

## **FENOMENA GAYA HIDUP PASCAMODERN PADA KOMUNITAS KREATIF TELEMATIKA DI KOTA MALANG**

Dodot Sapto Adi <sup>1</sup>, Budi Siswanto <sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Merdeka Malang

Jalan Terusan Raya Dieng No 62-64 Malang, Jawa Timur, 65146, Indonesia

Email: [dodot.sapto@unmer.ac.id](mailto:dodot.sapto@unmer.ac.id)<sup>1</sup>, [budi.siswanto@unmer.ac.id](mailto:budi.siswanto@unmer.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Karakteristik yang menonjol dari pemikiran pascamodern terletak pada pandangan holistik mengenai realitas, relativitas kebenaran, subjektivitas, anti-rasionalitas dan hubungan sosial dalam kebersamaan. Kenyataannya bukan hanya perspektif tunggal yang dapat mempengaruhi perilaku mayoritas masyarakat, namun terletak pada semua faktor sosial budaya yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat, dan selanjutnya dapat tumbuh menjadi gaya hidup masyarakat kota. Komunitas kreatif telematika kota Malang, telah menampilkan perannya melalui perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Identitas komunitas kreatif, telah direpresentasikan sebagai gaya hidup melalui bentuk konsep diri, status sosial dan harapan pribadi. Gaya hidup tersebut, diperkuat dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Studi ini berupaya menjelaskan gaya hidup pascamodern yang dimunculkan, dikembangkan dan dipelihara dalam lingkungan komunal. Dengan pendekatan kualitatif, didukung metode fenomenologi yang mengandalkan observasi dan wawancara mendalam, telah dapat menghimpun berbagai informasi kepada 11 informan. Hasil studi ini telah menemukan, bahwa terdapat satu kondisi yang mengarah pada semakin menguatnya inovatif-artistik, yaitu tumbuh seiring dengan ambisi komunitas untuk mendapatkan pengakuan internasional, dengan sedikit mengabaikan dampak keuntungan dari sisi ekonomi. Hal ini selayaknya gerakan sosial yang mengupayakan terbentuknya identitas baru, melalui proses adopsi secara kolektif terhadap nilai-nilai baru, dan kemudian diadaptasikan pada kehidupan internal komunitas.

Kata kunci: *gaya hidup pascamodern, komunitas kreatif telematika, identitas budaya*

## **FORMATION PHENOMENON OF POSTMODERN LIFESTYLE AT MALANG TELEMATICS CREATIVE COMMUNITY MEMBERS**

### **Abstract**

The salient features of postmodern thought are holistic view of reality, truth relativity, subjectivity and anti-rationality and social relationship. Not only those perspectives have influenced behavior of the majority of society but have deeply rooted in their lives. They have become people's lifestyle. Creative telematics community at Malang city have done so which is best demonstrated in their way of behaving and doing their daily activities. Their identity along with self-concept, social status and personal expectations are representation of their lifestyle. Those lifestyle has then increasingly strengthened with rapid development of information and communication technology. The paper makes every effort to explicate how those postmodern lifestyle emerge, develop and maintain in the their communal setting. Employing qualitative approach along with phenomenological method in which observation and in-depth interview with 11 informant as means of collecting the data, the research found that their ambitious artistic innovative craftsmanship show that they did so for gaining international recognition without regarding economic advantage. This lifestyle have then created a new communal identity which then have impacted their internal social livelihood. The new values emerged are then being adopted

collectively to adapt to the new environment.

**Keywords:** *postmodern lifestyle, cultural identity, creative community of telematics*

## Pendahuluan

Fenomena tumbuh berkembangnya komunitas kreatif telematika, telah berlangsung satu dasawarsa ini ikut mewarnai kota Malang menuju *Creative City*. Dengan memiliki sumberdaya insani yang mandiri, semakin mampu berkontribusi bagi kesejahteraan lingkungan sosialnya melalui program pemberdayaan, yaitu memprioritaskan modal intelektual untuk meningkatkan inovasi pada bidang kegiatan yang ditekuninya. Kehadiran komunitas ini, merupakan respons terhadap upaya penggiatan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, dan memposisikan secara strategis wirausaha di bidang industri telematika menjadi penyangga utama. Tumbuh dan berkembangnya komunitas kreatif telematika, kenyataannya juga membentuk gaya hidup, identitas sosial, dan karakteristik baru. Inilah urgensi dari sebuah perubahan sosial terintegrasi, bahwa proses terbentuknya masyarakat baru akan selalu diikuti munculnya identitas kebudayaan baru, dan pertumbuhannya ditopang selaras kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (Adi, 2017-a).

