

## TINJAUAN BUKU INDONESIA DI TENGAH BELANTARA DIGITAL: MERDEKA ATAU TIDAK BERDAYA?

**Yoka Pramadi**

Pusat Penelitian Masyarakat dan Budaya, LIPI  
yoka.pramadi@lipi.go.id



Judul Buku: Jagat Digital (Pembebasan dan Penguasaan)

Penulis: Agus Sudibyo

Penerbit: Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta

Tahun: 2019

Jumlah Halaman: xxii+ 466 halaman

ISBN: 978-602-481-212-6

### PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini kita sering mendapati kabar bohong atau hoaks yang muncul di lini masa media sosial kita. Menurut laporan isu hoaks dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada April 2019 tercatat sebanyak 486 hoaks teridentifikasi, 209 antara lain adalah hoaks dengan kategori politik. Hoaks dengan kategori politik adalah berupa kabar bohong yang menyerang KPU, Bawaslu, calon presiden dan calon wakil presiden, serta partai politik peserta pemilu. Hoaks jenis itu mencuat karena pada saat itu adalah momen pemilu. Sepanjang Agustus 2018 – April 2019 terkumpul laporan sebanyak 1.731 hoaks, terus meningkat pada 17 April saat gelaran pemilu berlangsung. Sebanyak 620 hoaks merupakan kategori politik, 210 hoaks merupakan kategori pemerintahan, 200 hoaks merupakan kategori kesehatan, 159 hoaks merupakan kategori fitnah, dan 113 merupakan kategori kejahatan, dan sisanya isu lainnya (detik.com)<sup>1</sup>.

1 Detik.com. <https://news.detik.com/berita/d-4532182/kominfo-identifikasi-486-hoax-sepanjang-april-2019-209-terkait-politik>. Diakses pada 30 September 2020.

Lalu kenapa penyebarannya begitu cepat dan masif? Tak bisa kita pungkiri, bahwa perkembangan teknologi dan disrupsi di era digital melaju dengan cepat layaknya kendaraan yang melaju di jalan bebas hambatan.

Asumsi pengarang buku *Jagat Digital* ini akan media sosial adalah sebagai jalan raya gratis tempat siapa pun dapat menggunakan layanan tersebut dengan bebas. Namun, di balik gratisnya layanan, tanpa kita sadari ada perangkat pengawasan (*surveillance*). Platform penyedia layanan dapat memasang “jalan raya” tersebut dengan CCTV atau kamera-kamera pengawas. Gerak-gerak pengguna layanan dan data pribadinya terekam oleh kamera-kamera pengawas tersebut.

Beberapa kalangan berpendapat bahwa *digital platform* seperti Instagram, Twitter, YouTube, Facebook, dan jenis media baru lainnya ditengarai merupakan salah satu faktor penyebab disintegrasi bangsa dan negara. Platform-platform tersebut dipersalahkan atas persebaran hoaks dan ujaran kebencian yang terjadi.

Lalu di mana posisi negara ketika *platform-platform* tersebut dipersalahkan? Apakah benar Indonesia sudah merdeka atau bebas di jagat digital ini? Penulis buku *Jagat Digital* yang kini menjadi anggota Dewan Pers ini juga sependapat dengan kalangan yang menyatakan media sosial bertanggung jawab akan hal tersebut. Seperti halnya dikatakan Sudibyo dalam bagian pendahuluan buku ini, banyak orang tidak sadar bahwa yang dipersalahkan atas kasus penyebaran hoaks hanyalah pelaku penyebar. Namun, jauh di balik itu seharusnya *platform* media sosial juga memegang tanggung jawab atas penyebaran hoaks dan ujaran kebencian.

Alih-alih hanya menyalahkan media sosial dan membuat aturan dalam memperketat kontrol terhadap media, perlu juga adanya pendekatan literasi kepada masyarakat sebagai pengguna media. Sudah saatnya ada regulasi yang mengintegrasikan literasi media baru ke dalam kurikulum pendidikan formal (Sudibyo, 2019: 439). Baik pemerintah maupun perusahaan penyedia layanan atau produk digital memiliki tanggung jawab yang sama besar dalam hal literasi media.

Media sosial tidak sepenuhnya bermotif “sosial”, alih-alih merupakan institusi bisnis yang motif utamanya adalah pemanfaatan sebagai alat sekaligus komersialisasi. *Platform* media sosial, juga mesin pencari dan *e-commerce*, merekam aktivitas digital penggunanya untuk menghasilkan data perilaku pengguna internet (Sudibyo, 2019:6).

Revolusi digital adalah istilah untuk menggambarkan suatu fase dalam sejarah perkembangan teknologi ketika terjadi peralihan dari penerapan teknologi mekanik-analog menuju penerapan teknologi elektronik-digital di hampir semua bidang (Sudibyo, 2019:206).

Pengalaman yang digambarkan oleh Sudibyo tersebut kita rasakan dalam kehidupan kita sehari-hari. Beberapa di antaranya adalah di dunia perbankan yang melayani nasabahnya dalam pengambilan bahkan penyetoran uang menggunakan mesin anjungan tunai mandiri (ATM). Di dunia industri manufaktur kita bisa melihat banyak robot industri yang menggantikan fungsi dari para pekerja manusia. Bahkan di dunia hiburan tidak luput dari revolusi digital ini, yakni peng-

gunaan *computer-generated imagery* (CGI) atau pencitraan yang dihasilkan oleh komputer untuk film dan tayangan televisi, musik elektronik, serta sistem majalah dinding elektronik. Tidak kalah pentingnya juga, yakni adanya perubahan yang besar dalam konsep pengembangan suatu hunian, sebuah kampung, atau sebuah kota yang kita kenal saat ini dengan munculnya konsep *smart house*, *smart village*, atau *smart city*. Hal-hal tersebut di atas menggambarkan bagaimana revolusi digital telah memasuki segala lini kehidupan dalam masyarakat.

