busana) hanya bisa dihadiri oleh kalangan terbatas, melalui media sosial Instagram, pameran seni ini bisa menjangkau warga dari berbagai kalangan untuk dapat mengenal produk karya Chitra, “Biasanya kalau *fashion show* kan hanya dihadiri kalangan terbatas, sedangkan saya pingin cerita tentang motif-motif yang dibuat. Jadi, saya adakan pameran dengan bekerja sama bersama teman-teman” (Riani, 2018).

Dalam tema Timun Mas, Chitra selaku desainer *Sejauh Mata Memandang* semakin berkeinginan untuk melibatkan banyak pihak agar karya ciptanya dapat lebih berkontribusi secara sosial. Salah satunya, Chitra melibatkan beberapa pengrajin batik yang berasal dari beberapa kota di Indonesia, yaitu Sragen, Pekalongan, Solo, dan Jakarta yang mayoritas adalah ibu rumah tangga (IRT). “Pembuatan ini juga dibantu oleh perkumpulan ibu rumah tangga yang berasal dari Rusun Pesakih dan Rusun Marunda Jakarta. Dibuat dengan tangan, motif dibuat dengan cara tulis, cat, sablon, hingga bordir tangan,” tutur Chitra (Riani, 2018).

Pelibatan ibu rumah tangga dalam pembuatan batik bertema Timun Mas membawa pengaruh baik terhadap peningkatan ekonomi di tingkat keluarga. Pekerjaan ini tidak mengganggu tugas domestik perempuan sebagai ibu rumah tangga, tetapi perempuan dapat menghasilkan kegiatan yang memiliki nilai ekonomi. Selain melibatkan atau memberdayakan ibu rumah tangga sebagai pengrajin batik, diluncurkan juga koleksi buku dalam jumlah terbatas yang hasil penjualannya didonasikan untuk dua gerakan edukasi, yaitu Yayasan Dian Sastrowardoyo dan Bantu Guru Belajar Lagi.



Sumber: Chitras (2018)

**Gambar 7.6** Pameran Instalasi *Sejauh Mata Memandang* Tema Timun Mas

Pameran instalasi sekaligus juga menjadi toko temporer yang memberikan kesempatan kepada para konsumen untuk membeli produk *Sejauh Mata Memandang*, baik benda-benda koleksi terbaru maupun ragam koleksi sebelumnya. Hal ini membuat pameran instalasi ibarat ruang perjumpaan konsumen dengan seluruh produk *Sejauh Mata Memandang* yang pernah dibuat.

Nama merek *Sejauh Mata Memandang* akhirnya pun dipilih karena kegemaran Chitra Subiyakto menjelajahi budaya dari berbagai tempat di Indonesia sambil berucap, “Sejauh mata memandang. Ya, sejauh mata memandang saya melihat hamparan padang berumput hijau dan laut biru. Sejauh mata memandang Indonesia itu indah sekali” (Esther, 2015).

Penjelajahan budaya di berbagai daerah di Indonesia akhirnya mengilhami pesan yang ingin disampaikan Chitra Subiyakto melalui produk-produk *Sejauh Mata Memandang*, yakni kepedulian terhadap budaya dan alam Indonesia. Kepedulian terha-

dap kedua hal ini kemudian dijadikan nilai (*value*) dalam sistem *brand creation Sejauh Mata Memandang*.

Kepedulian Chitra Subiyakto terhadap budaya Indonesia melatarbelakangi penciptaan *Sejauh Mata Memandang* sebagai merek busana bercorak wastra Nusantara. Namun, tantangannya saat itu adalah bahwa kain tradisional tidak dianggap sebagai busana yang modis bagi anak muda.

“Saya melihat anak muda di Indonesia masih memandang kain tradisional dengan sebelah mata. Mereka berpikir batik adalah motif, padahal itu adalah prosesnya. Motif kain tradisional bisa lebih *playful* lewat permainan warna, *kok...*Sesuatu yang tradisional juga nggak harus kuno, tergantung bagaimana cara kita mengeksplornya” (Esther, 2015).

Chitra pun melakukan eksplorasi corak motif, paduan warna cerah, dan potongan (*cutting*) yang tidak biasa sehingga produk busana *Sejauh Mata Memandang* diterima sebagai produk wastra yang unik. Dalam perkembangannya, keunikan produk wastra *Sejauh Mata Memandang* dapat memikat anak muda untuk memakainya.

Selain kepedulian terhadap ragam kultur tradisional, Chitra juga menitikberatkan perhatiannya pada lingkungan tempat kebudayaan tumbuh dan berkembang. Alam menjadi nyawa yang menghidupkan ragam keindahan kultur di Indonesia. Menjaga kelestarian alam secara tidak langsung merupakan bagian dari tindakan proteksi kultural terhadap berbagai ragam ekspresi budaya. Oleh karena itu, hubungan kausalitas alam dan budaya mengilhami nilai kepedulian terhadap lingkungan yang diusung oleh merek *Sejauh Mata Memandang*. Hal ini terimplementasi dari produk-produk ramah lingkungan *Sejauh Mata Memandang*, misalnya sapu tangan, set makan yang dapat digunakan kembali/*reusable* (sendok, garpu, sumpit, dan sedotan), sampo, sabun alami, dan kain pembungkus kue.



Sumber: sejah\_mata\_memandang (2017)

**Gambar 7.7** *Outer Sejah Mata Memandang* Tema Flora Borobudur

Dengan demikian, merek *Sejah Mata Memandang* telah berhasil membangun citra (*image*) produk yang diterima oleh anak-anak muda. Citra produk ini sekaligus menjadi nilai dan nyawa *brand creation Sejah Mata Memandang*, yakni kepedulian terhadap budaya dan lingkungan. Penggunaan produk *Sejah Mata Memandang* menjadi bentuk ekspresi generasi muda untuk mengartikulasikan rasa peduli terhadap kelestarian budaya dan alam Indonesia dalam berbagai ruang-ruang pergaulan.

#### D. Memaknai Fungsi Wastra sebagai Wujud Nasionalisme pada Generasi Milenial

*Sejah Mata Memandang* melalui wastra yang dihasilkan dalam bentuk modern ingin menyampaikan pesan membangun kesadaran berbangsa melalui kain pada generasi milenial. Kondisi ini diperkuat oleh citra prestisius yang dibangun melalui industri

film serta terus-menerus diartikulasikan dalam kanal media sosial Instagram. Hal ini yang kemudian diserap, dimaknai, dan diartikulasikan kembali oleh pemakainya dalam imaji gambar diri yang berbalut wastra *Sejauh Mata Memandang* pada kanal media sosial Instagram sehingga menjadi nilai dari sisi konsumen. Dengan memakai produk *Sejauh Mata Memandang*, para pemakainya menjadi berada dalam komunitas yang, meskipun tidak pernah saling bertemu, diikat oleh nilai mencintai wastra Indonesia. Hal ini seperti yang dikatakan Anderson:

“...the nation: it is an imagined political community...It is imagined because the members of even the smallest nation will never know most of their fellow-members, meet them, or even hear of them, yet in the minds of each lives the image of their communion” (Anderson, 1983, 49).

Perasaan atau gejala semangat berbangsa dalam dunia maya tidak dapat dilakukan tanpa adanya *shared sense of identity* (Barbour, 2000, 4). Dalam hal ini, *shared sense of identity* yang ingin disampaikan ialah perasaan bangga terhadap wastra Indonesia. Perasaan bangga karena memakai tekstil khas Indonesia dirasakan oleh salah satu responden survei, Fifa Italia, yang merupakan salah satu konsumen produk *Sejauh Mata Memandang*. Fifa Italia mengungkapkan alasan membeli produk *Sejauh Mata Memandang* adalah “...karena unik dan mengangkat tekstil lokal Indonesia yang kaya akan cerita di balik setiap motifnya.” Sejalan dengan hal tersebut, alasan Fifa memajang foto diri dalam balutan busana *Sejauh Mata Memandang* di media sosial Instagram ialah “...menunjukkan kebanggaan terhadap tekstil Indonesia.” Begitu pula dengan Nindy Meysa Fitri Pratiwi yang mengaku membeli produk ini karena “sangat unik” dan “Indonesia sekali.” Namun, alasan Nindy memajang foto diri dalam balutan busana dengan tema The Noodle Bowl dan Timun Mas adalah “...karena

motifnya unik, perpaduan warnanya kece banget. Terus warna kulit jadi terlihat *glowing* aja gitu. Jadi, *cakep banget* kalau masuk *feeds* Instagram. Karena layak *posting*.” Rima Rahayu bahkan mengakui alasan utama dirinya membeli produk *Sejauh Mata Memandang* adalah kebutuhan *feeds outfit of the day (OOTD)* di Instagram.

Memasuki era disrupsi, generasi milenial hari ini dihadapkan pada dunia yang bergerak cepat dan perubahan besar-besaran yang tidak dapat dihindari. Kondisi ini berdampak pada pemaknaan wastra sebagai ekspresi nasionalisme pada masa kini. Oleh karena itu, perlu diketahui alasan dan tujuan konsumen membeli produk *Sejauh Mata Memandang* melalui survei persepsi konsumen. Survei ini dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan-pertanyaan dalam jaringan (daring) *Google Form* dalam tautan <http://bit.ly/RisetPersepsiSMM>. Terkumpul 24 orang responden yang memenuhi kriteria dalam survei ini. Kriteria yang ditetapkan adalah 1) konsumen produk *Sejauh Mata Memandang*, 2) memiliki produk *Sejauh Mata Memandang* setidaknya satu, baik dari membeli maupun hadiah, 3) memiliki akun Instagram pribadi, dan 4) memasang setidaknya satu atau lebih foto diri maupun produk sebagai *feeds* pada akun Instagramnya. Pertanyaan-pertanyaan yang disampaikan dalam survei ini adalah 1) tema produk *Sejauh Mata Memandang* yang dimiliki; 2) alasan memilih tema tersebut; 3) jenis produk yang dimiliki; 4) latar belakang memilih jenis produk tersebut; 5) ragam kegiatan apa saja untuk memakai produk *Sejauh Mata Memandang*; serta 6) alasan mengunggah foto berbalut produk *Sejauh Mata Memandang* di *feeds* akun Instagram pribadi.

Survei “Persepsi Konsumen terhadap Citra Merek Produk *Sejauh Mata Memandang*” berhasil mengumpulkan 24 orang

responden dengan beragam profesi, yaitu pekerja swasta, ibu rumah tangga, dan mahasiswa. Berdasarkan survei tersebut, sebanyak 50% responden mengoleksi produk *Sejauh Mata Memandang* dengan tema “Ayam Jago—The Noodle Bowl,” sementara 38,5% responden mengoleksi tema “Timun Mas,” serta diikuti oleh 19,2% responden yang memiliki koleksi dengan tema “Algae” dan “Flora.” Ragam alasan yang paling mendasari memilih produk *Sejauh Mata Memandang* sebagai koleksi pun bermacam-macam, dari 24 responden, sebanyak 8 orang memilih produk ini karena motif dan pola yang simpel dan unik; 6 orang kagum pada filosofi cerita; 4 orang menyukai estetika perpaduan warna; 4 orang bermaksud membeli produk didorong rasa ingin ikut melestarikan budaya; serta 1 orang mengakui alasan membeli produk wastra ini karena kebutuhan *outfit of the day* (OOTD) dalam *feeds* Instagram pribadinya.

Dalam kolom pertanyaan terbuka, salah seorang responden yang memiliki akun *instagram* @suciseptania menjelaskan bahwa ia membeli *Sejauh Mata Memandang* karena produk ini dipakai pemain utama film *Ada Apa Dengan Cinta 2*, yakni Dian Sastro. Sementara itu, alasan dirinya memajang foto diri menggunakan produk ini adalah ia ingin membuat parodi adegan *Film Ada Apa Dengan Cita 2*. Meskipun alasan untuk membuat parodi adegan film merupakan salah satu faktor pendorong, diakui oleh responden @suciseptania, dua hal yang menjadi pendorong utama dirinya membeli *Sejauh Mata Memandang* adalah filosofis produk dan upaya pelestarian budaya. Pertimbangan motif dan pola yang unik serta estetika perpaduan warna pun menjadi alasan dalam memilih ragam wastra Nusantara yang dibeli dan dikenakannya sebagai busana.

## E. Tantangan Wastra dalam Ekspresi Nasionalisme: Kini dan Mendatang?

Dunia telah mengakui batik sebagai ikon budaya bangsa Indonesia. Melalui *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO), batik resmi ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia pada 2 Oktober 2009. Sebelumnya, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah menginstruksikan kepada seluruh pimpinan daerah untuk mengimbau warganya mengenakan batik pada setiap tanggal 2 Oktober. Selanjutnya, 2 Oktober diperingati sebagai hari batik dan sebagai bentuk perayaan tradisi bangsa. Anjuran untuk memakai batik kemudian menguat pada era pemerintahan Presiden Joko Widodo. Seperti kata Presiden Joko Widodo, “Saya ngebayangin kalau dalam seminggu kita empat hari pakai batik. Dengan begitu kita harapkan semua industri kecil bergerak (Sa’idiyah, 2014).”

Perhatian pemerintah meningkat pasca-penetapan batik sebagai Warisan Budaya Tak Benda Indonesia (*Intangible Cultural Heritage*) oleh UNESCO. Hal ini membuat apresiasi masyarakat terhadap wastra Nusantara menjadi semakin tinggi. Kondisi ini membuat kepentingan produksi wastra tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan kelompok masyarakat di daerah asal wastra tersebut, tetapi juga permintaan pasar yang lebih luas terhadap busana tradisional.

Indonesia memiliki beragam suku yang menempatkan wastra tak hanya pada fungsi praktisnya sebagai alat penutup tubuh. Wastra dalam tatanan sosial masyarakat ditempatkan sebagai simbol status, jimat penyelamat, dan alat penyembuh atau memiliki pesan kosmologis. Sebagai contoh, songket benang emas dari Sumatra Selatan merupakan simbol status sosial karena dalam sejarahnya, yakni pada masa Sriwijaya, daerah tersebut berlimpah

emas. Terdapat juga wastra yang berfungsi sebagai jimat penjaga keselamatan pemakainya, seperti Kain Besurek yang berisi penggalan-penggalan huruf dari kitab suci agama Islam. Menurut Wieke, antropolog penggiat wastra Nusantara (Ariani, 2018), “ada banyak suku di Indonesia yang memercayai bahwa wastra punya tuah bagi hidup mereka mulai dari untuk menyembuhkan penyakit sampai untuk menolak bala.” Salah satu kelompok masyarakat yang memiliki keyakinan terhadap kekuatan magis dari wastra ialah masyarakat Bali Aga di Tenganan Bali. Mereka percaya bahwa tenun Gringsing yang menjadi wastra berharga bagi mereka itu memiliki khasiat sebagai penyembuh. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Achjadi, “...*the word geringsing translates to ‘not’ (sing) ‘ill’ (gering): the sacred clothes are seen to keep illness and evil away from the village inhabited by Bhatara Indra’s ‘Chosen People’* (Achjadi, 2012, 36).

Tidak seperti busana biasa, wastra dalam konteks tatanan sosial ditempatkan dalam posisi penting pada kosmologi kehidupan masyarakat. Berangkat dari pentingnya posisi wastra dalam kosmologi masyarakat Indonesia, bentuk pelestarian warisan budaya ini seharusnya tidak hanya berhenti pada peningkatan minat masyarakat dalam mengenakan kain tradisional, sehingga pemeliharaan Warisan Budaya Tak Benda Indonesia seolah selesai pada modifikasi wastra yang bernuansa trendi untuk memenuhi kebutuhan pasar. Pelestarian wastra seyogianya tidak hanya mengemas kain tradisional untuk peningkatan devisa negara, yang artinya sama dengan negara melakukan kapitalisasi budaya untuk meningkatkan pendapatan negara. Akibatnya, pesan utama dari wastra, yakni pemaknaan filosofis masyarakat, menjadi terabaikan.

## F. Kesimpulan

Masuknya unsur-unsur wastra dalam tren busana anak muda dapat dilihat sebagai keinginan dan upaya generasi milenial untuk mengenali akar budayanya. Produksi busana yang mengambil corak-corak Nusantara menjadi wujud ekspresi nasionalisme sebagaimana yang telah dijelaskan dalam tulisan ini. Busana wastra diilhami oleh corak Nusantara. Teknik pembuatan serta pewarnaan merupakan warisan leluhur, tetapi tetap serasi, pantas, dan trendi untuk dikenakan dalam berbagai acara dan kegiatan. Modifikasi wastra seperti ini menjadi penting dilakukan agar material budaya yang diwariskan leluhur dapat hidup dalam ruang budaya generasi milenial yang terus bergerak dinamis.

Ekspresi nasionalisme melalui tren berbusana dengan corak wastra Nusantara diperkuat oleh citra yang dibangun lewat film dan diartikulasikan berulang-ulang melalui kanal media sosial Instagram. Keduanya menjadi jalur yang membuat wastra *Sejauh Mata Memandang* dapat menjadi busana bercorak Nusantara sekaligus busana (*outfit*) prestisius generasi milenial. Dengan memakai produk *Sejauh Mata Memandang*, generasi milenial menunjukkan wujud eksistensi diri, baik dalam kanal media sosial Instagram maupun dalam ruang-ruang pergaulan di dalam dunia nyata.

Pertautan antara tren berbusana, makna filosofis wastra, serta semangat generasi milenial untuk melestarikan budaya Indonesia menjadi konstruksi nasionalisme dalam industri busana wastra *Sejauh Mata Memandang*. Konstruksi nasionalisme kemudian diperkuat oleh peran media sosial, *brand creation*, dan *brand image* yang dipahami oleh generasi milenial sebagai konsumen produk wastra. Pada era disrupsi, tren berbusana wastra menjadi peluang ekspresi nasionalisme generasi milenial, tetapi dapat juga

menjadi tantangan karena ada pengabaian makna filosofis wastra dalam menghidupkan corak kain sebagai material budaya yang tumbuh di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Achjadi, J. (2012). Weaver of the “Sacred Geringcing Bali” Indonesia. Dalam *ASEAN master craftsmen on textile*. Kuala Lumpur: Perpustakaan Negara Malaysia.
- Alun-Alun Indonesia. (2017). Tiga puluh tiga pameran kain Nusantara 3–13 November 2017. *Booklet* Galeri Alun-Alun Indonesia, Grand Indonesia, Jakarta.
- Anderson, B. (1983). *Imagined communities: Reflection on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.
- Ariani, I.S. (2015, Agustus 24). Berkenalan dengan kain tradisional atau Wastra Nusantara: Kenali lebih dalam wastra Nusantara atau kain tradisional. *Dewimagazine.com*. Diakses pada 12 Januari 2019 dari <https://www.dewimagazine.com/news/berkenalan-dengan-kain-tradisional-atau-wastra-nusantara>.
- Barbour, S. (2000). Nationalism, Language, Europe. Dalam S. Barbour & C. Carmichael (eds.) *Language and nationalism in Europe*. Oxford & New York: Oxford University Press.
- Cicilia, M. (2018, November 8). Sejauh Mata Memandang luncurkan koleksi Timun Mas. *Antara News*. Diakses tanggal 21 Maret 2019 dari <https://www.antaranews.com/berita/766436/sejauh-mata-memandang-luncurkan-koleksi-timun-mas>.
- Esther, J. (2015, Maret 13). Sejauh mata memandang Chitra Subijakto: Memandang, baginya kain Indonesia adalah yang terbaik. *Fimela*. Diakses pada 15 Maret 2019 dari <https://www.fimela.com/fashion-style/read/3512786/sejauh-mata-chitra-subijakto-memandang-baginya-kain-indonesia-adalah-yang-terbaik>.
- Esther, J. (2015, Maret 13). Sejauh mata Chitra Subijakto memandang, baginya kain Indonesia adalah yang terbaik. *Fimela*. Diakses pada 14 Maret 2019 dari <https://www.fimela.com/fashion-style/read/>

- 3512786/sejauh-mata-chitra-subijakto-memandang-baginya-kain-indonesia-adalah-yang-terbaik.
- Ikhsania, A.A. (2016, 7 Desember). Humba, perjalanan kultural desain kain tradisional dari tanah Sumba. *Okezone*. Diakses pada 16 Januari 2019 dari <https://lifestyle.okezone.com/read/2016/12/07/194/1560808/humba-perjalanan-kultural-desain-kain-tradisional-dari-tanah-sumba>.
- Komodifikasi: Perjalanan Sejauh Mata Memandang. (2016, Januari 7). *Kompas.com*. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <https://muda.kompas.id/2016/01/07/komodifikasi-perjalanan-sejauh-mata-memandang/>.
- Kuntowijoyo. (1997). Budaya elite dan budaya massa. Dalam I. S. Ibrahim (Ed.), *Lifestyle ecstasy: Kebudayaan pop dalam masyarakat komoditas Indonesia* (pp. 8–12). Yogyakarta: Jalasutra.
- Lingar, D. (2016, Januari 7). Komodifikasi: Perjalanan Sejauh Mata Memandang. *Kompas*. Diakses pada 23 Maret 2019 dari <https://muda.kompas.id/baca/2016/01/07/komodifikasi-perjalanan-perjalanan-sejauh-mata-memandang/>.
- Lurie, A. (2000). *The language of clothes*. New York: Holt Paperbacks.
- Mencintai Indonesia melalui kain tradisional. (2015, April 27). *Detik.com*. Diakses pada 15 Januari 2019 dari <https://news.detik.com/berita/2898590/mencintai-indonesia-melalui-kain-tradisional>.
- Riani, A. (2018, November 12). Sejauh Mata Memandang ceritakan kembali dongeng Timun Mas lewat koleksi terbaru. *Liputan 6.com*. Diakses pada 21 Maret 2019 dari <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3689939/sejauh-mata-memandang-ceritakan-kembali-dongeng-timun-mas-lewat-koleksi-terbaru>.
- Safiera, A. (2015, Agustus 18). Sejauh Mata Memandang, brand batik unik buatan Chitra Subyakto. Diakses pada 15 Januari 2019 dari <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-2994768/sejauh-mata-memandang-brand-batik-unik-buatan-chitra-subyakto>.
- Sa'idiyah, H. (2014, Oktober 2). Jokowi minta masyarakat lebih sering pakai batik. *Republika*. Diakses pada 23 Maret 2019, dari <https://>

republika.co.id/berita/nct39w-jokowi-minta-masyarakat-lebih-sering-pakai-batik.

- Sarosa, A. P. (2018, November 24). Intip dunia Timun Mas lewat instalasi Sejauh Mata Memandang. *Tempo.co*. Diakses pada 21 Maret 2019 dari <https://cantik.tempo.co/read/1149275/inspirasi-dongeng-timun-mas-di-koleksi-sejauh-mata-memandang/full&view=ok>.
- Senja, A. M. M. P. (2016, Oktober 28). Sejauh mata memandang pada Candi Borobudur. *Kompas.com*. Diakses pada 27 Mei 2019 dari <https://lifestyle.kompas.com/read/2016/10/28/144430620/sejauh.mata.memandang.pada.candi.borobudur>.
- Sejauh\_mata\_memandang. (2017, Agustus 11). Diakses pada 27 Mei 2019 dari [instagram.com/p/BXoziYhjD\\_u/](https://www.instagram.com/p/BXoziYhjD_u/).
- Sejauh\_mata\_memandang. (2018, November 6). Diakses pada 27 Mei 2019 dari [instagram.com/P/BpDuA5RHQSA/](https://www.instagram.com/P/BpDuA5RHQSA/).
- Sejauh\_mata\_memandang. (2017, Juli 10). Diakses pada 27 Mei 2019 dari [instagram.com/P/BWWZ8nzDIFv/](https://www.instagram.com/P/BWWZ8nzDIFv/).
- Chitras. (2018, November 12). Diakses pada 27 Mei 2019 dari [instagram.com/P/BqFH6joHrrH/](https://www.instagram.com/P/BqFH6joHrrH/).



## BAB VIII

# PROSES MEMBUDAYAKAN KARAKTER PANCASILA: PENDIDIKAN DASAR

*Dicky Rachmawan*

### A. Pendahuluan

Perubahan cepat terjadi pada kehidupan manusia karena adanya perkembangan teknologi dan informasi. Kini setiap orang dapat berinteraksi dengan siapa, di mana, dan kapan saja melalui media sosial, bahkan dengan seseorang yang berbeda negara. Mereka dapat menyampaikan apa yang mereka pikirkan dan berinteraksi satu sama lain seakan meniadakan keterbatasan jarak. Interaksi masyarakat yang berbeda negara jelas sarat nilai dan budaya yang dapat mereka pertukarkan atau berbagi satu dengan lainnya.

Perkembangan teknologi dan informasi dapat memudahkan nilai satu bangsa. Menurut Bachtiar Aly, Wakil Ketua Badan Sosialisasi Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR), tidak ada yang mengontrol derasnya arus globalisasi dengan informasi-informasi yang bersifat liberal melalui media sosial masuk ke Indonesia (Sihombing, 2015). Masuknya pemahaman-pemahaman liberal yang identik dengan budaya Barat ke Indonesia dengan berbagai cara telah menjadikan lunturnya budaya bangsa Indonesia (Zahroh, 2018). Salah satu contoh semakin lunturnya budaya bangsa Indonesia adalah semakin lunturnya senyum dan sapa pada

orang lain serta masuknya budaya seks bebas (“5 Kebudayaan Indonesia...”, 2015; Murtako, 2015). Hal lainnya yang meluas akibat informasi yang masuk ke masyarakat Indonesia adalah radikalisme (Sitohang, 2020), dan hal ini terjadi, menurut Wakapolri Komisaris Jenderal Polisi Gatot Eddy Pramono, karena internet dan *smartphone* bisa diakses oleh siapa pun (Wahyudi, 2020).

Ternyata tidak hanya budaya Barat saja yang telah masuk dan memengaruhi budaya masyarakat Indonesia. Budaya negara sakura Jepang dan negeri ginseng Korea Selatan telah pula masuk dan digemari masyarakat Indonesia. Masuknya budaya kedua negara tersebut melalui berbagai media, misalnya lagu, film, drama, makanan hingga komik dan animasi terjadi sejak tahun 70-an dan 80-an, diawali oleh budaya Jepang dan diikuti oleh budaya Korea sejak awal tahun 2000-an (Wulandari, 2015). Kedua jenis budaya tersebut bahkan memiliki penggemar masing-masing di Indonesia—yang ternyata berinteraksi satu sama lain secara kurang harmonis karena sering kali saling mengejek (Hendara, 2019).

Sementara para penggemar budaya Jepang dan Korea saling mengejek satu sama lain, aktris belia Chelsea Islan mengekspresikan kesedihannya karena melihat banyak generasi muda Indonesia lebih menyukai budaya asing daripada budaya Indonesia (Amelia, 2014). Hal senada juga disampaikan oleh Koordinator IndoWYN Lenny Hidayat dan Hindra Liu pada jumpa pers pelatihan dan pendidikan warisan budaya untuk kaum muda Indonesia pada 26 November 2008. Lenny dan Hindra menyatakan bahwa rasa bangga dan kepedulian melestarikan budaya Indonesia kurang tertanam pada generasi muda Indonesia saat ini (Generasi muda, 2008). Pontjo Surowo, Ketua Pembina Yayasan Suluh Nusantara Bakti (YSNB), dalam diskusi kebudayaan sesi

ke-8 bertema referensi global pada 2016 menyampaikan bahwa di tengah gencarnya serangan budaya asing, terdapat fakta bahwa masyarakat lebih mengagungkan budaya asing dibandingkan bangga mengaku jati diri sebagai bangsa Indonesia (Inung, 2016).

Sisi lain melunturnya budaya Indonesia akibat perkembangan teknologi informasi yang dibawa globalisasi adalah terjadinya krisis identitas, khususnya pada generasi muda Indonesia. Hal ini telah dilontarkan berbagai kalangan sejak 2011. Rendahnya jiwa dan wawasan kebangsaan generasi muda terefleksi pada lunturnya nilai-nilai Pancasila, seperti meningkatnya kasus tawuran antarpelajar dari 2017 ke 2018 sebesar 14% dengan 161 kasus kekerasan di bidang pendidikan dan beberapa kasus tawuran pelajar mengakibatkan korban jiwa (Pratama, 2018; Fimansyah, 2018). Hal tersebut disampaikan oleh Bagong Suyanto (Koordinator Bidang Kemasyarakatan Dewan Pakar Provinsi Jawa Timur), Amar Saifudin (Wakil Bupati Lamongan) (Latief, 2011), Dr. Aswandi (Pengamat Pendidikan dari Universitas Tanjungpura), dan Agni Istigfar (pembicara dalam diskusi bertemakan “Reaktualisasi Pancasila Sebagai Upaya Pemberdayaan Identitas Nasional” di Kampus Universitas Brawijaya yang digelar oleh Lingkar Studi Pancasila pada Jumat, 27 Februari 2015) (Afandi, 2015).

Kekhawatiran terjadinya krisis identitas pada generasi muda Indonesia juga disampaikan oleh Presiden Joko Widodo saat Pembukaan Simposium Nasional Kebudayaan Tahun 2017 dalam kutipan pidatonya, “Kalau perubahan tidak diantisipasi dan disiapkan nilai-nilai karakter keindonesiaan, nilai-nilai karakter bangsa juga akan tergerus” (Humas Sekretariat Kabinet RI, 2017). Oleh karena itu, pendidikan karakter menjadi satu hal yang penting yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo dalam pidato tersebut, “Kenapa pendidikan karakter kita nomor

satukan? Kita takut nilai-nilai agama dan budaya yang ada di negara kita ini menjadi tergerus” (Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden-Kementerian Sekretariat Negara, 2017).

Tulisan ini menggambarkan konsep dan pengimplementasian pendidikan karakter di Indonesia berdasarkan studi kepustakaan terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu dan sumber-sumber artikel di internet, dilanjutkan dengan penjabaran permasalahan pendidikan karakter secara khusus, di samping menawarkan pendekatan proses membudayakan karakter Pancasila.

## B. Konsep dan Pentingnya Pendidikan Karakter: Konteks Global dan Indonesia

Istilah pendidikan karakter pertama kali muncul pada abad ke-18, dicetuskan oleh FW Foerster (dalam Erizar, 2014) dengan ciri-ciri sebagai berikut.

1. Menekankan setiap tindakan dengan berpedoman pada nilai normatif. Anak didik menghormati norma yang ada;
2. Membangun rasa percaya diri sehingga anak didik menjadi pribadi yang teguh pendirian dan tidak takut pada situasi baru;
3. Mengedepankan otonomi. Anak didik menghayati dan mengamalkan aturan dari luar hingga menjadi nilai pribadinya;
4. Mengajarkan keteguhan yang bermakna daya tahan anak didik dalam mewujudkan apa yang dipandang baik dan loyalitas sebagai dasar penghormatan atas komitmen yang dipilih.

Sejarah pendidikan karakter pada konteks global, pada konteks negara-negara di Eropa, dimulai antara tahun 1917 dan 1930.

Munculnya pendidikan karakter dilatarbelakangi oleh banyaknya kelompok masyarakat dari keluarga sampai ke sekte agama yang menunjukkan perilaku-perilaku cenderung menyimpang dari kebijakan; mereka dengan keras kepala menolak perilaku yang ditentukan. Pada masa itu kecenderungan seseorang dinilai baik atau berkarakter dilihat dari:

1. Berfungsi bagi komunitasnya;
2. Terlibat pada komunitasnya/terlibat pada suatu kegiatan komunitas; dan
3. Menyukseskan kegiatan/acara komunitas (Erizar, 2014).

Konsep pendidikan karakter berkembang dalam sistem pendidikan setelah Perang Dunia Kedua dan penilaian karakter atas dasar kelompok masyarakat mulai ditinggalkan (Agboola & Tsai, 2012). Terdapat beberapa contoh pendidikan karakter. Sebagai contoh, pendidikan karakter di Inggris terkenal dengan istilah PSHE, yaitu *personal*, *social*, dan *health education*, serta kewarganegaraan, lengkap dengan buku panduannya. Konsep PSHE muncul di Inggris setelah reformasi pendidikan tahun 1988 dan dimulai pada 2000, dengan tujuan menghasilkan murid yang percaya diri dan bertanggung jawab, siap berperan aktif di masyarakat, bergaya hidup sehat, dan menghormati serta berhubungan baik dengan orang yang berbeda-beda. Sedikit berbeda pada segi istilah, yakni pendidikan *civic* dan muatannya, pendidikan karakter di Prancis lebih menekankan pada pembelajaran hak asasi manusia yang juga dilengkapi dengan buku panduannya (Utsu, 2010).

Sedikit terlambat dari Eropa, Amerika Serikat justru baru memulai pendidikan karakter pada 1997 ketika Presiden Clinton menantang setiap sekolah untuk mengajarkan pendidikan karakter yang mengajarkan nilai kebaikan serta untuk menjadi warga

negara yang baik. Konsep tersebut didukung oleh negara-negara bagian yang bahkan mengirimkan bantuan untuk membangun sistem pendidikan karakter (Agboola & Tsai, 2012).

Salah satu negara maju di Asia, Jepang, ternyata mengalami kesulitan mencari bentuk pendidikan karakter, meskipun sejak tahun 1868 telah ada pendidikan nasionalis dan patriotik berdasarkan ajaran Konfusius. Pencarian bentuk pendidikan karakter menghabiskan waktu yang cukup lama sejak 1947 dan baru terbentuk pada 1989. Berikut adalah fase-fase pendidikan karakter di Jepang menurut Ikeno dalam Davies dkk. (2010):

1. 1945–1947: sebagai masa tanpa arah karena kurang kuatnya prinsip dan kebijakan.
2. 1947–1955: terpengaruh Dewey dengan orientasi-pengalaman sebagai “merangkak dan melihat sekitar tentang ilmu pengetahuan.”
3. 1955–1989: adalah masa orientasi ilmu pengetahuan.
4. 1989–sekarang: adalah masa dengan pendekatan yang berorientasi pada kegiatan.

Hal yang menarik adalah bahwa terbentuknya pendidikan karakter di Jepang terinspirasi dari sistem pendidikan karakter negara-negara maju di Eropa, seperti Inggris, Jerman dan Prancis. Pendidikan karakter di Jepang merupakan hasil kontestasi antara internasionalisme, globalisasi, liberal, republikan, dan pandangan Konfusianisme yang telah mengakar sejak zaman Meiji (Davies dkk., 2010).

Bangsa yang besar pasti mengetahui bahwa murid-murid mereka yang bersekolah merupakan generasi penerus yang harus dididik secara baik karena mereka adalah para pemimpin di masa

depan. Jika mereka tidak mendapatkan pendidikan karakter, bagaimana mereka dapat memajukan sebuah bangsa? Dengan pendidikan karakter, generasi penerus dapat bertindak lebih baik dari generasi sebelumnya (Agboola & Tsai, 2012).

Majunya bangsa-bangsa di Eropa, Amerika, dan Asia (Jepang dan Cina) merupakan hasil dari pendidikan karakter, dan hal ini seperti investasi untuk masa depan. Berbagai definisi pendidikan karakter dikemukakan oleh banyak tokoh. Agboola dan Tsai (2012), misalnya, mendefinisikan pendidikan karakter sebagai sebuah disiplin yang sengaja dikembangkan dan dilakukan untuk mengoptimalkan perilaku siswa yang beretika seiring berjalannya waktu, dan penting untuk mengikutsertakan tidak hanya guru, tetapi juga murid. Pendidikan karakter tidak hanya merupakan sebuah slogan, tetapi juga menyatu dalam kehidupan keseharian di sekolah, di mana siswa dapat mengaplikasikan apa yang mereka pelajari di sekolah. Thomas Liclona dalam Kamaruddin (2012) menyebutkan bahwa pendidikan karakter tidak hanya berbicara apa yang baik dan apa yang salah, tetapi juga pembiasaan hal-hal baik pada proses belajar untuk merasa dan menginginkan hal-hal yang baik.

Secara singkat, pendidikan karakter adalah sistem pendidikan dengan penanaman nilai-nilai sesuai dengan budaya bangsa (Sari, 2017). Penjelasan lebih luas disampaikan oleh Wahyu (2011) yang mendefinisikan pendidikan karakter bukan hanya transfer ilmu pengetahuan, melainkan upaya pembimbingan peserta didik untuk mencapai perkembangan, baik secara jasmani maupun rohani. Pembahasan lebih spesifik disampaikan oleh Wijaya dan Helaluddin (2018), yang mendefinisikan pendidikan karakter sebagai pengajaran yang dirancang untuk mendidik dan membantu siswa dalam mengembangkan nilai-nilai kewarganegaraan dasar

dan karakter yang meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk memiliki tanggung jawab.

Penjabaran lebih rinci tentang pendidikan karakter ditawarkan oleh Ningsih (2015) yang membandingkan pemikiran tiga tokoh tentang pembangunan dan pendidikan karakter yang dipaparkan pada Tabel 8.1.

**Tabel 8.1** *Grand Theory*: Pendidikan Karakter dan Moral

No.	Aspek	Thomas Liclona	Ki Hajar Dewantara	Lawrence Kohlberg
1	Konsep	Proses menuju kedewasaan dan memanusiakan manusia atau individu		
2	Proses	Pendidikan sekolah yang didukung keluarga	Pendidikan sekolah didukung keluarga dan pergerakan	Pendidikan sekolah dan didukung keluarga
3	Pendekatan Praktik	Kognitif, afektif, dan perilaku didukung kultur sekolah dan keluarga	Kognitif, afektif, dan psikomotorik yang didukung ekstra kurikuler	Kognitif dan ekstra kurikuler
4	Pihak yang berperan di sekolah	Kepala sekolah, guru, staf, dan siswa		
5	Peran pendidikan	Materi pelajaran terintegrasi (terpadu) antara materi pelajaran dengan nilai-nilai agar diinternalisasi menjadi acuan perilaku dan diamalkan dalam perbuatan sehari-hari dan menjadi kebiasaan	Proses menuju kedewasaan dan memanusiakan manusia atau individu	Membantu perkembangan moral atau perkembangan keputusan moral

Sumber: Diolah penulis dari Ningsih (2015)

Berdasarkan Tabel 8.1, pendidikan karakter pada tulisan ini adalah sebuah sistem pengajaran dan pembimbingan yang membiasakan nilai-nilai luhur kebangsaan dan kewarganegaraan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sehingga siswa memiliki rasa tanggung jawab sebagai bagian dari suatu bangsa. Jelas bahwa latar belakang pembentukan karakter bangsa yang utama adalah negara yang direpresentasikan oleh sekolah (Agboola & Tsai, 2012; Kamaruddin, 2012; Santosa, 2014; Ningsih, 2015; Wijaya & Helaluddin, 2018).

Ironisnya, Indonesia kini sedang mengalami krisis moral dan krisis jati diri bangsa akibat terjangan gelombang nilai global. Berkembangnya perilaku seks bebas serta meningkatnya tawuran dan tingkat kekerasan di dunia pendidikan menjadikan pendidikan karakter sangat relevan (Saputra, 2014; Murtako, 2015; Sitohang 2020, Wahyudi, 2020). Selain itu, radikalisme yang menjadi ancaman yang berpotensi memecah belah bangsa Indonesia ternyata banyak terjadi pada instansi-instansi pendidikan, meskipun persentasenya semakin berkurang. Hasil penelitian Badan Intelijen Negara (BIN) tahun 2017 menyebutkan bahwa 39% mahasiswa Indonesia terpapar radikalisme (Akbar, 2018). Sementara itu, Menteri Pertahanan Ryamizard menyebutkan sebanyak 23,4% mahasiswa dan 23,3% siswa SMA setuju dengan *khalifah* (Rahayu, 2019). Data terakhir didapatkan dari Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) yang menyebutkan rata-rata tingkat radikalisme Indonesia hampir di atas 10% (BNPT: Kecenderungan radikalisme, 2019).

Isu seks bebas sebenarnya sudah lama dilontarkan ke publik, yakni sejak tahun 2007. Sebuah hasil penelitian menyatakan bahwa 62,7% remaja Indonesia pernah melakukan hubungan seksual sebelum menikah, dan terdapat 976 kasus persalinan

akibat hamil di luar nikah terjadi di Yogyakarta sepanjang tahun 2015 (BEMKMFTUGM, 2017). *Indonesian Police Watch* (IPW) mencatat terdapat peningkatan kasus pembuangan bayi di jalan, dari 88 kasus menjadi 178 kasus pada 2017 (Syakur, 2018). Pada 2018, kasus kekerasan anak di bidang pendidikan justru menempati posisi ke-4 teratas setelah kasus pornografi dan kejahatan siber/*cyber crime*. Kasus terbanyak (48%) berasal dari jenjang SD dalam bentuk kekerasan dan *bullying* (25,5%) (Pratama, 2018).

Pendidikan dan pembangunan karakter ke-Indonesia-an sebenarnya telah tercantum pada Pasal 3 Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, yang berbunyi:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab (Kemendikbud, tanpa tahun).

Kunci pendidikan bagi bangsa Indonesia memang ada pada pengembangan karakter dengan dasar Pancasila. Pengembangan karakter bangsa adalah masalah mendasar (Mulyadi, 2014), khususnya terkait “keinginan untuk berbuat baik, dengan semangat yang tinggi berkontribusi untuk negara.” Hal ini hanya dapat dicapai dengan membentuk sebuah karakter bangsa (Wibawarta, 2006). Oleh karena itu, bagian selanjutnya dalam tulisan ini akan mendiskusikan konsep dan pelaksanaan pendidikan karakter di Indonesia saat ini.

## C. Pendidikan Karakter di Indonesia: Sejarah, Tantangan, dan Hambatan

Wage Rudolf Soepratman memahami betapa pentingnya sebuah karakter bagi bangsa Indonesia dengan menganjurkan untuk membangun jiwa (karakter) terlebih dahulu, setelah itu baru membangun infrastruktur (fisik) (“Lirik Lagu Indonesia Raya...”, 2018). Tidak jauh berbeda dengan Soepratman, Ir. Soekarno juga menekankan pentingnya pendidikan karakter, dengan menyatakan, “Tidak akan mungkin membangun sebuah negara kalau pendidikan karakternya tidak dibangun” (Erizar, 2014). Ketika karakter dari suatu bangsa terbangun, barulah bisa dibangun sisi intelektual atau kognitifnya (Wijaya & Helaluddin, 2018) Pendidikan yang menekankan pada aspek kognitif semata tanpa sebuah karakter, hanya akan menjadi kemajuan semu, seperti para pejabat dengan beragam gelar yang masih melakukan korupsi (Fatimah, 2012; Musrifah, 2016).

Tema besar pendidikan karakter banyak mengalami pasang surut sampai saat ini (Akuntono, 2011). Sejarah pendidikan karakter di Indonesia sebenarnya telah dimulai sejak era Presiden Soekarno melalui Manipol-USDEK<sup>1</sup>. Namun, hal ini sedikit berbeda dengan pendidikan karakter pada masa Presiden Soeharto yang dituangkan melalui Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (P4) sejak 22 Maret 1978 dengan berlandaskan pada TAP MPR no. 11/MPR/1978 tentang Eka Prasetya Pancakarsa sebagaimana tercantum pada pasal 4 ketentuan tersebut:

Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila ini merupakan penuntun dan pegangan hidup dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara bagi setiap warga negara Indonesia, setiap penyelenggara negara, serta setiap lembaga kenegaraan dan lembaga kemasyarakatan, baik di Pusat maupun di Daerah dan dilaksanakan secara bulat dan utuh.

Namun, terjadinya pergolakan politik setelah munculnya tuntutan reformasi berimbas pada dicabutnya TAP MPR No.II/MPR/1978 tentang Eka Prasetya Pancakarsa melalui TAP MPR No. XVIII/MPR1998. Hal tersebut terjadi karena dua alasan. Pertama, P4 dianggap sebagai proses indoktrinasi yang dinilai melanggar hak asasi manusia (HAM). Kedua, Pancasila dilihat sebagai alat politik sehingga mereka yang tidak sejalan dengan pemerintah sering kali dicap sebagai anti-Pancasila (Hardisoesilo, 2017). Setelah itu, wacana besar pendidikan karakter pada masyarakat Indonesia kembali tenggelam.

Kembalinya wacana pendidikan karakter dicanangkan oleh Menteri Pendidikan Nasional pada peringatan pendidikan Nasional tahun 2010 (Hasib, 2011). Wacana tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan diberlakukannya pendidikan karakter pada semua jenjang pendidikan mulai tahun ajaran baru 2011/2012 (Pemerintah cangkan, 2011). Keputusan tersebut diambil disebabkan oleh adanya darurat karakter. Darurat karakter terlihat dari tawuran antarpelajar yang meningkat tajam dari 128 kasus pada 2010 menjadi 339 kasus pada 2011 dan menewaskan 82 pelajar (Dalam setahun, 2012).

Upaya pendidikan karakter yang telah dilakukan sejak tahun ajaran baru 2011/2012 tersebut ternyata dirasa kurang efektif. Publik dihebohkan dengan beredarnya video kekerasan sejumlah pelajar yang bahkan terjadi di tingkat sekolah dasar swasta di Kota Bukittinggi, Sumatra Barat. Menurut KPAI, kasus *bullying* menduduki peringkat teratas pengaduan masyarakat sejak 2011 hingga 2014. KPAI mencatat 369 pengaduan (25% dari 1.480 kasus) terjadi di bidang pendidikan, seperti *bullying* di sekolah, tawuran antarpelajar, diskriminasi pendidikan, atau pungutan liar (Setyawan, 2014).

Untuk mengatasinya, pendidikan karakter di Indonesia digaugkan kembali menjadi sebuah gerakan, seperti disampaikan oleh Anies Baswedan selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada 2015. Disebutkan bahwa pendidikan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membentuk karakter yang diimplementasikan secara terintegrasi. Kemudian, disebutkan pula bahwa penumbuhan budi pekerti perlu dilakukan bukan melalui program, melainkan melalui sebuah gerakan, di mana semua komponen masyarakat, mulai dari orang tua, guru, kepala sekolah, dan lingkungan bekerjasama dan saling melengkapi (Kemendikbud, 2015). Lebih lanjut, perhatian pemerintah terhadap penguatan pendidikan karakter dimaksudkan dan diharapkan menjadi sebuah gerakan dengan munculnya Peraturan Presiden Nomor 87 tahun 2017 tentang Penguatan Pendidikan Karakter yang ditandatangani pada 6 September 2017, antara lain tertuang pada Pasal 1 sebagai berikut.

Penguatan Pendidikan Karakter yang selanjutnya disingkat PPK adalah gerakan pendidikan di bawah tanggung jawab satuan pendidikan untuk memperkuat karakter peserta didik melalui harmonisasi olah hati, olah rasa, olah pikir, dan olah raga dengan pelibatan dan kerja sama antara satuan pendidikan, keluarga, dan masyarakat sebagai bagian dari Gerakan Nasional Revolusi Mental (GNRM).

Penguatan pendidikan karakter dalam aturan baru ini bertujuan membangun dan membekali peserta didik sebagai generasi emas Indonesia tahun 2045 dengan jiwa Pancasila dalam menghadapi perubahan di masa depan (Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden-Kementerian Sekretariat Negara, 2017).

Pendidikan karakter juga menjadi program prioritas Nawacita No. 8 untuk merevolusi karakter bangsa pada masa

pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Wakil Presiden Jusuf Kalla 2014–2019. Pengimplementasian gerakan Penguatan Pendidikan Karakter (PPK) melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan telah dilakukan sejak tahun 2016. Presiden Joko Widodo lebih memberikan porsi pendidikan karakter sebesar 70% pada jenjang pendidikan dasar dibandingkan mengajarkan pengetahuan, sedangkan pada pendidikan menengah pertama berporsi 60%. PPK ini dimaksudkan mendorong etik, spiritual, rasa, dan raga terimplementasi secara utuh dan terintegrasi dalam proses pembelajaran intrakurikuler, ko-kurikuler, dan ekstra kurikuler dengan lima karakter utama, yaitu religius, nasionalis, integritas, mandiri, dan gotong royong (Kemendikbud, 2017). Lebih lanjut, pembangunan karakter Indonesia tercantum pada Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015–2019 dengan kalimat, “Penguatan pendidikan karakter pada anak-anak usia sekolah pada semua jenjang pendidikan untuk memperkuat nilai-nilai moral, akhlak, dan kepribadian peserta didik dengan memperkuat pendidikan karakter yang terintegrasi ke dalam mata pelajaran” (Kemendikbud, tanpa tahun).

Aspek teknis berikut adalah model implementasi PPK dengan menitikberatkan pada lima nilai besar yang berbeda setiap harinya, dengan mengintegrasikan nilai-nilai tersebut pada setiap mata pelajaran, sesuai arahan Kemendikbud.

**Tabel 8.2** Simulasi Model Implementasi Penguatan Pendidikan Karakter

Hari	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
<b>Nilai karakter</b>	Nasio-nalis	Integritas	Man-diri	Gotong Royong	Religius		
<b>Waktu belajar</b>	Pembiasaan: 1. Upacara bendera (Senin), apel, menyanyikan lagu Indonesia Raya, lagu nasional dan berdoa bersama, membaca buku non-pelajaran tentang Penumbuhan Budi Pekerti (PBP), cerita rakyat, 15 menit sebelum pembelajaran 2. Kegiatan intra-kurikuler: Kegiatan belajar mengajar 3. Kegiatan ko-kurikuler dan ekstra kurikuler: Sesuai minat dan bakat, dilakukan di bawah bimbingan guru/pelatih dengan melibatkan orang tua dan masyarakat, kegiatan keagamaan, pramuka, Palang Merah Remaja (PMR), Pasukan Pengibar Bendera (Paskibra), Kesenian, Karya Ilmiah Remaja (KIR), Jurnalistik, olahraga 4. Kegiatan pembiasaan: sebelum menutup hari siswa melakukan refleksi, menyanyikan lagu daerah dan berdoa bersama					Kegiatan PPK bersama orang tua: interaksi dengan orang tua dan lingkungan/sesama	

Sumber: Kemendikbud (tanpa tahun)

Namun, konsep ideal pendidikan karakter masih harus menghadapi beberapa tantangan dalam dunia pendidikan Indonesia umumnya. Tantangan tersebut, sebagaimana dihimpun dari berbagai sumber, adalah

1. Inkonsistensi kebijakan pendidikan nasional yang bertolak dari tujuan Undang-Undang Dasar tahun 1945 dengan pasal-pasal pada Undang-Undang No.20/2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) (Hidayat & Patras, 2013) sebagaimana terlihat pada butir-butir berikut:

- a. Belum dimuatnya ketentuan tentang upaya pembangunan bangsa, dan pernyataan bertanggung jawab dalam undang-undang tersebut tidak dijelaskan kepada siapa.
  - b. Pada pasal 37 UU No.20/2003 tentang kurikulum, tidak ada kurikulum bahasa Indonesia dan tidak ada kurikulum sejarah Indonesia.
  - c. Pasal 65 ayat (2) UU No. 20/2003 menyebutkan secara tidak langsung mengizinkan anak Indonesia di tanah airnya sendiri bersekolah di sekolah asing.
  - d. Menurut UU No. 20/2003, untuk memiliki kewarganegaraan yang berkualitas diisi dengan mata pelajaran pendidikan kewarganegaraan dari sekolah dasar (SD) sampai perguruan tinggi (PT). Namun, tidak ada arahan Peraturan Pemerintah tentang isi dan berapa jam per minggu untuk mata pelajaran pendidikan kewarganegaraan.
2. Pendanaan pendidikan 20% dari Anggaran Pendapatan Belanja Negara/ Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBN/APBD) ternyata termasuk gaji guru dan lain-lainnya sehingga pendanaan pendidikan sendiri hanya 1,4% dari Produk Domestik. Dibandingkan dengan PDB, hal itu menunjukkan betapa kecilnya pendanaan khusus pada kegiatan pendidikan itu sendiri (Hidayat & Patras, 2013).
  3. Perubahan kurikulum dicurigai dilatarbelakangi oleh kepentingan ekonomi karena pergantian kurikulum akan selalu menghadirkan proyek yang melimpah bagi pencetakan buku (Saputra, 2014). Di samping itu, semakin beratnya tuntutan kurikulum pun dirasakan para siswa. Sebagai contoh, pelajaran SD di Indonesia lebih sulit daripada pelajaran SD di negara maju karena kelas 1 SD di Indonesia sudah

harus menghadapi ujian tengah dan akhir semester (Luki-hardianti, 2018).