Globalisasi dengan perubahan identitas kultural sudah bergerak secara berkesinambungan melampaui seperempat abad ini, dengan ditandai meningkatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang serba digital, juga mudah diserap secara instan oleh masyarakat. Perubahan masyarakat dalam konteks global memiliki kecenderungan menghindari keragaman budaya, namun sebaliknya membentuk masyarakat homogen. Kebudayaan memiliki kekuatan tanpa batas, dan mampu untuk

menguasai budaya lain yang sangat lemah. Budaya sudah memasuki ranah industrialisasi yang ditopang kekuatan media digital, pada akhirnya memposisikan budaya barat memenangkan percaturan dengan melakukan transformasi secara mudah. Tumbuh berkembangnya norma-norma, gaya hidup, dan identitas-identitas budaya lainnya dengan tanpa sadar menggilas kebudayaan lokal tradisional yang ada. Disinilah teknologi media memberi kontribusi besar, bahkan mampu menciptakan ketergantungan (Adi, 2017-b).

Konsumerisme merupakan ciri khusus ketergantungan masyarakat pada teknologi, tentunya mempengaruhi identitas masyarakat yang terus berubah. Menderasnya budaya asing yang dianggap lebih unggul, bisa menjadi referensi proses adopsi budaya untuk memposisikan individu menjadi bagian masyarakat modern. Apalagi pada masyarakat di pulau Jawa, sangat mudah menerima secara terbuka setiap pergerakan modernisasi. Seiring dengan itu keterbukaan informasi yang bersifat massa maupun pribadi, menjadi sebagai ambiguitas dari sisi konten yang dimunculkan oleh media. Iklim global dilandasi dengan tumbuhnya budaya baru serba media ini, memiliki ciri khas sangat bergantung pada teknologi komunikasi virtual, yaitu berpotensi besar memasuki ruang maupun waktu yang terkonvergen dalam dunia maya. Kondisi tersebut mengiringi munculnya masyarakat pascamodern, ditandai dengan kecenderungan menganut budaya baru yang memiliki rangsangan potensial sangat tinggi, dan semakin mengarah pada lahirnya budaya populer dilandasi tampilan permukaan maupun gaya yang menentukan minat masyarakat (Strinati, 2004:256-258).

Pascamodernisme merupakan realitas budaya sebagai konsekuensi dari surutnya

modernisme, dan semakin mengancam proses mengadopsi nilai-nilai dalam bentuk simbol serta makna oriijinalitasnya. Pascamodern memberikan kebebasan daya cipta, dari nilai-nilai materialisme menjadi immaterialisme yang difasilitasi teknologi informasi dan komunikasi. Proses peralihan ini menjadi resolusi atas tekanan prinsip ketunggalan, homogenitas, dan rasialisme dengan membentuk pola yang dilegitimasi menjadi institusi lokal baru, berlandaskan karakter unik yang menghasilkan kepribadian serta kualitas hidup masyarakat kota itu sendiri. Kepribadian dan kualitas hidup tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan mulai dari tempat tinggal, pergaulan, sampai dengan jangkauan internasional, dan disinilah ketergantungan terhadap teknologi semakin tinggi, sehingga berakibat pada menjamurnya berbagai macam perangkat media massa, internet, dan alat-alat komunikasi lainnya. Dampak tertinggi globalisasi informasi mengakibatkan pula perubahan gaya hidup masyarakat (Piliang, 2003: 423-425).