Konsep penting lainnya dalam proses revolusi digital ini yakni adanya konsep *Internet of Things* (IoT). Konsep IoT ini merujuk pada satu tahap dalam perkembangan teknologi komputasi. Kecerdasan buatan (*Artificial Intelligent/AI*) perlahan-lahan menjadi tumpuan baru dalam dunia industri sehingga banyak pekerjaan yang diambil oleh AI. Sudibyo kemudian mempertanyakan, apakah Indonesia sudah mengantisipasi problem ketenagakerjaan ini?

Selain lahan pekerjaan di beberapa bidang yang telah diambil alih oleh mesin, robot atau kecerdasan buatan, permasalahan lain yang kemudian muncul adalah apakah budaya digital membunuh privasi? Perlu disadari bahwa pertanyaan-pertanyaan yang kemudian muncul berkenaan dengan kehidupan di dunia maya ini memang tampaknya akan selalu memiliki kecenderungan efek positif dan negatif. Reed (2019) mengemukakan bahwa tidak dapat menemukan hal positif mengenai dampak teknologi digital terhadap hak privasi pengguna teknologi. Menurutnya, apabila internet atau teknologi digital lainnya cukup mamru “membunuh” privasi seseorang, hal tersebut kemudian menjadi fatal dan berbahaya sehingga dengan matinya privasi, hilang juga segala hak asasi.

Sudibyo kemudian mengajak pembaca agar menyadari bahwa internet adalah alat pengintai terbesar yang pernah ditemukan dalam sejarah umat manusia. Amendemen keempat atas Konstitusi Amerika Serikat dan banyak dokumen demokrasi lainnya menjamin hak atas privasi karena tanpa hal tersebut kebebasan pribadi dan politik tidak mungkin dilakukan. Namun, dengan kecepatan perkembangan yang luar biasa, era

digital telah mengikis sebagian besar ruang privasi utama kita.

Lalu pembahasan lainnya mengarah kepada pertanyaan mengapa privasi itu menjadi penting? Itu adalah pertanyaan yang hanya ditanyakan oleh orang-orang di negara demokrasi yang menerima begitu saja. Siapa pun yang pernah hidup dalam rezim otoriter tahu bahwa privasi adalah komponen kunci dari kebebasan dan identitas pribadi. Prioritas adalah tentang pilihan, informasi apa yang disimpan hanya untuk diri kita sendiri apa yang akan dibagikan hanya dengan satu teman atau orang tua, apa yang akan dibagikan dengan lingkaran yang lebih besar dari pertemanan kita dan seterusnya hingga apa yang diketahui publik atau di tangan lembaga pemerintah. Seperti yang dikatakan sebelumnya oleh Reed (2019) bahwa siapa pun yang pernah hidup di dalam pengekangan (rezim otoriter), ketika Anda kehilangan privasi, maka Anda kehilangan sebagian besar diri Anda. Selanjutnya, serangan terhadap privasi selalu menjadi bagian dari serangan terhadap kebebasan.

Kondisi yang sudah cukup mengkhawatirkan akan mudahnya kehilangan sebuah privasi dalam hidup tidak ayal karena ada pengaruh dari perkembangan teknologi yang cukup pesat. Perkembangan teknologi komputer telah secara drastis mengubah langkah komunikasi dan informasi global. Riset dan eksperimen teknologi komputasi yang diinisiasi Howard Aiken pada 1944 memungkinkan manusia tidak hanya bisa menyimpan dan mengolah informasi secara efisien, tetapi juga bisa berkomunikasi dalam lingkup yang semakin luas dan hampir tak terbatas. Internet yang awalnya dikembangkan terbatas untuk kebutuhan militer Amerika Serikat ini menjadi bagian integral dan kehidupan masyarakat modern (Sudiby, 2019: 210). Bahkan seorang balita saja saat ini sudah terbiasa dengan gawai pintar yang terkoneksi dengan internet. Mereka terkadang selangkah lebih maju dalam menguasai gawai tersebut.

Perkembangan teknologi internet dan telepon pintar mulai memberikan banyak perubahan pada cara bermasyarakat. Bukan hanya di satu bidang, bahkan hampir di segala bidang dan lini kehidupan kita. Seperti yang sudah dijelaskan di

awal bahwa mesin, robot dan kecerdasan buatan telah menggantikan sebagian besar pekerjaan yang dilakukan oleh manusia. Pada gilirannya perubahan ini juga mempengaruhi referensi masyarakat terhadap media, terlebih lagi media sosial yang semakin hari semakin digandrungi banyak orang. Bahkan bukan hanya satu atau dua saja platform yang ada, tetapi semakin banyak jenis media sosial yang telah hadir di kehidupan masyarakat. Namun, Sudiby (2019, 211) menekankan bahwa kehadiran beraneka ragamnya media sosial perlu ditinjau kembali karena terdapat potensi yang besar untuk membeberdayakan dan juga sekaligus membebaskan.

Dengan bermunculannya platform media sosial tumbuh bak jamur di musim hujan dan konektivitas antara satu gawai dan gawai lainnya, hal tersebut menuntut sebuah sarana atau fasilitas penyimpanan yang juga terbilang besar. Salah satu persoalan mendasar dalam IoT adalah proses penyimpanan data. Faktor yang memperlancar proses dalam menghubungkan begitu beragamnya perangkat guna meningkatkan efisiensi pada muaranya tergantung pada kapasitas penyimpanan dan pengolahan data sebuah perusahaan. Kemudian perusahaan yang berbasis pada penyediaan dan pemanfaatan *IoT* berkepentingan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, lalu menyimpannya untuk proses lebih lanjut. Pada titik inilah muncul inovasi berkelanjutan yang bermuara pada lahirnya sistem ke *cloud of thing* dan *big data*. Dengan sistem *cloud*, masalah penyimpanan data untuk sementara waktu dapat teratasi. Namun, hal itu malah menimbulkan masalah baru. Pengoperasian *cloud* membutuhkan energi yang besar dan penyediaan energi ini menciptakan polusi akibat pembakaran bahan bakar fosil.