4. Maraknya kasus korupsi pada anggaran pendidikan dengan kerugian negara mencapai Rp1,3 triliun rupiah dengan nilai suap Rp55 miliar dari 425 kasus sejak 2005–2016 (Nadlir, 2018).
5. Ketidakmerataan/ketimpangan pembangunan sarana dan prasarana pendidikan (termasuk tidak terpenuhinya rasio tenaga guru berbanding jumlah murid), khususnya di luar Pulau Jawa (Catatan awal tahun, 2018).
6. Meningkatnya kasus pelanggaran HAM di dunia pendidikan<sup>1</sup>. Komisi Nasional Hak Asasi Manusia (Komnas HAM) mencatat 11 kasus dugaan pelanggaran HAM dalam isu pendidikan pada 2018. Jumlah ini meningkat dari tahun 2017 (Sidiq, 2018).
7. Sebanyak 75% siswa mengakui pernah melakukan kekerasan di sekolah, 22% guru atau petugas adalah pelaku kekerasan, dan 50% anak melaporkan mengalami perundungan (*bullying*) di sekolah (Setyawan, 2017).

Munculnya peristiwa-peristiwa menyimpang merefleksikan perlu adanya perbaikan sistem pembangunan atau pendidikan karakter bangsa (Fatimah, 2012; Santosa, 2014; Syaikhudin, 2014; Wijaya & Helaluddin, 2018). Model pendidikan karakter yang diterapkan selama ini dianggap tidak memberikan hasil yang diharapkan (Fatimah; 2012; Santosa, 2014; Syaikhudin, 2014; Wijaya & Helaluddin, 2018) karena terjebak pada pengajaran perilaku yang sifatnya formal dan simbolis, yang lebih

---

<sup>1</sup> Pelanggaran HAM yang dimaksud di sini adalah pelanggaran terkait hak atas pendidikan, hak memperoleh keadilan, hak mengembangkan diri, hak atas kesejahteraan, dan hak atas hidup (Sidiq, 2018).

menekankan pada pengembangan intelektual untuk memenuhi standar kurikulum melalui ujian nasional (Fatimah, 2012; Syai-khudin 2014) daripada pembentukan karakter. Pemerintahan Joko Widodo-Jusuf Kalla dianggap belum mampu merealisasikan revolusi karakter bangsa melalui kebijakan penataan kembali kurikulum pendidikan nasional (Nadlir, 2018).

Pendidikan secara umum kehilangan rohnya untuk mengembangkan karakter di Indonesia akibat orientasi ekonomi (keuntungan) pribadi/keompok dari para pemegang kekuasaan atau pelaksana kebijakan. Pendidikan dilihat sebagai sumber uang atau proyek yang kaya di atas kertas dan aturan, tetapi buruk di dalam proses pelaksanaannya. Hal ini mencerminkan rendahnya kesadaran dan keinginan politik (*political will*) para pemegang kekuasaan dan pelaksana di bidang pendidikan untuk membentuk karakter peserta didik dan memajukan bangsa Indonesia. Pada akhirnya, pendidikan karakter kembali menjadi jargon aktor politik tanpa mengindahkan esensi proses pembangunan karakter.

Hal senada juga disampaikan oleh Hidayat dan Patras (2013) yang melihat dari sudut proses pembelajaran. Pelaksanaan pendidikan di Indonesia dianggap telah gagal dalam proses membentuk karakter karena selama ini proses pembelajaran lebih banyak mendengar, mencatat, dan menghafal, sementara evaluasi pendidikan hanyalah ujian nasional. Padahal, ujian nasional tidak dapat mengakomodasi kemampuan uji kognitif yang luas, mencakup kemampuan meneliti, menganalisis, menilai, mengidentifikasi masalah, dan menyelesaikan masalah, yang lebih terkait dengan pengembangan pribadi peserta didik. Beberapa penelitian terdahulu juga telah mengevaluasi proses pelaksanaan pendidikan karakter.

1. Syaikhudin (2014) di SD Ma'arif Ponorogo:
  - a. Ada penambahan beban kerja guru karena harus membuat perangkat pendidikan karakter dalam penilaian karakter siswa setiap hari;
  - b. Terdapat ketidaksamaan antara satu sekolah dengan sekolah lainnya di dalam kurikulum tentang pendidikan karakter. Sebagai contoh, Sekolah Dasar Ma'arif mengajarkan materi Aswaja sebagai ciri khas sekolah yang menganut paham Nahdatul Ulama.
2. Santosa (2014) di MTsN Kanigoro Kras Kab. Kediri:
  - a. Belum optimalnya pembinaan sumber daya manusia serta pengurus madrasah;
  - b. Minimnya sarana dan prasarana;
  - c. Jumlah proporsi yang tidak seimbang antara pengajar dan jumlah siswa;
  - d. Perbedaan latar belakang keluarga siswa.
3. Ningsih (2015) di SMP Negeri 8 dan 9 Purwokerto:
  - a. Dalam aspek kurikulum, ada ketidaksamaan antara sekolah yang menjadi *pilot project* dengan yang bukan. Sebagai contoh, belum adanya kurikulum yang jelas tentang pelaksanaan pendidikan karakter;
  - b. Pelaksanaan pendidikan karakter dengan konsep yang implisit yang terintegrasi pada semua mata pelajaran kurang terlihat, yang terlihat hanya pada kegiatan belajar-mengajar dalam pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan (PKn), Pendidikan Agama Islam (PAI), dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS).

4. Irawan (2016) di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Yogyakarta I pada pelajaran Fisika:
  - a. Sarana dan prasarana belum maksimal;
  - b. Kurangnya waktu pelajaran (hanya 2 jam/minggu), sehingga siswa atau peserta didik hanya mendapatkan pemberian materi saja.

Pendidikan karakter yang lebih esensial ditekankan pada mata pelajaran PKn. Lebih lanjut, sistem pendidikan karakter yang terintegrasi dengan pelajaran lain lebih ditekankan pada pelaksanaan kognitif karena keterbatasan waktu pelajaran (2 jam/minggu). Akibatnya, siswa hanya mendapatkan pemberian materi dan ritual menghafal bacaan. Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat ketidakefektifan dan bias penilaian pendidikan karakter yang lebih ditekankan pada kemampuan kognitif daripada pendidikan karakter siswa. Sebagai contoh, apabila seorang siswa yang belajar mata pelajaran fisika kemudian bersikap aktif dalam diskusi kelas dan bertanya tentang rumus materi gaya kepada sang guru, keaktifan siswa itu dianggap lebih didasari pada keingintahuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang gaya (kemampuan kognitif) dibanding sebagai bagian dari pembentukan karakter. Padahal, hal tersebut juga merupakan bentuk pengembangan kepribadian siswa untuk turut aktif di dalam kelas.

Penekanan pada kegiatan-kegiatan yang sifatnya ritual seperti yang diajukan oleh Kemendikbud ada pada model implementasi PPK, seperti pelaksanaan upacara bendera, apel, dan menyanyikan lagu daerah. Kesemuanya itu merupakan sebuah proses pembiasaan (*cultured process*) dalam pendidikan karakter, seperti yang dijelaskan Wirutomo (2012). Namun, ritual-ritual tersebut akan berkurang atau terdegradasi esensinya jika tidak diiringi pemberian pemahaman kepada peserta didik atau siswa yang

terlibat. Keterasingan dalam kegiatan ritual juga bisa terjadi pada kegiatan belajar-mengajar yang berorientasi pada nilai dengan kegiatan menjawab soal-soal ujian. Seorang peserta didik hanya akan menghafal tanpa memahami suatu materi, terlebih nilai apa yang dikandung dalam suatu pelajaran. Sebagai contoh, Konferensi Meja Bundar sebagai salah satu pertanyaan dalam ujian pelajaran sejarah. Dengan tipe soal tersebut, siswa tersebut cenderung menghafal siapa-siapa saja yang terlibat di dalamnya, tanggalnya, di mana, dan isi konferensi tersebut. Kegiatan yang hanya menghafal untuk menjawab soal-soal ujian menjadikan seorang peserta didik terasingkan dan kurang mengerti bagaimana proses perjuangan para pahlawan yang mendorong agar Indonesia diakui sebagai negara berdaulat pada Konferensi Meja Bundar.

Penting untuk memberikan pemahaman dari nilai-nilai ke-Pancasila-an agar memunculkan kesadaran peserta didik untuk menyerap nilai/karakter yang diberikan atau ditanamkan dengan efektif, seperti perlunya penjelasan mengapa dilakukan sebuah upacara bendera hingga menyanyikan lagu daerah. Peserta didik atau siswa dapat merasa terasingkan dari kegiatan yang mereka lakukan (teralienasi) ketika mereka terus melakukannya tanpa memahami maksud atau makna dari kegiatan tersebut (Sunarto, 2004). Proses pembelajaran yang seperti ini, menurut penulis, masih belum muncul dari model implementasi PPK atau Penguatan Pendidikan Karakter.

#### **D. Sekilas Perbandingan Pendidikan Karakter di Jepang dan Indonesia**

Jika bagian sebelumnya membahas tentang pendidikan karakter di Indonesia secara umum, bagian ini menampilkan penelitian Moriyama (2015) yang membandingkan pendidikan karakter di Jepang dan Indonesia, khususnya pada pelajaran PKn.

**Tabel 8.3** Perbandingan Pendidikan Karakter antara Jepang dan Indonesia

No.	Aspek	Jepang	Indonesia
1.	Tujuan Pendidikan Karakter	“...untuk menyempurnakan karakter” yang didefinisikan dalam instruksi Departemen Pendidikan (1947) “untuk mengembangkan segala potensi manusia seoptimal dan harmonis berdasarkan kognisi mengenai nilai dan digniti individu...”	“...Mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia...” (pasal ke-1 UU No. 20/2003)
2.	Jam pelajaran	45 menit	35 menit
4.	Jumlah pelajaran	1 mata pelajaran dengan durasi 1 jam pelajaran: 45 menit per minggu	Pendidikan karakter terdiri dari 2 mata pelajaran dengan 8 jam pelajaran (280 menit) per minggu.
5.	Mata Pelajaran Pendidikan Karakter	Justru pendidikan karakter hanya satu mata pelajaran yang mengacu pada Garis Besar Bimbingan Sekolah Dasar. Tidak dibenarkan pendidikan agama maupun kegiatan keagamaan	Sumber pendidikan karakter: Pendidikan Agama Islam (PAI), PKn (Pancasila) dan Bhinneka Tunggal Ika—tumpang tindih.

No.	Aspek	Jepang	Indonesia
6.	Perbandingan mata pelajaran pendidikan karakter di sekolah	<p>4 pandangan pelajaran moral (kesadaran diri, hubungan dengan orang lain, hubungan dengan masyarakat dan kelompok, relasi dengan alam semesta)</p> <p>“Menghormati nyawa” dan “rasa saleh”</p> <p>Hal yang patut diperhatikan adalah “taat aturan, akhlak mulia, rajin bekerja, cinta pada keluarga, dan masyarakat”</p>	<p>Pendidikan Agama Islam (PAI) dan Kewarganegaraan materinya tumpang tindih di Indonesia yang paling diutamakan adalah “menerima dan menjalankan ajaran agama yang dianutnya.” Agama paling penting, dan pengakuan tentang Tuhan yang merupakan langkah pertama untuk pendidikan karakter dan hidup bermasyarakat lebih terlihat pada pelajaran PKn</p>
7.	Perbandingan buku pendidikan karakter di sekolah	<p>Sudah ajek selama 56 tahun, diterbitkan oleh salah satu penerbit dari suatu yayasan pendidikan</p> <p>Bukunya banyak gambar dan pemahaman nilai-nilai dasar tanpa latihan dan ujian</p> <p>Bertujuan agar murid memikirkan apa yang penting dalam cerita sehingga perlu bimbingan guru dan berdiskusi nantinya (membina kreasi)</p> <p>Cerita yang ditampilkan untuk mengejar rasa saleh murid</p>	<p>Ada 6 penyusun.</p> <p>Ada bacaan, ulangan, dan pertanyaan yang disertai gambar</p> <p>Kurang ruang untuk membina kreasi siswa, dan kebebasan guru terbatas</p>

Sumber: Diolah dari Moriyama (2015)



Sumber: Moriyama (2015)

**Gambar 8.1** Contoh Gambar Buku Ajar Pendidikan Karakter di Jepang dan Indonesia

Berdasarkan perbandingan tersebut, terdapat perbedaan antara pendidikan karakter di Jepang dan Indonesia. Pada proses pembelajaran, misalnya, pendidikan karakter di Jepang terfokus pada interaksi antara guru dan siswa, sedangkan proses pendidikan karakter di Indonesia adalah menghafal materi-materi tentang kepancasilaan dan keindonesiaan yang kemudian dievaluasi dengan soal-soal latihan dan ulangan. Proses ini kurang membina pemahaman siswa dalam pendidikan karakter dan kurang memberikan contoh atau menstimulasi kreasi siswa atas fakta-fakta yang muncul dalam kehidupan sehari-hari.

Karena kurikulum ketat yang mengekang kreasi guru dan peserta didik dengan target nilai (angka-angka) dan keinginan guru dan sekolah agar peserta didiknya memiliki nilai tinggi (Tukiyo, 2013), yang terjadi dalam pendidikan karakter pada pelajaran PKn di Indonesia adalah bukan membangun sebuah pemahaman karakter kepancasilaan dan keindonesiaan. Prosesnya hanya pada pengejaran nilai skor tertinggi oleh siswa dengan

cara menghafal UUD 1945, Pancasila, sistem pemerintahan sampai dengan kejadian-kejadian bersejarah hanya untuk dapat menjawab soal-soal ujian (Pradana, 2017). Proses pendidikan seperti ini kurang memanusiakan manusia karena upaya-upaya yang telah dilakukan oleh siswa (datang tepat waktu, belajar siang malam, atau berorganisasi) pada akhirnya hanya diwakili dalam kumpulan angka pada selembur atau dua lembar kertas setiap semesternya. Dengan kata lain, upaya dan pengetahuan kognitif peserta didik secara simplisistik dituangkan ke dalam sesuatu yang semata-mata numerik.

Hal lain yang terjadi adalah lemahnya karakter peserta didik akibat tingginya tuntutan nilai, sehingga ada peserta didik yang tidak memedulikan proses, bahkan dengan cara-cara yang tidak berkarakter berupaya mendapatkan nilai tinggi. Sebagai contoh, mereka yang kurang memahami pelajaran, karena adanya tuntutan nilai yang tinggi dari guru dan orang tua, pada akhirnya menyontek ketika mengerjakan soal ujian. Proses pendidikan mengejar nilai sebagai hasil akhir ini justru mengakibatkan tidak tercapainya tujuan mulia pendidikan. Peserta didik malah memiliki karakter berbohong, kurang percaya diri, dan instan. Menyontek adalah refleksi dari ketidakpercayaan diri dalam menjawab soal-soal ujian sehingga berkeinginan menipu atau membohongi pengawas atau guru yang telah memberikan pengajaran selama masa kegiatan belajar-mengajar. Mereka yang menyontek juga memiliki karakter instan yang mencerminkan karakter malas, yakni ingin mendapatkan sesuatu dengan cara yang mudah dan cepat dengan sedikit usaha. Tradisi menyontek ini terefleksi dari bocornya soal ujian nasional meskipun sudah berbasis komputer, sebagaimana disesalkan oleh Mendikbud (Saubani, 2018).

Berbeda dengan yang terjadi di Indonesia, bahan ajar pendidikan karakter di Jepang tidak berisi latihan dan ujian, tetapi berisi contoh-contoh atau ilustrasi gambar dan pemahaman nilai-nilai dasar bermasyarakat dalam beberapa situasi antara si anak atau peserta didik dan orang di sekitarnya. Proses pembelajaran dibangun melalui diskusi terhadap penceritaan yang dibimbing guru dari contoh kehidupan sehari-hari. Proses diskusi ini merupakan bentuk penanaman atau internalisasi nilai (Sunarto, 2004) dalam membentuk suatu karakter yang diarahkan untuk mendorong pemahaman serta kreasi siswa dalam bersikap dan berperan di dalam masyarakat. Lebih lanjut, bahan ajar pendidikan karakter di Jepang memberikan contoh-contoh yang dapat menjadi acuan peserta didik setelah mereka mendapat arahan dari guru tentang bagaimana seharusnya bersikap dalam berbagai situasi. Peserta didik juga diajak melakukan kegiatan bersama untuk melihat kejadian nyata dari situasi yang digambarkan di buku, misalnya berbagi makanan kepada teman atau mereka yang bertugas piket (Moriyama, 2015). Membangun pemahaman melalui diskusi, pengarahan oleh guru, kegiatan lapangan mengamati lingkungan sekitar, dan latihan memiliki tanggung jawab melalui kerja tim dilakukan sebagai bagian dari pendidikan karakter di Jepang. Proses itu merupakan sebuah *cultured process* atau proses pembiasaan. Orientasi proses ini yang menjadikan suksesnya pendidikan karakter di Jepang jika dibandingkan di Indonesia yang lebih berorientasi pada pencapaian nilai.

Perbedaan antara Jepang dan Indonesia mengacu pada proses pembelajaran PKn sebagai mata pelajaran yang secara eksplisit mengajarkan tentang karakter bangsa bagi anak-anak Indonesia. Proses penanaman nilai atau karakter dalam pendidikan di Indonesia kehilangan rohnyanya karena adanya degradasi esensi pendidikan karakter akibat tuntutan kurikulum dan nilai. Tradisi

menyontek bahkan sudah berlangsung selama belasan tahun (Sholeh, 2015).

Dari paparan tersebut, tampak bahwa penelitian yang berfokus pada perlunya proses dalam pendidikan karakter di Indonesia sangat minim. Tulisan ini mengajukan pendekatan proses (*cultured process*<sup>2</sup>) untuk pendidikan karakter, dengan meminjam konsep dari Wirutomo (2012) yang terinspirasi oleh pendidikan karakter di Jepang (Moriyama, 2015), sehingga karakter Pancasila dapat ditanamkan dalam diri peserta didik atau siswa. Agar pendekatan ini dapat diaplikasikan, ada prasyarat yang harus dipenuhi, yaitu adanya perubahan kurikulum dari berorientasi Ujian Sekolah Berstandar Nasional/Ujian Nasional (USBN/UN) untuk mengejar nilai akademis menjadi secara konsisten berorientasi pada proses pembangunan karakter Pancasila.

## E. *Cultured Process* Pendidikan Karakter di Jepang

Berbeda dengan di Jepang, konsep dasar pendidikan karakter di Indonesia merupakan pendidikan karakter terpadu yang tidak hanya diaplikasikan pada mata pelajaran tertentu (Irawan, 2016; Kemendikbud, tanpa tahun; Ningsih, 2015; Tatang, 2012). Namun, tujuan pendidikan karakter Jepang dan Indonesia tidak jauh berbeda jika dilihat dari undang-undang pendidikan di kedua negara tersebut (Tukiyo, 2013).

Jika melihat penjelasan Tukiyo (2013) dan Mulyadi (2014) tentang pendidikan karakter di Jepang tampak bahwa perbedaannya ada pada praktiknya. Menurut mereka, pendidikan karakter di Jepang, khususnya pembangunan moral, tidak hanya diberi-

<sup>2</sup> *Cultured process* adalah sebuah proses sosial dari hasil interaksi manusia yang dibudayakan pada suatu lingkup kelompok/masyarakat.

kan dalam bentuk teori, tetapi lebih mengutamakan realisasi pengajaran moral dalam bentuk praktik kehidupan sehari-hari. Praktik-praktik pendidikan moral diajarkan dalam pelajaran kemampuan hidup di masyarakat, seperti tata cara menyeberang jalan dan adab di dalam kereta, siswa diajak mendiskusikan pemecahannya.

Pendidikan karakter di Jepang juga dilakukan melalui pembiasaan-pembiasaan kedisiplinan, seperti peraturan yang mengharuskan siswa datang tepat waktu dan pembagian tugas dengan *learning by doing* (piket menyiapkan makan siang bersama, mengucapkan salam, dan pembiasaan agar berani tampil di depan kelas). Praktik-praktik ini merupakan contoh nyata konsep pembiasaan (*cultured process*) dalam pendidikan karakter (Wirutomo, 2012).

Perbedaan pembangunan karakter siswa di Jepang dengan di Indonesia adalah siswa di Jepang tidak dinilai melalui tes tertulis, tetapi dinilai melalui pengecekan pemahaman terhadap penanaman nilai. Pengecekan pemahaman ini dilakukan dengan melihat hasil tulisan siswa tentang apa yang mereka pikirkan dari pembelajaran yang telah diberikan. Diskusi dan refleksi film terkait juga dilakukan untuk memberikan stimulus dalam menanamkan nilai pada peserta didik. Jadi, peran guru dalam pendidikan karakter di Jepang tidak hanya memfasilitasi dan mengarahkan, tetapi juga membuka ruang kreasi untuk memperluas pemahaman siswa (Mulyadi, 2014; Tukiyo, 2013).

Mulyadi (2014) dan Tukiyo (2013) membandingkan pendidikan karakter di Indonesia dan Jepang. Berbeda dengan pendidikan karakter di Indonesia, pendidikan karakter di Jepang tidak hanya dilakukan pada pendidikan formal, tetapi juga dikuatkan melalui peran serta masyarakat dan lingkungan kelu-

arga,<sup>3</sup> bahkan didukung oleh program acara televisi (Cipta, 2007; Sari, 2017; Wahyu, 2011; Tukiyo, 2013). Selain itu, keteladanan para pemimpin di masyarakat Jepang merupakan unsur penting pendidikan karakter, tidak hanya bagi pendidikan formal, tetapi juga untuk kehidupan sehari-hari (Suliyati, 2013). Nilai-nilai pendidikan karakter di Jepang terus terbawa hingga peserta didik menjadi malu jika tidak menjalankan perannya bagi masyarakat Jepang. Pengunduran diri seorang pemimpin karena tidak bisa menjalankan tanggung jawab atau perannya untuk menyejahterakan anggota adalah hal yang wajar akibat kentalnya budaya malu. Hal ini berbanding terbalik dengan di Indonesia, saat seorang pejabat/pimpinan yang sudah terbukti bersalah dan merugikan banyak pihak justru mempertahankan jabatan/posisinya (Rozi, 2017). Di sini terlihat betapa besarnya perhatian (*political will*) pemerintah Jepang pada pendidikan karakter yang dikuatkan oleh model peran (*role model*), tidak hanya di keluarga, tetapi juga oleh para tokoh masyarakat. Nilai-nilai karakter tersebut terus terpelihara karena terdapat sinergisitas antara sekolah, keluarga, dan pemerintah yang tidak hanya dalam tataran konsep, tetapi juga dalam pengimplementasiannya, ditambah dengan dukungan media massa.

Pada kenyataannya, konsep pendidikan karakter di Indonesia masih belum jelas tata cara pelaksanaannya (Tukiyo, 2013). Hal tersebut terjadi karena sistem pendidikan di Indonesia memiliki permasalahan, mulai dari permasalahan teknis sampai ke permasalahan materi pengajaran. Permasalahan yang esensial dalam pendidikan karakter adalah proses pembelajaran. Di Indonesia,

---

<sup>3</sup> Ada program yang memang disediakan oleh pemerintah untuk mengajarkan pendidikan karakter. Dalam program itu, orang tua dan sekolah terhubung dalam membangun tanggung jawab anak di rumah dan di sekolah, seperti tugas piket di sekolah atau tugas membantu orang tua ketika di rumah (Lihat Cipta, 2007; Sari, 2017; Wahyu, 2011; Tukiyo, 2013).

materi pelajarannya tumpang tindih antara PAI dan PKn (Moriyama, 2015), adanya perbedaan kurikulum antara satu sekolah sekolah lainnya (Syaikhudin, 2014; Ningsih, 2015), serta kurang efektifnya pendidikan karakter yang diajarkan dengan sistem integratif secara implisit (Ningsih, 2015). Pendidikan karakter perlu dilakukan secara eksplisit agar siswa secara sadar diajarkan untuk berkarakter.

Beranjak dari kekurangan-kekurangan dalam pendidikan karakter di Indonesia, tulisan ini menawarkan konsep pengimplementasian pendekatan pembangunan karakter kepancasilaan, khusus pada materi pelajaran PKn. Pembatasan pengajaran karakter kepancasilaan hanya pada materi pelajaran PKn didasarkan pada kenyataan bahwa PKn adalah pelajaran yang paling eksplisit untuk dapat mengajarkan tentang kepancasilaan dan keindonesiaan pada tingkat SD. Pendidikan di tingkat SD merupakan proses paling penting bagi kehidupan seorang anak, sehingga tingkat SD menjadi tahapan pendidikan yang tepat untuk menanamkan nilai dan karakter (Tukiyo, 2013).

## F. Proses Pembudayaan Karakter Pancasila

Karena pembangunan nilai karakter bangsa merupakan sebuah proses yang panjang (Mulyadi, 2014; dan Tukiyo, 2013), konsep pembangunan lima sifat yang dicanangkan Kemendikbud melalui penanaman lima karakter berbeda pada lima hari berbeda dalam satu minggu, yaitu nasionalis, integritas, mandiri, gotong-royong, dan religius (lihat Tabel 8.2), menurut penulis, menjadi kurang tepat. Hal ini menimbulkan kerancuan tidak hanya pada pengajar, tetapi juga bagi peserta didik karena tidak ada penjelasan tentang mengapa perlu ada penekanan nilai yang berbeda setiap harinya. Pada model implementasi PPK, tidak dijelaskan secara detail seperti apa dan mengapa ada perbedaan

nilai yang diangkat setiap harinya karena pendidikan karakter dianjurkan untuk diajarkan secara implisit.

Untuk mendiskusikan permasalahan tersebut, proses membudayakan karakter Pancasila pada tulisan ini diusulkan untuk dilakukan dalam periode waktu satu atau dua tahun, atau setara dengan dua sampai empat semester, untuk setiap nilai yang akan ditanamkan. Sedikit berbeda dengan nilai-nilai yang ditawarkan Kemendikbud (nasionalis, integritas, mandiri, gotong royong, dan religius) pada tulisan ini, yang dimaksud dengan karakter Pancasila adalah turunan dari Pancasila secara langsung. Jadi, setiap nilai merupakan refleksi dari setiap sila pada Pancasila, yaitu

1. Ketuhanan yang Maha Esa: “jujur”;
2. Kemanusiaan yang adil dan beradab: “bertanggung jawab”
3. Persatuan Indonesia: “menghormati dan menghargai keberagaman”
4. Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan: “gotong royong”; dan
5. Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia: “keadilan”

Kemudian bagaimana penanaman karakter Pancasila dari nilai-nilai ke-Pancasila-an tersebut? Setelah menentukan nilai yang penting untuk setiap sila pada Pancasila, dilakukan penurunan sub-nilai untuk menanamkan nilai kepancasilaan melalui pengembangan pemahaman peserta didik dengan sistem ceramah, diskusi, dan refleksi kehidupan sehari-hari dari nilai yang ditanamkan. Dengan mengadopsi sistem pendidikan karakter di Jepang yang disampaikan Moriyama (2015), pengevaluasian pendidikan karakter dapat dilakukan dengan melihat hasil tulisan yang disampaikan setiap murid sebagai refleksi pemahaman dari materi yang diberikan.

Tulisan ini menawarkan konsep dan cara pembudayaan karakter Pancasila hanya pada materi pelajaran PKn di tingkat SD, dengan peran yang paling esensial dalam hal ini adalah guru PKn, sebagaimana diuraikan pada tabel berikut.

**Tabel 8.4** Karakter Pancasila dan Pengimplementasiannya: Penurunan Nilai Inti Pancasila dan Proses Penanaman

Nilai-Nilai Kepancasilaan pada Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan (PKn)

No	Sila	Nilai Inti	Sub Nilai	Tata Cara Pemberian Materi
1.	Ketuhanan yang Maha Esa	Jujur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jujur kepada Tuhan Yang Maha Esa</li> <li>Jujur kepada diri sendiri (aturan)</li> <li>Jujur kepada orang tua (guru)</li> <li>Jujur kepada teman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah guru ke murid</li> <li>Menonton dan merefleksikan film</li> <li>Permainan mengakui kesalahan sebagai diskusi ringan –stimulus agar siswa berani mengakui kesalahannya (dilakukan pada setiap sesi)</li> </ul>
2.	Kemanusiaan yang adil dan beradab	Bertanggung jawab	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memahami dan mendahulukan kewajiban</li> <li>Kewajiban kepada Tuhan dan orang tua, menjadi bagian dari masyarakat (menaati aturan)</li> <li>Memahami dan menghargai hak orang lain</li> <li>Memahami dan menghargai lingkungan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ceramah guru ke murid</li> <li>Menonton video tentang hak dan kewajiban</li> <li>Memahami hak dan kewajiban dari kehidupan sehari-hari (praktik lapangan), mencatat dan diskusi kelas</li> <li>Memahami hak dan kewajiban manusia terhadap lingkungan</li> </ul>

No	Sila	Nilai Inti	Sub Nilai	Tata Cara Pemberian Materi
3.	Persatuan Indonesia	Menghormati dan menghargai keberagaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami makna perbedaan dan kekayaan budaya (arti luas) dan besarnya bangsa Indonesia—dari Sabang sampai Marauke</li> <li>• Menghormati dan menghargai perbedaan kebudayaan Nusantara</li> <li>• Memahami pentingnya Persatuan Bangsa Indonesia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah guru ke murid tentang perbedaan dan kekayaan budaya dan bangsa Indonesia</li> <li>• Menonton film atau video keberagaman Nusantara disertai refleksi (siswa) dan diskusi</li> <li>• Ceramah tentang etika diskusi dalam penyampaian pendapat dan tidak menyela ketika seseorang sedang berpendapat, mendengarkan pendapat orang lain</li> <li>• Presentasi siswa tentang perbedaan di Indonesia diikuti diskusi dan pemberian pemahaman tentang Bhinneka Tunggal Ika (per kelompok diskusi diawasi dan diarahkan oleh pengajar)</li> <li>• Diskusi tentang pentingnya persatuan bangsa Indonesia (diskusi diawasi dan diarahkan pengajar)</li> </ul>

No	Sila	Nilai Inti	Sub Nilai	Tata Cara Pemberian Materi
4.	Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan	Gotong royong	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami tentang musyawarah dan mufakat (menghormati dan menghargai pendapat orang lain karena setiap orang memiliki hak dan kewajiban yang sama di mata hukum)</li> <li>• Memahami tentang peran-peran di masyarakat</li> <li>• Memahami tentang pentingnya gotong royong dan berbagi</li> <li>• Refleksi nilai gotong royong dan berbagi pada kehidupan sehari-hari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ceramah tentang pentingnya musyawarah dan mufakat (setiap orang memiliki hak dan kewajiban yang sama di mata hukum)</li> <li>• Simulasi musyawarah untuk memahami peran-peran di masyarakat dengan studi kasus yang dipantau dan menekankan pada etika diskusi (diskusi diawasi dan diarahkan oleh pengajar)</li> <li>• Menonton film/video tentang pentingnya gotong royong</li> <li>• Diskusi dan refleksi nilai-nilai gotong royong dan pentingnya berbagi pada kehidupan sehari-hari (diskusi diawasi dan diarahkan pengajar).</li> </ul>
5.	Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia	Keadilan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami konsep keadilan pada konteks kesetaraan (<i>equity</i> bukan <i>equality</i>) di dalam kehidupan sehari-hari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mencari makna keadilan dalam kehidupan sehari-hari yang direfleksikan murid diikuti dengan diskusi yang diarahkan oleh guru tentang nilai keadilan.</li> </ul>

No	Sila	Nilai Inti	Sub Nilai	Tata Cara Pemberian Materi
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memahami konsep keadilan terhadap lingkungan</li> <li>• Pembiasaan konsep keadilan lingkungan</li> <li>• Memahami konsep keadilan dalam keberagaman hidup di masyarakat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Refleksi perilaku membuang sampah diikuti diskusi yang diarahkan guru tentang kerusakan lingkungan akibat manusia dan pentingnya alam (hutan, laut dan langit) bagi kehidupan manusia</li> <li>• Adanya tim petugas penjaga lingkungan di kelas yang menjaga kelas bersih dari sampah (di dalam atau sekitar kelas), penerapan terhadap pelaku pembuang sampah sembarangan dan diberi tugas merawat tanaman di kelas atau di sekitar kelas.</li> <li>• Kegiatan menjaga dan melestarikan lingkungan seperti menanam pohon dan merawat tumbuhan dimulai dengan pemberian pemahaman tentang pentingnya lingkungan bagi kehidupan manusia.</li> <li>• Refleksi, diskusi dan ceramah guru tentang keadilan di dalam pergaulan bermasyarakat dan dalam menghargai keberagaman masyarakat di Indonesia</li> </ul>

Sumber: Olahan penulis dari berbagai sumber

Karena jenjang pendidikan dasar terdiri dari enam tingkat, yakni kelas 1–6, pada tulisan ini ditawarkan 5 nilai dasar yang ditekankan per tahunnya pada pelajaran PKn. Pada kelas 1 sangat penting menanamkan nilai dasar pertama, yakni jujur, yang erat dengan nilai kebenaran atau mana yang baik atau yang buruk. Jujur yang dimaksud tidak hanya jujur kepada orang lain. Nilai jujur di sini utamanya jujur kepada Tuhan Yang Maha Esa, lalu jujur kepada diri sendiri dan orang lain, termasuk orang tua, guru, dan teman. Kegiatan utama dalam pembentukan karakter di kelas 1 adalah ceramah guru ke murid. Lalu, guru dapat memberikan stimulus kepada murid dengan mengakui kesalahan-kesalahan di depan kelas sebagai diskusi ringan. Permainan pengakuan kesalahan ini diajarkan kepada setiap murid secara bergilir di kelas dan diakhiri dengan pengarahan dan solusi dari guru untuk murid yang melakukan kesalahan. Permainan ini juga berfungsi untuk meningkatkan sifat berani berkata jujur dan berani berbicara di depan umum. Guru berperan tidak hanya sebagai pendengar dan pemberi solusi dari kesalahan murid, tetapi juga memastikan tidak ada masalah yang berlanjut dari permainan pengakuan bersalah tersebut, contohnya kasus perundungan (*bullying*). Kegiatan belajar-mengajar juga dapat dilengkapi dengan cerita-cerita tentang kejujuran, misalnya menonton film lalu merefleksikannya.

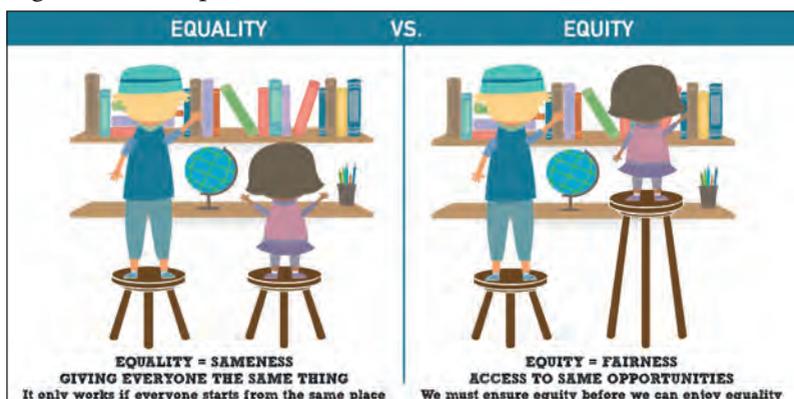
Nilai bertanggung jawab ditanamkan kepada peserta didik pada dua tingkat, yaitu kelas 2 dan 3. Setelah peserta didik mengetahui mana yang benar dan tidak benar, penanaman nilai bertanggung jawab menjadi penting dan perlu ditekan lebih lama untuk membentuk pemahaman bahwa seorang peserta didik merupakan anggota atau bagian dari masyarakat. Penekanan pada nilai bertanggung jawab adalah pada peran yang harus dilakukan seorang murid yang mengandung kewajiban (diutamakan) ke-

pada Tuhan yang Maha Esa, misalnya beribadah; kepada orang tua misalnya berbakti; dan kepada orang lain misalnya menaati aturan, seperti tidak mencoret-coret fasilitas sekolah. Kemudian, peserta didik juga diberikan pemahaman tentang tanggung jawabnya terhadap lingkungan yang perlu dilestarikan demi kelangsungan hidup manusia, seperti pentingnya menanam pohon dan tidak membuang sampah sembarangan.

Untuk pendidikan karakter pada kelas 4, perlu ditanamkan nilai menghormati dan menghargai keberagaman. Penanaman nilai dimulai dengan ceramah guru dan mengenalkan betapa kayanya kebudayaan yang dimiliki bangsa Indonesia dari Sabang sampai Merauke. Pengenalan kekayaan budaya dapat menggunakan film atau video kekayaan budaya Nusantara disertai refleksi siswa dan diskusi yang diarahkan oleh guru. Pengenalan kekayaan kebudayaan juga dikuatkan dengan diskusi serta ceramah tentang etika diskusi untuk saling menghormati dan menghargai pendapat orang lain. Kegiatan berikutnya adalah diskusi kelompok dan presentasi sederhana dengan menggambar di kelas dan pemberian pemahaman tentang Bhinneka Tunggal Ika yang ditutup dengan diskusi tentang pentingnya menjaga persatuan bangsa Indonesia.

Nilai gotong royong sebagai refleksi sila ke-4 dari Pancasila ditawarkan pengimplementasiannya di kelas 5, dimulai dengan ceramah bahwa setiap orang memiliki hak dan kewajiban yang sama di mata hukum, dan diikuti dengan kegiatan simulasi atau praktik musyawarah, menonton video atau film tentang indahnya gotong royong dan berbagi. Terakhir, proses pembelajaran dilakukan melalui merefleksikan nilai-nilai gotong royong dalam kehidupan sehari-hari. Peserta didik atau siswa dapat membuat *review* atau tulisan mengenai pemahaman mereka tentang gotong royong yang ada di sekitar kehidupan mereka atau di masyarakat, yang bisa menjadi bahan diskusi kelas yang diarahkan guru.

Pada jenjang pendidikan dasar kelas 6, penekanannya pada penanaman nilai keadilan. Kegiatan penanaman nilai keadilan dimulai dengan memberikan stimulus kepada peserta didik untuk merefleksikan makna dari konsep keadilan itu sendiri. Setiap peserta didik didorong untuk memberikan jawabannya dan menaruhnya di depan kelas. Setelah setiap murid menaruh jawabannya, guru mengecek jawaban yang konstruktif yang dapat disampaikan kepada seluruh siswa. Murid dengan jawaban yang konstruktif (bisa lebih dari satu) distimulus untuk menjelaskan definisi atau refleksi dari konsep keadilan sosial yang dituliskannya. Setelah semua murid menyampaikan refleksinya, dibuka sesi diskusi oleh guru bagi peserta didik lain yang mungkin menanyakan refleksi yang disampaikan, atau memiliki konsep keadilan yang berbeda. Setelah diskusi, barulah guru memaparkan ceramah tentang konsep keadilan sosial yang mengedepankan kesetaraan dan keadilan (*equity*). Konsep keadilan yang penulis maksud digambarkan seperti ini:



Sumber: SMART (2019)

**Gambar 8.2** Antara Konsep Kesetaraan (*Equality*) dan Keadilan (*Equity*)

Keadilan di sini bukan sebagai kesamaan (*sameness*), melainkan keadilan dalam pemberian perlakuan yang memang dibutuhkan bagi pihak yang kurang mampu sehingga dapat mengakses hal yang sama dengan pihak yang mampu dalam kehidupan bermasyarakat. Penting juga disampaikan bahwa konsep keadilan tidak hanya berlaku antarmanusia, tetapi juga dari manusia kepada non-manusia, seperti alam (tumbuhan dan hewan). Penanaman nilai ini dimulai dengan menstimulus peserta didik dengan ceramah betapa pentingnya sumber daya alam yang kaya di Indonesia, termasuk peran hutan dan keanekaragaman di dalam rantai makanan yang pada akhirnya berpengaruh terhadap kehidupan manusia.

Kegiatan lapangan juga dapat dilakukan untuk menstimulus peserta didik, seperti dalam hal perilaku membuang sampah. Hal ini memang remeh temeh, tetapi membuang sampah sembarangan sudah menjadi kebiasaan masyarakat di Indonesia (Arkaromah, 2018) sehingga perlu kegiatan pembiasaan membuang sampah dengan cara yang benar. Proses belajar-mengajar untuk menstimulus kepekaan terhadap lingkungan yang dilakukan di kelas, misalnya, dapat diterapkan melalui tahapan kegiatan sebagai berikut.

1. Peserta didik diminta mencari sejenis sampah yang mereka temukan (di jalan, sekitar kelas, sekitar rumah).
2. Setiap peserta didik kemudian diminta menunjukkan sampah yang dipungutnya.
3. Lalu seluruh peserta didik diminta secara serentak membuang sampahnya di kelas.
4. Selanjutnya, seluruh peserta didik diminta berkumpul di depan kelas untuk melihat apa yang terjadi akibat sampah yang mereka buang tersebut.

5. Peserta didik diminta memungut kembali sampah yang mereka buang.
6. Dimulailah ceramah yang diikuti diskusi tentang pentingnya tidak membuang sampah sembarangan.
7. Dijelaskan juga tentang bahaya banjir akibat membuang sampah sembarangan, pentingnya kelestarian hutan, langit dan laut, di samping penjelasan umum bahwa manusia hanyalah salah satu unsur atau bagian dari alam semesta.

Keadilan terhadap lingkungan juga dapat ditindaklanjuti dengan dibentuknya tim penjaga lingkungan yang secara bergiliran bertugas menjaga kebersihan dari sampah, baik di dalam atau sekitar kelas. Tim penjaga ini bisa menegur orang yang membuang sampah sembarangan, termasuk guru jika ia yang menjadi pelakunya. Peran guru di sini juga dapat sebagai pemicu untuk mengetes bagaimana keberanian tim penjaga lingkungan untuk menegur siapa pun yang membuang sampah. Tentu saja, sebelumnya telah diberikan arahan tentang cara menegur dengan santun kepada orang yang melanggar aturan. Jika hasil pengetesan guru atau pihak sekolah menunjukkan murid berani menegur atau tidak menegur, atau dengan cara menegur yang benar atau tidak, hal ini perlu diikuti dengan ceramah yang menekankan sikap keadilan terhadap lingkungan yang benar.

Guru di sini memiliki peranan yang sangat penting karena harus mengarahkan dan membimbing para tim penjaga lingkungan untuk terus peduli terhadap keadilan bagi lingkungan. Kegiatan-kegiatan penanaman pohon atau kegiatan lingkungan lain juga penting dilakukan, dan dimulai oleh guru kepada peserta didik dengan memberikan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya menjaga lingkungan sekitar.

Nilai keadilan yang ditanamkan di kelas 6 juga terkait dengan refleksi terhadap nilai-nilai keadilan yang berlaku dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam pergaulan bermasyarakat maupun yang menyangkut keberagaman masyarakat Indonesia. Pada tahap ini, siswa diharapkan dapat merefleksikan apa itu keadilan bermasyarakat jika dikaitkan dengan orang-orang yang memiliki latar belakang berbeda dengan diri masing-masing peserta didik. Perefleksian diri ini harus diikuti tahap diskusi dan ceramah tentang bagaimana keadilan di dalam pergaulan bermasyarakat yang tepat dan sesuai dengan keberagaman di masyarakat.

Konsep pembentukan karakter Pancasila ini masih merupakan sebuah konsep dengan segala kekurangannya, sehingga masih memerlukan kajian lebih lanjut untuk melihat tantangan-tantangan yang dihadapi dalam mengimplementasikannya. Tantangan pertama adalah seberapa besar keinginan dan perhatian (*political will*) pemerintah untuk mengubah orientasi atau haluan kurikulum pendidikan bangsa Indonesia. Keengganan para politikus dan para pembuatan kebijakan adalah tantangan pertama yang perlu dihadapi oleh setiap elemen masyarakat untuk memperbaiki karakter bangsa Indonesia. Setelah haluan tersebut dapat diubah, konsep pembudayaan karakter Pancasila perlu disinkronisasi dengan mata pelajaran lainnya, agar tidak terjadi tumpang tindih. Jika pemerintah tetap menginginkan pendidikan karakter yang berbeda-beda di mata pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan (PKn), Pendidikan Agama Islam (PAI), dan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), perlu ada proses sinkronisasi pada materinya agar saling melengkapi satu dengan lainnya. Tantangan kedua adalah dalam hal menurunkan konsep ke ranah teknis, seperti penyusunan buku ajar dan penjabaran tahapan proses pembelajaran pembudayaan karakter Pancasila yang praktis dan mudah dimengerti. Proses ini membutuhkan waktu dan anggaran yang tidak sedikit. Tantangan berikut-

nya adalah bagaimana pemerintah dapat mengajak keluarga serta media massa untuk mendukung pelaksanaan pendidikan karakter. Catatan penting yang perlu diperhatikan adalah perlunya pada tingkat nasional menyiapkan bentuk serta tata cara pengevaluasian pemahaman karakter Pancasila yang berkelanjutan bagi para guru.

## G. Kesimpulan

Bangsa Indonesia harus dan dapat memiliki karakter yang berbeda dengan bangsa-bangsa lainnya di dunia jika dapat merefleksikan karakter Pancasila yang dibalut ke-Bhineka Tunggal Ika-annya. Ini sama halnya dengan karakter *Bushido* di masyarakat Jepang yang berbeda dengan masyarakat lainnya di dunia. Sudah saatnya Pemerintah Indonesia menaruh perhatian lebih (*political will*) untuk mengubah orientasi pendidikan dari berdasarkan *output* atau nilai akhir menjadi berorientasi proses pembiasaan membangun karakter. Sistem pendidikan yang mengedepankan *output*/nilai akhir melalui ujian hanya akan melanggengkan tradisi menyontek (misalnya kasus kebocoran Ujian Nasional Berbasis Komputer/UNBK), tanpa memedulikan proses pendidikan yang memanusiakan manusia.

Karakter bagi bangsa Indonesia adalah karakter Pancasila (jujur, bertanggung jawab, menghormati dan menghargai, gotong royong, dan keadilan) yang terimplementasi pada kehidupan sehari-hari, dan perlu ditanamkan serta ditumbuhkembangkan pada generasi penerus bangsa, utamanya melalui sistem pendidikan pada jenjang pendidikan dasar yang dibantu dan dikuatkan oleh peran keluarga. Penting juga bagi para tokoh masyarakat dan pejabat di bidang pemerintahan untuk memberikan keteladanan (*role model*) bagi khalayak umum dalam bersikap dan ber-karakter Pancasila. Dukungan media massa tentu saja tidak bisa ditinggalkan. Karakter Pancasila perlu dibangun sebagai bagian

dari investasi generasi masa kini agar generasi penerus bangsa tidak hanya pintar dari segi kognitif, tetapi juga mau berkorban dan berkontribusi bagi bangsa dan negara Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Afandi, A. S. (2015, Maret 2). Reaktualisasi Pancasila sebagai wujud pemberdayaan identitas nasional. *Dinas Kominfo Kota Malang*. Diakses pada 14 Februari 2019 dari <https://mediacenter.malangkota.go.id/2015/03/reaktualisasi-pancasila-sebagai-wujud-pemberdayaan-identitas-nasional/>.
- Agboola, A., & Tsai, K.C. (2012). Bring character education into classroom. *European Journal of Educational Research (EJER)*, 1(2), 163–170.
- Akbar, W. (2018, April 29). BIN ungkap 39 persen mahasiswa terpapar radikalisme. *CNN Indonesia*. Diakses pada 13 Maret 2020 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20180429023027-20-294442/bin-ungkap-39-persen-mahasiswa-terpapar-radikalisme>.
- Akuntono, I. (2011, Desember 12). Gagalnya pendidikan karakter kesalahan pendidikan? *Kompas.com*. Diakses pada 3 Januari 2019 dari <https://edukasi.kompas.com/read/2011/12/12/10273315/gagalnya.pendidikan.karakter.kesalahan.pendidikan>.
- Amelia, R. (2014, November 14). Chelsea Islan sedih anak muda Indonesia lebih suka budaya asing. *Beritasatu*. Diakses pada 17 November 2018 dari <http://www.beritasatu.com/hiburan/225087-chelsea-islant-sedih-anak-muda-indonesia-lebih-suka-budaya-asing.html>.
- Arkaromah, D. (2018, Desember 14). Masyarakat yang sering membuang sampah sembarangan. *RMOLJATENG*. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <http://www.rmoljateng.com/read/2018/12/14/15011/Masyarakat-Yang-Sering-Membuang-Sampah-Sembarangan->.
- BEMKMFTUGM. (2017, Februari 25). Seks bebas, ancaman nyata bangsa. *BEMKMFTUGM*. Diakses pada 14 Maret 2019 dari <http://bem.ft.ugm.ac.id/2017/02/25/seks-bebas-ancaman-nyata-bangsa/>.

- Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden-Kementerian Sekretariat Presiden. (2017, November 16). Penguatan karakter hindari tergerusnya nilai agama dan budaya bangsa. Diakses pada 18 November 2018 dari <http://presidenri.go.id/beritaaktual/penguatan-karakter-hindari-tergerusnya-nilai-agama-dan-budaya-bangsa.html>.
- BNPT: Kecenderungan radikalisme di Indonesia lebih dari 10 persen. (2019, Desember 9). *Kumparan.com*. Diakses pada 13 Maret 2020 dari <https://kumparan.com/kumparannews/bnpt-kecenderungan-radikalisme-di-indonesia-lebih-dari-10-persen-1sPWZ4UXXXj>.
- Catatan awal tahun 2018, tantangan dalam pendidikan karakter. (2018, Januari 2) *Klikberita.co.id*. Diakses 11 September 2018 dari <http://www.klikberita.co.id/peristiwa/catatan-awal-tahun-2018,-tantangan-dalam-pendidikan-karakter.html>.
- Cipta, H. (2007). Penerapan pendidikan karakter pada anak di Indonesia dan Jepang. *Noura*, 1(1), 82–98.
- Dalam setahun 82 pelajar tewas akibat tawuran. (2012, September 26). *Liputan 6*. Diakses pada 13 Maret 2020 dari <https://www.liputan6.com/news/read/440140/dalam-setahun-82-pelajar-tewas-akibat-tawuran>.
- Davies, I., Mizuyama, M., & Thompson, G.H. (2010). Citizenship education in Japan. *Citizenship, Social, and Economics Education*, 9(3), 170–178.
- Erizar. (2014, November 18). Pendidikan karakter bermula dari Jerman. *Serambinews*. Diakses pada 16 Februari 2019 dari <http://aceh.tribunnews.com/2014/11/18/pendidikan-karakter-bermula-dari-jerman>.
- Fatimah, S. (2012). Formalisme pendidikan karakter di Indonesia: Telaah pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, XVII(1), 116–127.
- Firmansyah, M.J. (2018, September 12). KPAI: Tawuran pelajar 2018 lebih tinggi dibanding tahun lalu. *Tempo.co*. Diakses pada 14 Maret 2019 dari <https://metro.tempo.co/read/1125876/kpai-tawuran-pelajar-2018-lebih-tinggi-dibanding-tahun-lalu/full&view=ok>.

- Generasi muda kurang peduli budaya sendiri. (2008, November 27). *Kompas.com*. Diakses pada 17 November 2018 dari <https://nasional.kompas.com/read/2008/11/26/17323361/generasi.muda.kurang.peduli.budaya.sendiri>.
- Hardisoesilo. (2017, September 30). Inilah beda sosialisasi Empat Pilar dengan P4 dan UKP-PIP. *IslamIndonesia*. Diakses pada 3 Januari 2019 dari <https://islamindonesia.id/berita/ini-beda-sosialisasi-4-pilar-mpr-dengan-p4-dan-ukp-pip.htm>.
- Hasib, K. (2011, Juli 15). Pendidikan karakter, mau ke mana?. *Tsaqafah*. Diakses pada 15 Maret 2019 dari <https://www.hidayatullah.com/artikel/tsaqafah/read/2011/07/15/2201/pendidikan-karakter-mau-kemana.html>.
- Hendara, A. (2018, Maret 11). Ini dia persamaan dan perbedaan wota dan fans K-Pop di Indonesia. *Japanese Station.com*. Diakses pada 17 November 2018 dari <https://japanesestation.com/ini-dia-persamaan-dan-perbedaan-wota-dan-fans-k-pop-di-indonesia/>.
- Hidayat, R., & Patras, Y. E. (2013). Evaluasi sistem pendidikan nasional Indonesia. Makalah pada *2nd International Seminar on Quality and Affordable Education (ISQAE 2013)*, 235–244.
- Humas Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2017, November 20). Jika perubahan tidak diantisipasi, Presiden: Nilai karakter bangsa akan tergerus. Diakses pada 17 November 2018 dari <http://setkab.go.id/jika-perubahan-tidak-diantisipasi-presiden-nilai-karakter-bangsa-akan-tergerus/>.
- Inung (Ed.). (2016, Maret 12). Banyak orang Indonesia lebih mengagungkan budaya asing. *Poskotanews*. Diakses pada 17 November 2018 dari <http://poskotanews.com/2016/03/12/banyak-orang-indonesia-lebih-mengagungkan-budaya-asing/>.
- Irawan, S. (2016). Evaluasi implementasi pendidikan karakter pada pembelajaran fisika di MAN Yogyakarta I. *Jurnal Pendidikan Karakter*, VI(1), 74–85.
- Kamaruddin, S.A. (2012). Character education and students social behaviour. *Journal of Education and Learning*, 6(4), 223–230.