Mengamati berbagai tampilan melalui mediamassa maupun online, bahwa masyarakat telah memasuki atmosfer gaya hidup serba teknologi. Mempertontonkan terbentuknya identitas budaya baru dalam era pascamodern, dan didominasi budaya konsumerisme yang tidak terbendung. Kajian mengenai Ekosistem TIK di Indonesia memberi gambaran, bahwa timbul kecenderungan memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat konsumtif dari pada produktif, seperti industri penyedia layanan jaringan Alcatel-Lucent, Cisco, Samsung dan ZTE. Indonesia termasuk sebagai konsumen terbesar dunia dengan menggunakan jalur khusus impor, karena sampai saat ini belum ada yang muncul dengan kemampuan membangun sistem tata kelola produk TIK. Padahal Indonesia memiliki peluang mengembangkan

industri TIK untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri. Lemahnya responsivitas sebagai dampak kurangnya percaya diri, dan kurangnya kesadaran memiliki kesetaraan di lingkup internasional, menjadikannya sebagai faktor inferioritas membentuk identitas yang memiliki gaya hidup lebih produktif (Anandhita, 2015).

Mengamati berbagai tampilan melalui media massa maupun online, bahwa masyarakat telah memasuki atmosfer gaya hidup serba teknologi. Mempertontonkan terbentuknya identitas budaya baru dalam era pascamodern, dan didominasi budaya konsumerisme yang tidak terbendung. Kajian mengenai Ekosistem TIK di Indonesia memberi gambaran, bahwa timbul kecenderungan memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat konsumtif dari pada produktif, seperti industri penyedia layanan jaringan Alcatel-Lucent, Cisco, Samsung dan ZTE. Indonesia termasuk sebagai konsumen terbesar dunia dengan menggunakan jalur khusus impor, karena sampai saat ini belum ada yang muncul dengan kemampuan membangun sistem tata kelola produk TIK. Padahal Indonesia memiliki peluang mengembangkan industri TIK untuk mencukupi kebutuhan dalam negeri (Anandhita, 2015). Hal ini digambarkan oleh Adler mengenai kondisi serba teknologi tersebut, dapat berdampak pada pemenuhan gaya hidup masyarakat modern, dan dapat diikuti prosesnya melalui cara-cara unik mencapai tujuan hidup. Gaya hidup yang tumbuh berkembang secara nyata di dalam proses kehidupan masyarakat kota, pada dasarnya hanya menggambarkan hasil keputusan bersifat kompensasi dari ketidakmampuan mengendalikan perilaku individu. Apabila kondisi tersebut dibiarkan berlarut-larut, maka akan sangat berpotensi menimbulkan adanya tekanan psikologis

yang disebut inferioritas (Trimartati, 2014).

Mendalaminya problematika timbulnya inferioritas (rendahnya kualitas diri), yaitu sebagai akibat dari lemahnya responsivitas terhadap kemajuan teknologi, dan juga kurangnya kesadaran memiliki kesetaraan di lingkup internasional, membuat dua faktor tersebut mempengaruhi kelambatan mengubah sikap konsumen menuju gaya hidup produktif. Kondisi ini lebih tertuju pada kemampuan memberi batasan diantara alam pemikiran fiksi (dimimpikan) dan fakta (dihadapi), sehingga pola simbolik yang seharusnya menjadi kekayaan intelektual akan terhenti diantara insan produktif atau konsumtif. Adapun alasannya sebagai berikut: (1) pola perilaku simbolik produktif, akan dapat diikuti prosesnya melalui berbagai tumbuhnya kreativitas yang mengedepankan kebiasaan bekerja keras, yaitu peningkatan peran yang selaras dengan kecepatan menangkap kemajuan teknologi TIK; (2) pola perilaku simbolik konsumtif, juga dapat diikuti prosesnya melalui merapuhnya filter diri pada saat menghadapi tekanan global, sehingga bentuk-bentuk konsumen dengan mudah melahirkan popular fiction, yaitu melalui proses pencitraan yang menghiasi alam pemikiran tidak nyata. Dua pola ini membentuk kutub yang saling tarik-menarik dengan gaya gravitasinya, dan keduanya memberikan peran dinamis bagi individu dan komunitasnya dalam satu wilayah tertentu terutama perkotaan (Adi dan Siswanto, 2018).