Kecemasan terbesar dalam proses pengolahan data yang juga cukup besar adalah perlindungan privasi dan keamanan data pribadi. Apakah pengguna internet sudah terlindungi privasinya dan bagaimana keamanan data-data pribadi mereka di jagat digital? Mungkinkah data-data tersebut dimanfaatkan oleh pihak tertentu dengan tidak bertanggung jawab, bisa saja penyedia layanan digital kemudian mencoba mengembangkan serta memodifikasi *IoT*? Kebocoran data bisa terjadi

kapan saja dan menimpa siapa saja. Seperti halnya yang dijelaskan oleh Sudiby (2019, 215) bahwa dalam konteks inilah berbagai negara dewasa ini mencurahkan lebih banyak perhatian untuk merumuskan peraturan yang dibutuhkan untuk *IoT*, *big data*, maupun *cloud of things*.

Salah satu pembahasan yang kemudian sangat menarik untuk kita ikuti dalam buku ini, yakni mengenai pembahasan *surveillance capitalism* atau adanya kapitalisme baru yang muncul dari proses pengawasan di jagat digital. Salah satu ciri imperatif dari *surveillance capitalism* ialah membutuhkan lebih banyak data perilaku pengguna internet untuk memperoleh lebih banyak surplus perilaku dan menghasilkan lebih banyak prediksi masa depan. Maka, setiap keputusan, investasi, pengembangan, dan ekspansi yang mereka lakukan selalu bertolak dari dan berakhir pada logika tersebut. Lebih banyak layanan gratis untuk lebih banyak data gratis. Lebih banyak pengawasan untuk lebih banyak prediksi perilaku. Hal ini yang merupakan kapitalisme jenis baru (Sudiby, 2019: 242).

## GEOPOLITIK DIGITALISASI

Bab II buku ini membahas geopolitik digitalisasi yang menurut penulis adalah hal yang mendasar dari permasalahan di jagat digital. Pakar media dari Kanada, Vincent Mosco (2017), mengidentifikasi dua cara pandang terhadap jagat digital. Pertama, dia melihat ranah digital sebagai ruang publik demokratis-deliberatif. Kedua, dia melihat ranah digital sebagai objek pengelolaan dan pengendalian perusahaan digital global dan lembaga intelijen negara.

Pandangan pertama, kita menyadari akan kebebasan berpendapat (*freedom of speech*) dan juga kebebasan bertindak (*freedom of act*) dalam jagat digital batasnya terkadang tidak terlihat jelas. Walaupun kita mengetahui ada syarat dan ketentuan yang berlaku ketika kita menggunakan fasilitas sebuah platform atau penggunaan internet pada umumnya.

Pandangan kedua, adanya campur tangan yang kuat dari sisi pemerintah (badan-badan intelijen negara) ataupun pihak swasta (perusahaan pengelola layanan) dalam hal pengelolaan atau

pengawasan jagat digital. Namun, pembagian atau porsi tanggung jawab yang diemban oleh pihak-pihak tersebut terkadang sampai saat ini masih belum jelas. Menurut Sudiby (2019), masalah jagat digital adalah jagat digital ini bak hutan belantara yang menurut Sudiby (2019), jagat digital ini bak hutan belantara yang tidak benar-benar terikat pada hukum terestrial. Jagat digital adalah ruang tanpa hukum terbesar di dunia. Lalu bagaimana cara mengatur lalu lintas digital ini? Bagaimana pula menghukum para pelanggar di jagat digital yang lintas negara?

Bagi sebagian orang yang menggunakan fasilitas internet mungkin tidak mengetahui ada apa saja di belantara digital ini. Terkait hal-hal yang terlarang di dunia internet sebetulnya banyak juga material lain yang tidak tersingkap atau bisa diakses dengan mudah oleh orang awam. Mosco (2017) menjelaskan bahwa internet bukanlah keseluruhan dari jagat digital karena sebetulnya sebagian lainnya berada di suatu tempat yang dikenal dengan *Deep Web* atau *Dark Web*. Pada umumnya yang kita lihat di *browser* yang kita gunakan hanya menampilkan sebagian besar data yang bisa diakses dari mesin pencari (*search engine*) baik itu *Google*, *Yahoo*, *Bing*, atau mesin pencari lainnya. Faktanya *Deep Web* memelihara *database* yang tidak dapat dijangkau oleh mesin pencari standar, tetapi memerlukan perangkat lunak yang disediakan oleh manajernya.

Fakta tersebut di atas memang tidak banyak diketahui orang. Namun, yang pasti masyarakat modern saat ini sudah banyak yang menyadari bahwa internet adalah lahan bisnis untuk sebagian besar orang. Hal paling sering kita dapati adalah penggunaan internet untuk berjualan secara daring baik yang sifatnya individual atau bahkan yang korporasi. Memang awal mula diciptakan internet pun tak lepas dari kepentingan bisnis. Dalam buku ini dijelaskan bahwa internet diibaratkan sebagai proyek bersama negara dan pebisnis. Awal mula ditemukan dan dikembangkannya internet dikarenakan adanya pendanaan besar-besaran oleh pemerintah Amerika Serikat pada akhir 1960-an untuk riset dan pengembangan teknologi komputasi.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan internet dan teknologi komputasi ini menyebar ke

seluruh negeri di dunia. Bahkan saat ini hampir semua negara sudah terkoneksi dengan internet. Walaupun ternyata ada juga negara yang membatasi koneksi internetnya seperti di Korea Utara atau bahkan di Suriah akses internet diputus oleh pemerintahnya<sup>2</sup>. Selain itu perbedaan kecepatan internet juga bervariasi dari satu negara dengan negara yang lain. Ada negara yang memiliki koneksi internet yang super cepat ada juga yang sangat lambat. Sebuah laporan penelitian yang diterbitkan oleh *WebsiteToolTester* menyebutkan bahwa Taiwan, Singapura, dan Jersey merupakan negara-negara dengan internet paling cepat. Sementara itu, Indonesia berada di posisi ke 92<sup>3</sup>.