- Kemendikbud. (2015, Agustus 25). Karakter moral dan kinerja wujud penumbuhan budi pekerti. Diakses pada 18 November 2018 dari <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2015/08/karakter-moral-dan-kinerja-wujud-penumbuhan-budi-pekerti-4532-4532-4532>.
- Kemendikbud. (2017, Juli 17). Penguatan pendidikan karakter jadi pintu masuk pembenahan pendidikan nasional. Diakses pada 11 September 2018 dari <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/07/penguatan-pendidikan-karakter-jadi-pintu-masuk-pembenahan-pendidikan-nasional>.
- Kemendikbud. (tanpa tahun). Penguatan pendidikan karakter: Senang belajar di rumah kedua. Diakses pada 18 November 2018 dari [http://alihfungsi.gtk.kemdikbud.go.id/assets/konsep\\_karakter.pdf](http://alihfungsi.gtk.kemdikbud.go.id/assets/konsep_karakter.pdf)
- 5 Kebudayaan Indonesia yang Mulai Hilang. (2015). *Beritaunik.net*. Diakses pada 17 November 2018 dari <https://www.beritaunik.net/entertainment/5-kebudayaan-indonesia-yang-mulai-hilang.html>.
- Latief (Ed). (2011, Maret 8). Krisis identitas generasi muda kita. *Kompas.com*. Diakses pada 17 November 2018 dari <https://edukasi.kompas.com/read/2011/03/08/20524658/Krisis-Identitas.Generasi.Muda.Kita>.
- Lirik lagu Indonesia Raya—lagu wajib nasional. (2018). *KapanLagi.com*. Diakses pada 20 September 2018 dari <https://lirik.kapanlagi.com/artis/lagu-wajib-nasional/indonesia-royal/>.
- Lukihardianti, A. (2018, Maret 5). Aher sebut pendidikan di Indonesia memberatkan murid. *Republika.co.id*. Diakses pada 22 November 2018 dari <https://www.republika.co.id/berita/nasional/pemprov-jabar/18/03/05/p53yig368-aher-sebut-pendidikan-di-indonesia-memberatkan-murid>.
- Matanasi, P. (2019, Juni 29). Ruslan Abdulgani: Berjaya di era Soekarno, bertahan di masa Soeharto. *Tirto.id*. Diakses dari <https://tirto.id/ruslan-abdulgani-berjaya-di-era-sukarno-bertahan-di-masa-soeharato-d9lb>.

- Moriyama, M. (2015). Perbandingan pendidikan karakter antara daerah Sunda di Indonesia dan di Jepang. Diakses pada 14 Maret 2019 dari [https://www.researchgate.net/publication/301728148\\_Perbandingan\\_Pendidikan\\_Karakter\\_antara\\_Daerah\\_Sunda\\_di\\_Indonesia\\_dan\\_di\\_Jepang](https://www.researchgate.net/publication/301728148_Perbandingan_Pendidikan_Karakter_antara_Daerah_Sunda_di_Indonesia_dan_di_Jepang).
- MPR RI. (1978). TAP MPR No.II/MPR/1978. Diakses pada 18 Juli 2020 dari [https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt50687436810c9/node/657/tap-mpr-no-ii\\_mpr\\_1978-tahun-1978-pedoman-penghayatan-dan-pengamalan-pancasila-\(ekaprasetia-pancakarsa\)](https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt50687436810c9/node/657/tap-mpr-no-ii_mpr_1978-tahun-1978-pedoman-penghayatan-dan-pengamalan-pancasila-(ekaprasetia-pancakarsa)).
- MPR RI. (1998). TAP MPR No. XVIII/MPR1998. Diakses pada 18 Juli 2020 dari [https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/19444/node/21/tap-mpr-no-xviii\\_mpr\\_1998-tahun-1998-pencabutan-ketetapan-majelis-permusyawaratan-rakyat-republik-indonesia-nomor-ii\\_mpr\\_1978-tentang-pedoman-penghayatan-dan-pengamalan-pancasila-\(ekaprasetia-pancakarsa\)-dan-penetapan-tentang-penegasan-pancasila-sebagai-dasar-negara](https://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/19444/node/21/tap-mpr-no-xviii_mpr_1998-tahun-1998-pencabutan-ketetapan-majelis-permusyawaratan-rakyat-republik-indonesia-nomor-ii_mpr_1978-tentang-pedoman-penghayatan-dan-pengamalan-pancasila-(ekaprasetia-pancakarsa)-dan-penetapan-tentang-penegasan-pancasila-sebagai-dasar-negara).
- Mulyadi. (2014). Model pendidikan karakter dalam masyarakat Jepang. *Jurnal Izumi*, 3(1), 69–80.
- Murtako, M. (2015) “Culture-based character education in modernity era. *Ta'div*, 20(1): 149–164. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tadib/article/view/326>.
- Musrifah. (2016). Pendidikan karakter dalam perspektif Islam. *Edukasia Islamika*, 1(1), 119–133.
- Nadlir, M. (2018, Mei 2). Komnas HAM catat 4 kondisi darurat pendidikan. *Kompas.com*. Diakses pada 11 September 2018 dari <https://nasional.kompas.com/read/2018/05/02/12581141/komnas-ham-catat-4-kondisi-darurat-pendidikan-indonesia>.
- Ningsih, T. (2015). *Implementasi pendidikan karakter*. Purwokerto: STAIN Press.
- Pemerintah canangkan pendidikan karakter. (2011, Juli 13). *Kompas.com*. Diakses pada tanggal 3 Januari 2019 dari <https://nasional.kompas.com/read/2011/07/13/04580874/pemerintah.canangkan.pendidikan.karakter>.

- Pradana, H. A. J. (2017, April 31). Revitalisasi pendidikan karakter di sekolah. *Kumparan*. Diakses pada 16 November 2018 dari <https://kumparan.com/hilmy-adam-jieta-pradana/revitalisasi-pendidikan-karakter-di-sekolah>.
- Pratama, A. (2018, Juli 23). KPAI catat 161 kasus kekerasan anak di bidang pendidikan selama 2018. *Inews.id*. Diakses pada 14 Maret 2018 dari <https://www.inews.id/news/nasional/kpai-catat-161-kasus-kekerasan-anak-di-bidang-pendidikan-selama-2018/189701>.
- Rahayu, L. S. (2019, Juli 19). Menhan sebut 23,4% mahasiswa di RI terpapar radikalisme. *Detiknews*. Diakses pada 13 Maret 2020 dari <https://news.detik.com/berita/d-4631020/menhan-sebut-234-mahasiswa-di-ri-terpapar-radikalisme>.
- Rozi, F. (2017). Tak tahan malu, CEO Jepang pilih mundur karena pegawainya bunuh diri akibat stres bekerja. *Hipwee*. Diakses pada 20 Maret 2019 dari <https://www.hipwee.com/feature/pegawainya-bunuh-diri-karena-stres-ceo-nya-mundur-untuk-tanggungjawab-ini-budaya-malu-di-jepang/>.
- Santosa, A. D. (2014). Implementasi pendidikan karakter dalam membangun kemandirian dan disiplin siswa di MTsN Kanigoro Kras Kab. Kediri. *Dialektika Religia*, 2(1), 21–38.
- Saputra, A. (2014). Pendidikan yang menindas. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*, 1(2), 260–276.
- Sari, S. D. (2017). Perbandingan sistem pendidikan di Indonesia dengan Jepang: Ilmu sosial sebagai pembangunan karakter kebangsaan. *Prosiding Seminar Nasional Tahunan FISUNM*, 1(1), 181–196.
- Saubani, A. (2018, April 24). Mendikbud sesalkan soal UNBK bocor di medsos. *Republika.co.id*. Diakses pada 18 Maret 2019 dari <https://republika.co.id/berita/pendidikan/eduaction/18/04/24/p7owbk409-mendikbud-sesalkan-soal-unbk-bocor-di-medsos>.

- Setyawan, D. (2014, Oktober 16). KPAI: Kasus bullying dan pendidikan karakter. Diakses pada 3 Januari 2019 dari <http://www.kpai.go.id/berita/kpai-kasus-bullying-dan-pendidikan-karakter>.
- Setyawan, D. (2017, November 23). Pers release kekerasan di sekolah marak, KPAI menyelenggarakan FGD analisis kebijakan penanganan kekerasan di pendidikan. Diakses pada 14 Februari 2019 dari <http://www.kpai.go.id/berita/pers-release-kekerasan-di-sekolah-marak-kpai-menyelenggarakan-fgd-analisis-kebijakan-penanganan-kekerasan-di-pendidikan>.
- Sholeh, M. (2015, Mei 5). Menteri Anies beberkan penyebab bocornya soal ujian nasional. *Merdeka.com*. Diakses pada 30 Maret 2019 dari <https://www.merdeka.com/peristiwa/menteri-anies-beberkan-penyebab-bocornya-soal-ujian-nasional.html>.
- Sidiq, T. (2018, Mei 2). Komnas HAM menilai pelanggaran HAM di dunia pendidikan meningkat. *Tempo.co*. Diakses pada 14 Februari 2019 dari <https://nasional.tempo.co/read/1084899/komnas-ham-menilai-pelanggaran-ham-di-dunia-pendidikan-meningkat/full&view=ok>.
- Sihombing, M. (2015, Desember 5). Bangsa Indonesia krisis identitas kebangsaan. *Kabar24*. Diakses pada 17 November 2018 dari <http://kabar24.bisnis.com/read/20151205/15/498903/bangsa-indonesia-krisis-identitas-kebangsaan>.
- Sitohang, D. H. (2020, Februari 18). Mendagri dalam pembukaan Rakernas FKPT 2020: Era digital, radikalisme makin meluas. *Kupastuntas.co*. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://www.kupastuntas.co/2020/02/18/mendagri-dalam-pembukaan-rakernas-fkpt-2020-era-digital-radikalisme-makin-meluas>.
- Sitompul, M. (tanpa tahun). Atas nama ideologi negara. *Historia*. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://historia.id/politik/articles/atas-nama-ideologi-negara-6mR23>.
- SMART (2019). *Equity*. Diakses pada 14 Maret 2019 dari <https://www.getsmartoregon.org/about-smart/equity/>.

- Suliyati, T. (2013). Bushido pada masyarakat Jepang: Masa lalu dan masa kini. *Jurnal Bahasa, Sastra dan Budaya Jepang*, 1(1), 1–12. DOI: <https://doi.org/10.14710/izumi.1.1>. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/izumi/article/view/6232>.
- Sunarto, K. (2004). *Pengantar sosiologi* (edisi ketiga). Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Syaikhudin, A. (2014, Juni). Evaluasi pelaksanaan pendidikan karakter (studi kasus di Sekolah Dasar Ma'arif Ponorogo). *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*, 1, 1–17.
- Syakur, M. A. (Ed). (2018, Januari 2). Seks bebas mencemaskan, 178 bayi baru lahir dibuang pada 2017. *Hidayatullah.com*. Diakses pada 14 Maret 2019 dari <https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2018/01/02/131957/seks-bebas-mencemaskan-178-bayi-baru-lahir-dibuang-pada-2017.html>.
- Tatang, (2012). Pendidikan Karakter di Jepang dan Indonesia. Prosiding *Seminar Nasional dan Workshop Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Karakter*. Bandung, 11 November 2012. Diunduh dari [https://mafiadoc.com/pendidikan-karakter-di-jepang-dan-indonesia-pdf-daarul-fikri\\_59de7f541723dd279a64b4bb.html](https://mafiadoc.com/pendidikan-karakter-di-jepang-dan-indonesia-pdf-daarul-fikri_59de7f541723dd279a64b4bb.html).
- Tukiyo. (2013). Sistem pendidikan dan pendidikan karakter di Jepang serta perbandingannya dengan di Indonesia. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://onsearch.id/Record/IOS2395.article-255?-widget=1&repository\\_id=2395](https://onsearch.id/Record/IOS2395.article-255?-widget=1&repository_id=2395).
- Utsu, T. (2010). Moral and global citizenship education in Japan, England & France. *Research Bulletin of Education*, 5, 53–60.
- Wahyu. (2011). Masalah dan usaha membangun karakter bangsa. *Jurnal Komunitas*, 3(2), 138–149.
- Wahyudi, I. (2020, Februari 14). Wakapolri: Internet jadi salah satu sarana berkembangnya radikalisme. *Antaraneews.com*. Diakses pada 13 Maret 2020 dari <https://www.antaraneews.com/berita/1297594/wakapolri-internet-jadi-salah-satu-sarana-berkembangnya-radikalisme>.

- Wibawarta, B. (2006). Bushido dalam Masyarakat Jepang Modern. *Wacana* 8(1), 54–66.
- Wirutomo, P. (2012). *Sosiologi untuk Jakarta: Menuju pembangunan sosial-budaya*. Jakarta: LPMJ.
- Wijaya, H., & Helaluddin. (2018, Februari). Hakikat pendidikan karakter. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://www.researchgate.net/publication/323364661\\_Hakikat\\_Pendidikan\\_Karakter](https://www.researchgate.net/publication/323364661_Hakikat_Pendidikan_Karakter).
- Wulandari, P. (2015, April 9). Invasi J-Pop vs K-Pop di Indonesia, mana yang akan bertahan lebih lama? *Fimela*. Diakses pada 17 November 2018 dari <https://www.fimela.com/news-entertainment/read/3511354/invasi-j-pop-vs-k-pop-di-indonesia-mana-yang-akan-bertahan-lebih-lama>.
- Zahroh, J. (2018, Maret 1). Lunturnya budaya Indonesia. *Imakews.com*. Diakses pada 17 November 2018 dari <http://www.imakews.com/2018/03/lunturnya-budaya-indonesia.html>.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB IX **POST-TRUTH, PEMUDA, DAN TERORISME**

*Fachri Aidulsyah*

### A. Pendahuluan

Tidak lebih dari dua bulan pasca-tragedi penyerangan Mako Brimob pada awal Mei 2018, serangkaian aksi teror merajalela di mana-mana. Aksi teror yang sebelumnya dilakukan oleh kaum Adam kini juga dilakukan oleh kaum Hawa, baik yang belum maupun yang sudah berkeluarga. Tidak jarang, aksi teror tersebut juga melibatkan anak-anak mereka yang baru saja menginjak remaja (usia 16 hingga 21 tahun). Pascatragedi penyerangan Mako Brimob, masyarakat Indonesia digemparkan bukan hanya oleh tragedi penyerangan Gereja Santa Maria Tak Bercela di Surabaya pada 15 Mei 2018 yang dilakukan oleh sebuah keluarga (suami, istri, dan anak-anaknya), melainkan juga dikejutkan oleh dua pemuda yang ingin membantu perjuangan para tahanan pelaku teror.

Adalah DSM (18 tahun) dan SNA (21 tahun); yang satu masih duduk di bangku sekolah pesantren dan yang satu lagi mahasiswa yang sedang kuliah, sudah bercita-cita untuk ikut terlibat dalam kegiatan terorisme. Perkenalannya dengan gerakan teror cukup unik; mereka berdua mengaku hanya mengenal dan mendalami gerakan tersebut melalui Telegram. Motivasi keikut-

sertaannya pun cukup menarik, di mana ada rasa penasaran terhadap gerakan *Islamic State of Iraq and Syria* (ISIS) dan *Jamaah Anshoru Daulah* pada saat mereka sedang memiliki hasrat untuk mengenal Islam lebih jauh. Sayangnya, usaha mereka untuk mengenal Islam lebih jauh tidak diikuti dengan semangat untuk berguru kepada ulama yang sudah diketahui integritas dan kapabilitasnya dalam memahami Islam secara komprehensif, malah hanya mengandalkan belajar di dunia maya.

Secara global, fenomena keterlibatan kaum muda dalam kegiatan terorisme dan kekerasan seperti DSM dan SNA bukanlah suatu hal yang baru. Pada 2013, pemuda asal Skotlandia dan Inggris, Aqsa Mahmood dan Sally Jones, sudah lebih dulu bermigrasi ke Syria dan bergabung dengan kelompok ISIS (Gartenstein-Ross, Hagerty, & Macnair, 2018). Berdasarkan data yang dirilis oleh George Washington University's Program on Extremism (dalam Gartenstein-Ross, Hagerty, & Macnair, 2018), terungkap bahwa usia rata-rata perempuan Amerika yang bergabung dengan ISIS ialah 23 tahun, walaupun mereka yang terlibat mulai dari usia 15 tahun hingga 38 tahun. Lebih lanjut, Cook dan Vale (2018) mengungkapkan bahwa dari 40.000 anggota ISIS yang berasal dari berbagai negara di dunia, 12% di antaranya merupakan anak-anak dan remaja tanggung berusia di bawah 18 tahun, dan 100 orang di antaranya warga negara Indonesia (WNI).

Dalam kaitan antara pemuda, media *online*, dan terorisme, Bryson (2017) mengungkapkan bahwa 44% dari 18 wanita muda berusia rata-rata 24 tahun terlibat dalam gerakan terorisme di Inggris karena dipengaruhi oleh media *online*, dan mayoritas dari mereka tidak memiliki latar belakang pendidikan Islam. Sebaliknya, dari 113 pria yang terlibat dalam jaringan teroris, hanya 4%

di antaranya yang diradikalisasi oleh media *online*. Secara umum, Iqbal (2017) mengungkapkan bahwa internet telah memainkan peran krusial bagi kesuksesan gerakan ISIS dalam menciptakan *cyber jihad* dan *digital caliphate* yang bertujuan mendiseminasikan ideologi kekerasan mereka, merekrut anggota baru, serta memberikan inspirasi dan menghasut para teroris untuk melakukan penyerangan di berbagai penjuru dunia.

Bukan suatu hal yang baru bahwa kaum muda akan selalu menjadi agen utama dalam perubahan sosial, baik menjadi garda terdepan dalam memperjuangkan kemerdekaan dan reformasi negara-bangsa maupun menjadi garda terdepan dalam pelaku teror. Pemuda yang dikategorisasikan oleh Erikson (1968) berusia 12–20 tahun (*adolesence*) dan 21–40 tahun (*young adulthood*) bukan hanya didefinisikan sebagai sebuah fase transisi biologis dari masa anak-anak menuju dewasa, melainkan juga transisi psikologis dan kognitif di mana pada usia tersebut seseorang tengah mengalami proses pencarian identitas yang penuh dinamika, tantangan, dan harapan. Dalam konteks kognitif, dengan menggunakan pendekatan Wiktorowicz (dalam Azca, 2013), pada fase pencarian identitas ini, setiap individu muda tengah mengalami *cognitive opening* (pembukaan kognitif), yakni proses mikro-sosiologis yang di satu sisi mendekatkan sehingga pemuda mudah menerima berbagai gagasan baru guna menginterpretasikan lingkungan sosialnya; di sisi lain pemuda juga menjadi kritis dalam menyikapi berbagai gagasan-gagasan tersebut. Dalam konteks psikologis, fase pencarian identitas—ketidakmatangan kondisi psikis pemuda—sering kali dimaknai secara ekstrem dan radikal sehingga tidak jarang menimbulkan implikasi negatif bagi lingkungan sosialnya. Pada kondisi ini, Erikson (1968) melekatkan pemuda dengan *identity confusion*. Dalam konteks pemuda sebagai agen pelaku teror, tesis tersebut mendapatkan

presedennya. Di satu sisi, mereka tengah berproses mempelajari agama; di sisi lain, agama dipahami dan diinterpretasikannya secara berlebihan.

## B. Post-Truth dan Gerakan Terorisme di Indonesia

Jika dilihat dari perspektif *global generation*, harus dipahami bahwa realitas pelaku teror yang didominasi oleh kaum muda milenial saat ini berada dalam fase generasi Y (kelahiran 1980–1994) dan Z (kelahiran 1995–2009). Rosen (2010) serta McCrindle dan Wolfinger (2011) menggambarkan bahwa model *peer-group*, kohesi, dan *intimacy* yang terbangun pada generasi ini lebih banyak terjalin melalui media sosial ataupun jejaring internet dibandingkan melalui pola-pola konvensional. Oleh karena itu, generasi ini sering kali disebut sebagai *iGeneration* yang menandakan diri mereka sebagai kelompok *digital native*.

Dalam konteks Indonesia, realitas *digital native* semakin kompleks. Hal ini bukan hanya lantaran tingkat pertumbuhan pengguna internet melonjak secara signifikan dari 63 juta penduduk Indonesia pada 2012 menjadi 171 juta penduduk pada 2018, melainkan juga karena tingkat penetrasi internet yang semakin meninggi. Persentase penetrasi internet tertinggi (75,50%) didominasi oleh mereka yang berusia 13–18 tahun, dan 74,23% oleh mereka yang berusia 19–34 tahun (APJJI, 2019). Kondisi tersebut menandakan bahwa intensi dan kebergantungan pemuda *iGeneration* terhadap internet sangat tinggi. Hasil survei PPIM 2017 (dalam Convey Indonesia, 2018, 9) menunjukkan bahwa 61,05% pengetahuan Islam yang diperoleh 1.859 responden siswa dan mahasiswa dari berbagai sekolah dan universitas di Indonesia berasal dari internet. Akibat tingginya penggunaan dan pengaruh internet di tengah daya literasi

masyarakat yang rendah, masifnya penyebaran dan pengaminan terhadap informasi hoaks, ajaran radikal menjadi tak terelakkan. Realitas inilah yang disebut oleh para sarjana sosial sebagai gejala *Post-Truth Society*.

Secara garis besar, istilah *Post-Truth Society* menggambarkan suatu kondisi di mana banyak warga masyarakat yang telah hilang kepercayaan terhadap media *mainstream* dan bermigrasi ke komunitas *online* yang mampu menyajikan informasi yang dapat membangkitkan hasrat emosional mereka dan selaras dengan cara pandang mereka terhadap realitas sosial-politik yang tengah mereka persepsikan (Tapsell, 2017). Lebih lanjut, gejala *Post-Truth Society* ditandai dengan kondisi masyarakat yang lebih senang dengan berita yang bersifat sensasional, spektakuler, dan membangkitkan hasrat untuk bertindak dibandingkan menelusuri benar atau tidaknya suatu fakta (Haryatmoko, 2017). Adanya kebutuhan akan berita yang bersifat sensasional tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor. Pertama, adanya kejumudan terhadap *framing* pemberitaan media *mainstream* yang dianggap hanya memberikan keuntungan politik kepada golongan tertentu. Kedua, adanya kebutuhan untuk dapat menyerap informasi dengan banyak dan cepat di tengah perubahan kondisi sosial-politik yang begitu dinamis. Ketiga, adanya rasa frustrasi terhadap kondisi ketidaksesuaian antara realitas dan pengharapan. Tiga faktor itulah yang menjadi instrumen ampuh untuk meradikalisasi seseorang pada era digital ini. Kondisi ini semakin menunjukkan faktanya saat hasil Survei PPIM-Alvara Research Center yang dipublikasikan dalam *Majalah Tempo* edisi 20 Mei–3 Juni 2018 memperlihatkan bahwa 58,5% responden mahasiswa dan siswa tersebut mengamini pandangan radikal, serta 23,5% dari responden yang sama sepakat mendukung gerakan ISIS.

Pada saat yang bersamaan, menyempitnya pola interaksi *iGeneration* yang lebih terkungkung pada relasi media sosial yang hanya menawarkan pola kohesi dan *intimacy* yang bersifat mekanistik mengakibatkan seseorang dengan mudah menginterpretasikan suatu realitas hanya berdasarkan dari informasi apa yang paling sering ia dapatkan dan *website* yang paling cepat merespons segala sesuatu yang ia pertanyakan ataupun ia pikirkan. Harus diakui bahwa jejaring media sosial ISIS merupakan salah satu media yang paling cepat merespons kondisi-kondisi tersebut. Hal ini dibuktikan dari data Brookings Project tahun 2015 tentang *The ISIS Twitter Census Defining and Describing the Population of ISIS Supporters on Twitter* yang menunjukkan bahwa terdapat 46–70 ribu akun Twitter yang dimiliki oleh ISIS guna memasifkan propaganda agenda dan ideologi mereka ke seluruh dunia, dan 500–2.000 akun di antaranya digunakan untuk membuat *small group* sebagai sebuah wadah kohesi dan *intimacy* dalam membangun relasi dengan mereka yang sudah mulai terpengaruh paham ISIS tingkat lanjut.<sup>1</sup>

### C. Ke Arah Mana Kita Harus Melangkah?

Apabila realitas ini tidak dicermati dengan baik, akan berakibat pada suatu hal yang teramat fatal. Pada 2015, Kementerian Kominfo memblokir 814.594 situs radikal, dan pada 2019 instansi tersebut juga memblokir 11.803 konten radikalisme dan terorisme sekaligus mengampanyekan budaya anti-hoaks dan bermedia sosial secara sehat. Namun, bukan berarti hal tersebut menjamin bahwa gerakan-gerakan radikal maupun gerakan teroris tidak mencari strategi untuk tetap mampu berjejaring dengan

---

<sup>1</sup> Dalam konteks Indonesia, Berger dan Perez (2016) mengungkapkan bahwa lebih dari 15% akun *Twitter* ISIS berbahasa Indonesia. Hal itu terjadi lantaran banyaknya anggota ISIS asal Indonesia yang terlibat aktif dalam membangun media sosial ISIS, termasuk dalam penciptaan *bot*.

massa pada aras digital. Camara (1971) dalam *Spiral of Violence* menggambarkan bahwa pemberangusan gerakan oposisi dengan cara yang bersifat militeristik, kekerasan, ataupun penutupan akses justru hanya akan semakin meradikalisasi dan mengescalasi gerakan oposisi itu sendiri. Dalam konteks Indonesia, tesis Camara mendapatkan momentumnya ketika pada era *Post-Truth* ini jejaring radikal dan teroris dengan mudah memanfaatkan isu pemblokiran situs radikal dan kesan “pembelaan” terhadap Ahok pada 2016 yang sarat dengan kepentingan politis sekularisasi negara untuk melakukan penetrasi hingga level pelajar dan mahasiswa (Fansuri, 2017; Tapsell, 2017). Kondisi tersebut juga didukung oleh fakta bahwa sejak fenomena *Post-Truth* menggejala di Indonesia, dukungan masyarakat Muslim terhadap gerakan Front Pembela Islam (FPI) meningkat; sebelum peristiwa Aksi 212 dukungan terhadap FPI hanya mencapai 15,6%, setelah aksi tersebut meningkat mencapai 23,6% (Mietzner & Muhtadi, 2018). Dalam konteks pelajar, hasil Survei Siber Nasional tahun 2017 menunjukkan bahwa 41,4% opini siswa Indonesia masuk dalam kategori sangat radikal; 18,5% radikal; dan 21,1% netral. Pada saat bersamaan, terdapat 2,4% siswa yang melakukan aksi atau sikap kekerasan dan intoleransi yang masuk dalam kategori sangat radikal, dan 5% radikal (Convey, 2018).

Apa yang diharapkan pemerintah untuk dapat meredam gerakan radikal dan teroris, yang terjadi malah sebaliknya. Dalam konteks pemuda, mereka semakin tumbuh, berkembang, dan memolarisasi diri lewat jejaring dan sel-sel yang tidak terduga bentuknya. Imajinasi *Post-Truth* yang selama ini hanya hadir dalam interkoneksi visual, kini kian mewujud dalam interkoneksi fisik dan material, di antaranya dengan munculnya fenomena Aksi 411 dan 212 pada 2016. Era digital dan *Post-Truth*, yang menciptakan iklim baru bagi generasi X dan Y untuk lebih banyak

membangun kohesi dan *intimacy* melalui dunia maya yang bersifat *privat* dan *secret*, telah mampu mengaburkan serta mengubah identitas seseorang secara dramatis dan sering kali tragis. Hari ini seseorang bisa menjadi gitaris dan besok menjadi teroris. DSM mau pun SNA adalah hanyalah contoh dua remaja putri yang sebenarnya awam tentang gerakan Islam tersebut. Mereka dapat berkenalan dan ikut berjejaring dengan ISIS tanpa diketahui oleh lingkungan sekitarnya hanya melalui Telegram. Hal itu ternyata mampu mengubah cara pandang mereka terhadap Islam serta siap mewujudkan aksinya secara nyata, tanpa terlihat tanda-tanda perubahan mereka berdua oleh lingkungan sosial terdekatnya. Kini, dapat dipastikan bahwa masih begitu banyak model DSM dan SNA lainnya yang akan mengejutkan publik tanpa diketahui gerak dan asal usulnya.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan paparan bab ini, setidaknya terdapat tiga rekomendasi yang bisa dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat dalam menanggulangi terorisme dan radikalisme pada era digital dan *Post-Truth* ini, yaitu i) mengembalikan fungsi orang tua, keluarga, dan sekolah sebagai aktor utama dalam membangun kohesi dan *intimacy* terhadap pemuda-pemudi yang kini kian teralienasi dan semakin terambil alihnya peranan orang tua dan keluarga tersebut oleh internet dan media sosial; ii) menciptakan iklim negara yang kondusif, mampu berkolaborasi, serta beradaptasi dengan diskursus keagamaan, keadilan, kemanusiaan, dan kewargaan multikultural. Harus diakui bahwa pengabaian negara terhadap berbagai diskursus tersebut telah mengakibatkan *framing* negatif terhadap negara di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin menguat; iii) tindakan pemblokiran terhadap *website* maupun akun media sosial yang berjejaring dengan aktivisme radikalisme

harus dibarengi dengan tindakan preventif dan kolaboratif antara negara, agama, institusi pendidikan, dan masyarakat dalam menanggulangi gejala radikalisme di kalangan pemuda. Tanpa adanya skema preventif dan kolaboratif antarunsur tersebut, kondisi pemuda pada era digital yang semakin kritis dan teralienasi dengan lingkungan sosialnya akan semakin menjadi sasaran empuk penyebaran paham radikal yang terus bersemayam dalam varian jejaring maya. Semoga dengan mengacu pada tiga poin rekomendasi tersebut, kita semua mampu bahu-membahu menyelamatkan generasi muda Indonesia dari marabahaya paham terorisme.

## Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2019). Laporan survei penetrasi & profil perilaku pengguna internet Indonesia tahun 2018 bekerjasama dengan Polling Indonesia.
- Azca, N. (2013). Yang muda, yang radikal: Refleksi sosiologis terhadap fenomena radikalisme kaum muda Muslim di Indonesia pasca-Orde Baru. *Jurnal Maarif*, 8(1), 14–44.
- Berger, J. M., & Morgan, J. (2015 Maret). The ISIS Twitter census defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter. The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World. *Analysis Paper*, 20.
- Berger, J. M., & Perez, H. (2016). Occasional paper: The Islamic State's diminishing returns on Twitter: How suspensions are limiting the social networks of English-speaking ISIS supporters. George Washington University Program on Extremism. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://extremism.gwu.edu/sites/g/files/zaxdzs2191/f/downloads/JMB%20Diminishing%20Returns.pdf>.
- Bryson, R. (2017, September 28). For caliph and country: Exploring how British jihadis join a global movement. Tony Blair Institute for Global Change. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://institute>.

- global/policy/caliph-and-country-exploring-how-british-jihad-is-join-global-movement.
- Camara, H. (1971). *Spiral of violence*. London: Sheed and Ward. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <http://www.alastairmcintosh.com/general/spiral-of-violence-camara.pdf>.
- Convey Indonesia. (2018). Ancaman radikalisme di sekolah. *Policy Brief Series, 1*(4).
- Cook, J., & Vale, G. (2018). *From daesh to 'diaspora': Tracing the women and minors of Islamic State*. London: ICSR Publications. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://www.rcc.int/p-cve/download/docs/Women-in-ISIS-report\\_20180719\\_web.pdf/1d05c8ec1762b-da3cbd13cfa2e011241.pdf](https://www.rcc.int/p-cve/download/docs/Women-in-ISIS-report_20180719_web.pdf/1d05c8ec1762b-da3cbd13cfa2e011241.pdf).
- Darden, J. T. (2019, Mei). 'Tackling terrorists' exploitation of youth. American Enterprise Institute. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://www.un.org/sexualviolenceinconflict/wp-content/uploads/2019/05/report/tackling-terrorists-exploitation-of-youth/Tackling-Terrorists-Exploitation-of-Youth.pdf>.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth, and crisis*. New York: Norton & Company. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://www.academia.edu/37327712/Erik\\_H.\\_Erikson\\_-\\_Identity\\_Youth\\_and\\_Crisis\\_1\\_1968\\_W.\\_W.\\_Norton\\_and\\_Company\\_1\\_](https://www.academia.edu/37327712/Erik_H._Erikson_-_Identity_Youth_and_Crisis_1_1968_W._W._Norton_and_Company_1_).
- Fansuri, H. (2017). Linimasa ekspresi populisme Islam: Mendebatkan keyakinan di abad yang tak wajar. *Jurnal Maarif, 12*(1), 71–86.
- Gartenstein-Ross, D., Hagerty, V., & Macnair, L. (2018, April 2). The emigrant sisters return: The growing role of the Islamic State's women. *War on Rocks*. Diakses pada 28 Maret 2020 dari <https://warontherocks.com/2018/04/the-emigrant-sisters-return-the-growing-role-of-the-islamic-states-women>.
- Haryatmoko. (2017). Post-truth era: Hoax, disinformasi, dan populisme untuk emosi sosial. Makalah presentasi pada *Kuliah Umum LSF Gogito Fakultas Filsafat UGM*, 21 Desember tahun 2017 di Yogyakarta.

- Iqbal, A. M. (2017). Cyber-activism and the Islamic Salafi movement in Indonesia (PhD thesis, Murdoch University, Australia).
- Investigasi Paham Radikal di Kampus Kita. (2018, 20 Mei–3 Juni 2018). *Majalah Tempo*, 20 Mei–3 Juni 2018. Jakarta: Tempo Inti Media.
- Koliska, M. (2011). Professional resource: rewired: Understanding the iGeneration and the way they learn [Review buku Rewired: Understanding the iGeneration and the way they learn, by Larry D. Rosen]. *Journal of Media Literacy Education*, 2(3), 255–256. Diakses pada 2 Mei 2020 dari <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1050&context=jmle>.
- McCordle, M., & Wolfinger, E. (2011). *The ABC of XYZ: Understanding the global generations*. Sydney: UNSW Press Ltd. Diakses pada 18 Juli 2020 dari [https://www.researchgate.net/publication/328347222\\_The\\_ABC\\_of\\_XYZ\\_Understanding\\_the\\_Global\\_Generations](https://www.researchgate.net/publication/328347222_The_ABC_of_XYZ_Understanding_the_Global_Generations).
- Mietzner, M., & Muhtadi, B. (2018). Explaining the 2016 Islamist mobilisation in Indonesia: Religious intolerance, militant groups and the politics of accommodation. *Asian Studies Review*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/10357823.2018.1473335>. Diakses pada 2 Mei 2020 dari [https://www.academia.edu/38295320/Explaining\\_the\\_2016\\_Islamist\\_Mobilisation\\_in\\_Indonesia.pdf](https://www.academia.edu/38295320/Explaining_the_2016_Islamist_Mobilisation_in_Indonesia.pdf).
- PSBPS Universitas Muhammadiyah Surakarta, PPIM UIN Jakarta, & UNDP Indonesia. (2018). Islamic websites: Narrative contestation between the radical and the moderate. *Convey Report*, 1(3).
- Rosen, L. D. (2010). *Rewired: Understanding the iGeneration and the Way They Learn*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tapsell, R. (2017, Februari 17). Post-truth politics in Southeast Asia. *Inside Story*. Diakses pada 28 Maret 2020 dari <https://insidestory.org.au/post-truth-politics-in-southeast-asia/>.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB X

# Bahasa Indonesia dalam Kehidupan Masa Kini: Posisi dan Relevansinya

*Anggy Denok Sukmawati*

### A. Pendahuluan

Globalisasi telah membawa dampak ekonomi yang besar. Hal tersebut terlihat dari menguatnya tingkat saling ketergantungan finansial di antara negara-negara di seluruh dunia (McKenzie, 2010). Globalisasi dan keterikatan ekonomi tersebut sedikit banyak menyebabkan adanya konsekuensi linguistik (Dornyei dkk., 2006, 6–7). Hal itu, misalnya, tampak dari adanya persaingan antarbahasa, baik di tingkat regional maupun global (Maurais & Morris, 2003, 1–3). Contohnya adalah penyebaran bahasa Inggris yang sangat masif di seluruh penjuru dunia—jika dibandingkan dengan bahasa besar lainnya—seperti yang telah banyak disinggung, baik oleh para ahli sosiolinguistik maupun ahli bahasa terapan (Crystal, 2003, 29–71; Seidlhofer, 2004, 209–210; Dornyei dkk., 2006, 6–9; Kirkpatrick, 2007, 1–3; Mesthrie & Bhatt, 2008, 1–3; Sharifian, 2009, 1–5).

Indonesia juga tidak bisa lepas dari konsekuensi linguistik tersebut. Terkait dengan penyebaran bahasa Inggris yang masif di seluruh dunia, bahasa Indonesia sebenarnya saat ini sedang bersaing dengan bahasa Inggris (Alwasilah, 1997; Wijana, 1999;

2018). Bahkan bisa dikatakan bahasa Indonesia sedang terdesak oleh bahasa Inggris (Alwasilah, 1997; Wijana, 1999; 2018). Sementara itu, di tingkat lokal, kemunculan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional sejak tahun 1945 telah menyebabkan persaingan tersendiri antara bahasa Indonesia dengan bahasa-bahasa daerah yang jumlahnya ratusan<sup>1</sup> di Indonesia. Hal tersebut telah menjadi perhatian banyak ahli bahasa, misalnya Gunarwan (2006), Tondo (2009), Musgrave (2014), Suharyo (2018), dan Sahril (2018). Dalam persaingannya dengan bahasa-bahasa daerah di Indonesia, bahasa Indonesia berada dalam posisi yang unggul. Hal itu terlihat dari semakin terdesaknya keberadaan bahasa daerah oleh bahasa Indonesia yang saat ini bahkan sudah sampai pada ranah keluarga—ranah yang seharusnya diisi oleh bahasa daerah (Listiyorini, 2008; Sahril, 2018; Suharyo, 2018).

Keadaan ini menimbulkan pertanyaan menarik. Bagaimana posisi bahasa Indonesia di kehidupan masyarakat Indonesia saat ini? Terkait dengan derasnya arus globalisasi yang membawa serta bahasa Inggris, bagaimana relevansi bahasa Indonesia saat ini? Sebelum menjawab pertanyaan tersebut, saya akan memberikan sedikit latar belakang mengenai perkembangan bahasa Indonesia sejak dipilih menjadi bahasa nasional negara Indonesia sampai masa kini.

## B. Perkembangan Awal Bahasa Indonesia

Bahasa Indonesia telah mengalami banyak perkembangan sejak pertama kali ditetapkan sebagai bahasa nasional pada saat kemerdekaan Indonesia, 17 Agustus 1945. Pemilihan bahasa Indonesia sebagai bahasa pemersatu—dan bukan bahasa Jawa sebagai bahasa dari etnis dengan jumlah penduduk terbanyak di

---

<sup>1</sup> Data Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan pada 2019 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 718 bahasa.

Indonesia—memiliki sejarah panjangnya sendiri (lihat Errington, 2006), tetapi tidak akan dibahas lebih lanjut dalam tulisan ini. Pada awal penetapannya sebagai bahasa nasional, Pemerintah Indonesia melakukan banyak upaya untuk memperkenalkan bahasa Indonesia kepada seluruh rakyat Indonesia. Selain itu, dilakukan pula upaya-upaya untuk mengubah, membentuk, dan menyempurnakan bahasa Indonesia. Upaya yang dilakukan Pemerintah Indonesia pada masa awal kemerdekaan masuk dalam kategori pembangunan bahasa dan merupakan bagian kecil dari perencanaan sosial dan budaya (Alisjahbana, 1966). Konsep pengembangan, perencanaan, efisiensi, dan modernisasi yang berkaitan erat dengan aktivitas ekonomi terbukti menjadi alat yang berguna dalam usaha pembangunan linguistik dan sikap budaya lainnya. Dalam hal ini, pemerintah fokus terhadap proses mengubah dan membentuk aspek fonologi, morfologi, dan kosakata bahasa Indonesia. Hal itu dilakukan agar bahasa Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai alat pemersatu bangsa, tetapi juga sebagai alat yang bisa digunakan dalam komunikasi, dan juga sebagai salah satu cara bagi Indonesia untuk bisa masuk ke dalam dunia modern. Beberapa usaha yang dilakukan dalam proses pembangunan bahasa tersebut antara lain standardisasi dan modernisasi bahasa Indonesia.

Menurut Ray (1963), standardisasi adalah usaha menciptakan suatu standar yang benar dari penggunaan suatu bahasa di suatu wilayah yang memiliki banyak variasi bahasa sosial dan lokal. Standardisasi memiliki tiga komponen, yaitu efisiensi, rasionalitas, dan komonalitas. Efisiensi diartikan sebagai adaptasi maksimal yang sesuai dengan bidang-bidang tertentu. Rasionalitas diartikan sebagai korespondensi maksimal pada suatu pengetahuan yang bisa diterima secara lokal dan kontemporal.

Sementara itu, komonalitas diartikan sebagai adopsi maksimal dari penggunaan bahasa pada semua aspek kehidupan.

Lebih lanjut, Alisjahbana (1976) mengemukakan bahwa modernisasi terjadi di negara yang baru lahir terkait dengan usaha negara tersebut dalam menyesuaikan konsep, pemikiran, dan pola pikir yang telah dianut sebelumnya dengan konsep, pemikiran, dan pola pikir dunia modern. Usaha tersebut dilakukan dengan cara memasukkan konsep-konsep baru tersebut ke dalam kosakata dan istilah di dalam bahasanya. Perbedaan utama antara kebudayaan dunia modern dengan kebudayaan masyarakat tradisional adalah pada perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan sistem ekonomi. Oleh karena itu, kosakata dan istilah dari ketiga unsur tersebutlah yang paling banyak dimasukkan ke dalam bahasa pada negara yang baru lahir tersebut.

Telah banyak usaha standardisasi dan modernisasi bahasa Indonesia yang dilakukan oleh pemerintah, bahkan sebelum Indonesia merdeka. Sejak diadopsinya ejaan Van Ophuijsen pada 1901, Pemerintah Hindia Belanda mulai melakukan berbagai usaha untuk mengembangkan bahasa Indonesia, salah satunya dengan membentuk *Commissie voor de Volkslectuur* (Komisi Bacaan Rakyat/KBR) pada 1908. KBR merupakan cikal bakal dari Balai Pustaka yang didirikan pada 1917. Setelah dikukuhkan sebagai bahasa persatuan Indonesia pada Sumpah Pemuda 1928, bahasa Indonesia berkembang dengan pesat, terutama setelah Sutan Takdir Alisjahbana menyusun Tata Bahasa Baru Bahasa Indonesia pada 1936. Sesudah Indonesia merdeka, tepatnya pada 19 Maret 1947, Ejaan Van Ophuijsen secara resmi berhenti digunakan dan diganti dengan Ejaan Republik.

Setelah digunakan selama kurang lebih 25 tahun, pada 1972 Ejaan Republik digantikan oleh Ejaan Yang Disempurnakan yang

penggunaannya pun diperkuat oleh Keputusan Presiden No. 52 Tahun 1972. Menindaklanjuti Keputusan Presiden tersebut, Menteri Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan dan Pedoman Umum Pembentukan Istilah. Sejak itu, Kongres Bahasa Indonesia (selanjutnya disebut dengan KBI), yang sebelumnya sudah pernah dilaksanakan sebanyak dua kali, ditetapkan sebagai agenda kegiatan lima tahunan oleh pemerintah. KBI diadakan dengan tujuan memantau perkembangan bahasa Indonesia.

Selanjutnya, KBI IV pada 21–26 November 1983 memutuskan bahwa pembinaan dan pengembangan bahasa Indonesia harus lebih ditingkatkan dengan cara mewajibkan semua warga negara Indonesia untuk menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal itu sesuai dengan amanat yang tercantum pada Garis-Garis Besar Haluan Negara. Kemudian, pada KBI V yang diadakan pada 28 Oktober 1988–3 November 1988, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa mempersembahkan sebuah karya besar, yakni Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dan Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia. Perubahan terakhir terjadi pada 2015 dengan ditetapkannya Ejaan Bahasa Indonesia, walaupun sebetulnya tidak terdapat perbedaan besar antara Ejaan Bahasa Indonesia dengan Ejaan Yang Disempurnakan. Selain itu, sejak 28 Oktober 2016, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan melalui Badan Pengembangan Bahasa dan Perbukuan telah meluncurkan KBBI Daring dengan basis Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kelima.

Sesudah kongres tersebut, KBI masih tetap berlangsung lima tahun sekali sesuai jadwal. Jika dikaji, putusan KBI selalu berkaitan dengan usaha Pemerintah Indonesia secara umum dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan secara khusus

dalam mengedepankan penggunaan bahasa Indonesia di dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Selain itu, KBI VI masih juga memunculkan putusan yang menyinggung tentang pembuatan Ejaan Bahasa Indonesia yang lebih disempurnakan sebagai usaha mengatur penggunaan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

Seiring berjalannya waktu, masalah bahasa asing juga mulai masuk dalam putusan KBI VII pada 1998. Putusan kongres tersebut menyinggung tentang pentingnya pengajaran bahasa asing—dalam hal ini bahasa Inggris—di sekolah-sekolah di Indonesia. Hal tersebut mulai menjadi perhatian karena penguasaan bahasa asing mulai dirasa penting karena meningkatnya kontak budaya dan komunikasi antarbangsa. Sejak KBI VII tersebut, bahasa asing—dalam hal ini bahasa Inggris—selalu menjadi salah satu hal yang diperhatikan di KBI.

### C. Bahasa Baru, Masalah Baru

Penetapan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional yang berfungsi juga sebagai bahasa pemersatu Indonesia membuat posisi bahasa Indonesia lebih diutamakan dari bahasa lain yang ada. Hal itu dipertegas pula dengan adanya dorongan agar masyarakat Indonesia menggunakan bahasa Indonesia yang baik, benar, dan mengikuti standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Di satu sisi, hal tersebut memang perlu dilakukan dalam rangka membiasakan penggunaan bahasa Indonesia kepada seluruh masyarakatnya yang sebelumnya lebih aktif berkomunikasi menggunakan bahasa daerahnya masing-masing. Di sisi lain, hal tersebut memunculkan pula masalah-masalah baru. Salah satu masalah yang muncul, seperti yang diungkapkan oleh Alisjahbana (1966), adalah kurangnya perhatian pemerintah terhadap sifat dinamis dari sebuah bahasa yang selalu berubah menyesuaikan perubahan sosial dan budaya yang terjadi di masyarakat. Hal itu

ditengarai karena pemerintah hanya fokus pada aspek statis dari bahasa, seperti kesamaan struktural dan kesesuaiannya dengan hukum yang ada.

Alisjahbana memaparkan bahwa dalam euforia pembentukan negara baru, bahasa baru yang muncul sebetulnya bukanlah sebuah entitas yang utuh, melainkan hanya sekumpulan bahasa individu dan bahasa kelompok yang memiliki variasi dalam hal pengucapan, tata bahasa, dan kosakata. Negara memang telah berusaha memberikan pedoman penggunaan bahasa yang standar. Namun, masing-masing kelompok—bahkan masing-masing individu—memiliki gaya bahasa yang berbeda, tergantung pada lingkungan tempat tinggal dan latar belakang pengetahuan yang dimiliki. Hal itu seperti yang disampaikan oleh Spolsky (2009) berikut ini:

*Language policy is all about choices. If you are bilingual or plurilingual, you have to choose which language to use. Even if you speak only one language, you have choices of dialects and styles. To understand the nature of this process, one needs an ecological model (Haugen, 1987, 27) that will correlate social structures and situations with linguistic repertoires. Any speaker or writer is continually selecting features—sounds or spellings, lexical items, or grammatical patterns—which are significant markers of languages, dialects, styles, or other varieties of language, and which, bundled together, constitute recognized and labelled languages, like Navajo or English or Chinese, or more precisely, varieties of language like American English, or Midwestern English, or Cockney, or Indian English (Blommaert 2007), or what Blommaert (2008) refers to as “speech resources” (Spolsky, 2009).*

Selain masalah yang disampaikan oleh Alisjahbana, timbul masalah yang lebih kompleks, yakni munculnya tingkatan dalam bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia yang sesuai standar yang dibuat oleh pemerintah—biasa disebut bahasa Indonesia formal—

dianggap memiliki posisi yang lebih tinggi jika dibandingkan bahasa Indonesia yang dituturkan sehari-hari—biasa disebut bahasa Indonesia informal. Bahasa Indonesia formal ini adalah bahasa yang diajarkan di institusi pendidikan, digunakan dalam situasi resmi kenegaraan, situasi resmi di tempat kerja, serta digunakan di media massa. Varian bahasa Indonesia formal inilah yang selama ini terus dikembangkan oleh pemerintah, terutama melalui Badan Perlindungan dan Pengembangan Bahasa.

Kondisi ini sejalan dengan pendapat Ferguson (1959) tentang diglosia. Menurut Ferguson, diglosia adalah dua atau lebih variasi dari sebuah bahasa yang digunakan oleh penuturnya dalam situasi-situasi yang berbeda. Contoh paling umum dari diglosia itu adalah bahasa standar dan dialek lokal—dengan bahasa standar yang ditempatkan pada posisi yang lebih tinggi dari dialek lokal. Diglosia terjadi ketika penutur sebuah bahasa menggunakan dialek lokal di rumah atau ketika berbicara dengan anggota keluarga dan teman mereka yang tinggal di daerah yang sama, tetapi menggunakan bahasa standar ketika berbicara dengan penutur dialek lain atau ketika berada di ruang publik. Bahasa standar tersebut disebut Ferguson dengan *H (high) variety* sedangkan dialek lokal disebut dengan *L (low) variety*. Penggunaan varian H dan varian L menurut Ferguson terlihat dalam Tabel 10.1.

Sayahi (2014) merangkum sembilan fitur dari situasi diglosia yang diajukan oleh Ferguson. Pertama, masing-masing variasi memiliki fungsi yang berbeda pada ranah penggunaan yang berbeda pula. Varian H digunakan di ranah pendidikan, administratif, dan keagamaan, sedangkan varian L hanya digunakan dalam lingkaran personal dan juga transaksi jual beli. Kedua, varian H merupakan variasi yang dipandang memiliki nilai yang lebih tinggi di dalam masyarakat. Sebaliknya, varian

**Tabel 10.1** Penggunaan Varian H dan Varian L

	H	L
Sermon in church or mosque	x	
Instructions to servants, waiters, workmen, clerks		x
Personal letter	x	
Speech in parliament, political speech	x	
University lecture	x	
Conversation with family, friends, colleagues		x
News broadcast	x	
Radio 'soap opera'		x
Newspaper editorial, news story, caption on picture	x	
Caption on political cartoon		x
Poetry	x	
Folk literature		x

Sumber: Ferguson (1959)

L dianggap bersifat sementara dan versi yang rusak atau tidak baik. Ketiga, karya sastra ditulis dengan menggunakan varian H. Keempat, varasi L adalah bahasa yang dipelajari secara alami di lingkungan keluarga, sedangkan varasi H akan dipelajari kemudian di sekolah. Kelima, varian H banyak dipelajari dan dikembangkan melalui kajian tata bahasa dan pembuatan kamus. Sementara itu, varian L kurang banyak dikembangkan. Penuturnya beranggapan bahwa tata bahasa varian L sama dengan tata bahasa varian H, tetapi dalam bentuk yang tidak baik. Keenam, varian H dan L dapat hidup berdampingan dalam waktu yang lama. Hanya saja, varian H lebih sedikit mengalami perubahan, sedangkan varian L terus berubah seiring berjalannya waktu. Ketujuh, tata bahasa varian L cenderung lebih sederhana dibandingkan dengan tata bahasa varian H. Hal itu karena varian H meliputi serangkaian aturan-aturan konservatif yang merefleksikan tingginya perhatian yang diberikan pada varian H oleh para ahli tata bahasa. Penguasaan varian H yang baik oleh seseorang

dihubungkan dengan tingginya tingkat pendidikan orang tersebut. Kedelapan, meskipun kedua variasi memiliki kosakata yang sebagian besar sama, varian H memiliki lebih banyak kosakata yang bersifat teknis dan kosakata bidang-bidang tertentu. Ferguson bahkan menyebutkan bahwa bisa saja terjadi kedua variasi tersebut memiliki kata yang berbeda untuk menyebutkan sebuah konsep yang sama. Kesembilan, kedua variasi memiliki inventaris fonologis yang sama meskipun varian L lebih sederhana dan mendapat banyak pengaruh dari bahasa lain.