Apabila mengaitkan gaya hidup masyarakat dengan konsentrasi pembangunan kota Malang di bidang Pendidikan, Pariwisata dan Industri, maka dapat ditemukan menguatnya pergeseran menuju masyarakat kota kreatif yang didominasi komunitas telematika. Kondisi ini juga dirasakan memiliki dampak pada pertumbuhan dan

perkembangan lembaga pendidikan secara kuantitatif. Terdapat sebanyak 33 *Vocational High School* (Sekolah Menengah Kejuruan), ditopang lebih dari 3.000 hotspot yang memiliki kepadatan sangat tinggi, dan jaringan *fiber optic* telah melayani lebih dari 25.000 pengguna. Kondisi perkembangan masyarakat semakin meyakinkan, karena juga memperhitungkan kontribusi dari 30 institusi pendidikan tinggi (Lukmandono etc., 2017). Data tersebut memiliki relevansi dengan proses perkembangan komunitas kreatif telematika di kota Malang, karena bagian terbesar dari elemen yang aktif di dalamnya adalah golongan muda akrab teknologi, dan statusnya sebagai mahasiswa atau pelajar (*intellectual community-based*). Tersedianya sumberdaya yang sangat ideal masih menemukan hambatan besar, bersumber dari daya dukung komunitas terhadap pengembangan industri telematika dari sisi rasio keterlibatannya dalam bisnis formal berbadan usaha (Adi, 2017-b).

Berdasarkan prinsip-prinsip konstruktivis, gaya hidup komunitas merupakan representasi dari perilaku anggota yang menampilkan citra diri, status sosial, dan harapan-harapannya. Semakin menjamurnya gaya hidup akan mendorong terbentuknya ikatan-ikatan (aliansi) yang dilandasi perasaan moral dan saling percaya, dan inilah alasan utama fenomena komunitas kreatif telematika dapat dikaitkan seiring perkembangan kota Malang. Komunitasnya dengan ciri khasnya masing-masing, akan terdorong menciptakan identitas budaya yang tercermin dalam membangun jaringan sosialnya, bahkan berusaha memperlihatkan aktivitas beserta hasil-hasilnya sebagai citra komunitasnya, agar dikenal atributnya melalui pemanfaatan media maya. Begitu pentingnya upaya mengungkap secara terbuka kehidupan komunitas kreatif telematika, agar dapat

menemukan faktor-faktor yang memberikan kontribusi untuk mendukung proses industrialisasi. Untuk itu fokus penelitian diarahkan pada: (1) proses terbentuknya gaya hidup anggota komunitas dari karakter pribadi menuju komunal; (2) pergeseran nilai-nilai reifikasi dari sosial menuju komersial; dan (3) adopsi inovasi-artistik secara kolegial menjadi norma terbarukan.

### Metode Penelitian

Penelitian ini bersandar pada prinsip-prinsip yang dikembangkan dalam perspektif post-positivism, dengan memandang realitas sosial sebagai satu kesatuan yang holistik-terintegratif, penuh makna, dan hubungan setiap gejala bersifat interaktif. Untuk itu langkah awal, peneliti melakukan kegiatan sistesis literasi dengan membuat analisis terhadap laporan hasil penelitian yang relevan, selanjutnya menyusun secara sistematis persiapan perjalanan penelitian lapang (*prahistoriographies*), sehingga pada akhirnya dapat disuguhkan hasil pemikiran secara lengkap. Inti dari pemahaman mengenai gaya hidup lebih menunjukkan proses terbentuknya identitas sosiokultural. Metode fenomenologi budaya tujuannya sangat jelas membangun ilmu ideografik, sedangkan penerapannya bersifat ganda. Berdasarkan pengalaman Scheler (1928) dan Creswell (1997) mengarahkan, bahwa prinsip-prinsip fenomenologi postmodern difokuskan pada penghayatan, atau pengalaman intuitif tertuju langsung pada objek, dan aktor sebagai subjek dengan menggunakan penghayatan yang aktif (Kuswarno, 2009: 15-16; Giddens, 2010: 4).