Terlepas dari persoalan konektivitas yang muncul atas kehadiran internet ini, isu perdagangan (ekonomi) juga politik mencuat ke permukaan. Terciumnya “bau” monopoli atau istilah di buku ini dalam pembahasannya yaitu geopolitik digitalisasi sangat penting sekali untuk dibahas. Dominasi Amerika Serikat (AS) dalam jagat digital sangat terlihat jelas. Rival terbesar AS adalah Cina yang sejak dulu selalu bersaing di bidang perdagangan juga berjibaku dalam menghadapi dominasi AS. Pemerintah Cina menegaskan perdagangan dan kerja sama internasional berbasis internet harus berdasarkan prinsip kesetaraan, saling menghormati, saling menolong, dan saling menguntungkan sehingga semua pihak harus menahan diri menggunakan kebebasan jaringan (*freedom network*) secara serampangan untuk mencari kekuasaan jaringan (*network hegemony*). Pembahasan ekonomi inilah yang kemudian dibahas di beberapa bab selanjutnya dalam buku ini.

Lebih lanjut lagi, Mosco (2017) melihat bahwa *The Next Internet* bisa menjadi alat untuk memperluas demokrasi, memberdayakan orang di seluruh dunia, menyediakan lebih banyak kebutuhan hidup, dan memajukan kesetaraan sosial. Namun sebaliknya, sekarang ini pada praktiknya lebih digunakan terutama untuk memperbesar komodifikasi dan militerisasi dunia. Tren ini

tidak bisa dihindari, tetapi intervensi politik dan kebijakan bersama diperlukan untuk membalik-kannya. Memahami dunia digital, dan terutama transisi ke *The Next Internet*, membutuhkan lebih dari sekadar penjelasan teknologi. Ini juga membutuhkan perspektif atau cara untuk memikirkan pergolakan sosial saat ini. Detail spesifik penting, tetapi begitu juga cara melihatnya.

## EKONOMI DIGITAL

Setelah pembahasan geopolitik digitalisasi, tiga bab selanjutnya dalam buku ini sebetulnya membahas dari segi keuntungan ekonomi yang diperoleh dalam jagat digital. Belajar dari beberapa kasus yang terjadi di Inggris terkait periklanan digital, faktanya adalah terjadinya kemerosotan daya hidup industri pers seiring dengan perubahan dan kontestasi yang menjadi tren globalisasi. Pengalaman Inggris menghadapi perubahan dramatis dalam jagat periklanan sangat relevan untuk konteks Indonesia saat ini.

Faktanya memang terjadi praktik monopoli rantai periklanan digital yang didominasi perusahaan raksasa digital Amerika Serikat, seperti Google dan Facebook. *Platform* mesin pencari, media sosial, dan situs *e-commerce* berhasil menguasai pangsa pasar terbesar dalam periklanan global. Keberadaan dan operasi bisnis mereka ibarat tsunami yang menggulung daya hidup media massa konvensional. Episentrum dunia media kemudian secara sentralistik adalah Google, Facebook, dan Amazon sebagai penyedia platform media baru.

Facebook, Google, dan Amazon memperoleh keuntungan dari aktivitas *log-in* para pengguna atas berbagai layanan yang mereka sediakan. Setiap aktivitas *log-in* menghasilkan data pengguna. Data ini memungkinkan perusahaan platform mengidentifikasi pengguna berdasarkan data registrasi secara lintas perangkat dan *browser*. Facebook, Google, dan Amazon juga mendapatkan keuntungan dari volume jangkauan pengguna yang besar serta data pengguna yang terperinci pada berbagai kategori (Sudibyo, 2019).

Seperti yang telah dipaparkan di atas bahwa perusahaan Amerika Serikat yang menguasai pasar iklan digital di Inggris adalah Google, Facebook dan Amazon yang dikenal dengan trilogi GFA.

2 <https://techno.okezone.com/read/2017/03/16/207/1644534/ini-tempat-tanpa-akses-internet>. Diakses pada 19 Oktober 2020.

3 <https://tekno.tempo.co/read/1311367/ini-negara-dengan-internet-tercepat-di-dunia-posisi-indonesia/full&view=ok>. Diakses pada 19 Oktober 2020.

Lalu bagaimana dengan Indonesia harus menyikapi dari kasus Inggris tersebut? Pada prinsipnya, trilogi GFA mungkin tidak sepenuhnya berlaku di Indonesia. Karena kalau kita perhatikan Amazon kurang terlalu diminati layanannya di Indonesia. Namun, memang dua raksasa lainnya, yaitu Google dan Facebook, masih merajai jagat digital di Indonesia. Fakta inilah yang mungkin harus menjadi perhatian pemerintah, perusahaan layanan digital, dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Kita tidak harus menolak layanan dari dua perusahaan raksasa Amerika tersebut, tetapi kita bisa mengarahkannya untuk menjadi penggerak dan cambuk bagi perusahaan layanan digital di Indonesia untuk bersaing.

Menteri Komunikasi dan Informatika RI (2019), Rudiantara, menjelaskan dalam pengantarnya di buku ini bahwa pertumbuhan ekonomi digital Indonesia merupakan yang tertinggi di kawasan ASEAN. Ekosistem dan regulasi digital di Indonesia juga dipandang dunia sebagai yang sangat kondusif bagi pertumbuhan *start-up*, *unicorn*, dan *decacorn*. Populasi pengguna internet kita saat ini juga salah satu yang terbesar di dunia, 171 juta pengguna atau 65 persen total populasi<sup>4</sup>.