Lebih lanjut, Fishman dkk. (1984) menyebutkan bahwa varian H dipelajari ketika seseorang bersosialisasi dalam satu atau lebih institusi di luar rumah, biasanya lewat pembelajaran dan pembiasaan, seperti sekolah, tempat ibadah, kantor pemerintah, dan sebagainya. Oleh karena itu, varian H disebut Fishman sebagai *no one's mother tongue* (Fishman dkk., 1984, 39).

Dua variasi bahasa Indonesia tersebut sebetulnya merupakan contoh diglosia yang disebutkan oleh Ferguson dan Fishman. Bahasa Indonesia formal yang dipelajari di sekolah dan digunakan pada kegiatan resmi kenegaraan dirasa kurang nyaman digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, muncullah bahasa Indonesia informal. Perbedaan utama antara kedua variasi bahasa tersebut adalah bahasa Indonesia formal memberikan kesan sopan karena menggunakan kata ganti kehormatan dan—biasanya—kata ganti ketiga plural (baca: mereka), sedangkan bahasa Indonesia informal memberikan kesan langsung karena—biasanya—menggunakan kata ganti pertama tunggal (baca: saya, aku, daku).

Terdapat faktor psikologis di balik penggunaan bahasa Indonesia formal yang terkesan sopan tersebut. Pertama, penggunaan bahasa Indonesia formal yang memberikan kesan sopan memun-

culkan semacam jarak di antara penuturnya. Pada situasi tertentu, jarak antarpemuter ini memang diperlukan. Kedua, seperti telah disebutkan, bahasa Indonesia formal memberikan kesan tidak langsung sehingga bisa menyebarkan perhatian lawan bicara dari fokus utama pembicaraan. Menyebarkan perhatian lawan bicara ini berkaitan dengan poin selanjutnya. Ketiga, penggunaan bahasa Indonesia formal membuat tujuan pembicaraan menjadi tidak terlalu jelas, lebih abstrak, dan lebih rumit. Mengapa ada pemuter yang ingin fokus pembicaraannya tersebar dan tujuan pembicaraannya lebih abstrak dan lebih rumit? Hal ini terkait dengan bahasa Indonesia formal sebagai bahasa yang diajarkan di institusi pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin banyak pula kosakata dari sebuah bahasa yang dia pelajari. Bahasa Indonesia formal memiliki banyak kosakata yang bersifat abstrak dan memberikan kesan berada tinggi di atas awan. Penggunaan kosakata yang rumit dan abstrak secara tidak langsung menandakan tingginya tingkat pendidikan pemuter. Sementara itu, bahasa Indonesia informal memiliki kosakata yang sederhana, dasar, pasti, dan membumi.

Ketiga faktor psikologis tersebut juga sejalan dengan konsep diglosia yang dipaparkan oleh Ferguson. Meskipun demikian, Ferguson menegaskan pula bahwa fitur-fitur yang dia ajukan dalam konsep diglosia akan berbeda penerapannya antara satu komunitas tutur dan komunitas tutur yang lain.

#### **D. Bahasa Indonesia dan Globalisasi**

Selain keberadaan dua varian dalam bahasa Indonesia, perkembangan dunia yang sangat pesat juga membawa masalah bahasa tersendiri. Saat ini, kita telah memasuki era globalisasi yang dihubungkan oleh jaringan internet yang ada di seluruh dunia. Adanya globalisasi ini menjadikan batas-batas antarnegara

menjadi kabur. Informasi dari luar Indonesia sangat mudah diakses oleh masyarakat kita. Di satu sisi, hal itu memberikan masyarakat Indonesia pengalaman dan pengetahuan yang tidak terbatas. Di sisi lain, masuknya informasi dari luar disertai pula masuknya bahasa asing. Pemerintah memang tidak melarang masuknya bahasa asing tersebut ke Indonesia. Demi mengikuti perkembangan informasi dan teknologi dunia, telah banyak kosakata dari bahasa asing yang diserap ke dalam bahasa Indonesia.

Selain penyerapan bahasa asing ke dalam bahasa Indonesia, globalisasi menuntut masyarakat Indonesia untuk bisa menguasai bahasa asing, terutama bahasa Inggris. Penguasaan bahasa Inggris memang bukan suatu keharusan. Namun, penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, memberikan kesempatan yang lebih luas, dalam banyak hal. Penguasaan bahasa Inggris membuka kesempatan untuk bekerja dalam posisi yang lebih baik. Selain itu, penguasaan bahasa Inggris juga memudahkan masyarakat dalam menguasai teknologi baru. Hal tersebut terasa seperti *déjà vu*; kejadian yang seolah-olah pernah terjadi sebelumnya. Bahasa Indonesia pernah berada di posisi yang kini dipegang oleh bahasa Inggris. Penguasaan bahasa Indonesia juga menawarkan kesempatan yang lebih luas bagi para penutur bahasa daerah, baik itu kesempatan dalam pekerjaan, pendidikan, maupun pergaulan sehari-hari.

Hal itu, misalnya, dipaparkan oleh Oetomo (1990) yang melakukan penelitian di Surabaya dan menemukan bahwa banyak orang tua yang berbicara bahasa Indonesia di dalam ranah keluarga karena menurut mereka bahasa Indonesia dinilai akan memberikan keuntungan yang lebih besar bagi anak-anak mereka. Oleh karena itu, para orang tua tersebut cenderung berkomunikasi dengan menggunakan bahasa Indonesia di rumah

agar anak-anak mereka terbiasa menggunakannya sejak kecil. Penggunaan bahasa Indonesia juga dianggap sebagai indikator bahwa keluarga tersebut merupakan keluarga yang memiliki kondisi ekonomi menengah ke atas.

Bahasa Indonesia yang disebarkan dengan gencar oleh pemerintah melalui media pendidikan, instansi pemerintah, kebijakan-kebijakan, dan media massa, menurut Sneddon (2003), secara tidak langsung menunjukkan bahwa bahasa Indonesia identik dengan negara Indonesia yang modern. Implikasinya adalah jika seseorang ingin dianggap modern, dia harus bisa berbahasa Indonesia. Sneddon juga menyatakan bahwa posisi bahasa Indonesia sebagai bahasa yang memiliki prestise yang tinggi sudah mulai tergeser oleh bahasa Inggris. Hal itu mulai terlihat pada akhir 1960-an dengan mulai banyak bermunculan tempat kursus bahasa Inggris di kota-kota besar di Indonesia. Organisasi besar dari Amerika seperti, *Ford* dan *Fullbright* serta *the British Council* dari Inggris juga mulai banyak mempromosikan bahasa Inggris.

Pada 1966, tekanan untuk belajar dan menguasai bahasa Inggris sudah terasa kuat—dan terus bertambah lebih kuat lagi—dan tekanan itu bukan lagi terkait dengan prestise tetapi sudah mengarah pada usaha memperoleh pekerjaan dengan gaji yang lebih baik. Pada waktu itu, sudah banyak posisi jabatan yang mengharuskan seseorang menguasai bahasa Inggris, misalnya eksekutif junior dan juru tulis. Selain mensyaratkan penguasaan bahasa Inggris bagi posisi juru tulis, iklan lowongan pekerjaan bagi juru tulis juga sudah sepenuhnya menggunakan bahasa Inggris. Pada akhir 1970-an hingga 1980-an, bahasa Inggris semakin banyak digunakan dalam media massa. Selain itu, film-film Amerika juga mulai masuk dan menjadi populer di Indonesia

pada 1980-an. Sejak saat itu, bahasa Inggris terus berkembang dengan pesat di Indonesia sampai sekarang.

Seperti yang diungkapkan oleh Heller (2003) dalam *Globalization, the New Economy, and the Commodification of Language and Identity*, penguasaan bahasa bukan lagi sekadar penanda identitas etnis, melainkan juga sebagai komoditas diri yang sangat jauh dari unsur identitas. Dalam tulisannya, Heller memberikan contoh kasus pada wilayah pengguna bahasa Prancis di Kanada. Penelitiannya menunjukkan semakin banyak orang tua yang berasal dari etnis Prancis mengajarkan bahasa Inggris—bahkan bahasa lain, misalnya bahasa Spanyol, jika memungkinkan—kepada anak-anaknya dengan alasan penguasaan terhadap lebih dari satu bahasa merupakan aset yang berguna bagi masa depan anak-anaknya. Hasil penelitian Heller tersebut berkaitan erat dengan derasnya arus globalisasi yang sedang terjadi di dunia saat itu. Globalisasi, oleh Heller, disebut sebagai pisau bermata dua yang membawa kesempatan dan juga masalah bagi masyarakat. Di satu sisi, globalisasi membuka kesempatan dalam bidang ekonomi, salah satunya, bagi masyarakat. Di sisi lain, globalisasi menuntut perubahan radikal dari masyarakat tersebut.

Hal itu sejalan dengan pendapat Chrístost (2007) yang menyatakan bahwa globalisasi berkaitan erat dengan berbagai perubahan cepat yang dialami oleh seluruh dunia saat ini. Perubahan itu mencakup banyak isu, seperti interkoneksi global yang luas, transformasi interaksi pada tataran lokal dan global, serta pengorganisasian dan pengoperasian kekuasaan pada tingkat di atas dan di bawah negara-bangsa. Perubahan tersebut kemudian dianggap sebagai sebuah ancaman bagi identitas dan budaya lokal—termasuk bahasa—tetapi juga merupakan alat untuk mentransformasi dan memperbaruinya. Lebih lanjut, Saxena dan Omoniyi (2010)

menambahkan bahwa globalisasi bukanlah sesuatu yang negatif dan harus dilawan, melainkan sesuatu yang membuat kita melihat ulang cara-cara tradisional yang selama ini telah ada.

Kembali pada konteks Indonesia, penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, sebagai akibat dari globalisasi juga telah membawa perubahan pemahaman mengenai identitas. Hal itu terutama terjadi di kalangan anak muda—atau yang akhir-akhir ini sering disebut dengan kaum milenial. Seperti disebutkan Le Page dan Tabouret-Keller (1985), dalam proses kehidupan manusia, identitas merupakan sesuatu yang diciptakan terus-menerus tanpa akhir, tergantung pada batasan sosial, interaksi sosial, pertemuan, dan harapan-harapan yang bisa saja bersifat sangat subjektif dan unik. Model identitas tersebut berakar pada pendapat Durkheim (2002), Simmel (1971), dan Tönnies (2001) yang melakukan penelitian tentang apa yang terjadi pada identitas seseorang atau kelompok orang ketika mereka berpindah tempat tinggal dari wilayah pedesaan tradisional ke daerah urban perkotaan. Menurut hasil penelitian ketiga pakar tersebut, identitas seseorang akan berubah menjadi anonim, dan hal tersebut membuat orang tersebut dituntut memainkan peran yang berbeda dalam kehidupan sehari-hari. Namun, model identitas baru ini, tidak seperti model-model identitas yang pernah ada sebelumnya, merengkuh seluruh kompleksitas yang melekat pada identitas seorang manusia—gender, kelas, etnisitas, keanggotaan pada kelompok bahasa tertentu, dan sebagainya (Weeks, 1990)—dan dengan demikian, identitas dilihat sebagai sesuatu yang memiliki banyak wajah, sebagai proses fleksibel dari pencarian yang terus-menerus, serta sebagai suatu pembebasan dari kategori tunggal.

Terkait dengan pengertian identitas, Blossfeld dkk (2005) mengatakan bahwa kaum muda memiliki pemahaman identitas yang cair karena beberapa faktor—semuanya sangat berkaitan erat dengan globalisasi. Pertama, globalisasi menyebabkan adanya internasionalisasi pasar dan mengaburkan batas-batas negara. Hal itu, misalnya, terlihat dengan adanya modifikasi kebijakan jual beli serta kerja sama politik antarnegara. Kedua, globalisasi memunculkan persaingan yang semakin kuat dalam skala internasional. Hal itu terutama terjadi dalam bidang ekonomi. Ketiga, globalisasi membuat persebaran jaringan manusia secara global dalam skala yang besar. Hal itu didukung pula oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat. Keempat, globalisasi mempercepat proses komunikasi dan pertukaran informasi melampaui batas negara.

Dalam menghadapi kaum milenial yang memiliki pemahaman identitas seperti yang telah disebutkan, penguasaan dan penggunaan bahasa Indonesia sebagai sebuah identitas terasa kurang tepat. Pandangan yang mengatakan bahwa orang Indonesia yang berjiwa nasionalis harus bisa menguasai bahasa Indonesia yang baik dan benar, serta sesuai standar yang ditetapkan oleh pemerintah, tentu akan terlihat sebagai pemaksaan konsep nasionalisme kepada kaum milenial yang menganut model identitas yang baru. Meskipun demikian, model identitas yang baru tersebut tidak bisa kita lihat sebagai sebuah konsep yang muncul tiba-tiba. Perubahan sosial dan ekonomi turut memengaruhi munculnya model identitas yang baru tersebut.

Sejalan dengan perubahan sosial, teori mengenai masyarakat juga ikut mengalami perubahan. Sama seperti konsep lain yang pernah ada, gagasan mengenai identitas yang cair dan refleksif tersebut berakar pada waktu dan tempat tertentu. Sama seperti

konsep identitas tunggal yang telah ada sebelumnya yang berakar pada hubungannya dengan negara-bangsa, konsep identitas baru yang cair dan refleksif ini juga berkaitan erat dengan tatanan sosial baru dari kapitalisme global yang disebarluaskan secara sistematis ke seluruh dunia oleh perusahaan media global. Hal ini berkaitan erat dengan pendapat Blossfeld dkk (2005) yang telah disinggung sebelumnya. Mufwene (2010) juga memiliki pendapat yang hampir serupa. Menurut Mufwene (2010), dunia saat ini merupakan sebuah dunia yang ekonomi dan budayanya terkoneksi secara global—yang salah satunya disebabkan oleh alat komunikasi dan transportasi yang melampaui batas negara—yang mengakibatkan adanya lalu lintas manusia yang besar dan pertukaran informasi dan barang besar pula. Evolusi ini juga telah menyebabkan meningkatnya pengaruh kebudayaan secara bersamaan yang terjadi melampaui batas nasional dan regional—yang kemudian mendorong beberapa ahli beranggapan bahwa dunia telah dihomogenisasi oleh konvergensi dengan mengorbankan keanekaragaman budaya yang ada.

## E. Bahasa Indonesia di Mata Kaum Milenial

Melihat paparan mengenai konsep identitas yang dianut oleh kaum milenial yang begitu cair dan tidak tergantung pada batas-batas negara-bangsa, muncul sebuah pertanyaan: Bagaimana posisi bahasa Indonesia di mata kaum milenial? Untuk menjawab pertanyaan itu, pertama-tama, kita perlu mengetahui terlebih dahulu posisi bahasa Inggris sebagai *lingua franca* pada era globalisasi.

Mufwene (2010) menyatakan bahwa globalisasi yang secara sederhana bisa disebut sebagai McDonaldisasi atau Amerikanisasi, diikuti dengan persebaran bahasa Inggris ke seluruh penjuru dunia yang tidak bisa dielakkan (lihat juga Crystal, 2000; Nettle & Romaine, 2000; Skutnabb-Kangas, 2000; Phillipson, 2003;

Hagège, 2006). Menurut Mufwene (2010), beberapa linguis bahkan mengklaim bahwa “Bahasa Inggris Global” merupakan sesuatu yang pasti akan terbentuk karena bahasa tersebut digunakan sebagai alat komunikasi di seluruh penjuru dunia—menggantikan “Bahasa Dunia.”

Perlu diketahui bahwa “Bahasa Inggris Global” tidak sama dengan “Bahasa Dunia.” “Bahasa Dunia” merupakan bahasa yang dituturkan sebagai *lingua franca* di luar daerah asli penuturnya dan dituturkan bukan oleh penutur aslinya. Pada pertengahan abad 20, beberapa bahasa dari negara-negara Eropa memiliki status sebagai “Bahasa Dunia” karena disebarkan melalui penjajahan. Beberapa bahasa tersebut antara lain bahasa Inggris, Spanyol, Prancis, dan Rusia. Dari keempat bahasa tersebut, bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling banyak digunakan sebagai *lingua franca* di berbagai negara. Oleh karena itu, bahasa Inggris naik tingkatnya menjadi “Bahasa Global” karena penggunaan bahasa Inggris telah melebihi penggunaan “Bahasa Dunia” lainnya.

Posisi bahasa Inggris sebagai “Bahasa Global” memang masih terus diperdebatkan oleh para ahli sampai saat ini. Namun, perdebatan itu tidak bisa menutupi kenyataan bahwa bahasa Inggris merupakan bahasa yang paling banyak menyandang status sebagai bahasa resmi di dunia (Banks, 2007). Pengaruh bahasa Inggris tersebut juga sangat kuat di Indonesia, terutama di kota-kota besar. Walaupun bahasa Inggris tidak sampai menyandang status sebagai bahasa resmi di Indonesia, penggunaan bahasa Inggris sangat terasa, terutama di ruang publik. Terdapat banyak nama gedung, toko, maupun fasilitas publik yang menggunakan bahasa Inggris. Tidak jarang pula dijumpai orang-orang, terutama anak muda, berbicara menggunakan bahasa Inggris dan/atau campuran antara bahasa Inggris dan bahasa Indonesia.

Wright (2016) menyatakan bahwa bahasa Inggris sebagai “Bahasa Global” ini digunakan oleh banyak orang bukan semata-mata karena kaitannya dengan negara adikuasa—dalam hal ini Amerika dan Inggris—melainkan juga karena bahasa Inggris saat ini dianggap sebagai bahasa dari orang-orang berkelas—kelompok elite global yang memiliki akses ke seluruh dunia. Lebih lanjut, menurut Bhatt (2008), sama seperti yang terjadi di India, penggunaan *code mixing* dan *code switching*<sup>2</sup> antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris itu bisa mengindikasikan tiga hal. Pertama, adanya suatu kesadaran sosio-ideologis baru. Kedua, hal itu juga mengindikasikan munculnya suatu cara baru dalam menegosiasikan dan mengarungi dua “dunia,” yaitu identitas global dan kebiasaan lokal. Ketiga, penggunaan *code mixing* dan *code switching* merupakan tanda pengenalan linguistik baru yang terkait dengan identitas budaya yang berdasarkan pada kelas sosial. Lebih lanjut, Bhatt menyimpulkan bahwa penggunaan *code mixing* dan *code switching*—yang menurutnya adalah sebuah hibriditas linguistik—merupakan ruang ketiga atau ruang alternatif tempat para penuturnya memosisikan ulang diri mereka dalam sebuah tatanan sosial baru. Ruang alternatif ini tidak bisa disebut sebagai tradisional, tetapi juga tidak sepenuhnya modern—sebuah ruang antara.

---

<sup>2</sup> Menurut Encyclopedia.com, pencampuran kode dan pertukaran kode, adalah istilah dalam linguistik sosial untuk bahasa dan terutama ujaran yang ditarik pada keluasan yang berbeda pada sedikitnya dua bahasa yang digabungkan dengan cara-cara berbeda. Istilah pencampuran kode menekankan hibridisasi dan istilah pertukaran kode menekankan pergerakan dari satu bahasa ke bahasa yang lain. Pencampuran dan pertukaran kemungkinan terjadi sampai batas tertentu di dalam ujaran semua bilingual, maka di sana ada pengertian di mana seseorang mampu memakai dua bahasa. A dan B mempunyai 3 sistem yang tersedia untuk digunakan: A, B, dan C (yaitu beragam bentuk hybrid yang bisa dipergunakan dengan bilingual yang bisa diperbandingkan, bukan dengan pembicara monolingual A atau B) (<https://www.encyclopedia.com/humanities/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/code-mixing-and-code-switching>).

Lalu, di mana posisi bahasa Indonesia di dalam ruang alternatif tersebut? Jika merujuk pada pendapat Bhatt, bahasa Indonesia akan masuk dalam kategori kebiasaan lokal—dibandingkan identitas global, bukan yang lain. Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Hanya saja, posisi bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi sehari-hari tersebut tidak berdiri sendiri. Bahasa Inggris digunakan secara bersamaan dan/atau bergantian dengan bahasa Indonesia. Bahasa Indonesia menjadi salah satu dari alat komunikasi, tidak lebih. Penggunaan bahasa Indonesia oleh kaum milenial tidak ada hubungannya dengan identitas mereka sebagai orang Indonesia. Hal ini dapat dimengerti karena mereka menganut konsep dimensi yang cair, seperti yang telah dibahas sebelumnya. Bahasa Inggris pada dasarnya juga memiliki posisi yang sama dengan bahasa Indonesia, yakni sebagai alat komunikasi. Meskipun demikian, seperti telah dipaparkan sebelumnya, penggunaan bahasa Inggris berangkat dari alasan bahwa bahasa Inggris dianggap sebagai bahasa dari orang-orang berkelas—kelompok elite global yang memiliki akses ke seluruh dunia. Jadi, penggunaannya ingin dianggap masuk dalam kelompok elite global tersebut.

## F. Nasib Bahasa Indonesia Selanjutnya?

Dengan perkembangan dunia yang semakin cepat saat ini, penggunaan bahasa Inggris sebagai “Bahasa Global” tidak menunjukkan tanda-tanda akan berhenti—malah semakin luas saja penggunaannya. Hal tersebut sudah menjadi perhatian para ahli ilmu sosial karena penggunaan bahasa Inggris yang semakin meluas ke seluruh penjuru dunia menyebabkan munculnya kekhawatiran akan gejala monolingual. Para ahli takut di masa depan akan semakin banyak negara yang hanya akan mengenal

dan menggunakan satu bahasa, yakni bahasa Inggris. Kalaupun ada bahasa lain yang hidup, posisi bahasa tersebut akan kalah dari bahasa Inggris. Ada banyak tanggapan mengenai kekhawatiran itu. Ada ahli yang menyatakan bahwa kekhawatiran itu terlalu berlebihan, karena bagaimanapun manusia tidak akan semudah itu meninggalkan bahasa asli mereka—dalam hal ini bahasa nasional negara mereka—hanya untuk berpindah menggunakan bahasa Inggris. Anggapan itu diperkuat dengan keyakinan bahwa pemerintah melalui agen-agensya tidak akan membiarkan hal itu terjadi. Pemerintah pasti akan berusaha mempertahankan bahasa nasional negara mereka dari gempuran bahasa Inggris.

Namun, ada pula ahli yang beranggapan bahwa hal itu sangat mungkin terjadi. Anggapan itu diperkuat fakta dari UNESCO yang menyatakan bahwa ada satu buah bahasa yang punah dalam kurun waktu setiap dua minggu dan lebih dari 50% dari kurang lebih 6.700 bahasa yang dituturkan saat ini berada dalam keadaan terancam punah (Mbate, tanpa tahun, 1). Argumen yang diberikan oleh UNESCO atas anggapan tersebut muncul dari kenyataan bahwa 90% dari bahasa-bahasa yang ada di dunia saat ini tidak digunakan di dalam internet dan 80% dari bahasa-bahasa di Afrika tidak memiliki sistem ejaan. Krauss (1992) bahkan memperkirakan bahwa pada 2100 nanti hanya akan tersisa 300–600 bahasa lisan yang hidup sebagai bahasa yang tidak terancam punah dan masih diwariskan dari generasi tua ke generasi mudanya. Hanya bahasa yang saat ini memiliki lebih dari satu juta penutur yang bisa bertahan. Sementara itu, bahasa yang saat ini memiliki penutur kurang dari satu juta akan menjadi bahasa minoritas di masa depan, dan bahasa yang saat ini berada dalam posisi bahasa minoritas akan sudah punah pada saat itu (lihat Gunnemark, 1991).

Lalu bagaimana dengan nasib bahasa Indonesia? Akankah bahasa Indonesia bertahan pada tahun 2100 nanti? Bagaimana pula dengan nasib bahasa-bahasa daerah yang ada di Indonesia? Akankah bahasa Inggris menjadi bahasa resmi yang diakui penggunaannya oleh negara Indonesia di masa depan? Akan sangat sulit menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut. Jika melihat pesatnya perkembangan informasi, teknologi, ekonomi dunia, dan kompleksnya fenomena sosial-budaya yang terjadi di masyarakat saat ini, pengakuan bahasa Inggris sebagai bahasa resmi di Indonesia di masa depan akan sangat mungkin terjadi. Saat ini, pemerintah memang telah melakukan berbagai upaya untuk paling tidak menahan laju penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris, di Indonesia. Namun, pengaruh dari bahasa Inggris semakin hari semakin kuat saja dirasakan. Poin yang menarik untuk dilihat adalah, apakah pengaruh dari bahasa Inggris tersebut memang bisa diperlambat, atau—pertanyaan yang mungkin lebih menggelitik lagi untuk diajukan adalah—perlukah adanya usaha untuk memperlambatnya?

## DAFTAR PUSTAKA

- Alisjahbana, S. T. (1966). *Indonesia: Social and cultural revolution*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Alisjahbana, S. T. (1974). Language policy, language engineering and literacy in Indonesia and Malaysia. Dalam J. A. Fishman (Ed.), *Advances in language planning*. Paris: The Netherlands by Mouton-The Hague.
- Alisjahbana, S. T. (1976). *Language planning for modernization: The case of Indonesia and Malaysia*. The Hague: Mouton
- Alwasilah, C. (1997). *Politik bahasa dan pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Banks, A. S. (2007). *Political handbook of the world*. Washington DC: CQ Press.

- Bhatt, R. (2008). In other words: Language mixing, identity representations, and third space. *Journal of Sociolinguistics*, 12(2), 177–200.
- Blommaert, J. (2007). Sociolinguistics and discourse analysis: Orders of indexicality and polycentricity. *Journal of Multicultural Discourse*, 2(2), 115–130.
- Blommaert, J. (2008). Language, asylum, and the national order. Artikel dipresentasikan pada *the Annual Meeting of the American Association of Applied Linguistics 2008, Washington DC*.
- Blossfeld, H-P., Klijzing, E., Mills, M., & Kurz, K. (2005). *Globalization, uncertainty, and youth in society*. London: Routledge.
- Chríst, D. M. (2007). *Language and the city*. New York: Palgrave Macmillan.
- Crystal, D. (2000). *Language death*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2003). *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crystal, D. (2004). *The language revolution*. Cambridge: Polity
- Dornyei, Z., Csizer, K., & Nemeth, N. (2006). *Motivation, language attitudes and globalization*. Clevedon: Multilingual Matters.
- Durkheim, É. (2002). *Suicide*. London: Routledge.
- Errington, J. (2006). Going “un-native” in Indonesia(n). *Social analysis: The International Journal of Social and Cultural Practice*, 50(1), 178–183.
- Ferguson, C. A. (1959). Diglossia. *Word*, 15, 232–251.
- Fishman, J. A., Gertner, M.H., Lowy, E.G., & Milan, W.G. (1984). *The rise and fall of the ethnic revival: Perspectives on language and ethnicity*. Berlin: Mouton De Gruyter.
- Gunarwan, A. (2006). Kasus-kasus pergeseran bahasa daerah: Akibat persaingan dengan bahasa Indonesia? *Jurnal Ilmiah Masyarakat Linguistik Indonesia*, 24(1), 95–113. Jakarta: Masyarakat Linguistik Indonesia bekerja sama dengan Yayasan Obor Indonesia.
- Gunnemark, E. V. (1991). Countries, peoples and their languages. Dalam *The Geolinguistic Handbook*. Gothenburg: Geolingu.

- Hagège, C. (2006). *Combat pour le français: au nom de la diversité des langues et des cultures*. Paris: Odile Jacob.
- Haugen, E. (1987). *Blessings of Babel: Bilingualism and language planning: Problems and pleasures*. Berlin, New York, and Amsterdam: Mouton de Gruyter.
- Heller, M. (2003). Globalization, the new economy, and the commodification of language and identity. *Journal of Sociolinguistics*, 7(4), 473–492.
- Kirkpatrick, A. (2007). *World Englishes*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Krauss, M. (1992). The world's languages in crisis. *Language*, 68(1), 4–10.
- Le Page, R., & Tabouret-Keller, A. (1985). *Acts of identity: Creole-based approaches to language and ethnicity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Listiyorini, A. (2008). Eksistensi bahasa daerah dan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi dalam persaingan global. Makalah dipresentasikan dalam *PIBSI XXX tahun 2008 di Universitas Tidar Magelang (UTM)* pada 27–29 Agustus 2008.
- Maurais, J., & Morris, M. A. (2003). Introduction. Dalam J. Maurais & M. A. Morris (Eds.), *Languages in a globalising world* (pp. 1–12). Cambridge: Cambridge University Press.
- Mbete, A. M. (tanpa tahun). Strategi Pemertahanan Bahasa-bahasa Nusantara. Makalah dalam *Seminar Nasional Pemertahanan Bahasa Nusantara*. Diakses pada 25 Maret 2020 dari <https://core.ac.uk/download/pdf/11735273.pdf>.
- McKenzie, R. M. (2010). *The social psychology of English as a global language: Attitudes, awareness and identity in the Japanese context*. Berlin: Springer.
- Mesthrie, R., & Bhatt, R. M. (2008). *World Englishes*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Mufwene, S. S. (2010). Globalization, global English, and world English(es): Myths and Facts. Dalam N. Caouplan (Ed.) *The handbook of language and globalization*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Musgrave, S. (2014). Language shift and language maintenance in Indonesia. Dalam P. Sercombe & R. Tupas (Eds.), *Language, education and nation-building. assimilation and shift in Southeast Asia* (pp. 87–105). UK: Palgrave Macmillan.
- Nettle, D. & Romaine, S. (2000). *Vanishing voices: The extinction of the world's languages*. Oxford: Oxford University Press.
- Oetomo, D. (1990). The bahasa Indonesia of the middle class. *Prisma*, 50, 68–79.
- Phillipson, R. (2003). *English-only Europe? Challenging language policy*. London: Routledge.
- Ray, P. S. (1963). Language standardization: Studies. Dalam *Prescriptive linguistics* (pp. 160). The Hague: Mouton and Co.
- Sahril. (2018). Pergeseran bahasa daerah pada anak-anak di Kuala Tanjung Sumatera Utara. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 7(2), 210–228. DOI: <https://doi.org/10.26499/rnh.v7i2.571>.
- Saxena, M., & Omoniyi, T. (Eds.). (2010). *Contending with globalization in world Englishes*. Bristol: Multilingual Matters.
- Sayahi, L. (2014). *Diglossia and language contact: Language variation and change in North Africa*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Seidlhofer, B. (2004). Research perspectives on teaching English as a lingua franca. *Annual Review of Applied Linguistics*, 24, 209–239.
- Sharifian, F. (2009). English as an international language: An overview. Dalam F. Sharifian (Ed), *English as an international language* (pp. 1–20). Bristol: Multilingual Matters.
- Simmel, G. (1971). Dalam D. Levine (Ed.), *On individuality and social forms: Selected writings*. Chicago: The Chicago University Press.
- Skutnabb-Kangas, T. (2000). *Linguistic genocide in education—or world wide diversity and human rights?* Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

- Sneddon, J. N. (2003). *The Indonesia language: Its history and role in modern society*. Australia: University of South Wales.
- Spolsky, B. (2009). *Language management*. Cambridge University Press.
- Suharyo. (2018). Nasib bahasa Jawa & bahasa Indonesia dalam pandangan dan sikap bahasa generasi muda. *NUSA*, 13(2), 244–255.
- Tondo, F. H. (2009). Kepunahan bahasa-bahasa daerah: Faktor penyebab dan implikasi etnolinguistik. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 11(2), 277–296.
- Tönnies, F. (2001). *Community and civil society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Weeks, J. (1990). The value of difference. Dalam J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, culture, difference* (pp. 88–100). London: Lawrence & Wishart.
- Wijana, I. D. P. (1999). Fungsi dan peranan bahasa Indonesia dalam menyiapkan sumber daya manusia dalam era kesejagatan. *Jurnal Humaniora* (10 Januari–April 1999), 32–36.
- Wijana, I. D. P. (2018). Pemertahanan dan Pengembangan bahasa Indonesia. *Jurnal Widyaparwa*, 46(1), 91–98.
- Wright, S. (2016). *Language policy and language planning: From nationalism to globalization*. 2nd ed. Hampshire: Palgrave Macmillan.



## BAB XI DINAMIKA KEBAHASAAN DI INDONESIA DAN PENGARUHNYA BAGI GENERASI MILENIAL

*Fanny Henry Tondo*

### A. Pendahuluan

Istilah *milenial*, *era milenial*, *generasi milenial*, dan istilah-istilah sejenisnya belakangan ini sering digunakan dalam berbagai kesempatan. Kata *milenial* dalam bahasa Inggris ditulis *millennial* berarti seribu tahun. Istilah *generasi milenial* (juga dikenal sebagai generasi Y), mengacu kepada kelompok demografi setelah generasi X (Gen-X) yang menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan akhir tahun 2000-an sebagai akhir kelahirannya. Era milenial berarti mengacu pada era tahun seribu yang kedua atau kelipatan seribu yang kedua yakni tahun 2000. Era milenial membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk aspek kebahasaan di Indonesia.

Berdasarkan aspek kebahasaan ini, jumlah bahasa di Indonesia yang teridentifikasi oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, adalah sebanyak 718 bahasa (lihat <https://petabahasa.kemdikbud.go.id/databahasa.php>). Ratusan bahasa etnik yang ada di bumi Nusantara merefleksikan tingkat diversitas salah satu aspek dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia. Aspek yang

dimaksud adalah aspek linguistik. Aspek ini sangat berperan dalam menentukan kekohesifan suatu masyarakat di sebuah wilayah tertentu pada tataran lokal maupun pada tataran nasional. Pada tataran lokal, kohesi-kohesi ini dimainkan oleh bahasa-bahasa etnik, bahasa-bahasa (etnik) mayoritas, dan bahasa-bahasa Melayu tempatan dengan tingkatan yang berbeda-beda. Kekohesifan yang dimainkan oleh sebuah bahasa etnik tentu cukup sempit cakupannya, yakni pada tataran komunitas etnik penutur bahasa bersangkutan, terutama pada ranah keluarga yang merupakan benteng terakhir pemertahanan sebuah bahasa. Namun, tidak menutup kemungkinan juga berperan pada ranah-ranah lainnya, seperti ranah ketetangaan atau ranah agama. Sementara itu, bahasa-bahasa (etnik) mayoritas di sebuah wilayah tertentu sangat memainkan peranannya terkait kekohesifan, misalnya bahasa Ternate di Halmahera dan sekitarnya, dan bahasa Abui di Pulau Alor.

Ada pula Bahasa Melayu tempatan yang dapat ditemukan pada hampir semua wilayah Indonesia. Sebut saja Bahasa Melayu Jakarta, Bahasa Melayu Manado, Bahasa Melayu Ternate, Bahasa Melayu Papua, Melayu Larantuka, Melayu Loloan, Bahasa Melayu Jambi, Bahasa Melayu Kupang, dan Bahasa Melayu Alor. Bahasa-bahasa ini biasanya berfungsi sebagai bahasa perhubungan antaretnik atau disebut juga sebagai *lingua franca*. Bahasa Melayu tempatan ini tampaknya lebih dominan pemakaiannya apabila dibandingkan dengan bahasa (etnik) mayoritas berhubung tidak semua orang dapat menggunakan bahasa (etnik) mayoritas. Sebagai contoh, tidak semua orang dapat berbahasa Ternate di wilayah Halmahera atau yang bisa berbahasa Abui di wilayah Pulau Alor hanya orang-orang dewasa tertentu saja. Artinya, hanya mereka yang menguasai bahasa (etnik) mayoritas tersebut yang tentu dapat dikaitkan dengan tingkat kontak bahasa yang tinggi penutur bersangkutan dengan bahasa (etnik) mayoritas. Semakin

tinggi kontak bahasa seseorang dengan bahasa (etnik) mayoritas itu, semakin banyak kosakata yang akan diperolehnya dari bahasa (etnik) mayoritas tersebut sehingga penguasaannya akan semakin baik. Hal sebaliknya akan terjadi apabila seseorang kurang mengalami kontak bahasa dengan bahasa (etnik) mayoritas. Akibatnya, kohesi linguistisnya akan semakin berkurang dengan adanya pemakaian bahasa Melayu tempatan. Kondisi yang sama juga dapat terjadi dengan bahasa-bahasa Melayu tempatan yang daya kohesinya dalam sebuah masyarakat dapat dikatakan cukup tinggi karena ada penutur yang bahasa ibunya adalah bahasa Melayu tempatan tersebut, dan juga karena masuknya unsur-unsur bahasa-bahasa etnik sekitarnya ke dalam perbendaharaan kata Melayu tempatan.

Sementara itu, pada tataran nasional, kohesi ini dimainkan oleh bahasa Indonesia yang berfungsi sebagai bahasa persatuan dan bahasa pengantar dalam kegiatan-kegiatan administrasi pemerintahan dan pendidikan. Terdapat regulasi dan institusi kelembagaan yang secara nasional sangat mendukung atau mendorong pengembangan bahasa Indonesia ini, yakni Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa yang berada di bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Pada perkembangan terkini, bahasa Melayu, termasuk bahasa Indonesia, akan dipromosikan menjadi bahasa organisasi Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations*).

Era milenial yang diwarnai oleh berbagai perubahan yang cepat akibat perkembangan teknologi dan informasi yang begitu tinggi diduga sangat memengaruhi eksistensi bahasa-bahasa yang ada di Indonesia. Oleh karena itu, tulisan ini mendiskusikan bagaimana eksistensi bahasa-bahasa di Indonesia dan bagaimana adaptasi para penutur bahasa dalam menangkis pengaruh kuat dari perubahan di era milenial.

## B. Pengaruh Bahasa Asing terhadap Pemakaian Bahasa Generasi Milenial

Pada saat ini, baik pada pendidikan tingkat rendah maupun tingkat menengah dan tinggi, penguasaan bahasa asing, khususnya bahasa Inggris, merupakan sebuah keharusan. Hal ini ditandai dengan adanya kurikulum yang berisi mata pelajaran bahasa Inggris sebagai pelajaran yang harus dilalui oleh seorang anak didik. Di beberapa sekolah swasta, bukan saja bahasa Inggris yang dipelajari, melainkan juga bahasa-bahasa asing lainnya, misalnya, bahasa Mandarin.

Dewasa ini banyak berdiri sekolah internasional, baik di tingkat nasional maupun di daerah-daerah. Keberadaan jenis sekolah ini dapat berkontribusi membangun insan Indonesia pewaris masa depan bangsa. Sekolah-sekolah ini biasanya menjadi tujuan sekolah anak yang orang tuanya memiliki kemampuan finansial yang cukup karena memang biaya pendidikannya cukup mahal. Di sekolah-sekolah seperti ini, penguasaan terhadap bahasa asing merupakan suatu keharusan. Bahasa asing tidak saja menjadi mata pelajaran yang harus dilalui dalam berbagai tingkat penguasaan (*basic, intermediate, advanced*), tetapi juga menjadi alat komunikasi antarmurid, antarguru, dan bahkan antara murid dan guru.

Pengajaran dan pemakaian bahasa asing pada berbagai tingkat pendidikan dan lembaga pendidikan tentu sangat memengaruhi para generasi milenial yang menimba ilmu di bangku sekolah. Pengaruh tersebut sangat terasa dalam komunikasi yang mereka lakukan yang cenderung menggunakan bahasa asing.

Hal lain yang biasanya dilakukan oleh generasi milenial, termasuk dalam membantu memperlancar pengerjaan pelajaran sekolah maupun penyebaran informasi di antara mereka, adalah

menggunakan media, seperti video dan internet, dengan medium berbahasa asing. Mereka biasanya sangat menguasai teknologi komunikasi (telepon pintar dan internet), serta aktif di media sosial, seperti *Instagram*, *Facebook*, *Youtube*, dan sebagainya. Sepertinya tiada hari mereka tidak mengakses media sosial untuk mencari berbagai informasi yang mereka butuhkan, seperti hiburan, kuliner, olahraga, politik, belanja, dan liburan. Kondisi ini menyebabkan generasi milenial terbiasa dengan pemakaian bahasa asing atau bahasa-bahasa gaul lain yang memang sering digunakan di antara mereka.

Saat ini telah terjadi perubahan pemakaian bahasa di kalangan generasi milenial. Kaum milenial memiliki cara sendiri untuk berkomunikasi. Hal ini biasanya dimaksudkan untuk meningkatkan keakraban dalam percakapan di kalangan mereka. Biasanya mereka tertarik menggunakan istilah tertentu. Hal ini disesuaikan dengan gaya mereka pula. Beberapa kosakata yang biasanya muncul pada generasi milenial, di antaranya *coy*, *bro*, *sis*, *bokap*, *nyokap*, *kids jaman now*, dan sebagainya.

Pemakaian bahasa oleh generasi milenial tentunya dapat memberikan dampak terhadap situasi kebahasaan yang ada. Artinya, bahasa-bahasa di Indonesia, khususnya bahasa Indonesia, suatu ketika dapat saja mengalami pergeseran akibat pemakaian istilah-istilah tadi di mana bahasa dicampur aduk dan istilah-istilah asing marak digunakan dalam perilaku berbahasa mereka.

Apabila pemakaian bahasa asing ini sangat tinggi, tetapi tidak diimbangi dengan penguasaan materi lokal berupa bahasa Indonesia, tentunya akan sangat menggerus pemakaian bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara dan pengantar dalam bidang pendidikan.

### C. Bahasa Indonesia dan Eksistensinya

Kondisi sosial politik sebuah negara turut memengaruhi sendi-sendi kehidupan bermasyarakat, termasuk sendi kebahasaannya. Dalam perjalanan sejarahnya, bangsa Indonesia mengalami berbagai proses yang membentuk kondisi eksistensinya seperti sekarang ini, termasuk eksistensi kebahasaan. Berbagai kebijakan kebahasaan yang dikeluarkan sejak dahulu hingga sekarang, baik yang terkait dengan bahasa Indonesia maupun bahasa-bahasa lainnya, telah menjadikan bahasa Indonesia sangat kuat sebagai bahasa persatuan bagi sebuah bangsa besar yang terdiri dari beragam bahasa ini. Terakhir, dikeluarkan regulasi dalam mengembangkan kebahasaan di negara ini, yakni Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan.

Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa bahasa Indonesia merupakan bahasa resmi negara yang berfungsi sebagai jati diri bangsa, kebanggaan nasional, sarana pemersatu berbagai suku bangsa, serta sarana komunikasi antardaerah dan antarbudaya daerah. Sebagai bahasa resmi, bahasa Indonesia berfungsi sebagai bahasa resmi kenegaraan, pengantar pendidikan, komunikasi tingkat nasional, pengembangan kebudayaan nasional, transaksi dan dokumentasi niaga, serta sarana pengembangan dan pemanfaatan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan bahasa media massa. Hal tersebut dapat ditemukan pada Bab III, khususnya Pasal 25. Intinya, bahasa ini wajib digunakan sebagai bahasa pendidikan dan bahasa pelayanan administrasi publik.

Pada bagian lain, khususnya Pasal 26–40 terkait dengan penggunaan bahasa Indonesia, secara jelas disebutkan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan dalam peraturan perundang-undangan, dokumen resmi negara, pidato resmi Presiden dan Wakil

Presiden serta para pejabat negara lainnya. Bahasa ini juga wajib digunakan dalam berbagai forum nasional maupun internasional di Indonesia, penulisan dan publikasi karya ilmiah, dan masih banyak lagi pemakaian bahasa ini yang menjadikan bahasa Indonesia sebagai bagian yang tak terpisahkan dari segenap lapisan warga bangsa.

Di tingkat provinsi telah mulai dikeluarkan regulasi-regulasi berupa Peraturan Daerah (Perda) atau Peraturan Gubernur (Pergub) yang berusaha mengimplementasikan Undang-Undang tersebut pada tingkat yang lebih kecil, terutama di aras provinsi. Namun, baru dilakukan di beberapa provinsi saja, yaitu Sumatra Utara, Jawa Barat, dan Bali. Beberapa daerah tingkat II (kabupaten) di wilayah provinsi Jawa Barat telah pula mengeluarkan turunan dari regulasi tingkat provinsi. Kabupaten Kuningan dan Kotamadya Bandung, misalnya, telah mengeluarkan peraturan daerah dalam rangka pemeliharaan dan penerapan bahasa Indonesia, di samping bahasa daerah tentunya. Singkat kata, kedudukan bahasa Indonesia cukup kuat, paling tidak jika dilihat dari perspektif hukum nasional.

#### **D. Eksistensi Bahasa-Bahasa Etnik di Indonesia**

Selain bahasa Indonesia, ditemukan pula bahasa etnik yang jumlahnya ratusan bahasa. Kira-kira sepertiga jumlah bahasa etnik di Indonesia (jumlahnya di atas 700 bahasa), berada di kawasan timur Indonesia, terutama di wilayah Papua, Maluku, dan Nusa Tenggara. Banyak bahasa yang masih hidup karena masih digunakan oleh penuturnya, tetapi ada pula yang sudah mulai ditinggalkan penuturnya dan bahkan berada pada proses kepunahan.

Pertanyaan-pertanyaan terkait kepunahan bahasa-bahasa etnik di Nusantara sebenarnya bukan pertanyaan baru karena kondisi dan upaya pemertahanan bahasa-bahasa etnik juga sudah pernah dikemukakan para ahli bahasa (*linguist*), bahkan sudah sering kali dibahas. Penelitian-penelitian dan kajian-kajian yang telah dilakukan semakin memperlihatkan bagaimana bahasa-bahasa etnik, baik bahasa-bahasa besar maupun bahasa-bahasa kecil, sedang menuju kepunahan akibat ditinggalkan oleh generasi mudanya yang merupakan generasi milenial.

Situasi bahasa-bahasa etnik di Indonesia saat ini memang sudah semakin memprihatinkan. Kondisi kepunahan ini dapat dikatakan sementara, tetapi dapat pula dikatakan permanen. Kepunahan dapat dikatakan permanen apabila sudah tidak ada upaya lagi untuk membalikkan proses tersebut, apalagi sudah tidak ada penutur yang menggunakan sebuah bahasa etnik. Situasi seperti ini oleh Calvet (1998) dikatakan sebagai kehilangan bahasa melalui kepunahan (*disappearance by extinction*). Dikatakan sementara, apabila ada upaya-upaya adaptasi dari berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*). Namun, yang lebih penting lagi, perlu ada upaya-upaya dari para penuturnya sendiri agar proses menuju kepunahan bahasa etnik tidak benar-benar berujung pada suatu kondisi kepunahan. Berbagai upaya dapat dilakukan untuk membalikkan proses tersebut, antara lain melalui pemertahanan bahasa dan revitalisasi bahasa. Pemertahanan bahasa dimaksudkan untuk mempertahankan budaya sebuah kelompok etnis yang menjadi identitasnya, sedangkan revitalisasi bahasa merupakan upaya-upaya yang dilakukan agar sebuah bahasa tidak punah, misalnya pembuatan kamus, buku-buku cerita rakyat berbahasa etnik, dan sebagainya.

Mengapa bahasa etnik yang terancam punah perlu dilestarikan? Grimes (2002) dalam tulisannya yang berjudul “Kecenderungan Bahasa untuk Hidup atau Mati Secara Global (*Global Language Vitality*): Sebab, Gejala, dan Pemulihan untuk Bahasa-bahasa yang Terancam Punah,” mengemukakan beberapa alasan, yaitu mencegah hilangnya budaya dan cara hidup, mencegah hilangnya informasi mengenai tanaman dan binatang, dan melestarikan identitas bangsa.

Namun, banyak temuan menyebutkan bahwa penutur sebuah bahasa etnik di Indonesia tidak lagi setia menggunakan bahasa etniknya dan berpindah menggunakan bahasa lain, seperti bahasa Melayu tempatan, ataupun bahasa etnik mayoritas di sebuah wilayah tertentu, atau bisa pula menggunakan bahasa Indonesia. Padahal, bahasa etnik, seperti dikatakan Grimes, merupakan identitas dan akar budaya yang dapat merefleksikan asal-usul seorang penutur. Selain itu, bahasa etnik mengandung informasi pengetahuan dalam berbagai aspek kehidupan dan juga kearifan lokal, mulai dari bidang kesehatan sampai pada bidang pertanian, dan lain sebagainya.

Apa yang dimaksud dengan bahasa etnik mayoritas sebenarnya adalah bahasa yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada suatu wilayah. Hal ini biasanya terlihat dari jumlah penutur bahasa bersangkutan yang secara kuantitatif cukup besar jumlahnya. Sebagai contoh, bahasa Galela dan bahasa Ternate di wilayah Kabupaten Halmahera Utara merupakan bahasa etnik mayoritas. Bahasa Galela merupakan bahasa non-Austronesia yang dituturkan oleh sebagian besar masyarakat Kabupaten Halmahera Utara, dengan jumlah penutur 79.000 orang. Bahasa Ternate yang merupakan bahasa kesultanan pada masa silam juga masih digunakan oleh sebagian besar penutur dewasa karena

merupakan bahasa warisan pada zaman kekuasaan Kesultanan Ternate yang pada waktu itu tidak saja berambisi memperluas kekuasaannya, tetapi juga menyebarkan bahasa Ternate. Jumlah penuturnya diperkirakan 62.000 orang. Secara kuantitas atau jumlah penutur, bahasa Galela dan bahasa Ternate merupakan bahasa-bahasa (etnik) mayoritas di Halmahera yang pemakaiannya masih sangat masif di wilayah tersebut. Tentunya, ada pula beberapa bahasa (etnik) lainnya, seperti bahasa Tobelo di wilayah semenanjung utara dan beberapa bahasa lain di semenanjung selatan, misalnya bahasa Gane dan bahasa Sawai.

Berbeda dengan bahasa (etnik) mayoritas, bahasa Melayu memiliki ciri khas tertentu. Apa sebenarnya kelebihan bahasa Melayu? Menurut Steinhauer, ada beberapa hal yang mengunggulkan bahasa Melayu. *Pertama*, bahasa Melayu atau varian bahasa Melayu sudah menjadi bahasa perhubungan antaretnik (*lingua franca*); dan kemungkinan sudah lebih dari seribu tahun sebelum pedagang Eropa menginjakkan kakinya di bumi Nusantara untuk pertama kalinya. *Kedua*, bahasa Melayu dicirikan oleh tata bahasanya yang tidak terlalu sulit dengan kosakata yang fleksibel dan tidak terkekang oleh kecenderungan puristis. *Ketiga*, pada beberapa variannya, bahasa Melayu telah berkembang menjadi bahasa sastra di kesultanan-kesultanan, seperti kesultanan Malaka (kota “Singapura” dari abad ke-13). *Keempat*, bahasa Melayu merupakan bahasa penyebaran agama. Suatu varian bahasa Melayu yang banyak dipengaruhi kosakatanya oleh bahasa Arab dan Parsi telah menjadi bahasa penyebaran agama Islam, dan kemudian muncul pula varian bahasa Melayu yang dipakai untuk penyebaran agama Kristen, setidaknya sejak terbitnya terjemahan Alkitab ke dalam bahasa Melayu pada 1733 (Steinhauer, 2000, 181–182).

Dalam realitas empiris, para penutur bahasa etnik mayoritas menerapkan pemakaian paling tidak dua bahasa dalam kehidupan mereka sehari-hari. Sebagai contoh, orang Galela, selain menggunakan bahasa etniknya, bahasa Galela, juga menerapkan pemakaian bahasa Melayu Ternate dalam kehidupan keseharian. Di hampir di setiap tempat, pemakaian bahasa Melayu Ternate, terutama pada generasi muda, terasa sangat kental, baik pada ranah keluarga maupun pada ranah lainnya, seperti ranah sekolah, ranah ketetanggaan atau dalam pergaulan sehari-hari dengan penduduk berlainan etnik. Memang biasanya masyarakat penutur sebuah bahasa di sebuah wilayah memilih menggunakan bahasa Melayu, apalagi dalam berkomunikasi dengan orang yang berbeda bahasa. Dapat dikatakan bahwa dalam hal ini penutur bersangkutan memainkan peran sebagai penutur yang bilingual atau dwibahasa. Pada beberapa kasus, ada beberapa anggota masyarakat dari komunitas bahasa (etnik) mayoritas yang dapat berbahasa selain kedua bahasa tadi. Dalam hal ini, mereka disebut sebagai penutur yang multilingual.