Dari sinilah dapat mengungkap pengalaman anggota maupun pihak-pihak terkait di luar komunitas, sehingga setiap identitas yang menjadi entitas dapat digali kesadaran atau persepsinya dan

intuisinya (Kuswarno, 2009:39-42). Dengan pendekatan tersebut, seluruh akan mudah dideskripsikan secara komprehensif-deduktif dengan mengingat dua hal penting antara lain: (1) fenomena yang tampak dan dapat diikuti perkembangannya (*empirical approach*); dan (2) fenomena yang masih tersimpan di benak merupakan gagasan personal. Proses ini merujuk pada transformasi yang dikembangkan oleh Husserl, berawal dari pengalaman empiris menuju makna esensi yang dinamakan *ideation*. Dengan menggunakan metode purposif, telah menetapkan 11 informan dilandasi pertimbangan antara lain: (1) posisi informan di dalam kehidupan komunitas; (2) lamanya beraktivitas menekuni bidang utama fotografi, videografi, web design dan animasi; (3) kontribusinya dalam mengembangkan komunitas; dan (4) menghimpun anggota dengan prinsip-prinsip kemitraan. Sasaran penelitian sebanyak 5 (lima) komunitas antara lain: Efrat Multimedia, Cakrawala Creative, Hexagonal Production, Minimax Production, dan Zeus Animation.

### Hasil dan Pembahasan

#### Kebijakan Industrialisasi Telematika

Sosialisasi Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor: 6 Tahun 2009 mengenai Pengembangan Ekonomi Kreatif, telah menjadi acuan penyusunan Grand Strategi Bangun Industri Nasional 2015. Sasaran yang ingin dicapai dalam penguatan industri kreatif, adalah tumbuh serta berkembangnya kegiatan ekonomi kreatif sesuai potensi dan kearifan lokal di masing-masing wilayah. Kota Malang sebagai terbesar kedua di provinsi Jawa Timur, memiliki penduduk kota yang besar pula, serta memiliki hot spot internet dan warnet yang tersebar di seluruh pelosok perbatasan kota. Fakta ini sangat mendukung berkembangnya komunitas kreatif berbasis

teknologi informasi dan komunikasi. Hal lain yang juga mendukung adanya infrastruktur beberapa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun Swasta (PTS), dan juga Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) maupun Swasta (SMKS). Adapun subsektor yang menjadi prioritas utama dengan basis TIK diantaranya adalah: (1) Video, Film dan Fotografi, (2) Layanan Komputer dan Piranti Lunak, dan (3) Televisi dan Radio. Gambaran global tersebut menjadikan kondisi ekosistem TIK menjadi faktor penting dalam pembangunan secara menyeluruh (Kemkominfo, 2015).

Arah kebijakan pemerintah tersebut, akan berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan peningkatan daya saing industri kreatif lokal, apabila melibatkan seluas-luasnya komunitas kreatif berbagai bidang. Untuk itu Kemenperin dan Kemenkominfo memperluas jangkauan inkubasi, dan pusat pengembangan industri TIK untuk memberi kesempatan pada technopreneur muda dapat berkembang dengan fasilitasi infrastruktur TIK. Demikian pula 5 industri telematika yang menjadi sasaran penelitian, telah mempelajari serta memahami kebijakan yang diterbitkan pemerintah, khususnya mengenai upaya memposisikan komunitas menjadi bagian strategis dari industri. Untuk itu dari sisi historis telah dapat diungkapkan pengalaman masing-masing, bahwa sebelum industri yang berbadan usaha berdiri pada tahun 2013 dan 2014, juga berawal dari komunitas yang menggembari teknologi telematika. Terutama komunitas yang difasilitasi oleh Efrat Multimedia dan Hexagonal Production ini, telah terbentuk sejak tahun 2010 yang pada awalnya berangkat dari komunitas kampus. Pada tahun 2013 disusul terbentuknya komunitas Cakrawala Creative, selanjutnya pada tahun 2016 terbentuk komunitas Minimax Production dan Zeus Animation

yang dipersiapkan menuju sektor formal berbadan usaha (Supanto & Fristin, 2017).