Senada dengan Rudiantara, *update* terakhir di 2020 diketahui bahwa sektor ekonomi digital Indonesia diprediksi akan terus berkembang dalam beberapa tahun ke depan. Bahkan, pada tahun 2025, ekonomi digital Indonesia disebut akan terus meroket hingga angka ratusan miliar dolar Amerika. Prediksi tersebut diungkapkan oleh Presiden RI Joko Widodo dalam acara *Digital Economy Summit* yang digelar Microsoft pada 27 Februari 2020, di kawasan SCBD Jakarta. Bahkan menurutnya, ekonomi digital Indonesia saat ini adalah yang terbesar di ASEAN.

Menurut Jokowi, saat ini Indonesia merupakan negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, dengan pertumbuhan yang paling cepat. Pada tahun 2025, Indonesia akan memiliki sebesar 133 miliar dolar AS. Pada tahun 2015, Jokowi menjelaskan bahwa nilai ekonomi digital Indonesia tercatat berada pada angka 8 miliar dolar AS. Angka tersebut kemudian me-

4 Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/20/14090017/penetrasi-internet-di-indonesia-capai-64-persen>. Diakses pada 19 Oktober 2020.

ningkat secara drastis hingga 40 miliar dolar AS pada tahun 2019.

“Indonesia juga tercatat memiliki ekosistem *startup* yang paling aktif di Asia Tenggara, nomor 5 di dunia setelah Amerika, India, Inggris, dan Kanada,” ungkap Jokowi. Adapun jumlah *startup* di Indonesia saat ini, menurut Jokowi, tercatat mencapai 2.193 *startup*, di mana 1 *startup* berstatus *decacorn* (Gojek) dan 4 *startup* lainnya berstatus *unicorn* (*Tokopedia*, *Bukalapak*, *Traveloka*, *Ovo*) (Kompas.com)<sup>5</sup>.

Dari informasi di atas, kita bisa berharap bahwa Indonesia memiliki posisi tawar dalam menghadapi persaingan jagat digital.

Permasalahan lainnya di Inggris yang juga kemudian secara kontekstual bisa menjadi pelajaran bagi Indonesia yakni hubungan timpang penerbit dan perusahaan *platform*. Banyak media jurnalistik yang mengikuti tren penyajian informasi yang instan, patah-patah, dan terlalu ekspresif layaknya media sosial (Facebook, Youtube, Twitter). Seharusnya media jurnalistik menjadi pembeda dalam penyebaran informasi atau berita. Fenomena seperti ini bisa kita lihat di beberapa media massa daring yang mengedepankan kecepatan dan tren semata tanpa memerhatikan kualitas isi berita. Bahkan saat ini kita mengenal apa yang disebut *clickbait* di media massa daring.

Metode *clickbait* ini digunakan media daring dengan cara memberikan judul yang bombastis serta berisikan informasi yang terkadang tidak utuh. Hal inilah yang menimbulkan rasa penasaran para pembaca sehingga kemudian melakukan klik tautan berita tersebut.

Judul *clickbait* dibuat agar terlihat menarik dengan menggunakan jenis konten dan format tertentu seperti *superlative* (kata sifat dan kata keterangan), kutipan, seru, penggunaan huruf besar, mengajukan pertanyaan, dll. Selain itu, judulnya sering kali menyesatkan dan menjanjikan substansi yang tidak tercermin dari konten halaman tujuan (*landing page*) (Biyani, et. al., 2016).

5 Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/27/18010097/jokowi--ekonomi-digital-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>. Diakses pada 12 Agustus 2020.

Dari beberapa definisi di atas, kita kemudian paham bahwa tujuan media daring menggunakan *clickbait* yaitu untuk menarik perhatian awal para pembaca agar mau melakukan klik terhadap tautan konten media yang ada dengan tujuan *monetize* (menghasilkan uang). Kontrol lembaga penyiaran, seperti Komite Penyiaran Publik (KPI) akan menjadi sangat penting jika dihadapkan pada situasi seperti ini. Namun sebetulnya, masyarakat Indonesia sudah mulai menyadari fenomena ini dan bahkan tidak sedikit yang ikut mengkritisi juga melaporkan hal seperti ini. Artinya, masyarakat sudah cukup bijak dan cerdas dalam memilah informasi. Walaupun pada satu sisi terkadang gelombang informasi hoaks atau ujaran kebencian yang besar akan selalu datang menghantam masyarakat Indonesia. Inilah tantangan terbesarnya bagi perusahaan media (jurnalistik) dalam mengimbangi hal tersebut.

## HEGEMONI DIGITAL NEGERI PAMAN SAM

Konsep globalisme unilateral dalam tata kelola internet global yang disampaikan oleh Milton Mueller dalam Sudiby (2019) adalah kondisi ketika internet telah menjadi realitas global. Lebih dari separuh penghuni bumi telah menggunakannya. Pengaruh yang dibawa internet secara cepat merembes ke seluruh bidang kehidupan dan menciptakan perubahan serius dan dramatis. Namun, hal yang menjadi masalah yaitu globalisasi internet secara unilateral ini hanya dikendalikan oleh satu negara saja yaitu Amerika Serikat.

Salah satu realitas global lainnya setelah internet hadir di muka bumi yakni berkembangnya periklanan digital. Kekuatan yang secara oligopolistis menguasai komputerisasi dan digitalisasi global adalah Apple, Google, Microsoft, Amazon, dan Facebook. Keberadaan perusahaan raksasa digital tersebut menjadikan batas-batas antara media lama dan media baru menjadi kabur, sama halnya dengan batas antara media konvensional dan alternatif (Sudiby, 2019).