Para penutur bahasa-bahasa etnik tampaknya tidak menyadari bahwa baik bahasa Melayu maupun bahasa (etnik) mayoritas selalu dalam kondisi bertarung memperebutkan ruang komunikasi atau ruang berbahasa. Dialektika terjadi antara bahasa Melayu Ternate dengan bahasa (etnik) mayoritas, dan demikian pula antara kedua bahasa tersebut dengan bahasa-bahasa etnik lainnya. Kondisi seperti ini dapat memberikan konsekuensi negatif terhadap eksistensi bahasa-bahasa etnik minoritas. Di wilayah Halmahera, misalnya, terdapat beberapa bahasa yang dapat dikategorikan sebagai bahasa minoritas, misalnya bahasa Kao yang jumlah penuturnya hanya sekitar 400 orang. Pada beberapa kasus, khususnya dalam komunitas etnik yang memiliki jumlah kawin campur yang masif, pasangan yang berasal dari

etnik minoritas akan belajar bahasa pasangannya jika pasangannya berasal dari etnik mayoritas. Oleh karena itu, dalam sebuah keluarga kawin campur di Kao, misalnya, sang istri berasal dari etnik Kao yang minoritas, ia akan belajar menyesuaikan diri dan berkomunikasi dengan suaminya yang berasal dari kelompok berbahasa (etnik) mayoritas, Galela, dalam bahasa Galela.

Dalam konteks hari ini, pertarungan kebahasaan di atas dapat memperlemah upaya pembelajaran bahasa etnik bagi para generasi muda milenial. Kondisi umum yang terjadi adalah bahwa para generasi muda biasanya menggunakan bahasa Melayu tempatan dalam komunikasi sehari-hari dengan penutur bahasa seetnik, apalagi dengan yang berbeda etnik.

Upaya dan inisiasi beberapa daerah untuk semakin menonjolkan identitas etnik melalui kebahasaan didasari oleh keinginan untuk memperkokoh identitas kedaerahan yang semakin bertumbuh subur sejak dimulainya Otonomi Daerah (Otda) pada 2000. Penguatan identitas etnik tersebut tentu dapat membahayakan identitas ke-Indonesia-an apabila penguatan tadi memiliki agenda-agenda tertentu yang akan bermuara pada disintegrasi bangsa.

Oleh karena itu, problematika kebahasaan yang nyata saat ini adalah keadilan dalam distribusi pemakaian bahasa di antara tiga kategori kebahasaan di Indonesia, mengingat setiap bahasa memiliki hak hidup sebagai sebuah bahasa (*linguistic rights*). Ketiga kategori kebahasaan tersebut adalah bahasa Indonesia, bahasa Melayu tempatan atau Melayu lokal, dan bahasa etnik atau bahasa daerah.

Pada satu sisi, pemerintah berkeinginan besar untuk memajukan bahasa Indonesia sebagai bahasa persatuan dan bahasa resmi negara. Upaya-upaya pemajuan ini sangat terstruktur dan masif dilakukan oleh agen pemerintah, dalam hal ini Badan Pengem-

bangun dan Pembinaan Bahasa yang berkantor di Rawamangun, Jakarta Timur. Badan ini memiliki cabang di seluruh provinsi, kecuali di Provinsi Papua Barat. Badan ini bertugas merancang program-program dalam rangka mengembangkan dan memajukan bahasa Indonesia, termasuk berupaya menjadikan bahasa Indonesia sebagai salah satu bahasa internasional.

Pada sisi lain, bahasa etnik, dan tentu pula bahasa Melayu tempatan, sangat merasakan ketidakadilan yang diindikasikan dengan berpindahnya pemakaian bahasa para penuturnya dari bahasa etnik ke bahasa Indonesia, atau paling tidak berpindah ke bahasa Melayu lokal yang oleh sebagian penutur disebut juga sebagai bahasa Indonesia. Kenyataan ini mendorong penutur bahasa etnik untuk mulai memunculkan taringnya dengan berupaya menumbuhkan rasa cinta terhadap bahas etnik yang kadangkala terasa sangat berlebihan. Sementara itu, bahasa-bahasa yang kurang mampu menunjukkan eksistensinya, khususnya bahasa-bahasa (etnik) minoritas, sudah dapat dipastikan lambat-laun akan bermuara pada kepunahan bahasa.

## E. Kesimpulan

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa dinamika kebahasaan pada generasi milenial hari ini berkontribusi pada mulai terbentuknya kondisi kebahasaan baru di Indonesia yang ditandai dengan pemakaian bahasa asing yang tinggi, khususnya bahasa Inggris. Penggunaan media seperti internet telah membentuk pilihan pemakaian bahasa generasi milenial. Hal ini berpengaruh sangat besar terhadap kelangsungan bahasa Indonesia sebagai bahasa resmi negara dan bahasa etnik sebagai bahasa yang menjadi akar budaya dan identitas warga etnik yang bersangkutan. Mengenai dampak perubahan pada era milenial terhadap sebuah bahasa, apakah penutur bahasa bersangkutan

menyadarinya? Dalam beberapa penelitian yang dilakukan di berbagai wilayah di Indonesia tampaknya sebagian penutur dan para *stakeholder* kebahasaan sadar akan hal tersebut.

Lalu bagaimana sikap mereka atau bagaimana mereka beradaptasi terhadap perubahan tersebut? Adaptasi yang dimaksudkan di sini ada dua macam. *Pertama*, adaptasi terhadap berkurangnya makna penting mempelajari bahasa Indonesia atau bahasa (etnik) mayoritas dan bahasa etnik lainnya dalam spektrum lokal. *Kedua*, adaptasi terhadap ancaman kepunahan bahasanya, khususnya bahasa etnik; apakah adaptasinya lemah dengan membiarkan saja bahasanya punah begitu saja atau adaptasinya kuat dalam arti mereka melakukan upaya-upaya penyelamatan bahasanya, di samping tetap mempelajari bahasa lain atau bahasa baru.

Penutur bahasa Melayu Loloan di Bali, misalnya (Sumarsono, 2000, 196, 209), melakukan adaptasi melalui perilaku tutur yang mengarah ke divergensi ketimbang konvergensi. Artinya, sikap mereka positif terhadap bahasa penutur lain yang berbeda etnik. Sikap dan perilaku penutur bahasa Melayu Loloan yang demikian didorong oleh keberadaan komunitas lain, yakni Muslim Jawa dan Madura, dan oleh toleransi masyarakat Bali yang mayoritas.

Apabila kondisi ini tidak dihadapi dengan upaya penyeimbangan dari pihak penutur atau para *stakeholder* kebahasaan, seperti komunitas penutur bahasa etnik, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, balai bahasa, serta para agen bahasa, kepunahan sebuah bahasa menjadi suatu keniscayaan. Oleh karena itu, adaptasi penutur dalam menangkis pengaruh perubahan pada era milenial ini perlu diperkuat pula oleh peran pemerintah untuk memperkuat pemertahanan bahasa-bahasa yang ada agar tetap

hidup, baik melalui regulasi kebahasaan maupun berbagai bentuk dukungan lainnya yang diperlukan oleh setiap komunitas bahasa.

Kehadiran otonomi daerah sebenarnya dapat membawa pengaruh positif terhadap upaya adaptif para penutur bahasa, terutama penutur bahasa etnik. Otonomi daerah yang memberikan keleluasaan bagi daerah untuk membangun daerahnya ke arah yang lebih baik sebenarnya dapat menjadi pijakan yang kuat bagi para *stakeholder* kebahasaan di daerah untuk lebih memperhatikan bahasa daerahnya agar tidak tergerus oleh perubahan pada era milenial ini. Pembentukan regulasi kebahasaan merupakan salah satu faktor penting dalam memfasilitasi para penutur bahasa etnik untuk mengembangkan dan memperkuat pemakaian bahasa etniknya. Sayangnya, regulasi kebahasaan, seperti Peraturan Daerah (Perda) tentang Bahasa, baru ditemukan di beberapa provinsi saja (Jawa Barat, Sulawesi Selatan, dan Sumatra Utara), sedangkan provinsi lainnya belum sampai pada tahap itu.

Oleh karena itu, para *stakeholder* kebahasaan di daerah, seperti para akademisi bahasa di universitas, balai bahasa di daerah sebagai perpanjangan tangan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, komunitas-komunitas bahasa, serta pemerintah daerah perlu menginisiasi dilahirkannya Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) kebahasaan untuk ditetapkan sebagai Perda yang nantinya dapat dijadikan payung pembuatan regulasi turunan pada wilayah administrasi pemerintahan yang lebih kecil (kabupaten dan desa). Hal ini sangat penting untuk memayungi kegiatan atau upaya-upaya pemertahanan dan pengembangan bahasa etnik di daerah sebagai langkah adaptasi terhadap kemerosotan pemakaian bahasa etnik yang sesungguhnya sangat penting sebagai akar budaya dan identitas warga etnik yang bersangkutan.

## Daftar Pustaka

- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. (tanpa tahun). Data Bahasa di Indonesia. Diakses pada 20 Juli 2020 dari <https://petabahasa.kemdikbud.go.id/databahasa.php>.
- Calvet, L-J. (1998). *Language wars and linguistic politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Grimes, B. F. (2002). Kecenderungan bahasa untuk hidup atau mati secara global (*global language vitality*): Sebab, gejala, dan pemulihan untuk bahasa-bahasa yang terancam punah. Dalam B. K. Purwo (Ed.), *PELBBA (Pertemuan Linguistik Pusat Kajian Bahasa dan Budaya Atma Jaya: Kelima Belas)*. Jakarta: PKBB Atma Jaya.
- Jones, M. C. (2015). *Endangered languages and new technologies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pemerintah Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.
- Steinhauer, H. (2000). Bahasa Indonesia dan bahasa daerah di Indonesia. Dalam B. K. Purwo (Ed.), *Kajian serba linguistik*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Sumarsono. (2000). Sikap dan perilaku tutur penutur bahasa Melayu Loloan terhadap bahasanya dan bahasa-bahasa lain. Dalam B. K. Purwo (Ed.), *Kajian serba linguistik*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.



## BAB XII PERAN KELOMPOK MUDA DALAM MENDORONG KETANGGUHAN MASYARAKAT PERIKANAN DI ERA DISRUPSI

*Annisa Meutia Ratri*

### A. Pendahuluan

Pada era disrupsi ini, masyarakat mengalami percepatan atau *acceleration* dari sisi inovasi teknologi dan perubahan dalam masyarakat. Pada laju perubahan dan kehidupan yang dinamis, sayangnya, masih terdapat kelompok masyarakat yang tertinggal atau bahkan tereksklusi karena tidak dapat mengikuti percepatan yang terjadi. Dalam situasi tersebut, hadir inisiatif dari kelompok muda untuk mengambil peran dalam mendorong atau meningkatkan ketangguhan masyarakat.

Tulisan ini berfokus pada peran kelompok muda melalui teknologi informasi komunikasi (TIK) dalam memfasilitasi ketangguhan bagi masyarakat, khususnya masyarakat perikanan pada era disrupsi ini. Masyarakat perikanan dapat dimaknai sebagai kelompok masyarakat yang secara langsung melakukan kegiatan di bidang perikanan. Secara umum, berdasarkan jenis teknologi yang digunakan untuk pemanfaatan sumber daya perikanan, masyarakat perikanan terbagi atas masyarakat perikanan tangkap (*capture fishery communities*), dan masyarakat perikanan budi daya (*aquaculture fishery communities*) (Hartono dkk., 2007).

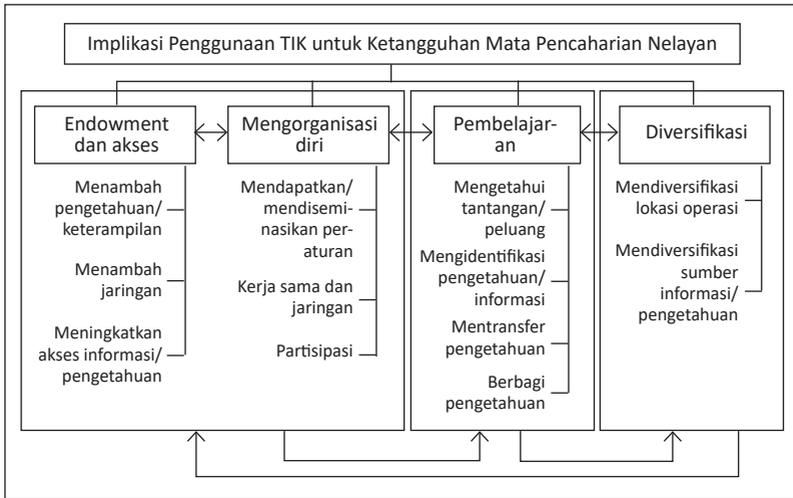
Dalam tulisan ini, peran kelompok muda direfleksikan melalui kontribusi mereka terhadap masyarakat perikanan dengan memperkenalkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Dengan adanya TIK, masyarakat perikanan tersebut dapat terbantu untuk mencapai ketanggahan secara sosial, ekonomi, dan kelembagaan.

Laju perubahan teknologi semakin cepat dan pengadopsian sejumlah teknologi bisa memiliki efek cukup mendasar dan transformatif pada masyarakat. Kepemilikan akses terhadap internet dan keterampilan menggunakannya dipandang sebagai elemen penting untuk memastikan suatu individu dapat memainkan peran dalam masyarakat (Davies, 2017). Sejumlah gerakan mulai muncul untuk mempromosikan inklusi digital dengan mengajari orang tentang cara menggunakan internet dan teknologi lain.

Dalam hal ini, TIK menjadi sarana penting dalam menawarkan cara-cara baru mengatasi masalah sosial dan lingkungan serta untuk menemukan pendekatan inovatif yang bisa memberikan hasil yang lebih baik. TIK merupakan sarana elektronik untuk menangkap, mengolah, menyimpan, dan mengomunikasikan informasi berbasis digital yang terdiri atas perangkat keras/*hardware* (seperti komputer), perangkat lunak/*software*, dan jaringan/*networks*, termasuk teknologi terkait informasi, seperti radio, televisi, telepon, koran, dan lainnya sebagai bagian dalam sistem TIK (Heeks, 2008). TIK secara umum memiliki dampak secara luas, terutama dalam bentuk pemberdayaan melalui informasi, pengajaran, dan pelibatan masyarakat secara luas, menghubungkan dan meningkatkan jangkauan produk dan layanan, menggalang pendanaan publik, serta hal-hal potensial lain yang memberikan solusi pada berbagai permasalahan dalam kehidupan (Grindle, 2015). Perkembangan dan dukungan TIK dapat digunakan masyarakat perikanan untuk

menjadi bagian dari strategi membangun ketangguhan mata pencaharian dalam menghadapi perubahan iklim dan tekanan lainnya. TIK dapat memfasilitasi masyarakat pesisir untuk memperbaiki dan memelihara aset-asetnya, selain untuk mengorganisasikan diri dan belajar.

Ketangguhan masyarakat perikanan dapat dilihat dari aspek sosial yang menekankan pada kemampuan masyarakat untuk menanggulangi tekanan dan gangguan eksternal sebagai sebuah hasil dari perubahan sosial, politik, dan lingkungan. Untuk bertahan pada era disrupsi ini, diperlukan ketangguhan dari segi ekonomi. Ketangguhan dari segi ini menekankan pada kemampuan mengakses modal, mengembalikan modal, serta menghasilkan keuntungan dan produk yang beragam (Van Putten dkk., 2013). Selain itu, perlu diupayakan dorongan untuk meningkatkan ketangguhan secara individu dalam menyerap guncangan dan mereorganisasi kemampuan diri dengan tetap berupaya mengurangi kemiskinan (Allison dkk., 2007). Dalam mendorong ketangguhan masyarakat pesisir, TIK berpotensi untuk memberikan kontribusi karena dapat digunakan untuk 1) Mengetahui aturan-aturan dan kebijakan terkait perikanan atau kenelayanan; 2) Mengetahui isu perubahan iklim dan strategi adaptasinya; serta 3) Mengetahui perkembangan teknik-teknik menangkap ikan dan peralatannya (Asirin dkk., 2017).



Sumber: Asirin (2017)

**Gambar 12.1** Implikasi Penggunaan TIK untuk Ketangguhan Mata Pencaharian Nelayan

Ketangguhan mata pencaharian masyarakat perikanan, khususnya nelayan, sebagai implikasi dari penggunaan TIK telah diargumentasikan oleh Asirin (2017) melalui penelitian di salah satu desa nelayan di Jawa Barat. Dalam penelitian tersebut, Asirin berkesimpulan bahwa dengan menggunakan TIK, nelayan dapat meningkatkan akses terhadap informasi/pengetahuan/peraturan untuk menambah pengetahuan, memelihara jaringan dan kerja sama, dan memfasilitasi partisipasi di dalam komunitas. Melalui proses pembelajaran, nelayan dapat mengidentifikasi pengetahuan, kemampuan untuk mengetahui tantangan dan peluang, serta kemampuan mentransfer atau berbagi pengetahuan menggunakan TIK, sehingga mampu mendiversifikasi lokasi operasional untuk menangkap ikan, di samping memiliki sumber informasi/pengetahuan untuk membangun *endowment*/dorongan, akses dan pengorganisasian diri. Penelitian Asirin (2017)

Buku ini tidak diperjualbelikan.

membuktikan bahwa TIK bermanfaat untuk membangun ketangguhan mata pencaharian nelayan. Secara lebih detail, Gambar 12.1 menjelaskan beberapa aspek yang mendorong ketangguhan nelayan.

Namun, berdasarkan survei yang dilakukan Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik (2015), tingkat literasi TIK nelayan Indonesia masih rendah sehingga belum mampu memanfaatkan TIK dalam mengembangkan usaha. Nelayan masih cenderung menggunakan TIK, seperti televisi, radio, telepon seluler, dan internet sebagai alat informasi dan komunikasi biasa. Nelayan juga mengalami hambatan infrastruktur yang terbatas, seperti sinyal telepon seluler yang kurang memadai sehingga menjadi kendala dalam mengakses informasi padahal mereka sangat membutuhkan konsistensi informasi terkait harga, cuaca/iklim, teknik budi daya dan pasar (Anandhita dkk., 2015). Adanya kesenjangan antara TIK dengan kapasitas dan kebutuhan nelayan, misalnya, tampak dari masih adanya nelayan yang tidak menggunakan sistem informasi Peta Prakiraan Daerah Penangkapan Ikan (Peta PDPI),<sup>1</sup> walaupun memang Peta PDPI ini masih terbatas untuk nelayan besar. Dengan demikian, diperlukan pengembangan TIK secara lebih luas, di samping perlu dilakukannya penyesuaian terhadap kebutuhan nelayan. Selain itu, ada tantangan untuk pemerataan akses terhadap TIK maupun kapasitas masyarakat nelayan dalam penggunaan TIK. Peningkatan ka-

---

<sup>1</sup> Peta Prakiraan Daerah Penangkapan Ikan (Peta PDPI) berisi informasi sebaran lokasi prediksi daerah penangkapan ikan pelagis di perairan Indonesia. Dengan berbekal informasi Peta PDPI, nelayan dapat menuju daerah *fishing ground* dengan lebih cepat dan tepat sehingga dapat menghemat bahan bakar minyak (BBM). Penyusunan Peta PDPI didasarkan pada analisis front suhu dan kesuburan perairan menggunakan data citra satelit Aqua/Terra MODIS (*Moderate Resolution Imaging Spectroradiometer*) dan Suomi NPP VIIRS (*Visible Infrared Imaging Radiometer Suite*). Peta PDPI yang rutin diterbitkan adalah Peta PDPI Nasional, Peta PDPI Pelabuhan Perikanan, dan Peta PDPI Perairan khusus (Sidik, 2018).

pasitas masyarakat perikanan dalam menggunakan TIK perlu menjadi upaya yang harus dilakukan melalui pelibatan berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*). Sistem informasi yang ditawarkan juga perlu disesuaikan dengan kebutuhan nelayan yang spesifik, misalnya terkait daerah penangkapan ikan, cuaca, dan jenis/karakteristik ikan yang dilindungi, informasi harga ikan, akses pembiayaan, strategi-strategi adaptasi perubahan iklim, di samping perencanaan keuangan, kewirausahaan, pelestarian ekosistem laut serta keterampilan atau pengetahuan lainnya sesuai kebutuhan untuk mendukung ketangguhan mata pencaharian masyarakat perikanan, termasuk usaha budi daya tambak.

## B. Inklusi Digital dalam Membangun Masyarakat Perikanan di Indonesia

Indonesia sebagai negara maritim harus dapat memanfaatkan wilayah pesisir di segala aspek, termasuk potensi sumber daya perairannya. Secara umum, masyarakat perikanan menghadapi hambatan dalam menangani perubahan iklim dan tantangan lain, seperti pencemaran lingkungan, penggunaan alat tangkap yang tidak ramah lingkungan, eksploitasi ikan secara berlebihan (*over-fishing*), dan perubahan pemanfaatan ruang laut. Berbagai masalah juga menghalangi pengembangan bidang budi daya maritim, seperti aspek permodalan, keahlian, ketidaksediaan lahan untuk budi daya, serta jaminan pemasaran dan pengetahuan tentang manajemen kualitas air. Permasalahan tersebut berdampak pada aspek ekonomi dan kualitas hidup para pelaku usaha perikanan, seperti pembudidaya ikan maupun udang.

Dalam perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat, bermunculan inovasi TIK untuk membantu masyarakat perikanan dengan memberikan informasi mengenai cuaca perairan, daerah penangkapan ikan, grafik sebaran ikan, dan harga. Hal ini

menunjukkan adanya inovasi sosial sebagai model alternatif untuk menyelesaikan krisis global dan tantangan sosial ekonomi. Inovasi sosial tidak hanya menekankan pada ide terbaru dalam produk, proses produksi atau penerapan teknologi, pengembangan jasa dan model, serta pencarian solusi, tetapi juga menjadi bagian dari legislasi dan gerakan sosial. Inovasi sosial menekankan pada nilai sosial yang memberikan manfaat kepada publik dan masyarakat secara luas daripada nilai pribadi (Acheampong, 2014).

Pembangunan maritim Indonesia hari ini haruslah multi-dimensi. Hal ini berimplikasi pada perlunya mengembangkan kolaborasi dan kerja sama antarpihak, baik pemerintah maupun non-pemerintah, untuk membantu masyarakat perikanan melalui upaya inovatif dalam rangka menghadapi tantangan dan hambatan alam, sosial, ekonomi, dan teknologi. Upaya baru yang menarik adalah pembangunan kemaritiman melalui apa yang disebut sebagai transformasi digital yang inklusif, yakni transformasi digital menjadi landasan pertumbuhan ekonomi ke depan (Pangastuti, 2019) untuk mendukung akselerasi kesejahteraan nelayan tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga pada aspek keamanan dan keselamatan. Pemerintah melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi, misalnya, dalam rangka mendukung pembangunan dan kedaulatan pangan, telah mengembangkan program yang disebut dengan Nelayan Go Online (Program nelayan go online, 2017).

Nelayan Go Online merupakan solusi alternatif untuk menunjang nelayan dan para pelaku usaha di sektor perikanan lainnya melalui fasilitas pengembangan aplikasi yang ditawarkan (Program nelayan go online, 2017). Nelayan Go Online memiliki dua program, yaitu Kartu Nelayan Nasional Terintegrasi dan Aplikasi Informasi Dasar bagi Nelayan. Program ini merupakan

implementasi dari semangat Nawacita, yakni membangun ke-maritiman Indonesia dan membangun Indonesia dari pinggiran dengan memperkuat daerah-daerah dan desa-desa, serta meningkatkan produktivitas dan daya saing masyarakat. Teknologi menjadi garda penting dalam upaya yang dilakukan pemerintah, salah satunya melalui Nelayan Go Online sebagai ruang kolaborasi peran pemerintah dalam proses transformasi digital.

Transformasi digital yang sama untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan para nelayan juga dimiliki oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan yang menawarkan Sistem Informasi Nelayan Pintar (SINP). SINP merupakan sistem yang dikembangkan untuk memberikan informasi terkait aktivitas penangkapan dan operasionalisasi kapal, di samping memuat juga aplikasi Sistem Informasi Kenelayanan (SISNELI). Melalui sistem ini, nelayan Indonesia dapat terbantu untuk mengetahui daerah penangkapan ikan, cuaca perairan, informasi pelabuhan, hingga grafik harga dan sebaran ikan. Tidak hanya itu, para nelayan juga dapat menghitung estimasi BBM dan jarak tempuh lokasi dengan aplikasi ini.

Hanya saja, penggunaan SINP membutuhkan perangkat lunak berbasis Android yang lebih ditujukan untuk nelayan skala menengah ke atas. Padahal dengan melihat informasi DPI (*Dot Per Inch*) tersebut, hasil tangkapan nelayan dapat lebih banyak sekitar 84,10% (Muawanah dkk., 2017). Program yang terkait dengan TIK berpotensi membantu usaha nelayan, hanya saja masih terdapat tantangan bagi para nelayan untuk mengakses dan memanfaatkan teknologi informasi tersebut. Untuk menjawab tantangan ini, muncul beberapa upaya inovatif kelompok muda untuk membantu masyarakat perikanan, seperti nelayan dan pembudidaya/petambak, dalam peningkatan

usahanya melalui berbagai platform rintisan kaum muda, seperti *e-Fishery*, Jala, Aruna, dan *Groupal*.

## C. Kelompok Muda: Inovasi dan Kontribusi Sosial

Pada era disrupsi ini, telah bermunculan upaya inovatif dari kelompok muda untuk memfasilitasi dukungan bagi masyarakat, khususnya pada bidang kemaritiman. *e-Fishery*, Jala, Aruna, dan *Groupal* merupakan platform inovasi sosial berbasis layanan digital yang memiliki visi sosial untuk masyarakat perikanan di Indonesia. Berikut adalah deskripsi singkat tentang inovasi-inovasi sosial yang dikontribusikan kelompok muda.

### 1. *e-Fishery*

Pada 2013, kelompok muda yang dikomandoi oleh Gibran Chuzaefah Amsi El Farizy mengembangkan *e-fishery* yang menawarkan efisiensi dalam pemberian pakan pada usaha budi daya. Pada awalnya, Gibran terinspirasi dari kuliah dan praktik lapangan yang memberikan dirinya kesempatan berinteraksi dengan para petani dan pengusaha perikanan sehingga dirinya terdorong untuk mengembangkan usaha perikanan sendiri. Gibran mengembangkan usaha budi daya lele dan menemukan permasalahan yang signifikan dalam hal pemberian pakan yang tidak efisien. Untuk itu, *e-Fishery* mengembangkan alat pemberi pakan secara otomatis untuk segala jenis ikan dan udang. Dengan alat ini, para pembudidaya dapat mengendalikan stok pakan dari jarak jauh karena adanya sensor yang dapat mengukur nafsu makan ikan. *e-Fishery* dapat membantu menghemat pakan budi daya ikan dan udang hingga 21% atau 8–12 juta setiap bulannya. Tujuan efisiensi pemberian pakan tidak hanya untuk hitungan ekonomi, tetapi juga untuk menghindari terjadinya *overfeeding*

atau pemberian pakan secara berlebihan. Pemberian pakan yang tidak teratur serta adanya sisa pakan akan mengakibatkan terjadinya polutan dan ammonia. *E-fishery* mengurangi risiko ikan mati, menjaga kualitas air, serta mencegah pencurian pakan (Widia, 2016). Dengan telepon seluler (ponsel) atau tablet dan aplikasi tersebut, budi daya yang dilakukan petambak dapat lebih efektif dan efisien.

## 2. Jala

Jala diawali oleh visi membantu para petambak udang untuk meningkatkan hasil panen melalui teknologi dan data cerdas. Perusahaan rintisan (*startup*) ini didirikan oleh kelompok muda asal Yogyakarta. Kelompok muda ini diprakarsai oleh Ario Wirawan.

Para petambak diperkenalkan dengan teknologi yang dapat memantau kualitas air tambak untuk mengurangi risiko kegagalan panen dan membantu menganalisis parameter air dalam merawat kolam tambak. Secara umum, usaha budi daya menghadapi berbagai persoalan terkait penyakit, pengelolaan kualitas air, dan kurangnya teknologi yang membantu pembudidaya. Inovasi teknologi hadir di sektor kemaritiman, khususnya budi daya udang, antara lain melalui Jala. Perusahaan rintisan ini menawarkan sistem monitoring IoT, yakni *Internet of Thing* pada 2015.

Ario memulai inovasi dalam sistem pertambakan udang dari skala kecil miliknya hingga akhirnya menyebar ke berbagai petambak udang lainnya. Dirinya mengawali langkah kontribusi tersebut melalui pemahaman akar rumput, yakni dengan menjangkau aspirasi dari 100 petambak di Jawa-Bali-Madura untuk menemukan permasalahan terkait pengembangan tambak udang. Analisis awal menemukan bahwa teknologi perikanan kurang begitu maju dibandingkan bidang-bidang lain, seperti kesehatan atau pendidikan. Oleh karena itu, Arip dan kawan-kawan men-

ciptakan teknologi berupa layanan digital yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan petambak.

Menurut informasi yang diunduh dari [www.shrimclub.id](http://www.shrimclub.id), Jala menyediakan layanan digital data performa tambak, tingkat kualitas maupun kuantitas produksi, termasuk pola penyebaran penyakit di seluruh kawasan tambak. Dengan demikian, Jala tidak hanya memberikan peringatan terhadap kondisi kualitas air yang rentan, tetapi juga merekomendasikan tindakan pencegahan penyakit. Hal ini tentu saja membantu keberlanjutan usaha tambak (lihat Aziz, 2018). Teknologi yang dikembangkan oleh Jala telah digunakan oleh para petambak di berbagai daerah di Indonesia, misalnya di sekitar Bantul, Purworejo, Tegal, Brebes, Cilacap, dan Subang. Kehadiran Jala tidak hanya membantu meningkatkan hasil produksi para petambak, tetapi juga mendorong industri perikanan lebih berkelanjutan (Ferrissa, 2017).

### 3. Aruna

Pada 2015, kelompok muda yang dimotori oleh Farid Naufal Aslam mendirikan Aruna atas dasar keprihatinan mereka terhadap industri perikanan dan kelautan Indonesia. Aruna berkeinginan memecahkan masalah dan membangun kejayaan maritim Indonesia. Mereka mengawalinya dengan mengambil peran dalam memberikan upaya inovatif kepada para nelayan dalam menghadapi permasalahan mendasarnya. Permasalahan mendasar yang menjadi pantauan mereka adalah bahwa nelayan menangkap ikan sebanyak-banyaknya, tetapi ikannya tidak ada yang beli atau harga jatuh. Aruna melatih para nelayan untuk menjaga kualitas hasil tangkapan dan menjamin ketersediaan pasar untuk para nelayan. Farid yang memiliki keahlian di bidang teknologi informasi mengawali Aruna dengan program inkubasi bertajuk Indigo Creative Nation (ICN). Dengan berbekal dana

hasil lomba dan program inkubasi tersebut, Farid melesat maju dalam mengembangkan Aruna sebagai *e-commerce* terintegrasi yang menjual hasil laut perikanan dari kelompok nelayan ke pasar yang lebih luas terutama ke industri. Aruna menghubungkan nelayan ke pada pemesan ikan atau *buyer* dalam jumlah besar, seperti pabrik pengolahan dan eksportir. Pada awalnya, Aruna mengembangkan pasarlaut.com. Namun, karena visinya adalah untuk lebih meluas dan mengglobal, kelompok muda ini mengubahnya menjadi Aruna (lihat laman [www.aruna.id](http://www.aruna.id)).

Sebelum mendirikan Aruna, Farid dan kawan-kawan melakukan pendalaman masalah dengan ikut serta ketika nelayan melaut, di samping mengunjungi kampung nelayan untuk dapat mengetahui permasalahan nelayan dan untuk mengetahui bentuk kontribusi apa yang dapat diberikan. Berdasarkan berbagai masalah yang ditemukan terkait kehidupan nelayan, kelompok muda ini menciptakan sistem pengelolaan bisnis perikanan (*integrated fishery management*), akses sumber data terkini perikanan (*fishery data intelligent*), dan sistem perdagangan hasil laut secara online (*fishery online trading*) yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan di industri perikanan dari hulu ke hilir, seperti memperbaiki sistem pengawasan komoditas dan membantu nelayan memasarkan hasil laut tanpa harus melalui tengkulak, serta memudahkan konsumen untuk mendapatkan komoditas berkualitas dengan harga yang masuk akal.

Kini, Aruna telah menjangkau nelayan dan mitra nelayan di berbagai wilayah di Indonesia; ada 1.701 kelompok nelayan di 16 provinsi (Aceh, Sumatra Utara, Sumatra Selatan, Jawa Barat, Jawa Timur, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Nusa Tenggara Timur (NTT), Nusa Tenggara Barat (NTB), Maluku

Utara, dan Papua) dengan 86 jenis ikan dengan 50 perusahaan atau pembeli produk perikanan skala besar yang terhubung di Aruna. Melalui inovasi sosial dalam bentuk sistem aplikasi terintegrasi pengelolaan bisnis perikanan, seperti *Fishery Data Intelligent* dan *Online Fishery Trading*, Aruna mengambil peran sebagai perantara antara pihak koperasi dengan pembeli akhir. Aruna membangun kemitraan dengan 57 koperasi nelayan dan berkontribusi terhadap peningkatan ketangguhan sekitar seribu nelayan di Indonesia, seperti di laman [www.id.techinasia.com](http://www.id.techinasia.com).

Aruna tidak hanya berpikir tentang laba, tetapi juga misi sosial untuk meningkatkan pendapatan nelayan di daerah asal para pendiri *start-up* tersebut. Dampak sosial yang dihasilkan juga tidak hanya tentang meningkatnya pendapatan nelayan, tetapi juga dalam hal membangun lingkungan kelautan yang berkelanjutan. Hal ini karena Aruna bekerjasama dengan kelompok nelayan berhasil menstandarisasi produksi mereka dari penangkapan, pengolahan, hingga pengemasan. Nelayan mendapatkan edukasi dan pendampingan serta penyadaran bahwa peningkatan usaha tidak hanya berorientasi pada kuantitas produk perikanan, tetapi juga kualitas komoditas yang dihasilkan.

Aruna menawarkan kerja sama dengan para nelayan atas dasar semangat *sustainable fisheries*, yakni menekankan pada pengelolaan lingkungan kelautan yang berkelanjutan. Aruna juga membangun sistem penghargaan (*reward*) untuk mendorong nelayan agar lebih profesional. Penghargaan tersebut berupa sembako, alat tangkap, mesin kapal, sampai umrah agar mereka berdisiplin dan terus produktif. Sebelum bergabung dengan Aruna, nelayan hanya sebagai penerima harga (*price taker*) karena harga ditentukan oleh tengkulak. Dengan edukasi yang dilakukan, nelayan menjadi lebih tanggap dengan perubahan pasar dan lebih tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan.

Dalam perjalanannya, Aruna juga melakukan edukasi kepada tengkulak. Ada daerah di mana Aruna dapat bekerja sama langsung dengan nelayan, dan ada pula daerah di mana Aruna harus melibatkan tengkulak. Tengkulak ternyata dapat diarahkan untuk menjadi pemantau atau pengawas, dengan sistem bagi hasil (Aziz, 2018).

#### 4. Growpal

Kembali pada bidang usaha budi daya, *Growpal* juga hadir sebagai platform digital dalam bidang investasi perikanan terintegrasi. Berdiri pada 2017, *Growpal* mempertemukan pemilik modal, pemilik lahan, pembudidaya ikan, dan pembeli di bidang agribisnis perikanan. *Growpal* meningkatkan sinergi yang kolaboratif antara pengguna yang memiliki modal tetapi tidak memiliki keterampilan budi daya ikan, atau yang memiliki keahlian di bidang akuakultur tetapi kekurangan akses modal. Modal merupakan masalah utama dalam usaha akuakultur. Oleh karena itu, solusi inovatif dan pendekatan teknologi dapat memberikan harapan kepada para pembudidaya ikan. *Growpal* hadir sebagai platform yang tidak hanya melakukan penggalangan dana dengan menghubungkan investor dan para pembudidaya, tetapi juga membentuk sistem pendanaan agar dapat meningkatkan kesejahteraan para pembudidaya. Dengan sistem bagi hasil, *Growpal* ingin memastikan setiap pihak yang terlibat mendapatkan manfaat dan keuntungan yang adil. Untuk menunjang ekosistem perikanan berbasis digital, *Growpal* menghubungkan semua pihak dalam rantai nilai produk akuakultur. Dalam situs <https://www.growpal.co.id>, *Growpal* menunjukkan bahwa terdapat 836 petani ikan yang diberdayakan, Rp33,4 miliar dana tersalurkan dan 99,82% tingkat kesuksesan investasi yang dikelola. *Agritech* atau pengembangan teknologi akuakultur dinilai akan memper-

cepat peningkatan produksi pangan dan pertumbuhan ekonomi, secara khusus juga dapat membantu akselerasi sosial ekonomi para petambak, memberdayakan para petambak, serta mengembangkan perekonomian inklusif.

Paparan tersebut menunjukkan bagaimana beberapa kelompok muda berhasil melakukan inovasi dan kolaborasi sosial dalam kontribusinya terhadap bangsa. Hal ini selaras dengan temuan survei *Havas Worldwide* yang memperlihatkan bahwa kelompok muda atau kelompok milenial mempunyai *sense of urgency*, yang berarti bahwa generasi ini ingin membuat sesuatu yang berdampak terhadap masalah kemiskinan, lingkungan hidup, konservasi energi, dan bahkan dalam hal kebebasan politik, baik pada skala global maupun lokal. Kelompok muda ini merupakan bagian dari agen perubahan.

Dengan pengalaman yang lebih banyak dalam pemanfaatan teknologi, kelompok muda mampu membuat beragam program kewirausahaan yang memadukan tujuan sosial dan komersial. Secara kreatif mereka menyelaraskan sumber daya yang ada, menguatkan komunitas dan kolaborasi, mengadopsi pemikiran global yang dapat memecahkan masalah sistemik, sekaligus juga memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini telah memungkinkan terciptanya inovasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan yang hampir mustahil pada masa lalu, yakni dualisme antara orientasi sosial dan komersial. Bagi kelompok muda ini, membangun sistem inovasi sosial, seperti *Jala*, *Groupal*, *Aruna* dan *e-fishery*, merupakan tindakan sederhana untuk menciptakan bisnis yang sekaligus melayani tujuan sosial, suatu inovasi sosial yang dapat memecahkan masalah lokal dan membangun inisiatif masyarakat, tetapi tidak berorientasi pada pasar semata. Lebih jauh lagi, mereka juga memberikan solusi

untuk masalah sosial dengan melihat potensi keberlanjutannya, antara lain dengan menekuni peluang pasar yang ada hingga memiliki dampak perubahan tidak hanya secara ekonomi, tetapi juga secara sosial bagi masyarakat terkait di sekitarnya. Para pendiri Jala, *Groupal*, Aruna, dan *e-fishery* ini menjadi agen perubahan dalam dunia perikanan melalui program inovasinya masing-masing. Menurut Sztompka, mereka adalah aktor individual yang memiliki kualitas untuk bertindak mewakili dan memiliki dampak bagi orang lain (Sztompka, 2004). Mereka mampu membuat tindakan kolektif untuk membuat anak-anak muda yang lain bergabung dan bertindak bersama-sama dalam perubahan dan inovasi yang dilakukan. Apa yang dilakukan oleh kelompok muda dalam Aruna, *Groupal*, *e-fishery*, dan Jala dapat dikatakan sebagai bagian dari proses transformasi sosial. Faktor yang melatarbelakangi kaum muda ini adalah adanya dorongan untuk melakukan sesuatu bagi masyarakat, tetapi mereka sendiri juga mendapatkan manfaat ekonomi dari upaya inovasi tersebut (Gandhi & Raina, 2018).

Strategi inovasi sosial yang dilakukan kaum muda itu, berdasarkan tinjauan atas platform digital Jala, Aruna, *e-fishery*, dan *Groupal* adalah 1) Inovasi sosial diawali dengan identifikasi masalah dan identifikasi kebutuhan masyarakat perikanan melalui dengar aspirasi para nelayan dan petambak; 2) Identifikasi keahlian yang dimiliki masing-masing institusi; 3) Solusi yang ditawarkan komprehensif, tidak hanya menyoal di satu masalah, tetapi memberikan solusi untuk masalah terkait; 4) Tidak hanya melakukan pendampingan teknologi, tetapi juga sosial, misalnya dengan strategi edukasi dan pendekatan serta kerja sama dengan aktor terkait dalam rantai nilai produk perikanan. Melalui tahapan strategi tersebut, mereka mendorong adanya model kolaborasi teknologi antara kaum muda dan *stakeholder* lain yang terkait,

seperti masyarakat perikanan, dalam membangun kemaritiman Indonesia.

Secara umum, mereka tidak hanya mengisi kesenjangan dan menyelesaikan masalah, tetapi juga mendorong ketangguhan masyarakat. Kelompok muda tersebut tidak hanya memberikan pendampingan teknologi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial budaya dan kapasitas sumber daya manusia yang ada pada komunitas perikanan. Hal yang menjadi kunci keberhasilan kelompok muda ini adalah mereka terjun langsung mendengarkan permasalahan, mereka melakukan pendekatan sosial terhadap penerima manfaat dari inovasi mereka, di samping membuka pikiran penerima manfaat kepada perspektif global. Apa yang dilakukan kelompok muda pencipta Aruna, Jala, *e-Fishery*, dan *Groupal* ini pada dasarnya adalah peningkatan kapasitas komunitas nelayan dan pembudidaya/petambak. Peluang untuk kemajuan usaha dapat tercapai dengan adanya penguasaan TIK oleh komunitas perikanan tersebut yang sekaligus mendukung ketangguhan sosial.

#### D. Kesimpulan

Perkembangan TIK yang cepat mendorong percepatan laju perubahan pada segala aspek. Adanya percepatan perubahan di berbagai aspek, mengakibatkan masyarakat perikanan juga harus berubah mengikuti kecepatan perubahan tersebut. Kelompok muda yang merupakan agen perubahan, melalui terobosan TIK dan inovasinya, mampu mendorong pembangunan kemaritiman, dalam hal peningkatan ketangguhan masyarakat perikanan, khususnya nelayan dan petambak/pembudidaya.

Baik Jala, Aruna, *Groupal*, dan *e-Fishery* sebagai bagian dari inovasi TIK, merupakan sumber daya yang memiliki kekuatan kompetitif yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi pada

gilirannya dapat mendorong ketangguhan sosial dan secara luas juga dapat memperbaiki tingkat kesejahteraan masyarakat. Hal tersebut dapat dilakukan melalui strategi inovasi sosial yang mengenali permasalahan serta kebutuhan masyarakat perikanan, di samping mengidentifikasi sumber daya manusia di dalam institusi. Kelompok muda ini memberikan solusi secara komprehensif tidak hanya terkait TIK, tetapi juga secara sosial dengan strategi edukasi dan kolaborasi antaraktor pada rantai produksi perikanan.

Secara khusus, tulisan ini menunjukkan bahwa pelopor perubahan hadir di tengah dinamika masyarakat dan berasal dari masyarakat itu sendiri. Kontribusi kelompok muda tersebut menunjukkan apa yang disebut sebagai bagian dari praktik sipil pemuda dalam bermasyarakat, khususnya pada bidang *community service* melalui inovasi TIK untuk kesejahteraan.

## Daftar Pustaka

- Acheampong, E. (2014, Juni 9). Defining social innovation: How the world is responding to social challenges. *Africa Upclose*. Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://africaupclose.wilsoncenter.org/defining-social-innovation-how-the-world-is-responding-to-social-challenges-2/>.
- Allison, E. H., Andrew, N. L., & Oliver, J. (2007). *Enhancing the resilience of inland fisheries and aquaculture systems to climate change*. *SAT EJournal*, 4(1), 1–35.
- Anandhita, V.H., Susanto, A., Sari, D., & Wardahnia. (2015). *Pemanfaatan dan pemberdayaan teknologi informasi dan komunikasi pada petani dan nelayan (Survei rumah tangga dan best practices)*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Badan Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika.

- Aruna. (tanpa tahun). Aruna: Making the sea a better livelihood for all. Diakses pada 2 Januari 2019 dari <https://aruna.id/tentang-aruna/>.
- Asirin, & Teti A. A. (2017). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dan implikasinya terhadap ketangguhan mata pencaharian nelayan. *Journal of Regional and Rural Development Planning* 1(1), 1. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.1.1-15>.
- Aziz, S. N. (2018, Juli 17). Data dan informasi untuk hasil panen yang lebih baik. *Shrimp Club Indonesia*. Diakses pada 2 April 2018 dari <http://www.shrimpclub.id/berita/1082>.
- Davies, R. (2017 April 20). Future imperfect: 10 new problems that technology will create and charities will have to deal with. Charities Aid Foundation (CAF). Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://www.cafonline.org/about-us/blog-home/giving-thought/the-future-of-doing-good/future-imperfect>.
- Ferrissa, W. (2017). Begini cerita para start up bantu sektor pertanian dan perikanan. *Kominfo.go.id*. Diakses pada 3 Mei 2020 dari [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/11712/begini-cerita-para-start-up-bantu-sektor-pertanian-dan-perikanan/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/11712/begini-cerita-para-start-up-bantu-sektor-pertanian-dan-perikanan/0/sorotan_media).
- Gandhi, T., & Rishav, R. (2018). Social entrepreneurship: The need, relevance, facets and constraints. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0094-6>.
- Grindle, A. (2015, Maret 17). 6 ways technology is breaking barriers to social change. *fastcompany.com*. Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://www.fastcompany.com/3043761/6-ways-technology-is-breaking-barriers-to-social-change>.
- Hartono, T. T., Purnomo, A. H., & Nasution, Z. (2007). *Sosial ekonomi masyarakat perikanan. Buku materi pokok program pascasarjana*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Heath, J. (2015). Book review: Social acceleration: A new theory of modernity, by Hartmut Rosa, translated by Jonathan Trejo-Mathys. *Sage Journals: Political Theory*, 44(1), 150–151. DOI: 10.1177/0090591715619337. Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://>

- journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0090591715619337?-journalCode=ptxa.
- Heeks, R. (2008). Development informatics. *Development*, 32 (University of Manchester), 45. [https://doi.org/10.1016/0736-5853\(84\)90003-0](https://doi.org/10.1016/0736-5853(84)90003-0).
- Kasali, R. (2017, Mei 5). Meluruskan pemahaman soal “disruption.” *Kompas.com*. Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://money.kompas.com/read/2017/05/05/073000626/meluruskan.pemahaman.soal.disruption>.
- Muawanah, U., Kusumaningrum, P. D., Nugroho, H., & Daniel, D. (2017). Gambaran, karakteristik pengguna dan persepsi nelayan terhadap kemanfaatan sistem aplikasi nelayan pintar (SINP) di pelabuhan perikanan Indonesia. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 7(1), 63. <https://doi.org/10.15578/jksekp.v7i1.6460>.
- Pangastuti, T. (2019, Desember 23). Pemerintah rilis buku putih dorong transformasi digital yang inklusif. *Investor Daily*. Diakses pada 8 Maret 2020 dari <https://investor.id/business/pemerintah-rilis-buku-putih-dorong-transformasi-digital-yang-inklusif>.
- Program Nelayan Go Online. (2017, Agustus 20). *Nelayan Go Online*. Diakses pada 3 Mei 2020 dari <http://nelayanonline.id/2017/08/20/program-nelayan-go-online/>.
- Satu Tumbuh Seribu. Farid Naufal Aslam, sejahterakan nelayan lewat aruna.id. (2018, Oktober 15). Diakses pada 3 Mei 2020 dari <https://satutumbuhseribu.valbury.co.id/2018/10/15/farid-naufal-sejahterakan-nelayan-lewat-aruna-id/>.
- Sidik. (2018, 11 Juli). Peta prakiraan daerah penangkapan ikan. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <http://118.97.27.101/peta-daerah-penangkapan-ikan-nasional>.
- Sztompka, P. (2004). *Sosiologi perubahan sosial*. Jakarta: Prenada.
- Putten, V., Ingrid, E., Jennings, S., Frusher, S., Gardner, C., Haward, M., Hobday, A. J., Nursey-Bray, M., Pecl, G., Punt, A., & Revill, H. (2013). Building blocks of economic resilience to climate

change: A South East Australian fisheries example.” *Regional Environmental Change*, 13(6), 1313–23. <https://doi.org/10.1007/s10113-013-0456-0>.

Widia, S. (2016, April 16). Gibran El-Farizy: Melalui e-fishery ingin memberi manfaat kepada peternak ikan. *Youngster.id*. Diakses pada 30 Desember 2018 dari <https://youngster.id/technopreneur/gibran-el-farizy-melalui-e-fishery-ingin-memberi-manfaat-kepada-peternak-ikan/>.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB XIII

# IDENTITAS GENDER DAN DISKRIMINASI BERLAPIS CALEG PEREMPUAN DALAM RUANG PUBLIK DIGITAL

*Sentiela Ocktaviana*

### A. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mengubah cara hidup manusia, terutama dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan sesama (Orehek & Human, 2017; Yu, 2016), salah satunya melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Jarak dan keterbatasan waktu bukan lagi menjadi hambatan dalam berkomunikasi dan mengakses informasi. Berdasarkan data *We Are Social* tahun 2019, di Indonesia ada 150 juta pengguna media sosial yang aktif atau 56% dari jumlah total penduduk, dan jumlahnya terus bertambah setiap tahun. Pertumbuhan pengguna aktif media sosial cukup signifikan, yakni sebesar 23% atau 24 juta pengguna baru selama 2017–2018 (Kemp, 2017). Pada periode 2018–2019, jumlahnya mengalami kenaikan sebesar 15% atau 20 juta pengguna baru (*We Are Social*, 2019). Ketergantungan terhadap media sosial juga cukup tinggi. Rata-rata penduduk Indonesia menghabiskan 3 jam dan 26 menit dalam sehari untuk mengakses akun media sosial mereka.

Pemanfaatan media sosial oleh perusahaan komersial untuk memasarkan produk terus meningkat, begitu pula penggunaan media sosial oleh calon anggota legislatif. Selain menggunakan *word of mouth communication* atau perkataan dalam komunikasi lisan melalui jalur konvensional, caleg menggunakan media sosial sebagai instrumen alternatif untuk menjangkau lebih banyak lagi suara pemilih. *Electronic word of mouth communication* atau perkataan dalam komunikasi lisan melalui media elektronik memungkinkan pengguna mencapai publik yang lebih luas (Parmelee & Bichard, 2012). Tren penggunaan media sosial untuk berkampanye sudah dimulai sejak satu dekade terakhir di banyak negara, termasuk Indonesia. Pada periode Pemilu 2019, jumlah caleg yang memanfaatkan media sosial makin bertambah, termasuk caleg perempuan. Penggunaan media sosial diharapkan membuka kesempatan lebih luas bagi caleg perempuan untuk terpilih karena calon pemilih kini dapat dengan mudah menemukan akun media sosial para caleg dan dapat berinteraksi dalam jaringan (*daring/online*) dengan para caleg tersebut.

Caleg perempuan memperlakukan media sosial sebagai ruang publik baru. Selama ini, perempuan di Indonesia masih mengalami diskriminasi dalam berekspresi di ruang publik konvensional. Konsep ruang publik digital yang ditawarkan oleh media sosial memberikan persepsi ruang baru bagi perempuan untuk menyalurkan ekspresi politik mereka. Beberapa studi mengungkap perbedaan penggunaan media sosial untuk aktivitas politik oleh laki-laki dan perempuan. Perempuan lebih mudah menunjukkan sisi pribadi mereka kepada pengikutnya di media sosial, sedangkan laki-laki cenderung lebih tertutup dan membatasi diri ketika berbagi informasi tentang kehidupan pribadi (Bode, 2017; Evans & Cordova, 2014; Jara dkk., 2017). Namun, studi-studi tersebut belum mengungkapkan perbedaan antar-aktivis perempuan itu

sendiri. Dalam konteks tersebut, feminis radikal mengusung konsep *personal is political* untuk menjelaskan bahwa setiap kehidupan perempuan terbentuk dari pengalaman-pengalaman yang bersifat personal yang berbeda satu sama lain (Enloe, 2012). Melalui konsep tersebut, kehadiran media sosial yang menawarkan ruang ekspresi, termasuk pengalaman perempuan yang sifatnya personal dan unik, kemungkinan mampu memberikan gambaran ke publik bahwa setiap perempuan adalah berbeda.

Tidak hanya di ruang publik konvensional, keberadaan caleg perempuan di ruang publik digital juga perlu dianalisis untuk memahami (a) cara perempuan mengekspresikan aspirasi politik di ruang publik digital; (b) respons publik terhadap caleg perempuan yang berkampanye dengan memanfaatkan media sosial; serta (c) kemungkinan ruang publik digital dalam menciptakan ruang publik yang lebih ramah dan setara bagi perempuan. Tulisan ini bertujuan mendiskusikan kemungkinan ruang publik baru yang lebih terbuka dengan keberadaan perempuan dan mengakui pengalaman-pengalaman perempuan, terutama caleg perempuan, dalam diskursus politik di ruang digital.