Penentuan komunitas dan informan penelitian sudah tepat, karena dapat memberikan penjelasan secara sistematis peran signifikan komunitas kreatif telematika di kota Malang. Melalui program inkubator singgah yang merupakan pola *Incubator Mediated Communication* (IMC), juga menjadi kesatuan sikap golongan industri untuk memberikan fasilitasi bagi komunitas pendukungnya. Pola tersebut memberikan manfaat ganda antara lain: (1) industri telematika akan selalu memiliki cadangan sumberdaya yang tidak terbatas untuk menopang kelangsungan produksinya; (2) berpeluang mengembangkan bisnis di bidang jasa pendidikan dan pelatihan; (3) menjadi sasaran utama program fasilitasi yang dikembangkan oleh pemerintah; dan (4) memperkuat posisi dalam lingkup pasar domestik maupun internasional. Hal ini sejalan dengan Kementerian Kominfo, Ditjen Aptika yang menentukan arah kebijakan insentif ekosistem industri dan komunitas kreatif dalam regulasi dan rencana aksi. Kemudian ditindaklanjuti melalui program yang dikembangkan oleh pemerintah tingkat provinsi dan kabupaten/kota, dengan mendirikan *workshop centre* yang ditopang menggunakan anggaran pembangunan daerah.

Fenomena pertumbuhan komunitas kreatif telematika di kota Malang, semakin memperjelas kaitan yang tidak bisa dilepaskan dengan pengembangan industrinya, dan berada dalam dua sisi mata uang yang berfungsi saling melengkapi. Untuk itu kondisi ini dapat dikategorikan sebagai pengalaman ideografik, unik dan kasuistik. Juga tergambar secara jelas konstruksi mental berdasarkan pengalaman sosial bersifat lokal dan spesifik, sangat bergantung pada

konteks situasional bersifat individu yang melingkupi kehidupan komunitas. Proses ini disebut autentisitas, dengan memunculkan rangsangan intelektual yang menjadikannya sebagai kreativitas. Dari sinilah akan menjadi sebuah realitas sosial yang dapat dimaknai secara wajar, bahwa terdapat proses pembentukan gaya hidup yang ditunjukkan sebagai identitas sosiokultural. Pergerakan komunitas kreatif telematika di kota Malang yang bertumpu pada pandangan pribadi, juga direspon melalui keselarasan kenyataan yang ada. Sedangkan secara umum munculnya berbagai macam komunitas kreatif telematika sesuai bidang masing-masing, memberikan sinyalemen semakin pentingnya posisi medium sosial, dan dikembangkan menjadi ruang publik (Littlejohn, 2009:200).

### **Pembentukan Gaya Hidup Komunitas**

Tercermin melalui pengalaman informan secara individu, bahwa perkembangan komunitas kreatif telematika di kota Malang tersebut, lebih terfokus pada gejala yang dilandasi kesadaran sosial dengan melibatkan teknologi sebagai motif utama. Tampilnya komunitas kreatif telematika diinterpretasikan sebagai komunitas akrab teknologi, dengan menggunakan berbagai perangkat secara kreatif, didukung komunikasi lisan maupun tulisan dalam tindakan interaktif. Dinamika gaya hidup komunitas ditunjukkan dengan saling berbagi pengalaman dalam berbagai karakter, dan isi retorika yang dikembangkan mengenai gagasan membangun jaringan sosial. Seiring dengan itu mengenai dinamika kreativitas, justru terbangun dalam suasana yang sangat serius dan terkonsentrasi secara optimal pada hasil karya. Dengan berbekal modal sosial dalam bentuk kebersamaan, maka semakin meningkat skala prioritasnya, dari problematika inovasi perangkat teknologi menuju pada lahirnya gerakan budaya baru. Gambaran ini sesuai dengan hasil studi

Saudah dan Adi (2018), bahwa gerakan budaya komunitas kreatif menempatkan harapan tertinggi untuk memperbaiki peradaban bisnis masa depan, melalui penguatan kapasitas individu berbasis potensi sumberdaya lokal, yaitu lebih mengedepankan pengembangan relasional dalam bentuk komunikasi sampai terbentuknya jaringan yang adaptif.