Di Inggris, seperti yang disampaikan pada Bab sebelumnya di dalam buku ini, memang menjadi tidak berdaya dengan dominasi perusahaan digital raksasa tersebut. Namun, situasi ini agak berbeda kondisinya dengan Indonesia.

Penguasaan perusahaan raksasa digital Amerika memang cukup menonjol dalam periklanan digital, tetapi belanja iklan digital Indonesia tidak terlalu besar dibandingkan dengan Inggris. Walaupun porsi belanja iklan per tahun di Indonesia cukup besar, yakni sekitar Rp40,7 triliun di 2018, namun belanja iklan digital Indonesia baru menyentuh 6% dari total tersebut atau sekitar Rp2,4 triliun. Tuntutan pemerintah yang juga begitu gencar dilayangkan kepada perusahaan digital terkait pajak, pada akhirnya menimbulkan perubahan positif terkait perilaku perusahaan digital tersebut. Perusahaan raksasa mesin pencarian, yakni Google pada akhirnya bersedia membayar pajak di Indonesia. Berita ini merupakan kabar membanggakan bagi Indonesia tepat pada Juni 2017. Keberhasilan dalam membujuk Google untuk mau membayar pajak memang patut untuk diapresiasi. Langkah ini merupakan tonggak penting dalam hal kedaulatan fiskal juga dalam kedaulatan digital Indonesia pada porsi yang semestinya.

Kabar terbaru lainnya adalah Google sudah memiliki server di Indonesia. Pada Juni 2020, Google akhirnya resmi mengoperasikan layanan *Cloud* pertamanya di Indonesia. Kota Jakarta dipilih sebagai region pertama di Indonesia untuk pengoperasian Google Cloud Platform (GCP) serta merupakan lokasi kesembilan di Asia Pasifik untuk GCP.

Sebagai yang dikatakan Megawaty Khie, kehadiran *Cloud Region* di Indonesia diharapkan akan berdampak positif bagi perekonomian Indonesia. “Salah satunya, kami menyediakan hampir 350.000 lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat Indonesia,” (Kompas.com)<sup>6</sup>.

Kedua berita tersebut sebetulnya menandakan sebuah kemajuan bagi Indonesia dalam menunjukkan kedaulatan digitalnya. Walaupun masih belum dikatakan merdeka sepenuhnya, setidaknya masih berdaya dalam mempertahankan posisinya di belantara digital.

Hal menarik lainnya dari buku ini yakni Bab X yang membahas “Pemilu, Media Sosial, dan

6 Kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2020/03/04/18054197/server-cloud-google-di-indonesia-bakal-ditempatkan-di-3-zona>. Diakses pada 30 September 2020.







gagasan literasi diperluas sehingga mencakup hal-hal seperti literasi visual (kemampuan untuk memproses gambar dua dimensi datar atau dunia tiga dimensi), literasi cerita (kemampuan untuk mengikuti plot di televisi dan film), dan melek komputer (kemampuan untuk merekam pesan sendiri, mengirimkannya kepada orang lain secara elektronik, mencari pesan, dan memproses makna dari layar elektronik).

Lain halnya dengan Perdew (2017) mendefinisikan literasi media digital adalah kemampuan menggunakan teknologi informasi untuk memperoleh, mengevaluasi, dan mengomunikasikan temuan. Hal tersebut juga termasuk keterampilan teknis seperti kemampuan untuk menggunakan beragam teknologi digital, menentukan alat digital mana yang terbaik untuk tugas tertentu, dan memutuskan cara terbaik untuk membagikan informasi. Senada dengan hal tersebut, literasi digital merupakan kemampuan untuk secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan segala bentuk komunikasi yang dimediasi. Hal ini berbeda dengan literasi informasi yang melibatkan fokus pada informasi itu sendiri — bagaimana informasi itu diperoleh, dievaluasi, dan digunakan ketika diambil dari sumber cetak, digital, atau jenis lain.

Tiga pilar bangunan literasi media adalah keterampilan, struktur pengetahuan, dan lokus pribadi. Kombinasi ketiganya diperlukan untuk membangun kumpulan perspektif masyarakat yang lebih luas tentang media. Keterampilan adalah alat yang digunakan untuk membangun struktur pengetahuan. Struktur pengetahuan adalah organisasi dari apa yang telah kita pelajari, sedangkan lokus pribadi memberikan energi dan arahan mental (Potter 2016).

Menurut Baran (2014), keterampilan literasi media adalah kemampuan untuk secara efektif dan efisien memahami dan menggunakan segala bentuk komunikasi yang dimediasi. Karakteristik lain dalam tulisan tentang literasi media adalah fokus pada media massa sebagai sesuatu yang merugikan, yaitu pesan media massa membuat orang menghadapi risiko dari efek yang berbahaya (Potter, 2019). Kita sering sekali mendapati tayangan, berita, atau informasi kejahatan, kekerasan, dan hal buruk lainnya yang beredar

di media massa atau mungkin sekarang sedang tren di media sosial. Langkah pertama dalam literasi media membutuhkan pengakuan bahwa kita dihadapkan pada banyak pesan setiap hari melalui media dan bahwa pesan-pesan tersebut dapat memengaruhi sikap, nilai, dan perilaku kita. Lalu bagaimana seharusnya kita menghadapi hal-hal negatif seperti ini agar tidak berpengaruh negatif juga terhadap diri kita?