Tulisan ini khusus membahas aktivitas politik secara daring dari perempuan yang sudah resmi terdaftar di Komisi Pemilihan Umum sebagai calon anggota legislatif (caleg), baik pusat maupun daerah. Walaupun para caleg perempuan menggunakan lebih dari satu media sosial, seperti Twitter, Facebook, dan Instagram, tulisan ini hanya berfokus pada akun Twitter para caleg. Twitter dipilih karena adanya pembatasan karakter yang memudahkan studi ini untuk menganalisis ide dan aktivitas pengguna media sosial. Karakter yang terbatas membuat pengguna menghasilkan kalimat sederhana ketika menyampaikan ide.

Tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis diskursus dan interaksi, seperti jumlah pengikut; cuitan, status, gambar, dan video yang diunggah; serta komentar atau respons lain dari pengikut yang terjadi pada kurun waktu tertentu dalam akun media sosial beberapa caleg perempuan yang berkompetisi pada pemilu 2019. Metode ini sesuai dengan Bryman (2016) dan Silverman (2013) yang menyatakan bahwa dokumen virtual layak digunakan dalam penelitian kualitatif karena internet juga menyediakan data komunikasi yang signifikan dalam bentuk teks dan keterlibatan (*engagement*).

Tulisan ini terbagi menjadi lima bagian. Pada bagian selanjutnya dibahas mengenai diskriminasi di ruang publik berdasarkan identitas gender dan munculnya ruang publik digital. Bagian ketiga menjelaskan cara perempuan memanfaatkan media sosial untuk aktivitas kampanye politik. Bagian selanjutnya menganalisis perlakuan ruang publik digital terhadap caleg perempuan yang menggunakan media sosial untuk berkampanye. Tulisan ini diakhiri dengan kesimpulan dan rekomendasi.

## **B. Perempuan dan Politik di Era Digital: Posisi, Identitas, dan Ruang Publik “Baru”**

Bagian ini menjelaskan keberadaan perempuan dalam diskursus politik di Indonesia yang didominasi kekuatan laki-laki. Selanjutnya dijelaskan tentang gagasan ruang publik baru yang bersifat virtual yang menjadi ruang alternatif bagi perempuan karena lebih ramah terhadap karakteristik perempuan yang melakukan aktivitas politik.

### **1. Perempuan dan Politik di Indonesia**

Berdasarkan The Global Gender Gap Report (Flood, 2015) yang dirilis oleh World Economic Forum, posisi Indonesia mengalami

kemajuan, terutama dalam hal pemberdayaan politik selama kurun waktu lima tahun terakhir. Pada 2014, Indonesia berada di peringkat ke-86, dan tahun 2018 Indonesia berhasil menempati posisi ke-60 dari 149 negara. Keberhasilan ini tampaknya terkait dengan *Beijing Platform Action* (1995) yang merekomendasikan 30% kuota bagi keterwakilan perempuan di parlemen untuk menciptakan kesetaraan dalam pemberdayaan politik. Dominasi laki-laki secara jumlah dan kekuatan di lembaga negara yang strategis, seperti legislatif dan eksekutif, dapat mempersulit upaya terciptanya kesetaraan gender (Flood, 2015). *Affirmative action* atau diskriminasi positif dengan mendorong pencalonan anggota legislatif menjadi salah satu cara yang dapat ditempuh oleh negara untuk menciptakan kesetaraan gender. Selain itu, dengan minimal kuota 30% di parlemen, diharapkan perempuan mampu memiliki efek transformatif dan memengaruhi pembuatan kebijakan (Meco, 2017). Anderson (2015) menambahkan bahwa keberadaan perempuan di lembaga-lembaga tersebut dapat berperan penting dalam merancang kebijakan yang efektif dan menciptakan situasi politik yang lebih sehat.

Tindakan diskriminasi positif sejalan dengan konstitusi negara Indonesia. Upaya ini tidak dianggap sebagai pelanggaran HAM negara terhadap warga negaranya. Pasal 28H UUD 1945 menyebutkan bahwa demi menciptakan kesempatan yang setara dalam memperoleh hak dan keadilan, setiap orang berhak mendapat kemudahan dan perlakuan khusus dari pemerintah. Pemerintah Indonesia kemudian merespons rekomendasi *Beijing Platform Action* melalui penerapan Undang-Undang (UU) No. 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum jo. UU No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu jo. UU No. 2 Tahun 2011 tentang Partai Politik jo. Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 6 Tahun 2018, di mana pemerintah mewajibkan partai politik

untuk memenuhi kuota 30% keterwakilan perempuan dalam daftar calon anggota legislatif (caleg). Sejak UU tersebut berlaku, partai politik berupaya merekrut lebih banyak perempuan untuk didaftarkan sebagai calon anggota legislatif sebagai syarat agar partai politiknya dapat mengikuti pemilu. Namun, upaya ini dapat dikatakan gagal karena hingga periode 2014–2019, jumlah anggota parlemen perempuan hanya 97 orang atau 17,5% dari total 560 anggota parlemen.

**Tabel 13.1** Anggota DPR Terpilih pada Setiap Fraksi Periode 2014–2019 Berdasarkan Jenis Kelamin

Partai Politik	Jenis Kelamin			
	Laki-laki	%	Perempuan	%
Nasdem	31	88,57	4	11,43
PKB	37	78,72	10	21,28
PKS	39	97,50	1	2,50
PDIP	88	80,73	21	19,27
Golkar	75	82,42	16	17,58
Gerindra	62	84,93	11	15,07
Demokrat	48	78,69	13	21,31
PAN	40	81,63	9	18,37
PPP	29	74,36	10	25,64
Hanura	14	87,50	2	12,50
Total	463	82,68	97	17,32

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Pada lembaga eksekutif, keterwakilan perempuan juga mengalami peningkatan pada masa pemerintahan Joko Widodo dan Jusuf Kalla, walaupun belum mencapai 30%. Kabinet Kerja periode 2014–2019 memiliki delapan orang menteri perempuan atau 24%. Kabinet ini tercatat sebagai kabinet dengan jumlah menteri perempuan terbanyak sejak Indonesia merdeka (Detik-news, 2014).

Pendekatan *Gender and Development* dalam *Sustainable Development Goals* (SDG's) mewajibkan kehadiran perempuan dan laki-laki untuk secara bersama-sama menjadi subjek pembangunan. Lemahnya keterwakilan perempuan dalam lembaga legislatif dan eksekutif menyebabkan dikesampingkannya pendekatan berperspektif gender dalam penyusunan peraturan perundang-undangan, yang berisiko pada langgengnya diskriminasi terhadap perempuan, baik di ruang publik maupun privat. Salah satunya adalah pembahasan Rancangan Undang-undang (RUU) Kesetaraan dan Keadilan Gender yang tidak pernah selesai sejak 2006 hingga sekarang. Isu terkini adalah pengesahan RUU Penghapusan Kekerasan Seksual (RUU PKS) yang mengundang reaksi beragam dari publik karena mendapat hambatan dari anggota parlemen. Beberapa anggota dewan, terutama dari partai-partai konservatif keagamaan, menolak RUU ini. Masih kuatnya prasangka terhadap gerakan yang menuntut kesetaraan gender dan rendahnya pemahaman beberapa anggota dewan terhadap isu kesetaraan dan kekerasan berdasarkan gender, membuat kelompok ini menganggap beberapa pasal dalam RUU PKS bertentangan dengan norma agama dan norma adat yang berlaku di Indonesia.

Tidak hanya di tingkat nasional, ketidakpekaan para penyusun kebijakan terhadap isu gender juga terjadi di berbagai daerah. Komisi Nasional Perempuan (Komnas Perempuan) mencatat bahwa terdapat ratusan peraturan daerah (perda) yang berpotensi mendiskriminasi perempuan dan membatasi ruang gerak perempuan. Sebagai contoh, Perda No. 8 Tahun 2005 tentang Pelarangan Pelacuran di Tangerang yang memuat aturan yang melarang perempuan berada di ruang publik pada jam tertentu. Contoh lainnya adalah surat edaran terkait standarisasi kedai kopi dan restoran sesuai syariat Islam yang dikeluarkan Pemkab Bireuen pada Agustus 2018. Beberapa butir aturan dari surat

edaran tersebut adalah melarang perempuan dan pria duduk dalam satu meja, kecuali bersama dengan muhrimnya; dan melarang pramusaji melayani perempuan di atas pukul 21.00 WIB yang datang tanpa didampingi muhrimnya (Perda dinilai, 2018).

Penetapan kuota 30% bagi caleg perempuan sering kali tidak dibarengi dengan upaya agar para caleg perempuan tersebut terpilih. Keterbatasan perempuan untuk mengekspresikan diri dalam ruang publik dan terlibat dalam diskursus politik menyebabkan perempuan sulit mendapatkan dukungan publik. Walaupun dalam beberapa tahun belakangan di beberapa negara sudah mulai banyak perempuan yang terjun dalam politik, menurut Meco (2017), masih sulit bagi perempuan untuk memiliki karier politik karena hambatan yang terkait erat dengan identitas gender mereka, yakni perempuan, yang disertai dengan stereotip bahwa perempuan makhluk yang lemah, sensitif, penurut, dan pasif. Penggambaran terhadap perempuan yang berkarier di dunia politik hampir selalu didasarkan pada stereotip gender yang menekankan pada tubuh, seperti cara mereka berpakaian dan berdandan serta cenderung menaruh perhatian pada cara mereka mengurus rumah tangga (Meco, 2017). Eksistensi perempuan di ruang publik juga dibatasi fenomena *glass ceiling*. Fenomena *glass ceiling* menggambarkan situasi perempuan di ruang kerja yang kesulitan mencapai jabatan lebih tinggi dan strategis dalam birokrasi atau mendapatkan upah yang setara dengan laki-laki, walaupun secara kualifikasi profesional perempuan berhak mendapatkannya (Adams & Funk, 2012). Fenomena *glass ceiling* masih mengakar di berbagai struktur birokrasi di Indonesia, termasuk partai politik.

## 2. Identitas Gender dan Intersectionality

Pengalaman-pengalaman yang membentuk perempuan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor biologis, tetapi juga faktor eksternal, seperti ras, gender, status sosial, kelas ekonomi, pendidikan, dan agama. Faktor-faktor yang saling bersinggungan dan bersilangan tersebut berkaitan erat dengan bagaimana dan sejauh mana perempuan mengalami diskriminasi di masyarakat. Faktor-faktor yang saling bersilangan yang membentuk identitas gender ini disebut *intersectionality* (Cho dkk., 2013; Gopaldas, 2013; Rosida & Rejeki, 2017). Konsep *intersectionality* muncul dalam gerakan perempuan pada 1970-an di Amerika Serikat sebagai kritik perempuan kulit hitam terhadap gagasan feminisme yang hanya didasarkan pada subjek perempuan kulit putih (Gopaldas, 2013). Konsep *intersectionality* hadir untuk mempertegas bahwa setiap perempuan adalah berbeda sehingga perlakuan diskriminasi yang dialami perempuan juga berbeda. Menurut Connel (2005), interseksi mengonstruksi identitas dan ekspresi gender, baik laki-laki (maskulinitas) maupun perempuan (femininitas) sehingga hierarki terjadi pada perempuan dan laki-laki. Namun, terlepas dari interseksi pada identitas gender laki-laki, Pringle dkk. (2011) menjelaskan bahwa laki-laki masih dapat menjalankan kekuasaan yang relatif mendominasi perempuan dalam kehidupan bermasyarakat karena hak istimewa yang melekat berdasarkan gender (*male privilege*).

Terkait dengan identitas gender, dalam teori psikoanalisis dikenal istilah simbol ideal yang dalam diskursus politik cenderung mewujudkan dalam sosok laki-laki hetero. Sosok lain yang tidak sesuai digolongkan ke dalam kategori *the others* (Anderson, 2015). Oleh karena itu, perempuan yang tidak memenuhi kriteria utama dari ideal juga cenderung dianggap sebagai *the others*. Semakin

jauh karakter individu dari kriteria ideal, tingkat diskriminasi dapat menjadi semakin parah. Anderson (2015) menegaskan bahwa diskriminasi berlapis ini terjadi pada perempuan bukan hanya karena status gender, melainkan juga faktor budaya dan sosial, seperti ras, kelas ekonomi, agama, status perkawinan, dan kemampuan fisik. Dengan demikian, hierarki pada setiap identitas gender tercipta akibat pengaruh sosial dan budaya (Hearn, 2015; Nilan dkk., 2014).

Pada psikoanalisis *the others* yang mewujud dalam perempuan, interseksi pada identitas gender perempuan yang beragam ini berperan dalam menegosiasikan posisi mereka, baik di ruang publik maupun di ruang privat dengan nilai-nilai gender yang sudah diadopsi sebagai budaya dalam masyarakat (Anderson, 2015). Dalam memahami diskriminasi gender terhadap perempuan, dimensi lain yang dominan selain gender adalah kelas sosial yang menerapkan sistem hierarki berdasarkan pendapatan seseorang, pekerjaan, pendidikan, kepemilikan kekayaan, kekuasaan, latar belakang keluarga, dan gaya hidup. Masyarakat menghasilkan aturan gender yang berbeda-beda dan berlapis pada perempuan sesuai dengan kriteria yang menentukan bagaimana perempuan harus bergerak dan berpindah dalam dua ruang tersebut.

Proses yang dijalani perempuan sejak perempuan memutuskan untuk terjun dalam politik hingga menjalani karier politik sebagai anggota dewan akan terus dikaitkan dengan interseksi yang mengikat identitas gender sebagai perempuan. Meco (2017) menjelaskan bahwa interseksi tersebut mewujud dalam hambatan budaya dan struktural. Hambatan budaya yang memengaruhi peran perempuan dalam politik adalah sikap budaya terkait peran perempuan yang dianut dalam masyarakat dan keluarga. Selama ini, budaya menerjemahkan peran perempuan hanya sebagai *caregiver* dan membatasi aktivitas perempuan di

ruang publik (Wu, 2011). Bahkan, ada ungkapan lama dari tradisi Jawa yang menggambarkan batasan dari posisi dan tugas perempuan, yaitu dapur, sumur, dan kasur. Dengan kata lain, partisipasi perempuan hanya terbatas di ruang domestik untuk melayani suami dan merawat anak (Martam, 2016). Sementara itu, yang dimaksud dengan hambatan struktural adalah tingkat pendidikan, profesionalisme, kelas ekonomi, dan status sosial. Kedua kategori hambatan tersebut (hambatan struktural dan budaya) membuat banyak perempuan tidak percaya diri untuk memulai karier di bidang politik. Oleh karena itu, interseksi gender juga memengaruhi antusiasme, peluang, dan hambatan terhadap karier politik perempuan.

### 3. Ruang Publik Baru bagi Perempuan Berpolitik

Selama ini ruang publik konvensional didominasi oleh laki-laki. Kritik ini datang dari gerakan feminis yang menyatakan bahwa definisi ruang publik oleh Habermas belum mencakup semua komponen masyarakat, seperti perempuan dan kelompok marginal lain, seperti difabel dan kelompok lesbi, homo, biseksual dan transgender (*lesbian, gay, bisexual and transgender-LGBT*) (Cela, 2015; Chen, 2013).

Setelah internet ditemukan dan berhasil memperkenalkan ruang siber (*cyberspace*) di seluruh dunia, studi tentang gagasan ruang publik siber mulai berkembang. Di ruang publik baru ini, opini publik dibentuk melalui pertukaran ide dan pendapat di platform secara daring (Cela, 2015). Lim (2013) berpendapat bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai ruang belajar bagi individu untuk mengekspresikan pendapat mereka dan berkolaborasi dengan orang lain. Cela (2015) menambahkan keunggulan media sosial sebagai ruang publik adalah hilangnya hambatan untuk berkomunikasi sehingga tercapai kebebasan

untuk berpendapat. Kebebasan berpendapat adalah hak setiap individu atau golongan. Media sosial, hadir dengan menyediakan ruang bagi perempuan dan kelompok marginal lainnya untuk berpendapat dengan akses yang lebih mudah bagi siapa pun di seluruh dunia sehingga kelompok marginal juga dapat dengan bebas menyampaikan kritik terkait isu tertentu dan berkomunikasi dengan sesama. Namun, kenyataannya kesenjangan digital masih terjadi, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Berdasarkan *The Mobile Gender Gap Report 2019*, perempuan di negara berkembang 10% lebih rendah dari laki-laki dalam kepemilikan telepon pintar, dan 23% lebih kecil dalam penggunaan internet melalui telepon pintar (GSMA, 2019). Akses perempuan terhadap teknologi yang masih terbatas berbanding lurus dengan akses pendidikan perempuan Indonesia yang rendah (Suwana & Lily, 2017). Kurangnya keterampilan digital dan minat perempuan dalam mengakses dan menggunakan TIK membatasi perempuan dalam menikmati manfaat TIK. Oleh karena itu, mendorong lebih banyak lagi perempuan untuk mengakses dan menggunakan teknologi merupakan salah satu upaya pemberdayaan ekonomi, politik, dan pendidikan bagi perempuan dalam era digital.

Media sosial, seperti Facebook dan Twitter adalah cara populer untuk menggambarkan apa yang disebut dengan ruang publik baru karena sistem daring memungkinkan produksi, penyimpanan, dan distribusi konten oleh dan dari pengguna secara langsung (Chen, 2013). Cella (2015) menyimpulkan bahwa ada dua motivasi bagi pengguna media sosial ketika membangun ruang publik digital, yaitu sebagai cara memperkuat modal sosial dan sebagai respons atas kebutuhan berkomunikasi dalam komunitas virtual. Pengguna media sosial kemudian dapat secara bebas mengekspresikan pemikiran dan pendapat mereka sehingga tercipta ruang publik baru sebagai akibat dari diskusi

atau perdebatan yang muncul dalam proses komunikasi digital tersebut.

Politisi mulai memperhitungkan media sosial sebagai ruang publik baru untuk berkampanye dan berkomunikasi secara daring dengan konstituen sejak satu dekade terakhir, yakni sejak pemilu di Amerika Serikat pada 2008. Para politisi mulai menyadari bahwa selain membentuk komunitas virtual bagi pendukungnya, kampanye melalui media sosial juga dapat berpengaruh positif pada hasil pemilu (Fountaine, 2017). Media sosial tampak seperti ruang ideal bagi kelompok terpinggirkan yang mengalami diskriminasi di ruang publik konvensional, termasuk perempuan (Gautam, 2015). Oleh karena itu, semakin banyak caleg perempuan yang memanfaatkan media sosial untuk berkampanye.

Menurut Fountaine (2017), penggunaan media sosial sebagai sarana kampanye akan menguntungkan kelompok marginal, seperti perempuan, karena media sosial mampu mengubah distribusi kekuatan politik yang selama ini hanya didominasi kelompok dengan hak istimewa (*privilege*), yakni laki-laki heteroseksual berkulit putih. Evans dan Clark (2015) menyatakan bahwa media sosial mampu mengakomodasi gaya komunikasi caleg perempuan yang berbeda dengan caleg laki. Caleg laki-laki memproduksi kalimat yang cenderung mempertegas kekuasaan laki-laki, sedangkan caleg perempuan mengadopsi strategi komunikasi yang menempatkan diri sebagai pihak yang setara dengan lawan bicara (Cunha dkk., 2014). Dengan menerapkan strategi lawan bicara yang setara, perempuan dapat memaksimalkan manfaat media sosial untuk kampanye mereka. Melalui media sosial, caleg perempuan dapat mengontrol sendiri pesan yang akan disampaikan kepada pengikutnya serta berpotensi menambah jumlah calon pemilih baru yang selama ini tidak terkesan dengan metode kampanye caleg laki-laki.

Studi Evans dan Cordova (2014) terhadap kampanye di media sosial para kandidat anggota parlemen di Amerika Serikat tahun 2012 menunjukkan bahwa caleg perempuan yang memanfaatkan media sosial cenderung memiliki lebih banyak pengikut dibanding caleg laki-laki. Masih dari studi yang sama, perempuan juga lebih aktif menggunakan media sosial, bukan hanya untuk berkampanye demi menjangkau lebih banyak lagi calon pemilih, melainkan juga untuk memberikan kritik terbuka terhadap sikap atau kebijakan lawan politik mereka (Evans & Cordova, 2014). Fountaine (2017) menambahkan bahwa kehadiran media sosial sebagai ruang publik baru memungkinkan pergeseran struktur kekuasaan politik dan penggunaan media konvensional yang selama ini dimonopoli laki-laki. Media sosial telah membuka ruang bagi kandidat dari kelompok marginal, salah satunya perempuan, yang selama ini sulit mengekspresikan aktivitas politik mereka, melalui media arus utama.

### C. Kampanye Politik Perempuan dan Media Sosial di Indonesia

Rekomendasi *Beijing Platform Act* untuk memenuhi kuota 30% caleg perempuan dalam setiap partai politik peserta pemilu bukanlah suatu tujuan, melainkan cara untuk memastikan keterwakilan perempuan di lembaga legislatif meningkat. Namun, pada proses pemilihan langsung tidak ada jaminan dan kepastian agar caleg perempuan menjadi prioritas untuk dipilih. Caleg perempuan harus berjuang menarik perhatian publik agar layak untuk dipilih dan bersaing dengan laki-laki, salah satunya dengan cara berkampanye melalui platform sosial media Twitter. Oleh karena itu, di bagian selanjutnya penulis mencoba menjelaskan keunggulan Twitter dalam mendukung strategi perempuan berkampanye. Setelah itu seperti apa praktik kampanye dengan me-

manfaatkan Twitter yang dilakukan beberapa caleg perempuan di Indonesia, akan diuraikan.

## 1. Mengapa Twitter?

Perkembangan ICT, terutama terciptanya media sosial, juga membawa perubahan pada teknik politik yang dahulu hanya bergantung pada media konvensional, seperti televisi dan media cetak. Secara global, penggunaan Twitter sebagai media untuk aktivitas politik, terutama kampanye, mengalami kenaikan secara signifikan dalam satu dekade terakhir (Fountaine, 2017; Jungherr, 2016; Lukamto & Carson, 2016). McGregor dkk. (2017) bahkan menegaskan bahwa Twitter adalah alat komunikasi yang cocok digunakan untuk kampanye politik. Twitter memungkinkan pengguna untuk mengikuti topik atau percakapan yang relevan atau menarik untuk mereka. Twitter mendistribusikan gagasan sehingga sesuai untuk digunakan dalam studi tentang bagaimana manusia berkomunikasi dalam rangka pembelajaran politik (Anderson, 2015). Sebagai alat komunikasi dalam berkampanye, Twitter memungkinkan kandidat untuk dapat secara langsung bereaksi dan menanggapi serangan dari lawan politik mereka (McGregor dkk., 2017).

Selain itu, pembatasan jumlah karakter membuat Twitter dianggap sebagai media sosial yang mampu menciptakan ruang publik yang ramah terhadap narasi sederhana (Lim, 2013). Melalui Twitter, gagasan politik dirangkai dalam kalimat sederhana dan disesuaikan dengan budaya konsumsi kontemporer sehingga dapat dengan mudah dimengerti publik yang selama ini berprasangka bahwa isu politik adalah area yang sulit dipahami. Dalam aktivitas kampanye politik, Twitter mem-*posting* informasi singkat tentang kegiatan kampanye dan ajakan untuk memilih serta penjelasan sederhana suatu kebijakan (Jungherr, 2016) sehingga

selain berinteraksi dengan calon pemilihnya dari berbagai kalangan, narasi politik para caleg dalam Twitter juga berpotensi mengundang lebih banyak lagi pengikut baru atau peserta diskusi. Strategi ini akan berpengaruh positif terhadap aktivitas kampanye caleg perempuan. Evans dan Clark (2015) menambahkan bahwa Twitter merupakan sarana yang juga ramah bagi perempuan untuk menangkal isu-isu terkait stereotip gender. Gaya kampanye tokoh politik di Twitter juga lebih menekankan pada personalisasi (Fountaine, 2017), dan personalisasi menjadi salah satu keunggulan dari perempuan dalam melakukan *branding* diri di media sosial.

Twitter sebagai mikroblog menyediakan ruang yang lebih egaliter bagi penggunanya. Jadi, diskusi dan komentar yang terbangun antara kandidat dan publik juga akan menjadi lebih kaya dan beragam. Pengguna Twitter berasal dari berbagai macam profesi dan kelas sosial ekonomi dengan waktu yang cenderung tidak terbatas karena dapat diakses di mana saja dan kapan pun selama pengguna mempunyai gawai dan terhubung dengan Internet. Jumlah pengikut dan jumlah akun yang dapat diikuti di Twitter juga tidak terbatas. Tidak hanya pengikut dan lawan politik, jurnalis tradisional juga dapat mengakses akun caleg dan menjadikan diskusi atau komentar viral tersebut sebagai informasi dan konten berita untuk media konvensional. Artinya, secara tidak langsung caleg juga melakukan kampanye melalui media konvensional kepada publik yang lebih luas secara gratis. Twitter menyediakan ruang bagi media, aktor politik, dan publik untuk berkomunikasi dengan menyediakan konten berupa, teks singkat, foto, dan video yang mengandung informasi beragam sebagai bahan mereka berkomunikasi tetapi dapat disampaikan dan diterima oleh semua pihak (Anderson, 2015; McGregor dkk., 2017). Selain berinteraksi dengan calon pemilihnya dari

berbagai kalangan, narasi politik para caleg dalam Twitter juga berpotensi mengundang lebih banyak lagi pengikut baru atau peserta diskusi. Strategi ini akan berpengaruh positif terhadap aktivitas kampanye caleg perempuan. Oleh karena itu, Twitter menjadi alat yang ideal untuk aktivitas politik perempuan.

Twitter juga lebih ramah terhadap kelompok minoritas karena biaya kampanye melalui Twitter jauh lebih murah dibanding media konvensional (Evans & Clark, 2015). Dalam ruang publik konvensional, caleg dibebankan biaya kampanye yang mahal untuk memperkenalkan sosok dan gagasan mereka kepada publik. Caleg dari kelompok marginal dengan kemampuan keuangan yang terbatas kini mempunyai ruang tak terbatas di *Twitter* untuk mendiskusikan isu-isu di masyarakat dengan para pengikutnya.

Menurut Lim (2013), gerakan sosial di media sosial yang berhasil mendapatkan perhatian publik adalah yang menggunakan narasi atau simbol yang disesuaikan dengan budaya kontemporer yang sedang populer. Interaksi melalui Twitter adalah salah satu sarana memproduksi sekaligus mengonsumsi budaya kontemporer. Alasan caleg memilih media sosial sebagai salah satu media berkampanye, adalah untuk mendulang suara dari generasi muda, atau istilah yang sekarang lebih populer adalah golongan milenial. Milenial adalah generasi yang lahir antara 1980–1999; mereka sekarang berusia 17–39 tahun (Ali & Purwandi, 2017). Selain sebagai kelompok terbesar yang memiliki media sosial untuk berkomunikasi dan sebagai pusat informasi, kelompok ini dianggap jauh lebih percaya pada *user generated content (UGC)* atau konten dan informasi yang dibuat oleh perorangan daripada informasi satu arah. Oleh karena itu, media sosial menjadi alat yang efektif dan ideal bagi caleg untuk menghadirkan UGC bagi para calon pemilih.

## 2. Aktualisasi Perempuan Berpolitik dalam Twitter

Berdasarkan penetapan Komisi Pemilihan Umum (KPU), terdapat 7.968 orang dalam daftar caleg Pemilu Legislatif (pileg) 2019 (Anggriawan, 2018). Jumlah tersebut berasal dari 20 partai politik yang mengikuti Pileg 2019. Dari jumlah itu, terdapat 4.774 caleg laki-laki dan 3.194 caleg perempuan untuk menduduki kursi di Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR-RI) atau DPR Pusat. Jumlah caleg di seluruh Indonesia yang maju untuk DPR RI, Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi, dan DPRD Kabupaten/Kota mencapai 245.106 caleg, dengan komposisi 94.975 caleg perempuan dan 150.131 caleg laki-laki. Proporsi ini sudah mengikuti aturan terkait kuota 30% bagi caleg perempuan. Partai dengan jumlah caleg perempuan terbanyak adalah Golongan Karya (Golkar) dengan 7.457 caleg. Di tempat kedua ada Partai Demokrat dengan 7.334 caleg perempuan. Kemudian disusul dengan Nasional Demokrat (Nasdem) yang mendaftarkan 7.327 perempuan sebagai caleg ke KPU. Selanjutnya, Gerakan Indonesia Raya (Gerindra) memiliki 7.260 caleg perempuan dan Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDI-P) dengan 7.228 caleg perempuan.

Pasal 36 Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 23 Tahun 2018 mewajibkan setiap peserta pemilu, termasuk caleg, mendaftarkan akun media sosial mereka yang akan mereka gunakan untuk berkampanye. Aturan ini dimaksudkan agar KPU dan Badan Pengawas Pemilu (Bawaslu) lebih mudah melakukan pengawasan. Namun, hingga pengambilan data dalam tulisan ini selesai dibuat pada pertengahan April 2019, tidak ada satu pun caleg yang mendaftarkan akun media sosial mereka ke KPU. Oleh karena itu, penulis mengalami kesulitan untuk memperoleh gambaran makro tentang persentase caleg perempuan yang menggunakan Twitter untuk berkampanye.

Terkait dengan tidak adanya akun resmi yang didaftarkan di KPU, tulisan ini menggunakan *purposive random sampling* untuk menentukan akun Twitter caleg yang akan dianalisis. Melalui teknik sampling tersebut, tulisan ini mengumpulkan data dari empat akun Twitter yang berstatus publik dan dapat diakses bebas dari empat caleg perempuan dari empat partai politik dengan lokasi pemilihan yang berbeda untuk dianalisis. Sampel dalam tulisan ini merujuk pada figur caleg perempuan sehingga disebut sebagai profil. Keempat profil dalam tulisan ini memiliki latar belakang partai politik dan pencalonan legislatif dengan tingkatan yang beragam. Profil 1 (P1) berasal dari Partai Solidaritas Indonesia (PSI) yang mencalonkan diri untuk kursi Dewan Perwakilan Rakyat Daerah-Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta (DPRD-DKI Jakarta). Profil 2 (P2) dari Partai Keadilan Sejahtera (PKS) untuk kursi Dewan Perwakilan Rakyat-Republik Indonesia (DPR-RI) dengan daerah pemilihan (dapil) Lampung. Profil 3 (P3) merupakan anggota Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan (PDI-P) yang mencalonkan diri untuk kursi DPR-RI dengan dapil Bandung-Cimahi, Jawa Barat. Sementara itu, Profil 4 (P4) adalah anggota dari Partai Aceh untuk kursi Dewan Perwakilan Rakyat Aceh (DPRA) dengan dapil Bireun. Dalam tulisan ini nama setiap caleg perempuan disamarkan dan alamat akun dirahasiakan.

Observasi diutamakan pada aktivitas Twitter yang dilakukan selama masa kampanye terbuka yang telah ditetapkan oleh KPU, terhitung dari 24 Maret sampai 13 April 2019. Penulis juga mempertimbangkan aktivitas di Twitter yang dilakukan setelah KPU mengumumkan peserta pemilu pada 23 September 2018. Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pemilu, masa kampanye dimulai 23 September 2018 hingga 13 April 2019. Namun, beberapa caleg sudah mulai mengkampanyekan diri mereka melalui media sosial sebelum kampanye terbuka

dimulai. Berikut adalah gambaran ekspresi caleg perempuan dalam Twitter dari masing-masing profil.

#### **a. Profil 1 (P1)**

Caleg perempuan dari PSI ini berusia 39 tahun. P1 menggunakan akun Twitter-nya yang sudah aktif sejak Oktober 2009 untuk melakukan kampanye. Selain Twitter, P1 juga memiliki platform media sosial lain, seperti Instagram dan Facebook. Namun, semua akun tersebut pada dasarnya bisa dikategorikan bukan sebagai akun resmi untuk berkampanye karena ketiganya tidak pernah didaftarkan ke KPU. Sampai April 2019, tercatat bahwa P1 memiliki sekitar 2600 pengikut di Twitter. Metode kampanye yang dilakukan P1 tidak membutuhkan biaya besar, tetapi kreatif. P1 menggunakan komik untuk mengkampanyekan sosok dan visinya melalui Twitter. Tidak hanya mengkampanyekan dirinya, tetapi P1 juga mempromosikan partainya, PSI, sebagai salah satu parpol baru dalam Pemilu 2019. Selain itu, P1 juga berkampanye untuk salah satu pasangan calon presiden dan calon wakil presiden (capres dan cawapres) melalui Twitter pribadi miliknya. Selama 20 hari (24 Maret 2019–13 April 2019), dari seratusan cuitan (*tweet*), P1 lebih banyak bercuit untuk kampanye pasangan capres Joko Widodo-Ma'ruf Amin dan PSI dibanding kampanye untuk diri sendiri.

Melalui Twitter, P1 beberapa kali juga menceritakan aktivitas kampanyenya di ruang luar jaringan (*luring*) dengan melampirkan video dan foto interaksi dengan para calon pemilih. Visi dan misi P1 apabila terpilih menjadi anggota dewan di DPRD DKI Jakarta adalah Jakarta bersih dan ramah lingkungan, dengan mengunggah video pada cuitan tanggal 2 April 2019. Namun, dalam masa kampanye terbuka, P1 jarang menyampaikan aspirasi politiknya terkait dengan lingkungan. Pada 11 April, di ujung masa kampanye terbuka, P1 baru berkomentar tentang cara caleg

lain berkampanye dengan memaku pohon untuk meletakkan poster mereka. Cuitan P1 antara lain “*Kasih pohon2 dipaku2 in cm buat pamphlet*” dan “*Bukan Ibu Pertiwi yg diperkosa, tapi PO-HON. banyak cara lain selain paku2 pohon*”. P1 cenderung lebih fokus menjelaskan ke pengikutnya di Twitter tentang integritasnya, daripada mengedepankan program-program lingkungan yang akan diusungnya apabila terpilih sebagai anggota dewan nanti.

Metode lain yang digunakan P1 agar sosoknya lebih dikenal masyarakat adalah dengan melakukan interaksi dengan akun Twitter milik penyanyi, komedian, atau sutradara yang dikenal masyarakat dan memiliki ratusan ribu pengikut. Selain aktivitas politik, sesekali P1 juga membagi aktivitasnya sebagai seorang ibu dengan memasang fotonya bersama dengan anak-anak di Twitter.

#### **b. Profil 2 (P2)**

Sama halnya dengan Profil 1, akun Twitter yang digunakan Profil 2 untuk berkampanye adalah akun Twitter pribadinya yang sudah aktif sejak Oktober 2009. Walaupun digunakan untuk berkampanye, akun Twitter P2 juga tidak didaftarkan ke KPU. Sampai April 2019, jumlah pengikut P2 di Twitter sekitar 2000 akun. Selama masa kampanye terbuka, P2 tidak pernah melakukan aktivitas politik melalui Twitter-nya, termasuk kampanye, sehingga akun P2 semakin memicu pertanyaan untuk dianalisis. Dengan potensi pengikut yang mencapai 2000-an pengikut, P2 seharusnya dapat lebih aktif membagi pandangan politik dan memengaruhi pengikutnya di Twitter untuk memilihnya di pemilu nanti. Namun, P2 sangat jarang memanfaatkan akun Twitternya untuk berkampanye.

Berdasarkan pengamatan pada 9 Januari 2019, P2 bercuit untuk menyatakan diri sebagai caleg dari PKS, “*Diamanahi PK-*

*Sejahtera, bismillah, maju teros! Diberi nomor urut sesuai nomor partai pula. Kalo setuju orang ini dipilih, bantu agar warga dapilnya makin banyak mengenal, menyukai, & mencoblos namanya 17 April kelak. Kalo engga, sy pasrah....*” Bersama cuitan ini, P2 melampirkan juga poster yang menampilkan sosoknya bersama dengan nomor partai pengusung, yakni nomor 8 untuk PKS. Poster tersebut mendapat komentar beragam dari netizen, bahkan beberapa komentar menjerus pada memperlakukan bagian tubuh tertentu (*body shaming*). Perdebatan tentang posternya bahkan berlanjut hingga 14 Januari 2019. Pada 11 Januari 2019, P2 bercuit “*So, baru dibully kayak badut? Angka 0? Kurang banyak kekyah lari 18K saban hari. Angka 8? -alhamdulillah cocok berarti. Yaudee .. woles ajeee*”. Hingga masa kampanye terbuka berakhir, hampir tidak ada unggahan P2 yang membagi aktivitas dan pandangan politiknya di akun Twitternya.

### **c. Profil 3 (P3)**

Dengan latar belakang sebagai aktris peran, P3 sudah memiliki puluhan ribu pengikut di Twitter. Tercatat hingga April 2019 ada 73.800 akun yang menjadi pengikutnya. P3 mempergunakan akun ini untuk aktivitas politiknya sebagai caleg dari PDI-P, termasuk berkampanye. Kegiatan kampanye P3 melalui Twitter sudah dimulai sejak September 2018, sejak KPU secara resmi mengumumkan peserta Pemilu 2019. Namun, hingga masa kampanye terbuka berakhir, akun Twitter P3 tidak pernah didaftarkan sebagai akun resmi kampanye ke KPU.

Interaksi di Twitter P3 sangat aktif. Sebagai seorang seniman peran yang cukup populer, P3 sudah memiliki pengalaman untuk tampil sebagai sosok yang disukai publik. P3 sering membalas atau mencuitkan kembali (*retweet*) komentar dari netizen, baik mereka yang sudah menyatakan akan memilihnya maupun mereka yang masih belum memutuskan pilihan. Tidak berbeda dengan P1,

P3 juga banyak mengunggah video kegiatan kampanyenya. P3 sering menggunakan kata *blusukan* untuk menggambarkan kegiatan yang dia lakukan ketika menemui warga. Kata *blusukan* menjadi populer semenjak Joko Widodo, yang saat itu menjabat sebagai Gubernur DKI Jakarta (2012–2014), sering melakukan inspeksi mendadak ke wilayah-wilayah Jakarta yang sebelumnya tidak pernah dijangkau oleh pejabat publik lain. P3 yang berasal dari partai yang sama dengan Joko Widodo (yang juga peserta capres dalam Pemilu 2019), yaitu PDI-P, sering merujuk pada pemikiran dan aksi Joko Widodo selama berkampanye. P3 juga sering menyatakan dukungannya kepada pasangan Joko Widodo-Ma'ruf Amin dengan mengajak para pengikutnya untuk memilih pasangan capres-cawapres tersebut sekaligus partainya. P3 bahkan lebih sering menyampaikan visi misi dan program pasangan capres-cawapres tersebut dibandingkan dengan visi misi maupun program yang akan dilaksanakannya apabila terpilih menjadi anggota DPR-RI.

Selama kampanye terbuka, P3 tidak pernah membagi cerita tentang kehidupan pribadinya dengan para pengikutnya melalui Twitter. Baru pada 18 Maret 2019, P3 mengunggah foto dirinya sedang menggendong anak ketika berkampanye untuk Joko Widodo-Ma'ruf Amin. Unggahan tersebut disertai narasi “Seorang ibu, perempuan, politisi, petarung dalam waktu yang bersamaan.” Beberapa kali P3 membahas topik yang seolah-olah tidak ada hubungannya dengan Pemilu 2019 dan politik, seperti kuliner dan karya kreatif lain. Sebenarnya unggahan tersebut berkaitan dengan visi dan misi P3 yang fokus pada usaha kreatif. Selama kampanye terbuka berlangsung, tidak ada unggahan P3 yang membahas tentang visi dan misinya atau program terkait ekonomi kreatif secara rinci.

#### **d. Profil 4 (P4)**

Perempuan Aceh ini adalah caleg dari partai lokal di Aceh, yakni Partai Aceh. P4 terdaftar sebagai peserta Pemilu 2019 untuk memperebutkan kursi di DPRA periode 2019–2024. P4 menggunakan Twitter pribadinya yang aktif sejak Agustus 2012 sebagai salah satu alat berkampanye. Hingga dimulainya masa kampanye terbuka, P4 tidak pernah mendaftarkan akun Twitter-nya sebagai akun resmi kampanye ke KPU. Pada awal April 2019, pengikut akun Twitter P4 berada di kisaran 500-an. P4 aktif mengampayekan dirinya melalui Twitter sejak KPU merilis daftar peserta Pemilu pada akhir September 2018. Sebagai permulaan, pada 22 September, P4 mengunggah kalimat *“Bismillahirrahmanirrahim, Semoga Allah melempangkan jalan dan kemudahan bagi saya menuju DPRA mewakili suara dan kepentingan perempuan Bireuen...”* disertai tautan ke akun Instagram miliknya. Namun ketika kampanye terbuka berlangsung, justru tidak ada unggahan langsung dari P4 terkait kegiatan kampanye. P4 malah lebih sering membantu kampanye suaminya yang juga caleg DPR-RI dari Partai Demokrat. Berbeda dengan profil-profil sebelumnya, P4 cukup lugas menginformasikan kepada pengikutnya terkait visi dan misi apabila terpilih nanti. Dengan latar belakang sebagai aktivis yang memperjuangkan hak perempuan di Aceh, P4 sering membagi informasi terkait isu perempuan di Aceh, khususnya Bireun, kepada pengikutnya di Twitter, seperti kekerasan seksual (RUU PKS), kesehatan reproduksi, pendidikan dan perempuan bekerja. P4 juga fokus mendatangi perempuan calon pemilihnya untuk meminta dukungan. Unggahannya tentang kegiatan tersebut disertai foto dan video dengan narasi-narasi yang menarik dan informatif.

P4 sangat menyadari bahwa kehadiran perempuan di parlemen adalah suatu keharusan dalam rangka memberikan keadilan

bagi perempuan. Pada 22 Oktober 2018, P4 mengunggah foto ibu-ibu calon pemilihnya disertai tulisan *“mamak-mamak jaman now mulai berpikir mereka harus punya wakil di parlemen.”* P4 percaya bahwa perubahan ada di tangan perempuan, seperti tersirat dalam beberapa unggahannya yang selalu menggarisbawahi *“Mamak-mamak adalah kekuatan.”* Kemudian, pada 4 November 2018 P4 mengunggah narasi *“Caleg perempuan tidak boleh dianggap sebagai pelengkap Intat Linto<sup>1</sup>. Maknanya, kita juga akan memperhatikan caleg perempuan sama seperti kita memberikan perhatian pada caleg laki-laki”*.

Selain berkampanye dan memberikan pendapat politik dalam unggahannya di Twitter, P4 juga tetap mengunggah info kegiatannya yang tidak ada hubungannya dengan politik. Salah satunya adalah dengan menunjukkan sosok suami yang mendukungnya berkarier di politik. P4 juga sangat mendukung suaminya yang juga mencalonkan diri untuk menjadi anggota dewan di pusat, terutama beberapa hari menjelang pemilu. Melalui akun Twitternya, P4 malah lebih fokus membantu suaminya berkampanye dengan menautkan unggahan dari akun Twitter suaminya daripada mengampanyekan dirinya.

### **3. Interseksi Gender dalam Aktivitas Politik di Twitter**

Sebelum lebih jauh mendiskusikan aktivitas politik caleg perempuan di Twitter, temuan yang menyatakan bahwa tidak ada satu pun caleg, baik laki-laki maupun perempuan, yang mendaftarkan akun media sosial mereka ke KPU menyiratkan bahwa para caleg di Indonesia masih belum menganggap media sosial sebagai salah satu media utama yang dapat diandalkan dan efektif dalam melakukan aktivitas kampanye politik. Media sosial digunakan untuk kampanye sebatas sebagai media tambahan. Selain itu, sistem regulasi dan pengawasan KPU dan Bawaslu terhadap akun

<sup>1</sup> Iring-iringan pihak pengantin pria pada upacara adat perkawinan.

media sosial para caleg yang digunakan untuk kampanye masih lemah. Walaupun KPU mewajibkan pendaftaran akun resmi untuk kampanye, ketentuan pada Pasal 36 Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) No. 23 Tahun 2018 tidak disertai sanksi bagi peserta pemilu yang tidak mendaftarkan akun media sosial mereka.

Penggunaan alat-alat konvensional masih menjadi prioritas para caleg dalam melakukan kampanye, seperti menggunakan media televisi, koran, stiker, dan spanduk. Beberapa caleg perempuan menggunakan Twitter semata-mata mengimitasi kegiatan kampanye mereka di media konvensional. Isi kampanye mereka melalui media konvensional tersebut sekadar menginformasikan nama, partai pendukung, nomor urut peserta, dan pasangan capres yang didukung. Mengingat keterbatasan ruang dan waktu pada media konvensional, pemaparan visi, misi, dan program yang mereka usung masih jarang terjadi.

Pada bagian sebelumnya, sudah diuraikan cara para caleg perempuan menggunakan Twitter untuk berkampanye melalui cuitan mereka sepanjang masa kampanye. Para caleg perempuan tersebut memiliki gaya berbeda satu sama lain. Bagi caleg perempuan, kesempatan mereka untuk dipilih sebagai anggota dewan sangat beragam mengingat perbedaan latar belakangnya. Perbedaan ini juga memengaruhi cara setiap caleg perempuan menggunakan media sosial sebagai media alternatif kampanye politik. Selain itu, hambatan-hambatan yang dialami mereka juga berbeda karena selain dipengaruhi oleh gender, perlakuan atau respons masyarakat, juga dipengaruhi oleh faktor lain, baik di dalam maupun luar diri caleg perempuan tersebut, seperti usia, partai politik, status perkawinan, status sosial, penampilan fisik, status ekonomi, pendidikan, dan budaya.

PSI sebagai partai baru dimotori banyak orang muda yang sudah terpapar teknologi dan informasi terkini, sehingga caleg perempuan dari partai ini yang aktif menggunakan Twitter untuk berkampanye cukup mudah ditemukan. Walaupun banyak caleg perempuan dari partai lain memiliki akun Twitter, caleg tersebut kurang aktif menggunakan Twitter, terlebih untuk aktivitas politik. Caleg perempuan yang aktif menggunakan akun Twitter, baik untuk urusan personal maupun kampanye politik, sebagian besar adalah caleg berusia 20–40-an tahun.

Partai politik juga memegang peranan penting dalam memengaruhi caleg perempuan dalam memanfaatkan media sosial untuk melakukan aktivitas politik. Seperti yang sudah disebutkan, PSI terbiasa menggunakan media sosial dalam berkomunikasi sehingga kampanye mereka tidak hanya fokus menggunakan media konvensional, tetapi juga media digital. Tidak hanya mengampanyekan partai, PSI juga menciptakan ruang diskusi di ruang digital bagi caleg mereka dan calon pemilih. Kondisi partai pengusung yang aktif di ruang digital, seperti PSI, dapat mendorong caleg mereka untuk juga aktif berdiskusi di ruang digital, terutama caleg perempuan. Partai politik lain, seperti Partai Kebangkitan Bangsa (PKB), PKS, Partai Persatuan Indonesia (Perindo), atau Partai Berkarya, tidak terlalu aktif memanfaatkan media sosial dan masih mengandalkan media konvensional untuk berkampanye, sehingga caleg dari partai tersebut kurang aktif menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas politik mereka. Perbandingan ini dapat dilihat dari aktivitas politik di akun media sosial P1 dan P2. P1 adalah caleg perempuan dari PSI, sangat aktif mengunggah kegiatan politik melalui akun Twitturnya dan menciptakan ruang diskusi dengan pengikutnya. Sementara itu, P2, caleg perempuan dari PKS, jarang mengunggah kegiatan politik di akunnya, bahkan ketika masa kampanye terbuka.

Kemudian, status sosial dan penampilan fisik perempuan juga masih menjadi pertimbangan respons publik terhadap keberadaan caleg perempuan di ruang digital. P3 memiliki modal sosial yang memadai untuk bersaing menjadi anggota dewan. P3 adalah aktris yang cukup populer dan berpenampilan menarik. Terlebih lagi, P3 berasal dari partai politik besar, PDI-Perjuangan. P3 sering mengunggah foto diri dan hampir selalu mendapat tanggapan positif dari warganet. Interaksi di akun Twitter P3 adalah yang paling dinamis di antara profil lain. P3 memiliki kepercayaan diri dengan mengajak pengikutnya untuk mendiskusikan atau mengkritisi isu-isu politik. Respons yang cukup berbeda dialami P2, caleg perempuan dari PKS, partai berhaluan agama yang dipersepsikan konservatif. P2 tidak memiliki modal sosial seperti halnya P3. P2 berasal dari kalangan biasa, pemain baru dalam dunia politik, dan tidak dikenal masyarakat secara luas. P2 bahkan mengalami *body shaming* ketika mengunggah foto diri di akun Twitternya. Sebelum mengalami *body shaming*, P2 cukup aktif mengunggah berbagai macam pendapat dan aktivitas politik melalui akun Twitternya. Semenjak mengalami *body shaming*, intensitas unggahan P2 di Twitter jauh berkurang. Profil 2 bahkan sejak pertengahan Januari 2019 sudah tidak lagi menggunakan akun Twitternya untuk berkampanye atau aktivitas politik lainnya.

Lokasi juga menjadi faktor yang diperhitungkan dalam menggunakan media sosial dalam berkampanye. Walaupun secara umum komunikasi media sosial tidak bergantung pada tempat, untuk kasus kampanye melalui media sosial, daerah pemilihan (dapil) menjadi penentu. Lokasi ini berkaitan dengan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi calon pemilih. Intensitas dan metode caleg perempuan dalam menggunakan media sosial dengan daerah pemilihan di Jakarta, seperti P1, tentunya

sangat berbeda dengan P4 yang memiliki daerah pemilihan di Bireun. Mayoritas calon pemilih di Jakarta memiliki akun media sosial, jadi sangat wajar apabila P1 cukup gencar menggunakan media digital untuk menjangkau lebih banyak calon pemilih. Sementara itu, P4, berlokasi di kabupaten, dengan karakteristik perdesaan dan akses terhadap media sosial masih sangat terbatas. P1 juga menargetkan calon pemilih berusia muda yang aktivitas sehari-harinya bergantung pada media sosial. P4 justru lebih fokus pada calon pemilih dari kalangan ibu-ibu di perdesaan yang jauh dari teknologi informasi. Oleh karena itu, P4 jarang mengampanyekan dirinya di Twitter miliknya.

Status perkawinan juga menjadi faktor yang membingkai bagaimana caleg perempuan melakukan kampanye di Twitter. P1 dan P4 beberapa kali mengunggah kegiatan yang berhubungan dengan keluarga mereka, seperti mengunggah foto anak dan suami mereka. Seolah-olah suatu hal yang penting untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa walaupun mereka mencalonkan diri sebagai calon anggota dewan, mereka masih tetap menjalankan tugas sebagai ibu dan istri. P4 bahkan lebih fokus mendukung suaminya yang mencalonkan diri sebagai caleg dari partai besar dibandingkan dirinya sendiri. Walaupun secara latar belakang dan pengalaman P4 dan suaminya sama-sama memiliki kompetensi untuk dipilih sebagai anggota legislatif, P4 menempatkan suaminya sebagai prioritas. Berbeda halnya dengan P3. Dengan latar belakang sebagai aktris, P3 cukup berhati-hati ketika mengunggah sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan pribadinya. P3 adalah seorang janda yang bercerai tepat sebelum dirinya memutuskan terjun ke dunia politik. P3 cukup fokus dengan upayanya mengejar karier di dunia politik sehingga topik pribadi jarang diungkapkan di akun Twitternya. P3 sepertinya khawatir apabila mengunggah kehidupan pribadinya di Twitter, hal tersebut justru

hanya menjadi konsumsi dunia hiburan semata tanpa memberi manfaat pada upayanya menggalang suara calon pemilihnya.

Diskriminasi berlapis akibat interseksi gender yang dialami perempuan di ruang publik konvensional juga terjadi di ruang publik digital. Perbedaan latar belakang mengonstruksi identitas setiap perempuan dan memengaruhi perbedaan perlakuan publik terhadap perempuan satu dengan perempuan lainnya. Faktor usia, partai politik, status perkawinan, penampilan fisik, bahkan kondisi sosial dan budaya dari wilayah pemilihan sangat memengaruhi perlakuan publik yang berbeda-beda terhadap caleg perempuan yang melakukan kampanye melalui media sosial. Respons publik, termasuk tindakan diskriminasi, juga memengaruhi keberlangsungan dan konsistensi caleg dalam melakukan kampanye melalui media sosial.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan uraian, dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pemenuhan kuota 30% bagi caleg perempuan pada setiap partai politik sering kali diartikan sebagai tujuan. Pemerintah dan partai politik merasa sudah memenuhi kewajiban ketika kuota caleg perempuan yang terdaftar sebagai peserta pemilu sudah mencapai 30%. Padahal, kuota 30% caleg perempuan pada setiap partai peserta pemilu adalah upaya awal untuk memastikan bahwa keterwakilan perempuan di parlemen meningkat. Namun, belum ada upaya lain dari partai politik untuk meningkatkan keterpilihan para caleg perempuan dan memastikan keterwakilan perempuan di parlemen. Keterwakilan perempuan di parlemen adalah salah satu upaya penting untuk memastikan tidak ada lagi perlakuan diskriminasi terhadap perempuan yang didasarkan pada UU dan Perda.