Kuncinya adalah pada peningkatan keterampilan media. Literasi media adalah keterampilan yang dianggap remeh, tetapi seperti semua keterampilan lainnya bahwa keterampilan dapat ditingkatkan. Baran (2014) mengemukakan bahwa apabila mempertimbangkan betapa pentingnya media massa dalam menciptakan dan memelihara budaya yang membantu di kehidupan, itu adalah keterampilan yang harus ditingkatkan. Hal lainnya yang perlu diperhatikan menurut Silverblatt et al. (2014) adalah salah satu prinsip literasi media melibatkan nilai tentang diet media yang seimbang, di mana audiens menggunakan media dalam kombinasi untuk memanfaatkan atribut khas masing-masing media. Dengan kata lain, kita sebagai penonton, pendengar, atau pemilik akun media sosial (*media user*) harus bisa memilah-milah mana konten yang baik untuk kita konsumsi setiap hari.

## PENUTUP

Perubahan sosial di era digital bisa kita lihat dalam kehidupan keseharian, mulai dari derasnya arus informasi yang beredar di media sosial, pemanfaatan mesin pencari, serta pada situs jual beli secara daring. Perubahan atau transformasi ini kemudian muncul ke permukaan sebagai sebuah teka-teki yang perlu disusun dengan penuh kehati-hatian dan ketelatenan. Sudibyo menyatakan secara tegas pada judul bukunya bahwa kehadiran jagat digital menawarkan pembebasan juga secara laten mengarahkan pada penguasaan. Jagat digital menyuguhkan harapan akan deliberasi juga menunjukkan begitu besar dan kuatnya penekanan terhadap pemanfaatan sebagai alat yang serba bisa. Dalam beberapa hal Sudibyo sepertinya memang banyak mengambil inti sari dari pemikiran Mosco (2017). Oleh karenanya, penulis menyarankan pembaca buku ini juga

bisa menikmati alur pikir yang digagas Vincent Mosco dalam bukunya *Becoming Digital: Toward a Post-Internet Society* yang diterbitkan oleh *Emerald Publishing Limited* di 2017. Buku ini membahas secara mendalam bagaimana masyarakat pasca internet dan kemudian menjadi masyarakat digital. Hal yang menariknya yakni konsep *The Next Internet* serta pembahasan terkait politik, ekonomi politik dan kekuasaan. Serta bagaimana Mosco menghubungkan ekonomi politik dengan budaya pada setiap tingkat perkembangannya.

Namun, dari semua hal tersebut, jagat digital memang menciptakan berbagai peluang yang cukup menjanjikan dalam bidang ekonomi kreatif. Sayangnya, pergerakan ekonomi ini juga ikut menciptakan sebuah struktur kapitalisme baru, yaitu kondisi adanya pemusatan surplus ekonomi digital global hanya pada sebagian kecil perusahaan besar yang berasal dari beberapa negara atau lebih tepatnya segelintir negara saja, salah satunya negeri Paman Sam.

Hal lain yang kemudian penting untuk diungkapkan yaitu perspektif kritis yang sangat ditonjolkan oleh Sudibyo dalam memandang sebuah fenomena digitalisasi di saat yang lain bersikap positivistik ketika melihat fenomena ini. Dibutuhkan investigasi lanjutan atas dimensi-dimensi “anti-demokrasi” kaitannya dengan isu digitalisasi. Beberapa kalangan sudah terlanjur mengaitkan isu digitalisasi ini dengan istilah demokratisasi. Namun, masyarakat juga sangat membutuhkan keseimbangan perspektif dalam memandang transformasi digital. Saat ini masyarakat tak pelak menghindari gerak digitalisasi di era *Internet of Things* (IoT). Idealnya memang transformasi digital ini perlu dikaji dari perspektif positivistik maupun perspektif kritis. Adanya pemikiran bahwa integrasi sebuah negara masuk dalam lanskap informasi global memungkinkan untuk bisa membawa pengaruh positif, tetapi juga bisa sekaligus membawa dampak negatif bahkan destruktif.

Oleh karena itu, buku *Jagat Digital* ini berusaha memberikan sumbangan pemikiran yang menurut saya sangat berarti dalam konteks pembelajaran bagi Indonesia. Ketika tidak banyak buku yang menawarkan pembahasan yang komprehensif akan sebuah fenomena digitalisasi,

buku ini dianggap mampu menstimulus diskursus yang bersifat kritis terhadapnya. Buku ini berisi kritik yang argumentatif dan konstruktif terkait dengan lanskap digitalisasi global. Sony Subrata dalam pengantarnya mengatakan bahwa buku ini memelopori kajian kritis terhadap tren digitalisasi di Indonesia. Sependapat dengan pengakuan penulis bahwa buku ini merupakan buku berbahasa Indonesia pertama yang menelaah dimensi-dimensi ekonomi-politik digitalisasi, sekaligus memelopori kajian kritis terhadap aspek psikologi, psikologi massa, epistemologi dari munculnya media-media baru yang dewasa ini semakin mendominasi kehidupan publik.

Penulis buku ini mencoba membantah klaim-klaim yang selama ini begitu lekat dengan media sosial, mesin pencari, atau situs jual beli daring. Selain menghadirkan berbagai macam kemudahan dan segala manfaatnya, digitalisasi juga memunculkan permasalahan-permasalahan pelik. Dalam buku ini dibedah fakta bahwa media sosial bukan hanya sarana interaksi sosial semata, tetapi juga sebagai sarana komodifikasi, komersialisasi, bahkan sarana *surveillance*. Ditegaskan pula bahwa tidak ada yang benar-benar gratis di jagat digital. Apa pun layanan digitalnya yang dinikmati oleh pengguna internet selama ini baik itu laman mesin pencari (Google, Yahoo, Bing, dan lain-lain), surat elektronik (surel), media sosial, aplikasi pesan, dan yang lainnya harus rela kita tukarkan dengan data pribadi kita secara gratis. Masalah privasi dan keamanan data pengguna internet inilah yang perlu segera diatasi dan begitu gamblang dibahas dalam buku ini.