Terkait dengan aktivitas di media sosial, usia masih menjadi indikator utama untuk mengidentifikasi caleg perempuan yang menggunakan Twitter untuk melakukan aktivitas politik, terutama berkampanye. Namun, caleg perempuan belum terbiasa memanfaatkan kegunaan Twitter sebagai *microblog* karena mereka jarang menunjukkan ide politik mereka sendiri melalui narasi yang tegas dan meyakinkan. Secara teknis, metode kampanye di Twitter yang dilakukan oleh para caleg perempuan tidak jauh berbeda dengan kampanye melalui media konvensional. Caleg sekadar berfokus pada cara masyarakat mengingat nama, nomor, dan asal partai mereka. Caleg perempuan belum mampu menyampaikan secara lugas dan meyakinkan pada masyarakat mengapa masyarakat harus memilih. Diskusi politik antara caleg satu dengan lainnya atau diskusi caleg dengan pengikutnya di Twitter masih terbatas, sehingga upaya pembelajaran politik melalui media sosial bagi masyarakat belum optimal. Selama masa kampanye, caleg perempuan sering kehilangan fokus dan tidak menempatkan diri sebagai prioritas. Beberapa dari mereka bahkan lebih sering mengampanyekan pasangan calon presiden pilihannya dibanding dirinya sendiri.

Kehadiran ruang digital tidak serta merta memberikan ruang baru bagi ekspresi politik perempuan, khususnya para caleg perempuan. Respons dan perlakuan masyarakat terhadap caleg perempuan yang berkampanye melalui media sosial, khususnya Twitter, juga berbeda-beda didasarkan pada faktor di dalam dan di luar diri caleg tersebut, seperti usia, penampilan fisik, pendidikan, dan status perkawinan. Ketika berkampanye atau menyampaikan pendapat politik di media sosial, caleg perempuan yang tidak memiliki modal sosial yang cukup ataupun hak istimewa (*privilege*) sulit untuk mendapat respons positif dan dukungan dari masyarakat. Perlakuan berbeda yang diterima setiap caleg

dan respons negatif dari masyarakat di dunia digital menyebabkan caleg perempuan melakukan upaya adaptasi dan berstrategi melalui gaya berkampanye mereka atau bahkan menyerah dan berhenti berkampanye melalui Twitter.

Secara umum, perempuan Indonesia mengalami kesenjangan digital. Tidak hanya ketika menggunakan TIK, perempuan mulai mengalami diskriminasi sejak akan mengakses TIK. Kesenjangan dalam mengakses dan menggunakan TIK menyebabkan perempuan tidak dapat menikmati manfaat dari TIK secara optimal. Akses caleg perempuan dan calon pemilih terhadap TIK sangat dipengaruhi usia, keterampilan digital, dan infrastruktur pendukung TIK. Oleh karena itu, untuk memastikan teknologi digital memberikan ruang baru bagi caleg perempuan, dibutuhkan upaya dari pemangku kepentingan untuk menghapus kesenjangan digital dan mendorong perubahan struktur di masyarakat yang mengedepankan kesetaraan, keadilan, dan keberagaman.

Perkembangan dunia digital seharusnya menjadi pertimbangan penting dalam melakukan aktivitas politik mengingat saat ini mayoritas masyarakat menggantungkan pilihan politik mereka pada interaksi yang terjadi di media sosial. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan mendalam sejauh mana media sosial mampu memberikan pembelajaran politik bagi masyarakat serta bagaimana menghapus kesenjangan digital dan menciptakan dunia digital sebagai ruang baru yang bebas diskriminasi bagi perempuan. Tidak hanya pemberdayaan politik, dengan terciptanya kesetaraan digital dan kepastian terselenggaranya ruang publik digital yang bebas diskriminasi, perempuan dapat berdaya dan menikmati manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari TIK secara optimal.

## Daftar Pustaka

- Adams, R. B., & Funk, P. (2012). Beyond the glass ceiling: Does gender matter? *Management Science*, 58(2), 219–235.
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *The urban middle-class millennials Indonesia: Financial and online behavior*. Jakarta: PT Alvara Strategi Indonesia.
- Anderson, S. (2015). India's gender digital divide: Women and politics on Twitter. *ORF ISSUE BRIEF*, 108, 1–8.
- Anggriawan, R. D. (2018, September 20). KPU tetapkan daftar calon tetap DPR sebanyak 7.968 caleg. *Tempo*. Diakses pada 20 November 2018 dari <https://pemilu.tempo.co/read/1128470/kpu-tetapkan-daftar-calon-tetap-dpr-sebanyak-7-968-caleg/full&view=ok>.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Statistik politik 2016*. Jakarta.
- Bode, L. (2017). Closing the gap: Gender parity in political engagement on social media. *Information, Communication & Society*, 20(4), 587–603. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1202302.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (Fifth edition.). New York: Oxford University Press.
- Cela, E. (2015). Social media as a new form of public sphere. *European Journal of Social Sciences Education and Research*. DOI: 10.26417/ejser.v4i1.p195-200.
- Cho, S., Crenshaw, K. W., & McCall, L. (2013). Toward a field of intersectionality studies. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 38(4), 785–810. <http://dx.doi.org/0097-9740/2013/3804-0001>.
- Perda dinilai jadi momok diskriminasi untuk perempuan. (2018, November 27). *CNN*. Diakses pada 15 Januari 2019 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20181123204334-12-348840/perda-dinilai-jadi-momok-diskriminasi-untuk-perempuan>.
- Chen, P.J. (2013). *Australian Politics in a Digital Age*. Canberra: ANU Press.
- Cunha, E., Magno, G., Goncalves, M.A., Cambraia, C., & Almeida, V. (2014). He votes or she votes? Female and male discursive

- strategies in Twitter political hashtags. *PLoS ONE*, 9(1), e87041. DOI:10.1371/journal.pone.0087041
- Detiknews. (2014, 27 Oktober). Kabinet kerja punya 8 menteri perempuan terbanyak sepanjang sejarah. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <https://news.detik.com/berita/d-2730565/kabinet-kerja-punya-8-menteri-perempuan-terbanyak-sepanjang-sejarah>.
- Enloe, C. (2012). The mundane matters. *International Political Sociology*, 5(5), 447–450.
- Evans, H. K., & Cordova, V. (2014). Twitter style: An analysis of how house candidates used Twitter in their 2012 campaigns. *Political Science and Politics*, 454–462. DOI: 10.1017/S1049096514000389.
- Evans, H. K., & Clark, J. H. (2015). “You tweet like a girl!”: How female candidates campaign on Twitter. *American Politics Research*, 1–27. DOI: 10.1177/1532673X15597747.
- Flood, M. (2015). Work with men to end violence against women: A critical stocktake. *Culture, Health & Sexuality*, 1–18. DOI:10.1080/13691058.2015.1070435.
- Fountaine, S. (2017). What’s not to like? A qualitative study of young women politicians’ self-framing on Twitter. *Journal of Public Relations Research*, 29(5), 219–237. DOI: 10.1080/1062726X.2017.1388239.
- Gautam, N. (2015). Gender and identity on social media. *ORF Issue Brief*, 87, 1–8.
- Gopaldas, A. (2013). Intersectionality 101. *Journal of Public Policy & Marketing*, 32, 90–94.
- GSMA. (2019). Connected women—the mobile gender gap report 2019. Diakses pada 10 Maret 2020 dari <https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2019/03/GSMA-Connected-Women-The-Mobile-Gender-Gap-Report-2019.pdf>.
- Hearn, J. (2015). *Men of the world: Genders, globalizations, transnational times*. Los Angeles: SAGE.

- Jara, R., Faure, A., Beltrán, J., & Castro, G. (2017). The political awareness in the candidates using Twitter. A clusterization exercise for the municipal elections in Chile 2016. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 803–817. Diakses pada 18 Juli 2020 dari <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1193/43en.html>, DOI: 10.4185/RLCS-2017-1192-43en.
- Jungherr, A. (2016). Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 72–91. DOI:10.1080/19331681.2015.1132401.
- Keme, S. (2017). *Global digital report 2019*. Diakses pada 10 Maret 2019 dari <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Komisi Pemilihan Umum. (2018). Peraturan Komisi Pemilihan Umum RI Nomor 23 tahun 2018 tentang Kampanye Pemilihan Umum. Jakarta.
- Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 636–657. DOI: 10.1080/00472336.2013.769386.
- Lukamto, W., & Carson, A. (2016). POLITWEETS: Social media as a platform for political engagement between Victorian politicians and citizens. *Communication Research and Practice*, 2(2), 191–212.
- Nilan, P., Demartoto, A., & Wibowo, A. (2014). Youthful warrior masculinities in Indonesia. Dalam Gelfer, J. (Ed.). *Masculinities in a global Era* (vol. 4). (pp. 69–84). New York: Springer.
- Martam, I. (2016). Strategic social marketing to foster gender equality in Indonesia. *Journal of Marketing Management*, 32(11–12), 1174–1182. DOI:10.1080/0267257X.2016.1193989.
- McGregor, S. C., Mourão, R. R., & Molyneux, L. (2017, April 20). Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: Considering electoral context and variance among actors. *Journal of Information Technology & Politics*, 154–167. DOI: 10.1080/19331681.2017.1308289.
- McGregor, S. C., Lawrence, R. G., & Cardona, A. (2017). Personalization, gender, and social media: gubernatorial candidates' social

- media strategies. *Information, Communication & Society*, 1–20. DOI: 10.1080/1369118X.2016.1167228.
- Meco, L. D. (2017). *Women's political networks, defining leadership, breaking barriers, and fostering change*. Diakses pada 18 Juli 2020 dari [wilsoncenter.org/event/womens-political-networks-defining-leadership-breaking-barriers-and-fostering-change/](http://wilsoncenter.org/event/womens-political-networks-defining-leadership-breaking-barriers-and-fostering-change/).
- Morgan, L., & Clark, L. (2015). *FIJI women's Forum: Women in politics campaign handbook*.
- Orehek, E., & Human, L. J. (2017). Self-expression on social media: Do tweets present accurate and positive portraits of impulsivity, self-esteem, and attachment style? *Personality & Social Psychology Bulletin*, 43(1), 60.
- Parmelee, J. H., & Bichard, S. L. (2012). *Politics and the Twitter revolution how tweets influence the relationship between political leaders and the public*. Maryland: Lexington Books.
- Pringle, K., Hearn, J., Ruspini, E., & Pease, B. (Eds). (2011). Introduction: Transforming men's practice around the world. Dalam E. Ruspini, J. Hearn, B. Pease, & K. Pringle (Eds.), *Men and masculinities around the world: Transforming men's practices* (pp. 16). New York: Palgrave Macmillan.
- Rosida, I., & Rejeki, L. (2017). Woman in patriarchal culture: Gender discrimination and intersectionality portrayed in *Bob Darling* by Carolyn Cooke. *INSANIYAT Journal of Islam and Humanities*, 1(2), 129–139.
- Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research* (4th Edition). London: Sage Publications.
- Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38, 212–217.
- Yu, R. P. (2016). The relationship between passive and active non-political social media use and political expression on Facebook and Twitter. *Computers in Human Behavior*, 58, 413–420. DOI:10.1016/j.chb.2016.01.019.

- We Are Social. (2018). *Digital in Southeast Asia in 2017*. Diakses pada 10 Desember 2018 dari <https://wearesocial.com/special-reports/digital-southeast-asia-2017>.
- Women in Parliaments Global Forum (WIP). (2016). Social media: Advancing women in politics?.
- Wu, J. (2011). A case study of Pakistan's: We can end violence against women. Dalam E. Ruspini, J. Hearn, B. Pease, & K. Pringle (Eds.), *Men and masculinities around the world: Transforming men's practices* (pp. 219–234). New York: Palgrave Macmillan.

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BAB XIV EPILOG: NASIONALISME YANG *OUTDATED* DAN NASIONALISME MILENIAL

*Thung Ju Lan*

### A. Pendahuluan

Berbicara tentang Nasionalisme ala Milenial di dalam buku ini, sepertinya mengasumsikan bahwa ada perbedaan dalam pemakaian nasionalisme pada generasi milenial, yaitu mereka yang kelahiran di atas tahun 1980, dengan generasi-generasi sebelumnya, khususnya generasi pasca-Perang Dunia ke dua. Artinya ada nasionalisme yang dianggap sudah kedaluwarsa (*outdated*) dan ada nasionalisme yang baru muncul. Benarkah demikian adanya?

Di sini penulis ingin menelisik kedua pandangan itu secara lebih mendalam, khususnya untuk konteks Indonesia yang diwakili oleh tulisan-tulisan di dalam buku ini, yang merupakan hasil karya mereka yang cenderung mengklaim dirinya generasi milenial ataupun mereka yang tertarik pada kecenderungan generasi milenial yang lebih mengglobal dan berorientasi pada teknologi informasi/komunikasi.

### B. Nasionalisme yang *Outdated*?

Menarik sekali membaca tentang hasil survei yang dibiayai oleh Western Union yang dilakukan di 15 negara, termasuk Amerika, India, dan Rusia terhadap 10.000 generasi milenial yang berusia di

atas 20 tahun sampai pertengahan 30-an tentang pandangan dan harapan masa depan mereka, yang diberitakan di *Huffpost News*, salah satu portal berita online Amerika pada 23 November 2017. Seperti yang ditulis oleh Zongile Nhlapo, mereka memandang dunia ini secara lebih cair tanpa batas-batas. Mereka menganggap konsep keterikatan pada satu negara atau nasionalisme sudah ketinggalan zaman (*outdated*). Mereka meyakini kewargaan global sebagai cara hidup di masa depan, yang dimungkinkan dengan kemajuan teknologi. Bagi 70% di antara mereka, pergerakan tanpa batas akan memungkinkan mereka untuk mengontrol nasib mereka sendiri karena pendidikan yang lebih baik, peluang kerja, dan keuangan yang lebih baik hanya terjadi jika dunia lebih terbuka. Sepertiga dari mereka bahkan mengharapkan satu mata uang dunia dengan peran yang lebih besar pada institusi-institusi global, seperti Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), karena mereka—paling tidak 70% di antara mereka—percaya di masa depan pemerintahan yang berkuasa merupakan percampuran atau hibridisasi antara institusi-institusi demokrasi dengan individu-individu, dengan kolaborasi menjadi kata kunci. Hikmat Ersek, CEO Western Union, bahkan melihat bahwa generasi milenial ini sedang meredefinisikan globalisasi sebagai globalisasi personal.

Ada dua hal yang penting dari hasil survei tersebut jika dikaitkan dengan tulisan-tulisan yang ada dalam buku ini. Pertama, *sense of belonging* dari generasi milenial tidak lagi terikat pada wilayah tempat tinggal, asal-usul, dan tempat kelahiran. Slogan cinta tanah air hari ini akan sulit sekali dituntut pada mereka. Oleh karena itu, slogan “NKRI harga mati” kadang menjadi olok-olok bagi mereka. Kedua, persoalan kesejahteraan menjadi fokus mereka sehingga negara sebagai tempat untuk mencari hidup menjadi terlalu kecil

untuk mereka meraih kesejahteraan tersebut. Contoh dari poin pertama bisa diilustrasikan sebagai berikut.

Dari beberapa kegiatan dialog kebangsaan tahun 2018–2019 yang lalu (Lihat Rizky 2018; Asnuri, 2019; Sigit\_Humas Binmas Polda, 2019; Istiqomah, 2019; Alumni KAHMI Badung, 2019; Senduk, 2019; Soekarno, 2019; “Aku muda Pancasila”, 2019; Pupuk nasionalisme, 2019; Marsono, 2019; Laponangi, 2019), kita bisa melihat bahwa dialog-dialog itu diselenggarakan oleh institusi pemerintahan [Kodim 0716 Demak (Sigit\_Humas Binmas Polda, 2019)], anggota DPR [Bambang DH (Soekarno J, 2019)], universitas [Polbangtan YoMa (Asnuri, 2019); Direktorat Kemahasiswaan & Pengembangan Karir IPB (Anonim, 2019b); Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 (Untag) Surabaya (Soekarno J, 2019); Universitas Halu Oleo (UHO) (Laponangi, 2019)], dan organisasi kepemudaan/pelajar/profesi [Persatuan Pelajar Indonesia di Seoul, Korea Selatan (Santi, 2018); GP Ansor Maluku Utara (Eko S.P., 2018); Korps Alumni Himpunan Mahasiswa Islam (KAHMI) Badung-Bali (Anonim, 2019a); Asosiasi Pendeta Indonesia (API) Kota Tomohon (Senduk, 2019); Pemuda NW Lombok Timur (Redaksi, 2018); Aliansi Pemuda-Peduli Negeri (APPN) (Marsono, 2019)].

Secara umum, dialog-dialog tersebut juga mengundang narasumber akademisi [Romo Benny Susetyo dari Badan Pembinaan Ideologi Pancasila (Santi, 2018); Dr. Hi. Kasman, Mantan Rektor Universitas Muhammadiyah Maluku Utara (Rizky 2018); Andreas Joko Wicoyo dari Forum Kerukunan Umat Beragama (Asnuri, 2019); Dr Heri Santoso dari Pusat Studi Pancasila Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (UGM) (Asnuri, 2019); Direktur Pasca Sarjana Undiknas I Nyoman Subanda (Alumni KAHMI Badung, 2019); Dennie Pinontoan (Senduk, 2019); Bambang Budiono

dari Universitas Airlangga (Soekarno, 2019); Direktur Pusat Studi Pemikiran Pancasila, Syaiful Arif (“Aku muda Pancasila”, 2019); Sekretaris Prodi MPI S3 UIN Sultan Maulana Yusuf Banten, Dr. Ali Muhtarom (Marsono, 2019)], pejabat pemerintahan [Umar Hadi, Dubes RI untuk Korea Selatan (Santi, 2018); Bupati Demak M Natsir (Sigit\_Humas Binmas Polda, 2019); Dandim 0716 Demak Letkol Infantri Abi Kusnianto, Kapolres Demak AKBP Arief Bahtiar, dan Marsekal Pertama TNI Latiful Ainul Yaqin; kepala kantor Kemenhan RI wilayah Jateng (Sigit\_Humas Binmas Polda, 2019); Kapolrestabes Bandung, Kombes Polisi Irman Sugema (Istiqomah, 2019); Dandim 0618/BS, Kolonel Inf. Herry Subagyo (Istiqomah, 2019); Sekretaris Daerah Kota (Sekkot) Tomohon, Harold V Lolowang (Senduk, 2019); Kepala Pusat Informasi dan Humas Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Ismail Cawidu (“Aku muda Pancasila”, 2019); Kepala Bakesbangpoldagri Lotim, Drs. Salmun Rahman (Pupuk nasionalisme, 2019); Rizki Ikhwan dari Kominfo Serang (Marsono, 2019)], politisi [Anggota DPD RI Dapil Bali H Bambang Santoso (Alumni KAHMI Badung, 2019)], pimpinan organisasi [Ketua DPD API Provinsi Sulut Pdt Dolfie J Kuron (Senduk, 2019); Ketua KNPI Bali Nyoman Gede Antaguna (Alumni KAHMI Badung, 2019); Sekjend. PBNW, Prof. Dr. TGH. Fakhurrozi Dahlan, MA (vin) (Pupuk nasionalisme, 2019)], dan pemimpin agama [Ulama karismatik Banten Gus Soleh (Marsono, 2019)].

Materi yang dibicarakan pada dasarnya berkisar pada peran generasi milenial,<sup>1</sup> karakteristik generasi milenial yang kurang

---

<sup>1</sup> Misalnya, “...generasi milenial sebagai ujung tombak pertahanan identitas bangsa” (Laponangi, 2019); “...milenial nantinya akan menerima tongkat estafet kepemimpinan untuk memajukan Indonesia” (Istiqomah, 2019); “...Pemuda sebagai agen perubahan harus mampu menjadi benteng keutuhan NKRI” (Pupuk nasionalisme, 2019)

nasionalis,<sup>2</sup> dan bagaimana seharusnya milenial bersikap.<sup>3</sup> Salah satu hal yang harus digarisbawahi adalah bahwa nasionalisme didefinisikan sebagai:

...paham yang menciptakan dan mempertahankan kedaulatan negara (*nation*) dengan mewujudkan suatu konsep identitas bersama untuk sekelompok manusia. Bertolak dari pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nasionalisme adalah paham yang mele-

<sup>2</sup> Seperti dikatakan oleh Dr. Hi. Kasman, Mantan Rektor Universitas Muhammadiyah Maluku Utara, “Sebuah kenyataan faktual bahwa generasi milenial saat ini tidak lagi tersibuki ketika negara terancam secara politik, ekonomi, dan budaya, sehingga apabila tidak dibangunkan dan dibiarkan generasi muda akan jadi generasi tidak punya harapan (*hopeless*) sehingga perlu diberikan tanggungjawab kebangsaan dan perlu harapan yang benar-benar kuat untuk mengatasinya” (Rizky, 2018); juga seperti dikatakan Kapolrestabes Bandung, Kombes Polisi Irman Sugema, “Negara bisa hancur lebur jika anak-anak mudanya tidak memahami perjuangan bangsanya sehingga mudah dihasut dan didoktrin melalui ideologi yang bertentangan dengan Pancasila” (Istiqomah, 2019); atau seperti yang dikatakan Gus Soleh, “Generasi milenial merupakan pihak yang rentan terpapar fanatisme ..[agama].. karena aktif menggunakan medsos, dan berada dalam fase pencarian jati diri...Sehingga jika tidak diberikan pemahaman yang terarah menurut Al Quran dan Hadist, dikhawatirkan generasi milenial tersebut dapat terjerumus ke dalam fanatisme eksklusif, yang menciptakan karakter yang tidak mau menerima kebenaran dari luar mazhabnya sendiri, dan menyuburkan paham radikalisme yang berujung pada aksi terorisme” (Marsono, 2019).

<sup>3</sup> Seperti diusulkan Dr. Hi. Kasman, Mantan Rektor Universitas Muhammadiyah Maluku Utara, “Generasi muda harus diberikan kesempatan untuk berpikir kritis, seluruh info maupun fakta sosial, politik budaya harus ia kritisi...Generasi muda harus membuat visi yang realistis, membangun ide atau gagasan, menumbuhkan semangat, dan dibentuk mental sosial” (Rizky, 2018). Atau seperti solusi yang diberikan Dubes RI untuk Korea Selatan, Umar Hadi kepada para milenial, “... untuk banyak membaca...Yang harus kita pelajari adalah bangsa mana yang berhasil keluar dari permasalahan tersebut dan tidak menjadi tertutup.” (Santi, 2018); Anjuran Gus Soleh adalah agar “Generasi milenial ...mencari pemahaman keagamaan dari ulama yang tepat, bukan dari tokoh agama yang hanya memanfaatkan kepopuleran sementara, agar tidak terjerumus pada paham radikalisme ...Generasi milenial perlu rajin mencari sumber informasi yang tepat, serta menjauhi sifat latah ketika menerima informasi yang belum jelas validitasnya” (Marsono, 2019). Rizki Ikhwan dari Kominfo Serang menyarankan, “...generasi muda perlu memperkuat literasi, untuk membuat wacana tandingan untuk menangkal provokasi berbasis keagamaan, serta merebut institusi-institusi berbasis keislaman dari kelompok militan radikalisme. “Generasi milenial perlu untuk mengetahui dan menghapuskan kembali lagu-lagu nasional yang pernah populer, untuk menanamkan rasa nasionalisme terhadap NKRI.” (Marsono, 2019).

takkan kesetiaan tertinggi individu yang harus diberikan kepada negara dan bangsanya, dengan maksud bahwa individu sebagai warga negara memiliki suatu sikap atau perbuatan untuk mencurahkan segala tenaga dan pikirannya demi kemajuan, kehormatan dan tegaknya kedaulatan negara dan bangsa. (Rizky, 2018).

Selain itu, penekanan pada NKRI juga selalu dilakukan dalam berbagai pemberitaan tersebut (lihat Pupuk nasionalisme, 2019; Marsono, 2019; Laponangi, 2019; “Aku muda Pancasila”, 2019; Soekarno, 2019; Senduk, 2019; Alumni KAHMI Badung, 2019; Istiqomah, 2019), dan dalam hal ini NKRI mengacu pada Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, 17.508 pulau; 1.100 bahasa daerah yang dipersatukan oleh bahasa Indonesia (Asnuri, 2019), dan sebagai pengikat dari segala hal yang saat ini dilakukan (Senduk, 2019).

Walaupun demikian, ada juga yang menyinggung NKRI dalam istilah “NKRI bersyariah.” Seperti dikatakan oleh Direktur Pusat Studi Pemikiran Pancasila, Syaiful Arif, “...dalam kurun waktu tiga belas tahun, dukungan terhadap Pancasila menurun sebesar 10% dan dukungan terhadap NKRI bersyariah naik sebesar 9%. Hal ini karena berita dan isu-isu palsu yang sering masuk ke Indonesia serta pengaruh-pengaruh yang datangnya dari luar” (“Aku muda Pancasila”, 2019) Menurutnya, “pandangan Pancasila yang dianggap sekuler oleh beberapa kalangan, merupakan hal yang tidak benar karena pada dasarnya para pejuang yang telah memperjuangkan lahirnya Pancasila sudah mempertimbangkan banyak hal...Kaum nasionalis itu memperjuangkan Pancasila dengan menempatkan Ketuhanan sebagai dasar atau akar. Seluruh nilai-nilai Pancasila itu dibangun dari altar nilai Ketuhanan. Sila pertama itu menerangi sila-sila berikutnya sehingga seluruh sila ini dapat dikatakan benar. Hal ini juga didukung dengan ayat-ayat

dalam Al-Qur'an dan hadis. Untuk itu, jangan seenaknya mengatakan bahwa Pancasila ini sekuler” (“Aku muda Pancasila”, 2019).

Pancasila dalam hal ini menjadi panduan yang harus diikuti untuk membela dan menjaga keutuhan NKRI. Marsekal Pertama TNI Latiful Ainul Yaqin, Kepala Kantor Kemenhan RI Wilayah Jateng, yang berbicara tentang adanya ancaman bagi bangsa Indonesia baik ancaman nyata maupun tidak nyata, mengatakan bahwa “ancaman nyata di Jawa Tengah adalah radikalisme dan terorisme dan pengaruh globalisasi atau *cyber*... Antisipasinya kita (generasi milenial) harus sadar akan jati diri bangsa Indonesia yaitu Pancasila. Pahami dan pedomani itu” (Sigit\_Humas Binmas Polda, 2019). Saran senada dikemukakan pula oleh Dr Rajiman Direktur Polbangtan YoMa, Yogyakarta, bahwa “Pancasila sebagai falsafah kehidupan manusia lambat laun mengalami pendewasaan terkait cara berpikir praktis, realistik, dan agamis. Tantangan ini harus dijawab, terutama harus diformulasikan oleh generasi milenial yang menjadi penerus bangsa saat ini” (Asnuri, 2019). Dalam hal ini, ada beberapa kritik terhadap cara pemahaman Pancasila selama ini, yaitu bahwa “...Pancasila tidak seharusnya hanya menjadi motto tapi harus menjadi laku atau praktik sehari-hari, prestasi olahraga dan seni anak bangsa di dunia internasional, pembuatan dan penyebaran musik dan lagu-lagu bertema kebangsaan, dan sebagainya” (Laponangi, 2019). Menurut Romo Benny Susetyo dari Badan Pembinaan Ideologi Pancasila, “membangkitkan Pancasila itu sudah tidak lagi dengan menghafal puluhan butir-butir nilai Pancasila. Namun, salah satunya adalah dengan mendulang prestasi tinggi serta membangun solidaritas dan jejaring. PR kita bersama, yaitu bagaimana bangsa Indonesia membangun peradaban dan menjadi generasi yang tercerahkan” (Santi, 2018).

Jelas sekali cara pendefinisian nasionalisme dalam ilustrasi tersebut cenderung membatasi *sense of belonging* generasi milenial ke NKRI atau tanah air Indonesia, padahal kita tahu sebagian besar generasi muda, khususnya di perkotaan, telah mengalami pergerakan yang cukup sering, tidak hanya ke berbagai tempat di Indonesia tetapi juga ke berbagai tempat di dunia, sehingga batas geografis mempunyai makna yang sangat kabur untuk mereka. Oleh sebab itu, perlu ada pendefinisian baru tentang nasionalisme Indonesia yang barangkali lebih bersifat kultural daripada politis dan kewilayahan.

Beberapa tulisan dalam buku ini bisa membantu kita mencari kerangka pikir baru. Sebagai contoh, ada dua tulisan yang membahas keindonesiaan dengan memakai teori Appadurai tentang *landscape*, yaitu tulisan Rusydan Fathy di Bab V dan tulisan Jalu Lintang Y. A. di Bab VI. Mengikuti penjelasan Appadurai<sup>4</sup> tentang lima tipe *landscapes* (*ethnoscapes, technoscapes, financescapes, mediascapes, dan ideoscapes*) yang memengaruhi pergerakan atau *flows* di dunia ini, barangkali hal ini bisa membantu kita mendefinisikan kembali nasionalisme Indonesia. Rusydan Fathy melihat ada tarik menarik dan pertautan global dan lokal dalam beberapa aspek kehidupan kita, seperti pemakaian bahasa dan gaya hidup yang menyangkut pemberian produk (baju, sepatu dan sebagainya), serta konsumsi beragam jenis makanan asal dalam dan luar negeri. Sementara itu, Jalu Lintang menemukan adanya proses hibridisasi dalam sejarah pembuatan batik di Indonesia dengan masuknya pengaruh India, Arab, Arab, Cina, dan Eropa, yang terus berlanjut dengan munculnya motif-motif daerah yang

---

<sup>4</sup> Penjelasan tentang teori landscape Appadurai ini dapat dilihat pada tulisan Rusydan Fathy dan Jalu Lintang di Bab V dan VI. Namun, penjelasan mereka juga bisa diperbandingkan dengan penjelasan yang diberikan oleh Elliot H. Valentine yang juga berbicara tentang “Global Flows and the Globalization of Nothing” (Valentine, 2015).

baru di tempat-tempat yang sebelumnya tidak memiliki budaya membatik. Artinya, nasionalisme Indonesia tidak lagi bisa dilihat sebagai sepenuhnya bersifat lokal atau domestik Indonesia, seperti yang dikatakan oleh Ketua Pimpinan Daerah Pemuda NW Lombok Timur, Hasanah Efendi, M.IKom., dalam sambutannya pada acara Dialog Kebangsaan di Auditorium Lantai II Kampus STMIK Syaikh Zainuddin NW Anjani Lombok Timur tanggal 12 Desember 2019, "...hanya dengan rasa kecintaan kepada produk lokal dan cinta kepada budaya sendiri yang bisa membuat bangsa ini akan terus kokoh. Namun, jika generasinya terlalu cinta dengan produk luar negeri maka siap-siap bangsa kita akan hilang dan hancur" (Pupuk nasionalisme, 2019).

Dari tulisan Rusydan Fathy dan Jalu Lintang jelas bahwa pengaruh terhadap batik dan pergeseran gaya hidup generasi milenial hari ini terjadi karena lima macam arus tersebut. *Ethnoscapes* yang menyangkut pergerakan orang dari satu tempat ke tempat lain dan sudah terjadi sejak berabad-abad yang lalu; *technoscapes* yang hari ini dikenal sebagai teknologi transportasi serta teknologi informasi dan komunikasi; *financescapes* yang mengacu pada keuangan global dan pertukaran mata uang; *mediascapes* yang hari ini dikenal sebagai jaringan TV kabel, telepon dan internet; serta *ideoscapes* atau pertukaran ide, konsep dan nilai-nilai seperti nilai demokrasi, nasionalisme dan kemanusiaan. Dengan perspektif seperti itu, barangkali kita juga harus memikirkan nasionalisme milenial sebagai sesuatu yang hibrid.

Terlepas dari adanya beberapa saran yang secara implisit mendorong generasi milenial untuk membangun masa depannya sendiri, ilustrasi tersebut menggambarkan proses sosialisasi dan diseminasi dari generasi tua kepada generasi muda, termasuk generasi milenial. Sejauh ini, penulis belum pernah mendengar model

forum resmi yang memberikan ruang kepada generasi milenial untuk menceritakan perspektif mereka tentang nasionalisme. Tulisan-tulisan dalam buku ini menjadi menarik karena memberikan ruang tersebut. Sebagai contoh, tulisan Puji Hastuti di Bab VII dan tulisan Dicky Rachmawan di Bab VIII memberikan gambaran kepada pembaca tentang bagaimana generasi milenial memaknai nasionalisme Indonesia. Puji Hastuti berbicara tentang kreasi batik anak muda dalam proyek *Sejauh Mata Memandang* yang mencoba memasukkan unsur kecintaan terhadap lingkungan, atau jika memakai istilah formal, menuangkan sebagai semangat cinta tanah air ke dalam rancangan busana batik Nusantara atau wastra. Sementara itu, Dicky Rachmawan berbicara tentang memaknai kembali Pancasila dalam pelajaran PKn bagi pendidikan di sekolah dasar. Walaupun ia mengambil contoh model pendidikan kewarganegaraan di Jepang, upayanya ini menarik karena seperti generasi milenial lebih kreatif dari generasi sebelumnya dalam menerjemahkan Pancasila dalam kehidupan sehari-hari bernegara dan berbangsa.

Poin kedua terkait kesejahteraan yang selama ini dibicarakan dalam konteks negara, seperti sudah harus dibahas dalam konteks ekonomi global. Kita tidak bisa menyangkal keberadaan para pekerja komuter Jakarta-Singapura yang berangkat pagi dan pulang malam, misalnya, atau pekerja-pekerja kontrak yang berpindah dari satu negara dan negara lain dalam periode waktu yang pendek antara 1–5 tahun. Sayangnya, persoalan ekonomi dan kesejahteraan di Indonesia jarang dikaitkan dengan nasionalisme, kecuali ketika berbicara tentang penguasaan asing atas perekonomian Indonesia, seperti dikemukakan anggota DPR/MPR RI, Bambang DH, dalam rangka Sosialisasi Empat Pilar (Pancasila, UUD 1945, NKRI dan Bhinneka Tunggal Ika) di Universitas Tujuh Belas Agustus 1945 (Untag) Surabaya

tanggal 29 November 2019 (Soekarno, 2019). Kaitannya pun tidak dijelaskan karena persoalan pemanfaatan kekayaan Indonesia lebih sering dikaitkan dengan pasal 33 dalam UUD 1945. Seperti ditegaskan oleh Bambang DH, “Sudah menjadi tugas kita semua untuk menjaga segala kekayaan Indonesia demi kemakmuran rakyat sesuai pasal 33 UUD 45.” Topik ini juga yang masih belum dibahas di dalam buku ini sehingga perlu menjadi pekerjaan rumah kita selanjutnya.

### C. Nasionalisme Milenial: Berbeda tetapi Tidak Salah

Artikel pendek lain yang menarik perhatian penulis adalah tulisan Elisa Givan yang berjudul “How Millennial Nationalism is Different, But Not Wrong” pada 2014. Dalam tulisannya, Givan berbicara tentang tanggung jawabnya sebagai generasi milenial berusia 20 tahun ketika artikelnya ditulis, khususnya terkait kebijakan luar negeri Amerika yang, menurutnya, sejak peristiwa 9/11, atau pengeboman World Trade Center tanggal 11 September 2001, cenderung memakai doktrin *Shoot first, ask questions later*. Givan berpendapat bahwa generasi milenial mempunyai kekuatan atau kekuasaan untuk mengubah persepsi internal atau eksternal melalui kemajuan teknologi baru yang dikenal sebagai media sosial. Namun, sejauh ini, hal tersebut belum dilakukan karena perhatian generasi milenial Amerika masih “berjarak pendek” (*shorter spans*). Givan mencontohkan bahwa umumnya generasi milenial menyatakan pemikirannya tentang ketidakadilan global hanya dalam 140 karakter atau kurang (Givan, 2014), dan bahwa mereka lebih suka untuk memercayai cerita yang diberikan pemerintah, misalnya tentang perburuan Osama bin Laden (Givan, 2014), tanpa melakukan *cross-check data*. Kondisi ini memudahkan pihak-pihak tertentu untuk mengeksploitasi rasa nasionalisme atau kebanggaan terha-

dap Amerika, yang sudah ditanamkan sejak kecil bahwa Amerika nomor satu dan yang terbaik dengan pernyataan-pernyataan nasionalistis<sup>5</sup> yang menjustifikasi kebijakan mereka yang bersifat kekerasan sehingga menganggap setiap kritik terhadap Pemerintah Amerika, walaupun valid, sama dengan anti-Amerika. Oleh karena itu, Givan menganjurkan generasi milenial agar lebih jujur dan melakukan refleksi diri tentang apa yang mereka bela dan agar menolak siapa pun yang ingin mendefinisikan nasionalisme yang tidak memenuhi standar etika, atas nama mereka (baca: atas nama generasi milenial). Bagi Givan, *“my nationalism means that I will spend my life fighting those interpretations. I truly believe that make me just as much of an American patriot as anyone”* (Givan, 2014).

Bertolak dari posisi yang ditawarkan Givan, kita juga bisa mengatakan bahwa generasi milenial Indonesia pun perlu memperjuangkan interpretasi nasionalisme masing-masing selama interpretasi tersebut sesuai standar etika yang berlaku. Tulisan M. Nur Prabowo di Bab IV yang mendorong santri milenial untuk menjadi bagian dari agen politik yang mengawal agar nilai-nilai atributif toleransi benar-benar menginspirasi produk-produk legislasi yang menjadi turunan dari konstitusi serta menjadi acuan dalam kebijakan publik bisa dikatakan sebagai interpretasi yang bersangkutan atas nasionalisme dirinya dan mereka (baca: santri milenial) yang mempunyai persepsi dan pengalaman yang hampir sama. Begitu juga tulisan Sentiela Ocktaviana di Bab XIII yang berharap terciptanya kesetaraan digital dan kepastian terselenggaranya ruang publik digital yang bebas diskriminasi bagi kaum perempuan secara umum dan bagi perempuan yang berprofesi sebagai

---

<sup>5</sup> Sebagai contoh, Elsa Givan mengutip pernyataan Presiden George W. Bush ketika akan menginvasi Iraq, *“If we wait for threats to fully materialize, we will have waited too long. We must take the battle to the enemy, disrupt his plans and confront the worst threats before they emerge. In the world we have entered, the only path to safety is the path to action. And this nation will act”* (Givan, 2014).

pemimpin, agar mereka dapat berdaya dan menikmati manfaat ekonomi, sosial, dan budaya dari TIK secara optimal sepertinya merupakan refleksi dari nasionalisme dirinya sendiri sebagai bagian dari entitas perempuan Indonesia. Kegelisahan Anggy Denok Sukmawati (Bab X) atas kemungkinan kalahnya bahasa Indonesia oleh bahasa Inggris di kalangan generasi milenial; kekhawatiran Fanny Henri Tondo di Bab XI tentang hilangnya aspek sosial budaya lokal yang terkandung dalam bahasa daerah atau bahasa etnik, karena bahasa-bahasa tersebut tidak lagi dikenal oleh generasi milenial; kekhawatiran Fachri Aidulsyah (Bab IX) atas penetrasi radikalisme dan terorisme di kalangan generasi milenial Indonesia; upaya Hidayatullah Rabbani (Bab III) untuk menempatkan generasi milenial sebagai tokoh pemuda dengan *spirit* perjuangan yang di masa lalu berhasil membentuk Republik Indonesia ke dalam konteks kekinian dengan segala permasalahannya; atau bangganya Annisa Meutia Ratri (Bab XII) atas keberhasilan generasi milenial membantu masyarakat nelayan melalui inovasi teknologi TIK, mungkin juga merupakan refleksi nasionalisme mereka sendiri, sebagai peneliti bidang-bidang bersangkutan. Dari sini, kita bisa mengapresiasi hasil kajian Ibnu Nadzir di Bab II yang menunjukkan beragamnya mereka yang bisa dikatakan sebagai generasi milenial, paling tidak jika dilihat dari akses mereka terhadap jejaring internet dan media sosial, yang sering kali dijadikan penanda utama generasi milenial.

Satu hal lagi yang penting dikemukakan di sini, penolakan interpretasi nasionalisme semata-mata oleh negara seperti yang dianjurkan oleh Elisa Givan, juga terjadi di Indonesia, paling tidak dalam tulisan-tulisan yang ada di dalam buku ini. Sebagian besar dari mereka tidak berbicara tentang peran negara sama sekali, kecuali tulisan Jalu Lintang yang berbicara peran pemerintah daerah sebagai *broker* pengembangan batik daerah, atau tulisan Fanny

Henri Tondo yang masih berharap pada regulasi pemerintah untuk menyeimbangkan hubungan antara bahasa Indonesia, bahasa asing dan bahasa daerah/etnik. Posisi aktor non-negara (santri, perempuan, pembatik, designer, pemuda, guru dan murid sekolah dasar, komunitas penutur bahasa, serta komunitas perikanan) dalam hubungannya dengan media sosial menjadi sentral dalam berbagai pembahasan para penulis tersebut.

#### D. Penutup

Nasionalisme ala milenial, apakah ia sebuah disrupsi? Menurut penulis, jawaban itu sulit dicari dari berbagai tulisan yang ada di dalam buku ini, karena perubahan yang dibawa oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi belum mengubah tatanan sosial secara dramatis sehingga bisa disebut telah terjadi disrupsi. Kemunculan generasi milenial yang berbeda dengan generasi sebelumnya dari segi pemanfaatan teknologi, belum tampak mengubah nilai-nilai yang dianut masyarakat. Penambahan kata milenial tidak membuat nilai-nilai yang mereka miliki berbeda dengan generasi sebelumnya karena mereka masih berbicara tentang keindonesiaan yang sama sejak kemerdekaan Indonesia ataupun pada masa Orde Baru, yakni keindonesiaan yang sarat dengan gejolak politik dan permasalahan kesejahteraan. Barangkali kita bisa mengatakan telah terjadi sebuah disrupsi hanya ketika kita berbicara tentang perubahan perspektif yang tampak jelas hampir di semua tulisan yang ada: ruang negara yang menyempit bagi milenial yang cenderung berperspektif global.

## Daftar Pustaka

- Alumni KAHMI Badung gelar dialog kebangsaan. (2019, November 2). *Patrolipost.com*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.patrolipost.com/3027/alumni-kahmi-badung-gelar-dialog-kebangsaan/>.
- “Aku muda Pancasila” Forum dialog milenial bicara kebangsaan. (2019, Desember 10). *Kumparan News*. Diakses pada 4 April dari <https://kumparan.com/news-release-ipb/aku-muda-pancasila-forum-dialog-millennial-bicara-kebangsaan-1sPpGwcv3ay>.
- Asnuri. (2019, Juli 16). Dialog kebangsaan milenial Polbangtan YoMa, ini pesan direktur Dr Rajiman. *Berita2bahasa.com*. Diakses pada 4 April dari <https://berita2bahasa.com/mb2b/berita/08/1942197-dialog-kebangsaan-ala-milenial-di-yogyakarta-ini-pesan-direktur-polbangtan-yoma>.
- Rizky. (2018, Oktober 3). Dialog kebangsaan “Tantangan Nasionalisme di Era Milenial.” *Semaraknews*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://semarak.news/nasional/dialog-kebangsaan-tantangan-nasionalisme-di-era-milenial/>.
- Givan, E. (2014, November 21). How millennial nationalism is different, but not wrong. *Elite Daily*. Diakses pada 5 April 2020 dari <https://www.elitedaily.com/life/millennial-america-new-nationalism/846095>.
- Istiqomah, I. (2019, Agustus 2019). Tumbuhkan jiwa nasionalisme, 600 siswa SMA ikuti dialog kebangsaan. *Galamedian*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.galamedianews.com/?arsip=231242&judul=tumbuhkan-jiwa-nasionalisme-600-siswa-sma-ikuti-dialog-kebangsaan>.
- Laponangi, B. (2019, Desember 25). Mahasiswa UHO gelar dialog kebangsaan milenial. *Portalsultra.com*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.portalsultra.com/mahasiswa-uho-gelar-dialog-kebangsaan-milenial/>.
- Marsono. (2019, Desember 16). Dialog kebangsaan Appn Banten: ‘Generasi milenial jangan terjerumus ke dalam fanatisme eksklusif. *Kupas Merdeka*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.kupas-merdeka.com/>

- merdeka.com/2019/12/dialog-kebangsaan-appn-banten-generasi-milenial-jangan-terjerumus-ke-dalam-fanatisme-eksklusif/.
- Nhlapo, Z. (2017, November 23). Millennials: We're global citizens, nationalism's outdated. *Huffpost News*. Diakses pada 4 April 2020 dari [https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/11/23/millennials-were-global-citizens-nationalisms-outdated\\_a\\_23286163/](https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/11/23/millennials-were-global-citizens-nationalisms-outdated_a_23286163/).
- Pupuk nasionalisme, pemuda NW Lotim gelar dialog kebangsaan. (2019, Desember 14). *Suararinjaninews.co.id*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://suararinjaninews.co.id/?p=7912>.
- Santi, N. (2018, April 16). Dialog kebangsaan ala millennial Indonesia di Korea. *CNN Indonesia.com*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20180416111237-113-291062/dialog-kebangsaan-ala-millennial-indonesia-di-korea>.
- Senduk, C. (2019, November 24). Gelar dialog kebangsaan, API Tomohon bahas nasionalisme dalam bingkai NKRI. *Suara.com*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://www.suara.com/partner/content/zonautara/2019/11/24/121241/gelar-dialog-kebangsaan-api-tomohon-bahas-nasionalisme-dalam-bingkai-nkri>.
- Sigit Humas Binmas Polda. (2019, April 4). Wujudkan generasi millennial tangguh melalui dialog kebangsaan. *Tribatanews*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://tribatanews.jateng.polri.go.id/2019/08/02/wujudkan-generasi-millennial-tangguh-melalui-dialog-kebangsaan/>.
- Soekarno, R. (2019, November 30). Bambang DH kobarkan nasionalisme generasi milenial. *Beritajatim*. Diakses pada 4 April 2020 dari <https://beritajatim.com/peristiwa/bambang-dh-kobarkan-nasionalisme-generasi-milenial/>.
- Valentine, E. H. (2015). Global flows and the globalization of nothing: Synthesizing the Incongruous. *Black & Gold*, 1(8). Diakses pada 5 April 2020 dari <https://openworks.wooster.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1005&context=blackandgold>.



## INDEKS

- Abdurrachman, 46  
Abid al-Jabiri, 72  
Abui, 286  
Aceh, 51, 54, 146, 312, 341, 345,  
346  
Adidas, 120  
Adi Pitoyo, 147  
*Affirmative action*, 327  
Afrika, 17, 102, 110, 136, 279  
Agni Istigfar, 197  
*Agritech*, 314  
Agus Harimurti Yudhoyono, 15  
A.I.Z Mononutu, 47  
Algae, 175, 176, 188  
Al-Hikam Depok, 71  
Alkitab, 294  
*Al-ma'had Al-mu'ashir*, 69  
Al-Qur'an, 69, 70, 71, 72, 78, 79,  
92, 94, 367  
*Alternative public artspace*, 176  
Alvara Institute, 17  
*Amar ma'ruf*, 85  
Amar Saifudin, 197  
*American football*, 17  
Amerika, 3, 4, 7, 8, 16, 17, 18, 24,  
25, 31, 33, 102, 120, 199,  
201, 248, 271, 276, 331, 335,  
361, 362, 371, 372, 398  
Amerika Latin, 102  
Amerikanisasi, 275  
Amerika Serikat, xiii, 3, 4, 7, 8, 16,  
17, 18, 24, 25, 31, 33, 120,  
199, 331, 335  
Amerika Utara, 102  
Amsterdam, 35, 36, 281, 399  
Anak Semua Bangsa, 23  
*Anime*, 107  
*Annales*, 39  
Antagonisme reaksioner, 82  
Anti-Amerika, 372  
Anti-Cina, 31  
Anti-Hoaks, 252  
Anti-Pancasila, 206  
Aplikasi digital, 65, 78  
Appadurai, 26, 35, 100, 109, 125,  
132, 156, 157, 368  
Aqsa Mahmood, 248  
*Aquaculture fishery communities*,  
301  
Arab, 244, 294, 368  
Aruna, 309, 311, 312, 313, 314, 315,  
316, 317, 319  
Arya Wiraraja, 142  
*Asbabul Wurud*, 79  
*Ashab Al-Mustadhâfin*, 85  
Asia, 4, 12, 35, 102, 110, 125, 136,  
140, 200, 201, 257, 282, 357,  
359, 397

- Asian Games, 29, 160, 165  
 Asia Pasifik, 102  
 Asia Selatan, 102  
 Asia Tengah, 102  
 Asia Tenggara, 102  
 Asia Timur, 102, 140  
 Atta Halilintar, 26  
 Austronesia, 293, 398
- Baby Boomers*, 16  
 Bachtiar Aly, 195  
 Bagong Suyanto, 197  
 Bahasa Dunia, 275, 276  
 Bahasa Global, 276, 278  
 Bahasa Indonesia, 10, 42, 47, 114,  
 118, 119, 123, 124, 136, 210,  
 259, 260, 261, 262, 263, 264,  
 265, 266, 268, 269, 270, 271,  
 274, 275, 276, 277, 278, 279,  
 281, 282, 283, 284, 287, 289,  
 290, 291, 293, 296, 297, 298,  
 366, 373, 374  
 Bahasa Inggris, 10, 24, 98, 106, 116,  
 117, 121, 123, 259, 260, 264,  
 270, 271, 272, 273, 275, 276,  
 277, 278, 279, 280, 285, 288,  
 297, 373  
 Bahasa Resmi, 276, 279, 280, 289,  
 290, 296, 297  
 Balai Pustaka, 55, 262  
 Bali, 105, 106, 107, 153, 174, 175,  
 190, 192, 291, 298, 310, 364  
*Banal Nationalism*, 3  
 Bandung, 38, 40, 54, 93, 164, 280,  
 291, 341, 364, 365  
 Banjar, 151, 152, 153  
 Bantul, 165, 311  
 Batak, 42, 43, 45, 47  
 Batang Baring, 151  
 Batavia, 43, 144  
 Batig Slot, 39  
 Batik Bomba, 147  
 batik Sembagi, 146  
 Bawaslu, 340, 347  
 Bayam Raja, 152  
*Beijing Platform Act*, 336  
 Belanda, 19, 38, 39, 40, 41, 42, 44,  
 47, 49, 50, 53, 140, 141, 144,  
 152, 262, 396, 397  
 Benedict Anderson, 4, 23, 27  
 Betawi, 43, 47, 118, 144  
 Bhinneka Tunggal Ika, 49, 216,  
 227, 231, 370  
*Bil Hikmah Wal Mauidzah  
 Al-Hasanah*, 89  
 Bintang Bahambur, 152  
 Bireun, 341, 346, 351  
 Biron, 144  
*Bisexual*, 333  
*Blusukan*, 344, 345  
 BNPT, 203, 238  
*Body Shaming*, 350  
 Borobudur, 176, 177, 185, 194  
*Boyband*, 29  
 Brebes, 311  
*Brexit*, 3  
 Britania Raya, 3  
*British Council*, 271  
 Budi Utomo, 42, 44, 46, 55  
 Buket, 145  
 Bukittinggi, 149, 206  
*Bullying*, 204, 206, 211, 230, 243  
 Bung Karno, 20, 49, 50, 55
- Cakraningrat I, 142  
 Cantrik, 59  
*Capacity and Character Building*,  
 82

- Capture Fishery Communities*, 301  
*Cardinal Virtue*, 82  
 Ceplok Bunga, 145  
 Champa, 139  
 China, 13, 401, 402  
 Chitra Subyakto, 176, 193  
 Cilacap, 311  
 Cina, 31, 136, 139, 141, 144, 201, 368  
 Cirebon, 139, 140, 144, 159, 165  
*Civility*, 85, 86, 90  
*Civil Society*, 57, 88, 284  
 CNN, 237, 355, 376  
*Code Mixing*, 277  
*Code Switching*, 277  
 Colin Kaepernick, 16, 17  
*Collective Effervescence*, 3  
*Commissie voor de Volkslectuur*, 262  
*Common Interest*, 5  
*Confidence*, 17  
*Connected*, 13, 17, 18, 36  
*Contextualist Approach*, 70  
 Converse, 120  
*Cosplay*, 107  
*Costly*, 86  
 CRCS-ICRS, 68  
*Creative*, 311  
*Critical Awareness*, 79  
*Critical Reading*, 80  
*Crowd Thinking*, 90  
 Cuken, 146  
*Cupido*, 141  
*Cyber Crime*, 204  
*Cyberspace*, 76, 333  
  
 Daun Jaruju, 152  
 Dayak, 148, 153  
 Daya Saing, 52, 54, 308  
 Daya Saing Bangsa, 52, 54  
 Demokrasi, 50, 340, 341  
 Demokrasi Terpimpin, 50  
 Digitalisasi, 52, 76, 80  
*Digital Native*, 7, 250  
 Dinas Perindagkop, 147  
 Dinasti Tang, 136  
 Dirasah Islamiyah, 67  
*Direct Message*, 98  
 Disintegrasi, 51, 296  
 Diskriminasi, 323  
*Disruption*, 64, 397  
*Disruptor*, 2  
*Distance Learning*, 75  
 Distorsi, 78  
 Dominan, 5, 102, 159, 177, 286, 332  
 Dominasi, 86, 97, 98, 101, 104, 107, 108, 120  
 Donald Trump, 3, 28  
*Dot Per Inch*, 308  
 DPR, 328, 340, 341, 345, 346, 355, 370  
 DPRD, 340, 341, 342  
 Dr. Aswandi, 197  
 Dr. Pijper, 47  
 Durian Pecah, 152  
 Durkheim, 273, 281  
  
*E-Commerce*, 312  
*E-Fishery*, 309, 315, 321  
 Ejaan Van Ophuijsen, 262  
 Eka Prasetya Pancakarsa, 205, 206  
 Eksekutif, 271, 327, 328, 329  
*E-Learning*, 75, 77  
*Electronic Word of Mouth Communication*, 324  
 Elisa Givan, 371, 373  
*Engagement*, 399

*Enlightment*, 133  
*Entrepreneurship*, 319  
*Epoche*, 80  
*Equality*, 228, 357  
*Equity*, 228, 232, 243  
 Eropa, 31, 32, 40, 44, 64, 66, 102,  
 141, 198, 199, 200, 201, 276,  
 294, 368  
 Eropa Barat, 102  
 Eropa Timur, 102  
*Ethnoscapas*, 100, 106, 132, 134,  
 368  
 Etnik, 4, 165, 285, 286, 287, 291,  
 292, 293, 294, 295, 296, 297,  
 298, 299, 373, 374  
 Etnis, 19, 28, 84, 115, 141, 148, 260,  
 272, 292  
*Everyday Nationalism*, 3, 5, 12  
*Expert*, 75  
*Expertise*, 78, 94  
  
*Facebook*, 74, 94, 95, 289, 323, 325,  
 334, 342, 358  
 Fakir Miskin, 85  
 Farid Naufal Aslam, 311, 320  
*Fast Fashion*, 101  
*Fast Food*, 101, 121  
*Feed Instagram*, 170, 174  
*Financescapas*, 100, 106, 132, 368,  
 369  
*Fishery Data Intelligent*, 312  
*Fishery Online Trading*, 312  
*Folklore*, 179  
*Ford*, 271  
*Framing*, 401  
 Francis Fukuyama, 64  
*Free Online Course*, 75  
 Front Pembela Islam (FPI), 253  
*Fullbright*, 271  
  
 Fundamentalisme, 81, 89  
 Fundamentalisme agama, 81  
 Fuqara' Wa Al-Masakin, 85  
  
 Galau, 4  
 Galela, 293, 294, 295, 296  
 Gane, 294  
 Garut, 145  
 Garutan, 144, 145  
 Gatot Eddy Pramono, 196  
 Gatot Nurmantyo, 28  
*Gay*, 333  
 Geertz, 60, 92  
 Gender, 273, 326, 327, 329, 330,  
 331, 332, 333, 338, 348, 352,  
 355, 356, 357  
 Generasi Y, 167, 250, 285  
*Gen X*, 16  
 Gereja Santa Maria Tak Bercela,  
 247  
 Gerindra, 28, 328, 340  
*Geringsing*, 190  
 Gibran Chuzaefah Amsi El Farizy,  
 309  
 Ginseng, 196  
*Global Village*, 398  
 Glokalisasi, 103, 104  
*Go International*, 106  
 Golkar, 21, 328, 340  
 Google, 108, 170, 174, 187  
 Growpal, 309, 314, 315, 316, 317  
 Guri, 143  
  
 Habermas, 5, 333  
 Hadist, 365  
 Hak Asasi Manusia (HAM), 206  
 Halmahera, 115, 286, 293, 294, 295  
 Halmahera Utara, 293  
 Hari Santri, 57, 58, 81

Hasanah Efendi, 369  
 Hasan Hanafi, 72  
 Hatf Saiful Rasul, 24  
*Havas Worldwide*, 315  
 HBS, 40  
 Hibridisasi, 153, 161, 277, 362, 368  
 Hikmat Ersek, 362  
 Hindia Belanda, 19, 39, 40, 42, 47,  
 53, 152, 262  
 Hinduisme, 59  
*Hinterlands*, 102  
*Histoire Realite*, 38  
*Historie Recite*, 38  
 Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), 61  
*Hoax*, 95  
*Homeschooling*, 24  
 Hukum, 40, 101, 228, 231, 265, 291  
*Humanities*, 67, 277  
*Human Society*, 99  
*Hypertext*, 76  
  
*Ideoscapes*, 100, 106, 132, 135, 368,  
 369  
*iGeneration*, 250, 252, 257  
 Ihtiram Al-Aqalliyat, 85  
 Ikat Humba, 177, 178  
*Illegal Fishing*, 306  
 Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS),  
 213, 235  
*Imagine World*, 133  
*Immoral*, 77  
 Independen, 16, 33  
 India, 31, 131, 132, 134, 136, 140,  
 168, 277, 355, 361, 368  
*Indische Clubhuis*, 46  
 Individu, 32  
 individual, 74, 81, 82, 85, 89, 316  
 Indonesia Club, 47  
  
*Indonesian Police Watch (IPW)*,  
 204  
 Indonesia Raya, 28, 44, 47, 205,  
 209, 240, 340  
*Indonesische Vereeniging*, 44  
 Inggris, 10, 24, 98, 106, 116, 117,  
 121, 123, 199, 200, 248, 259,  
 260, 264, 270, 271, 272, 273,  
 275, 276, 277, 278, 279, 280,  
 285, 288, 297, 373, 398  
 Instagram, 74, 98, 99, 111, 125,  
 169, 170, 171, 174, 175, 181,  
 182, 185, 186, 187, 188, 191,  
 289, 323, 325, 342, 346  
 Integrasi, 71, 114, 127  
*Integrated Fishery Management*,  
 312  
 Interaksi, 5, 6, 8, 52, 105, 116, 129,  
 209, 218, 221, 252, 272, 273,  
 326, 342, 343, 354  
 Interaksi Sosial, 6, 273  
 Internasional, 99, 107, 122, 132,  
 133, 135, 154, 160, 162, 274,  
 288, 291, 297, 367, 376, 397,  
 398  
 Internasionalisme, 200  
*Intimacy*, 250, 252, 254  
 Intoleransi, 35, 77, 86, 91, 253  
*Intolerant-Tolerance*, 88  
 Iris Pudak, 152  
 ISIS, 24, 25, 248, 249, 251, 252, 254,  
 255, 256  
 Islam, 24, 25, 42, 57, 58, 59, 61, 63,  
 66, 67, 68, 70, 71, 72, 73, 77,  
 81, 92, 93, 94, 151, 164, 190,  
 213, 216, 217, 235, 238, 241,  
 248, 250, 253, 254, 256, 294,  
 358  
*Islamic Art*, 108

Islamic Studies, 67, 72  
 Islam Nusantara, 57, 58  
*Islamophobia*, 77  
  
 Jajumputan, 152  
 Jakarta, 16, 20, 22, 24, 34, 35, 36,  
     40, 43, 45, 54, 55, 65, 92, 93,  
     94, 111, 117, 118, 120, 126,  
     127, 144, 155, 164, 176, 179,  
     182, 192, 244, 245, 257, 281,  
     286, 297, 300, 318, 320, 341,  
     342, 345, 350, 351, 355, 357,  
     370, 396, 398, 401, 402  
 Jala, 309, 310, 311, 315, 316, 317  
 Jalan Kramat 106, 46  
 Jalan Lapangan Banteng, 46  
*Jamaah Anshoru Daulah*, 248  
 Jambi, 151, 152, 286  
 Jaringan, 6, 7, 8, 40, 110, 157, 170,  
     174, 187, 248, 269, 274, 302,  
     304, 324, 342, 369  
 Jaringan informasi, 157  
 Jaringan Intelektual Muda  
     Muhammadiyah (JIMM),  
     61  
 Jaringan Internet, 110, 269  
 Jaringan Islam Liberal (JIL), 61  
 Jaringan Komunikasi, 157  
 Jawa, 19, 39, 42, 60, 92, 105, 118,  
     134, 135, 136, 137, 139, 140,  
     141, 143, 144, 145, 146, 147,  
     150, 151, 152, 154, 155, 158,  
     161, 164, 165, 174, 179, 197,  
     211, 260, 283, 291, 298, 299,  
     304, 310, 312, 333, 341, 367  
 Jawa Barat, 144, 145, 164, 165, 291,  
     299, 304, 312, 341  
 Jawa Tengah, 147, 152, 179, 367  
 Jawa Timur, 197, 312  
  
 Jawet, 151  
 Jembatan Gantung, 144  
 Jepang, 105, 107, 120, 136, 140,  
     144, 165, 196, 200, 201, 215,  
     216, 218, 220, 221, 222, 223,  
     225, 236, 238, 240, 241, 242,  
     244, 245, 370, 398  
 Jerman, 120, 200, 238  
*Jihadis*, 81, 255, 256  
 Joko Widodo, 52, 57, 189, 197, 208,  
     212, 328, 342, 345  
 Jombang, 145  
*Jong Ambon*, 43, 45  
*Jong Batak*, 43, 45, 47  
*Jong Celebes*, 43, 47  
*Jong Islamiten Bond*, 43, 44, 45  
*Jong Java*, 42, 43, 44, 45, 47  
*Jong Minahasa*, 43, 45  
*Jong Sumatra*, 42  
*Jong Sumatranen Bond*, 43  
 JSB, 45  
 Jujur, 225, 230, 236, 372  
  
 Kabupaten Dhamasraya, 149  
 Kabupaten Kuningan, 291  
 Kairo, Mesir, 44  
 Kali Ciliwung, 144  
 Kalimantan Barat, 147, 148  
 Kambang Raja, 152  
 Kambang Tampuk Manggis, 152  
 Kambang Tanjung, 152  
 Kanada, 272  
 Kangkung Kaombakan, 152  
 Kao, 295, 296  
 Kapal Sanggat, 152  
 Karibia, 102  
 Kartakusuma, 46  
 Kartosuwiryo, 46  
 Kasual, 120

- Katholieke Jongelingen Bond Water Loopein*, 46
- Kaum Abangan, 60
- Kaum Muda, 20, 41, 196, 248, 249, 250, 255, 273, 309, 316
- Keadilan, 113, 211, 225, 228, 229, 232, 233, 234, 235, 236, 254, 296, 327, 346, 354
- Keadilan Sosial, 225, 228
- Kearifan lokal, 52, 107, 123, 138, 144, 293
- Kebanggaan, 135, 161, 162, 163, 177, 186, 290, 371
- Kebangsaan, 15, 126, 290, 300, 369
- Kebebasan, 16, 17, 73, 74, 133, 217, 315, 333
- Kebebasan Berekspresi, 16
- Kebenaran, 32, 64, 71, 78, 85, 230, 365
- Keberagamaan, 86
- Keberagaman, 104
- Keberanian, 42
- Kedaerahan, 43, 48, 49, 50, 296
- Kediri, 213, 242
- Keindonesiaan, 126, 158, 197, 368
- Kekerasan, 17, 24, 78, 86, 89, 197, 203, 204, 206, 211, 242, 243, 248, 249, 253, 329, 346, 372
- Kekuasaan, 21, 38, 40, 50, 74, 84, 87, 88, 133, 158, 212, 272, 294, 331, 332, 335, 336, 371
- Ke'Lesap*, 142
- Keluarga, 103, 118, 137, 139, 152, 182, 199, 202, 207, 213, 217, 222, 223, 236, 247, 254, 260, 266, 267, 270, 271, 286, 295, 296, 332, 351
- Kemerdekaan, 11, 17, 20, 27, 28, 43, 48, 49, 50, 52, 57, 113, 157, 249, 260, 261, 374
- Kemiskinan, 303, 315
- Kerentanan, 402
- Kesejahteraan, 102, 113, 133, 211, 307, 311, 314, 315, 318, 362, 370, 374
- Kesenjangan, 5, 34, 53, 305, 317, 334, 354
- Kesetaraan, 84, 228, 232, 327, 329, 354, 372
- Kesetaraan Gender, 327, 329
- Keterasingan, 215
- Ketimpangan, 26, 102, 211
- K.H. Hasyim Asy'ari, 57
- K.H. Hasyim Muzadi, 71
- Kiai Abdurrahman Wahid, 57
- Klaverblad*, 141
- KNPI, 21, 364
- Kohesi, 250, 252, 254, 286, 287
- Komunitas, 19, 25, 69, 74, 77, 82, 85, 86, 88, 139, 158, 167, 186, 199, 251, 269, 286, 295, 298, 299, 304, 315, 317, 334, 335, 374
- Komunitas Agama, 85
- Komunitas Berkain Indonesia, 168
- Komunitas Bisnis, 77
- Komunitas Cyber, 77
- Komunitas Global, 25
- Komunitas Lokal, 158
- Komunitas Pesantren, 69
- Komunitas Politik, 77
- Konflik, 51, 86, 87, 104, 130, 397
- Konflik Komunal, 51
- Konflik Sosial, 86, 87, 397
- Kongres Pemuda II, 18, 46, 47, 48
- Korea, 29, 107, 108, 196, 364, 365, 376, 398
- Kosmopolitanisme, 29, 31, 32

- K-Pop, 108, 239, 245  
 KPU, 339, 340, 341, 342, 343, 344,  
 346, 347, 355  
 Kristen, 43, 294  
 Krompol, 146  
 Kuao Berhias, 152  
 Kulit Kayu, 152  
 Kulit Kurikit, 152
- Lamongan, 197  
 Lampung, 40, 146, 341  
*Landscape*, 100, 109, 141, 157, 368  
 Langgas, 17, 36  
 Larantuka, 286  
 Lasem, 139, 140, 151, 159, 164  
 Laweyan, 148  
*Learning by doing*, 222  
 Legislatif, 11, 324, 325, 327, 328,  
 329, 336, 341, 351  
*Lesbian*, 333  
 LGBT, 333  
 Liberal, 16, 73, 195, 200  
 Lingkar Studi Pancasila, 197  
*Lingua Franca*, 275, 276, 283, 286,  
 294  
 LIPI, 2, 15, 77, 78, 115, 395, 396,  
 397, 398, 399, 400, 401, 402  
*Local Wisdom*, 107  
 Lokcan, 146  
 Loloan, 286, 298, 300  
 Lombok Timur, 369  
*Longue Duree*, 39  
 LSM, 146  
 Luar Negeri, 32, 44, 98, 99, 102,  
 106, 120, 121, 122, 160, 368,  
 369, 371
- Madura, 40, 136, 139, 142, 143,  
 165, 298, 310, 400
- Mainstream*, 60, 73, 251  
 Majalah Kina, 143, 149, 150  
 Majapahit, 136, 139, 142  
 Malang, 237  
 Maluku, 115, 291, 312, 363, 365  
 Manado, 286, 398  
 Mandiri, 204, 208, 224, 225  
 Mangkuk Ayam Jago, 172, 173  
 Marginal, 85, 333, 334, 335, 336,  
 339, 401  
 Ma'ruf Amin, 342, 345, 399  
 Masyarakat, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11,  
 19, 20, 22, 25, 29, 30, 41, 42,  
 53, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 77,  
 79, 81, 85, 86, 87, 90, 95, 98,  
 99, 101, 102, 104, 105, 106,  
 108, 109, 110, 111, 112, 115,  
 118, 122, 129, 132, 134, 135,  
 137, 138, 141, 142, 144, 145,  
 146, 147, 148, 149, 151, 156,  
 157, 158, 161, 162, 163, 168,  
 172, 173, 175, 177, 189, 190,  
 192, 193, 194, 195, 196, 197,  
 199, 206, 207, 209, 217, 220,  
 221, 222, 223, 226, 228, 229,  
 230, 231, 233, 235, 236, 241,  
 244, 247, 250, 251, 253, 254,  
 255, 260, 262, 264, 266, 268,  
 270, 272, 274, 280, 286, 287,  
 293, 295, 298, 301, 302, 303,  
 304, 305, 306, 307, 308, 309,  
 315, 316, 317, 318, 319, 331,  
 332, 333, 339, 343, 348, 350,  
 351, 353, 354, 373, 374, 396,  
 401  
 Mataram, 136  
*Mausu'at Al-Tafsir*, 78  
*Mayang Murang*, 148  
 Mayoritas, 84, 87, 111, 182, 248,

- 286, 287, 293, 294, 295, 296,  
298, 354
- Mayoritas-Minoritas, 84, 87
- McDonaldisasi, 275
- Mediascapes*, 100, 106, 110, 132,  
156, 368, 369
- Media Sosial, 4, 9, 62, 74, 75, 77,  
78, 79, 80, 90, 92, 93, 94, 95,  
98, 111, 122, 123, 162, 167,  
169, 170, 171, 174, 181, 182,  
186, 191, 195, 250, 252, 254,  
289, 323, 324, 325, 326, 333,  
334, 335, 336, 337, 338, 339,  
340, 341, 342, 347, 348, 349,  
350, 351, 352, 353, 354, 371,  
373, 374
- Media Sosial Digital, 74
- Mega Mendung, 140, 159, 165
- Meiji, 200
- Mekanisme Pasar, 100
- Melayu, 148, 152, 286, 287, 293,  
294, 295, 296, 297, 298, 300
- Melting Pot*, 129
- Memetahan*, 145
- Merak Ngeram, 152
- Merauke, 82, 84, 161, 231
- Microblog*, 353
- Minoritas, 4, 17, 84, 85, 87, 89, 279,  
295, 296, 297, 339
- Mohammad Hatta, 20, 44
- Moral, 9, 51, 67, 82, 87, 88, 90, 91,  
202, 203, 208, 217, 221, 222,  
239, 240
- Moriyama, 215, 218, 220, 221, 224,  
225, 240
- MPR, 195, 205, 206, 241, 370
- Mr. Sartono, 46
- Muashir, 60
- Muda Kristen Djawi*, 43
- Muhammadiyah, 21, 60, 61, 63, 73,  
257, 363, 365
- Muhammad Syahrur, 72
- Muhidin, 47
- Mujigae*, 108
- Mukafat Al-Tamyiz, 85
- MULO, 40
- Multikultural, 86, 254
- Multikulturalisme, 89, 156, 163
- Multistabilitas, 76
- Musawah*, 85
- Mutual Affirmation*, 86
- Mutual Recognition*, 86
- Mutual Respect*, 86
- Naga Balimbur, 152
- Nahdliyyin*, 71
- Nahi Munkar*, 85
- Nasdem, 328, 340
- Nasionalisme Kosmopolitan, 31,  
32, 33, 34
- Nasionalisme Milenial, 7, 361, 371
- Nation-Building*, 52, 282
- Nation Competitiveness*, 52, 54
- Nation-Finding*, 52
- Nation-Rethinking*, 52
- Natural Sciences*, 67
- Nawacita, 207, 308
- Negara, 3, 5, 6, 12, 16, 17, 18, 19,  
21, 22, 23, 24, 25, 27, 29, 30,  
31, 32, 33, 34, 35, 41, 44, 49,  
85, 87, 90, 99, 100, 101, 102,  
103, 106, 107, 108, 109, 110,  
112, 113, 114, 115, 124, 125,  
127, 133, 135, 157, 158, 161,  
162, 163, 168, 180, 190, 195,  
196, 198, 200, 203, 204, 205,  
210, 211, 215, 221, 237, 241,  
243, 248, 249, 253, 254, 255,

- 259, 260, 262, 263, 265, 271,  
272, 273, 274, 275, 276, 278,  
279, 289, 290, 291, 296, 297,  
306, 324, 327, 330, 334, 361,  
362, 365, 366, 370, 373, 374
- Negara Kepulauan, 366
- Negara Kesatuan, 30, 49, 114
- Neil Howe, 16
- Nelayan, 304, 305, 306, 307, 308,  
311, 312, 313, 314, 316, 317,  
320, 373
- Networks*, 255, 302, 358
- Nike, 16, 17, 120
- Nilai-nilai, 19, 223, 226
- Nilai-Nilai Agama, 198
- Nilai-Nilai Atributif, 89, 372
- Nilai-Nilai Kebangsaan, 10
- Nilai-Nilai Kosmopolitan, 23
- Nilai-Nilai Pancasila, 10, 126, 197,  
366
- Nilai-Nilai Progresif, 22
- Nindy Meysa Fitri Pratiwi, 186
- NKK/BKK, 21
- NKRI, 30, 49, 93, 114, 362, 364,  
365, 366, 367, 368, 370, 376
- Noevelle Histoire*, 39
- Non-Mainstream*, 60
- Non-Virtual*, 76
- Norma, 82, 87, 88, 103, 125, 198,  
329
- Normalisasi, 21
- Normatif, 29, 31, 32, 33, 82, 198
- NU, 60, 61, 63, 73
- Nusantara, 9, 49, 57, 58, 81, 115,  
129, 131, 140, 153, 160, 164,  
168, 170, 171, 172, 184, 188,  
189, 190, 191, 192, 196, 227,  
231, 282, 285, 292, 294, 370
- Nusa Tenggara, 150, 155, 177, 291,  
312
- Nyoman Gede Antaguna, 364
- Offline*, 399
- Olimpiade, 3
- Ombak Sinapur Karang, 152
- Omni, 67
- Ondel-Ondel, 144
- Online*, 6, 8, 34, 65, 75, 76, 82, 111,  
112, 120, 174, 177, 248, 249,  
251, 307, 312, 320, 324, 355,  
362
- Online Fishery Trading*, 313
- Orde Baru, 21, 33, 51, 52, 255, 374
- Osama bin Laden, 371
- Otonomi Daerah (Otda), 296
- Otoritas, 64, 71, 72, 74, 75, 78, 79,  
87, 94, 157
- Otoritas Agama, 78
- Otoritas Keilmuan, 75, 78
- Outdated*, 361
- Outer*, 177
- Overfeeding*, 309
- Padang, 44, 149
- Palu, 147
- Pancasila, 195
- Papua, 50, 51, 54, 115, 147, 158,  
286, 291, 297, 313, 400
- Papua Barat, 297, 400
- Parsi, 294
- Partai Aceh, 341, 345
- Partai Berkarya, 349
- Partai Demokrat, 340, 346
- Partai Komunis Indonesia, 42
- Partai Nasional Indonesia, 42
- Partai Republik, 17
- Pasar Global, 101, 122, 165

- Pasukmelu, 151  
 Pasundan, 47  
 Pattani, 140  
 PDIP, 328  
 Pekalongan, 139, 141, 147, 165, 182  
 Pelanggaran, 211, 243, 327  
 Pembangunan, 51, 64, 168, 202,  
     204, 208, 210, 211, 212, 221,  
     222, 224, 242, 245, 261, 307,  
     317, 329, 401  
 Pembangunan Bangsa, 168, 210  
 Pembangunan Karakter, 204, 208,  
     212, 221, 222, 224, 242  
 Pemberdayaan, 237, 302, 327, 334,  
     354, 396, 401  
 Pemerintah, 47, 126, 154, 159, 206,  
     210, 241, 261, 262, 263, 270,  
     279, 300, 307, 320, 327, 352  
 Pemerintah Daerah, 143, 146, 149,  
     154, 155, 159, 161, 299, 373  
 Pemilu, 324, 326, 328, 335, 336,  
     340, 341, 343, 345, 347, 348,  
     352, 355  
 Pendidikan Agama Islam (PAI),  
     213, 216, 217, 235  
 Pendidikan Kewarganegaraan  
     (PKn), 213, 226, 235  
 Pengangguran, 26, 36  
 Penyeragaman, 103, 104, 158, 163  
 Peraturan, 21, 124, 222, 290, 291,  
     304, 329  
 Peraturan Daerah, 291, 299  
 Peraturan Pemerintah, 210  
 Peraturan Presiden Nomor 87  
     tahun 2017, 207  
 Percampuran, 9, 106, 129, 140, 141,  
     277, 362  
 Percampuran Budaya, 9, 106, 140  
 Perda No. 8 Tahun 2005, 329  
 Perdesaan, 18, 26, 140, 351  
*Perhimpunan Peladjar-Peladjar  
 Indonesia* (PPPI), 45, 46  
 Perhimpunan Indonesia Raya, 44  
 Peristiwa Rengasdengklok, 19, 21  
 Perkotaan, 18, 26, 118, 123, 273,  
     368, 401  
 Persatuan, 1, 38, 44, 45, 46, 48, 49,  
     51, 112, 123, 173, 174, 227,  
     231, 262, 287, 290, 296  
 Persatuan Bangsa, 38, 49, 112, 174,  
     227, 231  
 Persatuan Murid-Murid Dinijah  
     School (PMDs), 44  
 Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB),  
     162, 362  
 Petra Sihombing, 180  
*Pew Research Center*, 16, 36  
 Piala Dunia, 3  
 Pilkada, 15, 31  
 PKB, 328, 349  
 PKS, 61, 328, 329, 341, 343, 344,  
     349, 350  
 Pluralisme, 51, 89  
 Pluralitas, 86, 87  
*Plural Society*, 85  
*Political Will*, 115, 212, 223, 235,  
     236  
*Polling*, 98  
 Ponorogo, 213, 244  
 Pontianak, 148  
*Pop-Up Store*, 169  
*Positive Discourse*, 82  
*Post-Developmentalism*, 64  
*Post-Islamisme*, 64  
*Post-Sekularisme*, 64  
 Prabowo Subianto, 28  
*Practical Skill*, 75  
 Preseden, 31, 84

- Presiden, 3, 50, 52, 54, 57, 157, 189, 197, 198, 199, 205, 207, 208, 238, 239, 263, 290, 291, 372
- Presiden Clinton, 199
- Presiden George W. Bush, 372
- Pre-Wedding*, 177
- Primordial, 19, 27, 31, 33, 88
- Printing, 140
- Private Persons*, 5
- Prof. Dr. TGH. Fakhurrozi  
Dahlan, MA, 364
- PSI, 47, 341, 342, 348, 349
- Public Concern*, 5
- Public Sphere*, 5, 355
- Pucuk Rebung, 144
- Pupunjengan*, 145
- Puritanisme, 73
- Purposive Random Sampling*, 340
- Purworejo, 311
- Qatar, 108
- Raden Azhar, 142
- Raden Wijaya, 142
- Radikal, 10, 25, 59, 61, 63, 73, 77, 78, 81, 89, 91, 249, 251, 252, 253, 255, 272, 325
- Radikalisme, 51, 59, 70, 77, 81, 91, 179, 180, 196, 203, 237, 238, 242, 243, 244, 252, 254, 255, 256, 365, 367, 373
- Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda), 299
- Rancangan Undang-undang (RUU), 329
- Rapper*, 24
- Rasa Kebangsaan, 38, 53, 112
- Ready to Use Islam*, 81
- Reformasi, 18, 39, 49, 51, 52, 60, 88, 93
- Religious Digital Cloud*, 74
- Religious Literacy*, 79
- Religious Virtue*, 85
- Rencong, 146
- Rentan, 53, 75, 311, 365, 401
- Repressive Tolerance*, 88
- Revolusioner, 19
- Ria Ricis, 26
- Rich Brian, 24, 25
- Role Model*, 223, 236
- RPJMN, 208
- Ruang Alternatif, 277, 326
- Ruang Ketiga, 277
- Ruang Komunikasi, 75, 295
- Ruang Komunitas Virtual Baru, 74
- Rusia, 276, 361
- Sabang, 82, 84, 161, 227, 231
- Sakura, 196
- Salafi-Wahabisme*, 60
- Sally Jones, 248
- Saluang Murik, 151
- Sampit, 51
- Sanad*, 79
- Sansekerta, 58
- Santri, 9, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 72, 73, 74, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 372, 374
- Santri Konvergen, 61
- Santri Milenial, 9, 58, 62, 63, 66, 69, 74, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 88, 89, 90, 91, 372
- Santri Millenial Competitions*, 94
- Santri Radikal, 59, 61, 81, 91
- Sarekat Islam, 42

- Sari Gading, 152  
*Sasirangan*, 152, 153  
 Sawai, 294  
*Sedundun*, 146  
*Sejauh Mata Memandang*, 168, 169,  
 170, 171, 172, 174, 175, 176,  
 177, 178, 179, 181, 182, 183,  
 184, 185, 186, 187, 188, 191,  
 192, 193, 194, 370  
 Sekar Rukun, 43, 45  
*Sekebar*, 146  
 Semangat, 48, 155  
 Semangat Kebangsaan, 44, 112,  
 114, 125  
 Semenanjung Malaka, 140  
*Sense of Belonging*, 362, 368  
*Sense of Urgency*, 315  
*Shared Public Values*, 89  
*Shared Sense of Identity*, 186  
*Shastri*, 58  
*Shorter Spans*, 371  
 Sigit, 47, 362, 364, 367, 376  
*Sine Qua Non*, 83  
 Singapura, 294, 370, 399  
 Sisik Tanggiling, 152  
 Sistem Informasi Kenelayanan  
 (SISNELI), 308  
 Sistem Informasi Nelayan Pintar  
 (SINP), 308  
 Sita Hany Mastuti, 168  
*Skechers*, 120  
 Skotlandia, 248  
*Smartphone*, 196  
*Social Sciences*, 36, 355, 358  
 Soegondo Djoyopuspito, 46  
 Soeharto, 21, 22, 51, 158, 205, 240  
 Soekarno, 50, 158, 205, 240, 363,  
 364, 366, 371, 376  
*Software*, 122, 302  
 Sogan, 144  
 Solidaritas, 341  
 Solo, 136, 138, 141, 148, 182  
 Spanyol, 272, 276  
*Spiral of Violence*, 253  
 Sri Lanka, 4, 398  
*State of Mind*, 82  
*Stock of Knowledge*, 110  
 STOVIA, 42  
 Subang, 311  
 Sukarni, 20  
 Suku, 27, 43, 130, 153, 189, 190,  
 290  
 Suku Bangsa, 130, 290  
 Sulawesi, 24, 42, 115, 147, 148, 149,  
 299, 312  
 Sulawesi Tengah, 24, 147, 312  
 Sulawesi Tenggara, 148, 149, 312  
 Sumatera Utara, 283  
 Sumatra Barat, 149, 206  
 Sumba, 174, 177, 178, 193  
 Sumenep, 142, 400  
 Sumpah Pemuda, 1, 4, 9, 15, 18, 38,  
 39, 42, 43, 46, 48, 49, 50, 51,  
 52, 54, 55, 93, 262  
*Supply*, 86  
 Surabaya, 40, 92, 247, 270, 370, 396  
 Suriname, 140  
 Susilo Bambang Yudhoyono, 189  
 Sutan Takdir Alisjahbana, 262  
 syariat Islam, 61  
 Syed Muhammad Naquib Al-Attas,  
 72  
 Syiria, 248  
 Sylviana Murni, 15  
*Tahrij*, 78  
*Tahriri*, 81  
*Tamaddun*, 86

- Tameng, 151  
 Tampuk Manggis, 152  
 Tanah Air, 50, 112, 362, 368, 370  
 tanggungjawab, 365  
 Tapak Kuda, 141  
 Tapis, 146  
 Tarbawi, 81  
 Tarukbata, 145  
*Technical Sciences*, 67  
*Technoscapes*, 100, 106, 132, 368, 369  
 Tegal, 311  
 Teknologi Digital, 8, 11, 73, 75, 79, 354  
 Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), 1, 23, 109, 302, 323  
 Teralienasi, 215, 254, 255  
 Terasingkan, 215  
 Ternate, 286, 293, 294, 295  
 Terorisme, 89, 247, 248, 252, 254, 255, 365, 367, 373  
*Textualist Reading*, 70  
 Thailand, 140  
*The American Dream*, 25  
*The Dark Present*, 38  
*The Death of Expertise*, 78, 94  
*The Flora Borobudur*, 176, 177  
*The Global Gender Gap Report*, 326  
*The Glorious Past*, 38  
*The Golden Future*, 38  
*The Great Disruption*, 64  
*The Others*, 331, 332  
*The Promising Future*, 38  
*The Star Spangled Banner*, 17  
 Tidayu, 148  
 Timor Timur, 51  
 Timun Mas, 10, 179, 180, 181, 182, 183, 186, 188, 192, 193, 194  
 Timur Tengah, 44, 62, 66, 72, 102  
 Tionghoa, 139, 140, 148, 159, 402  
 Tiongkok, 139, 402  
 Tobelo, 294  
 Tolaki, 148  
 Toleransi, 63, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 93, 298, 372  
 Tomohon, 364, 376  
*Transgender*, 333  
 Triad, 102  
 Triadisasi, 101, 115  
 Tristabilitas, 76  
 Tsunami, 53, 146  
 Tuban, 144, 145, 146  
 Tugu Monas, 144  
 Tulang Bawang Barat, 146  
*Tumpal*, 137, 146  
 Turun Dayang, 152  
 Twitter, 74, 111, 252, 255, 323, 325, 334, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 353, 354, 355, 356, 357, 358  
 UGM, 68, 256, 363, 396, 400, 401  
 Undang-Undang, 113, 204, 209, 290, 291, 300, 327, 341  
 Undang-Undang Dasar, 113, 209  
 Undang-Undang No. 7 Tahun 2017, 341  
 Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, 204  
 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009, 300  
 UNESCO, 132, 135, 147, 154, 161, 162, 163, 164, 176, 189, 279  
*United Nations*, 132, 176, 189, 287

Universal, 6, 23, 30, 67  
Universitas Brawijaya, 94, 197  
Universitas Tanjungpura, 197  
Universitas Tujuh Belas Agustus  
1945 (Untag), 370  
UPT IKM, 148  
Usaha Mikro Kecil Menengah  
(UMKM), 122, 154  
UUD 1945, 50, 219, 327, 370, 371

Van Der Pas, 47  
Van Deventer, 39  
Van Kol, 39  
Vans, 120  
*Virtual*, 9, 73, 74, 76, 80, 83, 94,  
161, 326, 334, 335  
*Virtue of Civility*, 85, 90  
*Virtuous Person*, 82, 90  
*Virtuous Society*, 90  
Voklstraad, 46

Warisan Budaya Dunia, 176  
Warisan Budaya Tak Benda, 189,  
190  
*Western Union*, 361, 362  
Whatsapp, 74  
Wikana, 20  
William Strauss, 16  
*Word of Mouth Communication*,  
324  
*World Economic Forum*, 326  
*World Trade Center*, 371

Yogyakarta, 375  
Yoris Sebastian, 15, 17  
Youtube, 24, 26, 74, 289

Zongile Nhlapo, 362

Buku ini tidak diperjualbelikan.



## BIOGRAFI PENULIS



**Anggy Denok Sukmawati** adalah peneliti bahasa di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. Ketertarikan pada bidang bahasa membuatnya mengambil jurusan Sastra Indonesia pada tingkat sarjana dan jurusan Linguistik pada tingkat pascasarjana. Kedua tingkat pendidikan itu diselesaikannya di Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada. Saat ini, Anggy sedang tertarik pada kajian *Language and Identity* dan mulai membaca banyak referensi seputar topik tersebut. Publikasi terakhirnya adalah tinjauan terhadap buku *Language and Migration in a Multilingual Metropolitan* Berlin Lives yang terbit pada *Jurnal Masyarakat dan Budaya*. Anggy bisa dihubungi di alamat *e-mail* [anggydenoksukmawati@gmail.com](mailto:anggydenoksukmawati@gmail.com).

**Annisa Meutia Ratri** merupakan peneliti pada Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI). Annisa menyelesaikan pendidikan di jurusan Sosiologi, Universitas Indonesia pada 2012 dan Sejarah di Universitas Leiden pada 2015. Annisa merupakan penerima beasiswa *European Union-RSIS Summer Programme* (2012), yang diselenggarakan oleh EU



Centre dan S. Rajaratnam School of International Studies (RSIS)-NTU. Annisa pernah menulis tentang dinamika *Governance structure, Institutional Environment* dan *Informal Structure* dalam Koperasi dengan *Soft System Methodology* dan *Women's Survival Strategies and Empowerment: The Case study from Indonesian Fisher Women's Collective Action*. Annisa memiliki minat pada kajian sosiologi maritim, sosiologi ekonomi, sosiologi organisasi, inklusi sosial, pemberdayaan masyarakat, perubahan sosial, dan sejarah sosial. Kontak Annisa melalui *e-mail* [annisa.meutia.r@gmail.com](mailto:annisa.meutia.r@gmail.com).



**Aulia Hadi** merupakan peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2MB-LIPI). Ia menempuh pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Gadjah Mada (UGM) dan S2 New New Media and Communication Studies di University of Twente, Belanda. Perempuan asal Surabaya ini memiliki ketertarikan pada bidang penelitian media, identitas, ruang desa-kota, dan politik lokal.

Publikasi terbarunya antara lain artikel berjudul 'Bridging Indonesia's digital divide: Rural-urban linkages?' dalam *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* dan sebuah bab bertajuk 'Jakarta, on the brink of being divided city? Ethnicity, media and social transformation' (co-author) dalam buku *The Routledge Handbook of the Governance of Migration and Diversity in Cities* (2019). Saat ini, ia sedang menempuh studi S3 dalam bidang Media and Cultural Policy di University of Glasgow, Scotland, the United Kingdom. Kontak Aulia melalui *e-mail* [aulia.hadi.mulyo@gmail.com](mailto:aulia.hadi.mulyo@gmail.com).

**Dicky Rachmawan**, dipanggil Dicky, adalah seorang peneliti junior di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB-LIPI) sejak tahun 2018. Dia mendapatkan gelar Sarjana bidang Sosiologi dari Universitas Indonesia tahun 2015. Tema penelitian yang diminatinya adalah perhutanan sosial dan konflik sosial. Saat ini, dia sedang melanjutkan studi S2 di Magister Sosiologi FISIP UI perminatn Kebijakan Pembangunan Sosial. Dia pernah menulis tentang “Pola Eskalasi Konflik Pembangunan Infrastruktur: Studi Kasus Pembangunan Waduk Jatigede” pada periode sebelum kontruksi yang dipublikasikan dalam *Jurnal Masyarakat Sosiologi*, Lab Sosio (2016). Untuk koresponding lebih lanjut, ia dapat dihubungi melalui *e-mail* [dicky.rachmawan1992@gmail.com](mailto:dicky.rachmawan1992@gmail.com).



**Fachri Aidulsyah** merupakan Peneliti Ahli Pertama pada Pusat Studi Kewilayahan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (P2W LIPI). Penulis memperoleh gelar Sarjana dari Departemen Sosiologi Universitas Gadjah Mada tahun 2015. Sejak tahun 2014, penulis telah aktif terlibat dalam menjalankan penelitian di bidang sosiologi agama dan *ethno-nationalism* di beberapa daerah di Indonesia, Malaysia, dan Belanda. Selain penelitian, penulis juga terlibat aktif dalam mengikuti serangkaian konferensi ilmiah nasional mau pun internasional, baik sebagai peserta aktif mau pun pemakalah, seperti *The 11<sup>th</sup> International Convention of Asia Scholars (ICAS)*, Leiden, the Netherlands (2019), *InterAsian Connections VI: Hanoi-Divine/Transcendent Rulers of Imagined Communities: The Rise and Fall of Royal Nationhood in Asia*, Hanoi, Vietnam (2018), dan *Harvard College Project for Asian and International Relations Conference: Sustainable Disruption* (2018). Tulisan terbarunya bersama Dr. Hakimul Ikhwan yang berjudul “Sultanates and the Making of Nationhood in Indonesia and Malaysia” akan terbit

pada *Asian Journal of Social Science* pada pertengahan tahun 2020. Selanjutnya, Fachri Aidulsyah dapat dihubungi melalui *e-mail* Fachri.aidulsyah@lipi.go.id.

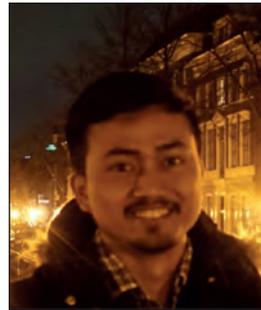
**Fanny Henry Tondo** merupakan Peneliti pada Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB)-LIPI. Setelah menyelesaikan S1-nya pada Jurusan Sastra Inggris Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sam Ratulangi Manado, dan S2 Program Studi Linguistik dari institusi yang sama, ia bergabung dengan PMB-LIPI pada 2005. Penulis pernah bekerja sebagai konsultan CARE Internasional-Indonesia dan juga penulis opini pada *Harian Sinar Harapan*. Ia pernah menjadi pemakalah pada beberapa pertemuan ilmiah internasional antara lain di Tokyo-Jepang (2015), Seoul-Korea Selatan (2016), Colombo-Sri Lanka (2016), dan California-Amerika (2018). Selain itu, penulis juga pernah mengajar sebagai Dosen Luar Biasa di UKI-Jakarta dan UNISMA-Bekasi. Minat penelitiannya antara lain terkait dengan linguistik murni, sosiolinguistik, kebijakan bahasa, keterancaman bahasa, dan kajian bahasa-bahasa Austronesia dan Nonaustronesia. Beberapa artikel yang pernah dituliskannya antara lain “Pemertahanan Bahasa Daerah dalam Masyarakat Multilingual pada Era Globalisasi”, dalam Muhamad Hisyam dan Cahyo Pamungkas (eds.) *Indonesia, Globalization, and Global Village*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia (2016), dan “Language and Religion: The Use of Language in Christian Liturgy on Some Border Areas of Indonesia” dalam *Jurnal Masyarakat dan Budaya* (2018) Edisi ke-3. Selanjutnya, Fanny Henry Tondo dapat dihubungi melalui *e-mail* fhtondo@yahoo.com





**Hidayatullah Rabbani**, Peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya-LIPI. Saat ini sedang menyelesaikan program pascasarjana di bidang Ilmu Sejarah di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Ia dapat dihubungi melalui *e-mail* [hidayatullahrabbani@gmail.com](mailto:hidayatullahrabbani@gmail.com).

**Ibnu Nadzir** memperoleh gelar Master dari Departemen Antropologi Sosial dan Budaya di Universitas Amsterdam. Saat ini dia bekerja sebagai Peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya LIPI dengan fokus gerakan sosial dan penggunaan Internet. Beberapa publikasi terakhirnya adalah “Reclaiming Indonesianness: Online-Offline Engagement of Indonesian Exiles in Netherlands”, diterbitkan Jurnal *Masyarakat Indonesia* (2018); “Ma’ruf Amin and the Inclusion Moderation Thesis”, dengan Yogi Setya Permana dimuat di *newmandala.org* (2018); “Hoax and Misinformation in Indonesia: Insights from Nationwide Survey” dengan Sari Seftiani and Yogi Setya Permana, diterbitkan ISEAS, Singapura (2019); “Prabowo dan Kebangkitan Populisme Sayap Kanan di Indonesia”, dimuat di *Tirto.id* (2019); (5). “The false promise of ‘millenials’ and the digital economy”, dimuat di *Indonesia at melbourne.unimelb.edu.au* (2020). Selanjutnya, Ibnu Nadzir dapat dihubungi melalui *e-mail* [fibnu.nadzir@gmail.com](mailto:fibnu.nadzir@gmail.com).





**Jalu Lintang Yogiswara Anuraga**, pria kelahiran Yogyakarta 27 Juli 1994 ini merupakan salah satu peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB) LIPI. Ia bergabung menjadi peneliti di PMB LIPI sejak tahun 2018 dengan fokus kajian tentang Etnisitas, Identitas, Ruang dan kajian-kajian budaya lainnya. Ia merupakan lulusan Antropologi Budaya UGM pada 2017. Perihal korespondensi bisa melalui *e-mail* [jalulintang44@gmail.com](mailto:jalulintang44@gmail.com).

**Muhammad Nur Prabowo Setyabudi**, alumni Fakultas Filsafat Universitas Gadjah Mada ini nyantri di Pesantren Al-Muhsin Krapyak Yogyakarta, Pesantren Darussalam Gontor Ponorogo, Pesantren Nawesea, dan Pesantren Baitul Hikmah Krapyak Yogyakarta. Kini peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB) LIPI ini menekuni bidang agama dan filsafat. Bidang kajiannya tentang filsafat agama, etika (*virtue ethics*), filsafat politik, dan kajian keislaman. Karya tulisnya antara lain *Filsafat Keutamaan* (2019); *Pengantar Studi Etika Kontemporer: Teoritis dan Terapan* (2017), *Cesare Beccaria & Voltaire: Tentang Kejahatan dan Hukuman* (2018), kontributor dalam *Pancasila dalam Diskursus: Sejarah, Ideologi Filosofi Bangsa* (2017), *Indonesia sebagai Ruang Imajinasi: Seri Studi Kebudayaan 2* (2018), dan *Mozaik Filsafat* (2020). Prabowo juga menyunting dan menerjemahkan beberapa buku filsafat, di antaranya *Pengantar Filsafat Politik* (2013), *Pengantar Filsafat Hukum* (2017), *Pemikiran Islam: Sebuah Pengantar* (2015), *Nabi Isa dalam al-Qur'an: sebuah Interpretasi Outsider atas al-Qur'an* (2017), *Tafsir al-Qur'an: Sebuah Pengantar* (2016), *Pengantar Studi al-Qur'an* (2016), *Paradigma, Prinsip dan Metode Penafsiran Kontekstualis atas al-Qur'an* (2015), *Filsafat Ilmu dan Logika* (2020); dan *Filsafat Agama: Perdebatan Klasik hingga Kontemporer* (dalam proses publikasi). Penulis bisa dihubungi melalui [mnurpsb@gmail.com](mailto:mnurpsb@gmail.com).





**Puji Hastuti** adalah peneliti pertama di Pusat Penelitian Kependudukan LIPI. Pendidikan terakhir adalah Sarjana Ilmu Antropologi Sosial Universitas Indonesia (2014). Pengalaman Penelitian terakhir adalah Monitoring Evaluasi KUBE di Sumenep, Madura, LDFE UI (2014), Survei Pengembangan Karir Perawat dan Migrasi Internasional P2K LIPI (2018), dan Strategi Peningkatan Pelayanan Kesehatan Ibu dan

Anak untuk Orang Asli Papua di Provinsi Papua Barat (PN Papua, 2019). Ia berkontribusi dalam tim kesehatan PN Papua 2019 untuk menghasilkan sebuah buku yang berjudul *Peningkatan Pemanfaatan Pelayanan Kesehatan Ibu dan Anak bagi Orang Asli Papua (OAP) di Provinsi Papua Barat* yang diterbitkan oleh Yayasan Obor pada 2020. Perihal korespondensi bisa melalui *e-mail* [pujisht@gmail.com](mailto:pujisht@gmail.com).

**Rusydan Fathy** lahir di Jakarta, 12 Juli 1994. Menamatkan pendidikan S1 pada Prodi Sosiologi FISIP UIN Jakarta tahun 2017. Sejak tahun 2018, Rusydan merupakan peneliti ahli pertama bidang Sosiologi Perkotaan di PMB LIPI. Beberapa penelitian yang digelutinya adalah isu-isu pembangunan dan pemberdayaan. Selain itu, Rusydan memiliki ketertarikan terhadap isu-isu seputar masyarakat marginal di perkotaan,



seperti permasalahan permukiman kumuh padat dan ekonomi informal di perkotaan. Beberapa publikasi terakhir di antaranya “Modal Sosial: Konsep, Inklusivitas dan Pemberdayaan Masyarakat” (*Jurnal Pemikiran Sosiologi* UGM Vol 6 No.1 2019); *Community Participation, Sustainable Development and Slum Settlements in Jakarta* (ICESSD Oktober 2012); *Fostering Development through Village Owned Enterprise (VEs) in Rural Area: A Comparative Study between Indonesia and China* (ICSPS November 2019). Untuk korespondensi, Rusydan dapat dihubungi melalui *e-mail* [rusydanfathy@gmail.com](mailto:rusydanfathy@gmail.com).



**Sentiela Ocktaviana** menjadi peneliti di Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya (PMB-LIPI) sejak 2011 dan menyelesaikan Program Master of Development Practice di University of Queensland, Australia, pada 2018. Sentiela aktif melakukan penelitian dan publikasi ilmiah terkait perlindungan hak kelompok rentan, seperti perempuan, pekerja sektor informal, dan anak. Beberapa publikasinya antara lain *Perempuan dan Hak*

*Asasi Manusia; Peran-Peran Perempuan Di Wilayah Konflik: Antara Korban, Penyintas, Dan Agen Perdamaian* (JMB, 2014); *Framing and Navigating Breastfeeding as A Development Issue* (JMB, 2019); dan *Perluasan Akses dan Partisipasi Jaminan Sosial Ketenagakerjaan* (Obor, 2020). Perihal korespondensi bisa melalui *e-mail* [sentiela.ocktaviana@lipi.go.id](mailto:sentiela.ocktaviana@lipi.go.id).

**Thung Ju Lan** adalah peneliti senior Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya-Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PMB-LIPI). Tahun 1998 ia memperoleh gelar Ph.D dari La Trobe University, Melbourne, Australia. Beberapa artikelnya yang sudah dipublikasikan 3 tahun terakhir adalah: (1) “Agama dan Identitas Orang Tionghoa di Indonesia”, dalam *Revolusi Tak Kunjung Selesai: Potret Indonesia Masa Kini* (2017), Kepustakaan Populer Gramedia (KPG) & IRASEC (Institut de recherche sur l’Asie du Sud-Est contemporaine); (2) “Confucius Institute at University Al Azhar, Jakarta: The unseen power of China” dalam jurnal *Wacana* (2017); (3) “Memahami Etnisitas di Perkotaan: Politik Inter-Ruang di Kota Multikultural” dalam *Jurnal Masyarakat & Budaya* (2017); (4) “Chinese Indonesians and China-Indonesia Relations: A Juxtaposition of Identity and Politics” (Orang Indonesia Keturunan Tionghoa dan Hubungan Indonesia-Tiongkok: Penjajaran Antara Identitas dan Politik) dalam *Jurnal Masyarakat Indonesia*



(2017); (5) *Indeks Kerentanan & Profil Rumah Tangga Miskin*, bersama Soewarsono, Aulia Hadi, Wasisto Raharjo Jati, Azzahra Ulya, Irene M. Nadhiroh dan Mia Amelia diterbitkan LIPI Press (2018); (6). *Iptek dan Masyarakat: Problematik Agrikultura di Indonesia* diterbitkan LIPI Press (2019); (7). *Tinjauan Kritis Ketahanan Sosial Masyarakat Miskin Perkotaan dan Perdesaan: Ruang Sosial, Kebijakan, dan Pola Kerentanan Sosial*, bersama Aulia Hadi, Soewarsono dan Wasisto Raharjo Jati, diterbitkan LIPI Press (2019). Perihal korespondensi bisa melalui *e-mail* thung\_julan@yahoo.com.

Buku ini tidak diperjualbelikan.

# NASIONALISME ALA MILENIAL SEBUAH DISRUPSI?

**G**enerasi milenial merupakan generasi masa kini yang lahir pada 1980-an hingga 2000-an. Generasi ini sangat lekat dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan sering kali diasumsikan sebagai disruptor melalui keterhubungan dengan internet. Dalam bunga rampai ini, para penulis berupaya memberikan gambaran dan menganalisis ragam ekspresi milenial di ruang publik dalam mengartikulasikan nasionalismenya.

Bunga rampai ini berisi beragam pandangan penulis tentang bagaimana generasi milenial Indonesia memaknai kembali nasionalismenya. Lingkup buku ini mencakup 12 artikel yang dapat dikelompokkan ke dalam lima topik, yaitu pendefinisian pemuda milenial; pembentukan identitas milenial; ekspresi nasionalisme milenial; pendidikan, pemuda, dan bahasa generasi milenial; serta kewargaan milenial.

Buku nasionalisme yang pernah dibuat oleh LIPI mempunyai alur dan format yang berbeda dengan buku ini karena para penulis buku ini umumnya memang generasi milenial yang cenderung memiliki keberagaman berpikir dan minat yang berbeda-beda. Dengan membaca buku ini, pembaca diharapkan mendapat pengalaman baru mengenai "nasionalisme ala milenial".

Selamat membaca.



**Diterbitkan oleh:**

LIPI Press, anggota Ikapi  
Gedung PDDI LIPI Lt. 6  
Jln. Jend. Gatot Subroto 10, Jakarta Selatan 12710  
Telp.: (021) 573 3465 | Whatsapp 0812 2228 485  
E-mail: [press@mail.lipi.go.id](mailto:press@mail.lipi.go.id)  
Website: [lipipress.lipi.go.id](http://lipipress.lipi.go.id) | [penerbit.lipi.go.id](http://penerbit.lipi.go.id)

DOI 10.14203/press.314



ISBN 978-602-496-176-3



9 786024 961763

Buku ini tidak diperjualbelikan.