Pembahasan Sudibyo terkait munculnya permasalahan pengawasan yang berujung pada pemanfaatan data sehingga dibuat satu bab tersendiri yakni *Surveillance Capitalism* memang tidak luput dari pemikiran Shoshana Zuboff, seorang professor dari Harvard Business School yang juga seorang psikolog sosial. Dengan bukunya yang berjudul *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* yang diterbitkan oleh *PublicAffairs* pada 2019, ini akan menjadi bahan bacaan lain dan memberikan pemahaman yang mendalam terkait kapitalisme pengawasan. Zuboff menafsirkan kembali kapitalisme kontemporer

melalui prisma revolusi digital, menghasilkan sebuah buku penuh ambisi dan pengetahuan yang sangat besar. Zuboff adalah salah satu pemikir yang cukup kritis dalam membahas kebangkitan digital. Oleh karena itu, buku ini direkomendasikan untuk dibaca sebagai pendamping buku *jagat digital*.

*Platform* media sosial maupun mesin pencari sampai dengan saat ini telah banyak memberikan terobosan-terobosan dalam hal efektivitas pekerjaan bidang jurnalistik atau dalam hal penyebaran informasi (berita). Selain itu juga memberikan tantangan bagi para pelaku usaha media massa, baik konvensional maupun media daring pada iklim usaha yang bersaing secara kurang sehat dan tidak baik. Namun, di lain sisi media sosial berhasil menghasilkan sebuah peningkatan dalam kualitas kebebasan berpendapat dan dalam kebebasan berekspresi. Selain itu, tanpa disadari kehadirannya telah melahirkan sebuah kebiasaan baru di berbagai negara, yakni lahirnya kejahatan elektoral adalah sebuah kejahatan yang berbasis pemanfaatan media sosial dengan cara merusak kualitas demokrasi serta memecah-belah masyarakat.

Setelah secara komprehensif membahas berbagai macam permasalahan yang berkembang dalam proses transformasi digital, pada bagian akhir Sudibyo juga mencoba mengusulkan beberapa langkah yang perlu diambil oleh negara (pemerintah, perusahaan media, maupun masyarakat). Upaya tersebut perlu dilakukan dalam rangka mengantisipasi integrasi Indonesia ke dalam sebuah ekosistem informasi global. Langkah antisipatif sangat dibutuhkan supaya Indonesia bisa mendapatkan manfaat sebesar-besarnya serta dapat menghindari dampak lain yang mungkin muncul dengan lebih sigap. Sudibyo mengemukakan solusi dalam mempersiapkan tantangan tersebut, yaitu dengan mengintegrasikan literasi media ke dalam kurikulum. Namun, dalam buku ini tidak dibahas terlalu mendalam akan seperti apa bentuk kurikulumnya dan diterapkan pada institusi apa saja. Penulis menyarankan agar para pembaca buku ini juga bisa membaca karya James Potter yang berjudul *Media Literasi* edisi kesembilan yang diterbitkan pada 2019 oleh *Sage Publication*. Dengan membaca buku ini diharap-

kan pemahaman akan literasi media bisa kita dapatkan lebih baik lagi.

Terakhir, memang perlu adanya penegasan dalam mengambil langkah-langkah antisipatif tersebut. Indonesia harus sebisa mungkin tidak mereduksi atau menghapuskan sisi-sisi konstruktif-deliberatif dari digitalisasi. Indonesia juga harus segera melakukan penanggulangan dampak-dampak negatif yang timbul atas proses digitalisasi, dengan tidak menafikan bahwa tetap ada kontribusi positif terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat dalam berbangsa dan bernegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J. (2014). *Introduction to mass communication: Media literacy and culture (Eight)*. Mc Graw Hill.
- Biyani, P., Tsioutsoulouklis, K., & Blackmer, J. (2016). 8 amazing secrets for getting more clicks: Detecting clickbaits in news streams using article informality. *Proceedings of the Thirtieth AAAI Conference on Artificial Intelligence (AAAI-16)*, 94–100.
- Clinton, B. (2020). *Jokowi: Ekonomi digital Indonesia terbesar di Asia Tenggara*. Diakses pada 12 Agustus 2020 dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/27/18010097/jokowi--ekonomi-digital-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>. Hill.
- Lyon, D. (2007). National ID cards: Crime-control, citizenship and social sorting. *Policing: A Journal of Policy and Practice*, 1(1), 111-118., <https://doi.org/10.1093/police/pam015>
- Maharani, T. (2019). *Kominfo identifikasi 486 hoax sepanjang April 2019*, 209 terkait politik. Diakses pada 30 September 2020 dari <https://news.detik.com/berita/d-4532182/kominfo-identifikasi-486-hoax-sepanjang-april-2019-209-terkait-politik>.
- Mosco, V. (2017). *Becoming digital: Toward a post-internet society*. Emerald Publishing Limited.
- Perdew, L. (2017). *Information literacy in the digital age*. E. D. Schneider (Ed.). Abdo Publishing.
- Pertiwi, W. K. (2020). *Kasus kebocoran data di Indonesia dan nasib UU perlindungan data pribadi*. Diakses pada 27 Agustus 2020 dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/05/05/19080067/kasus-kebocoran-data-di-indonesia-dan-nasib-uu-perlindungan-data-pribadi?page=2>.

- Potter, W. J. (2019). *Media literacy (Ninth)*. Sage Publication.
- Pratama, K. R. (2020). *Server cloud Google di Indonesia bakal ditempatkan di 3 zona*. Diakses pada 30 September 2020 dari <https://tekno.kompas.com/read/2020/03/04/18054197/server-cloud-google-di-indonesia-bakal-ditempatkan-di-3-zona>.
- Silverblatt, A., Smith, A., Miller, D., Smith, J., & Brown, N. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. Praeger.
- Sudibyo, A. (2019). *Jagat digital (Pembebasan dan penguasaan)*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. Mc Graw.
- Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. In *PublicAffairs*. Public Affairs.