Penjelasan tersebut menjadi motif munculnya gaya hidup pascamodern yang mengarah ambigu, yaitu diantara rasional bisnis dan perilaku komunitas yang populis. Hal ini merupakan manifestasi dari realitas sosial, karena kebudayaan dibangun berlandaskan model-model fantasi, dan disalurkan melalui berbagai media elektronik. Kondisi ini tercermin melalui teknologi jaringan seperti instagram, whatsapp, facebook, dan sebagainya. Komunitas yang ditampilkan menjadi bintang-bintang, dan semuanya itu merepresentasikan figur artis yang sedang membangun citra diri personal maupun komunal, bukan sebaliknya menjadi pelaku industri profesional. Apabila pendekatan yang digunakan dapat berdampak psiko-sosial, maka semua pihak dapat merasakan perubahan realitas nyata yang ditopang fiksi atau pencitraan. Dari sinilah awal mula identitas kebudayaan pascamodernisme seolah-olah tenggelam (silent interaction), dan pada akhirnya yang tampak di permukaan hanyalah perilaku-perilaku khas yang terkonstruksi menjadi gaya hidup. Melalui gaya hidup yang disesuaikan dengan tema, citra, dan makna simbolik tertentu, maka akan ditemukan gaya hidup komunitas kreatif telematika yang menyediakan ruang sosial dalam kehidupan baru (Piliang, 2003:57).

Berdasarkan pengalaman informan selama ini, komunitas kreatif telematika di kota Malang memiliki penampilan yang berbeda berdasarkan kecepatan akses informasi.

Kondisi ini dapat dipahami secara harafiah, dengan merujuk pada konteks komunikasi yang dapat diserap sebagai pesan. Dengan cara seperti itu, komunikasi merupakan upaya untuk memelihara gaya hidup komunitas itu sendiri. Ditegaskan oleh informan, bahwa ada upaya negosiasi melalui proses komunikasi yang elegan, dipresentasikan pada forum komunitas untuk mencapai pola pikir sama. Dari sinilah proses penyeragaman terjadi secara resiprositas, karena situasi dan kondisinya senantiasa berubah. Namun masih akan terus dipertahankan sifat-sifat kolektif pada komunitas kreatif telematika, dengan menggunakan berbagai atribut selayaknya komunitas yang berupaya menjamin ketangguhan ideologinya. Keselarasan kemajuan teknologi yang memperkuat ideologi, akan selalu memberikan penawaran gengsi yang sangat tinggi, sehingga tumbuhlah persepsi dalam proses pembentukan gaya hidup pascamodern.

Para teoritikus identitas sosiokultural pascamodern, juga seringkali mencirikan gaya hidup yang saling menguntungkan (*mutual recognition*). Gaya hidup komunitas bergantung pada pengakuan pihak lain melalui interaksi sosial, karena setiap individu senantiasa mendefinisikan diri, mencari jati diri, dan selanjutnya membentuk gaya hidup. Walaupun sulit untuk digeneralisasi, tapi pemahaman dari hasil berinteraksi akan membentuk gaya hidup tertentu. Kegagalan dalam memperoleh pengakuan diri, secara otomatis akan mendorong individu menambah intensitas gerakannya. Jaringan digital efektif untuk memonitor perkembangan gaya hidup komunitas kreatif telematika, yaitu dengan upaya saling berkomunikasi atau bertukar informasi, maupun berdiskusi melalui forum *online*. Individu dipacu untuk meraih nilai positif, dan akan meningkatkan harga diri individu sebagai anggota komunitas (Turner,

2012:424-432).

### Pergeseran Menuju Reifikasi

Komunitas kreatif telematika kota Malang sebagai pengguna teknologi terbesar, tidak akan pernah terlepas dari inovasi dan belenggu nilai-nilai ekonomi yang mengikutinya. Dari sisi inovasi teknologi saja, telah diklaim menjadi komunitas pengguna tetap jaringan digital untuk mengunduh maupun menyebarluaskan informasi. Sedangkan nilai-nilai ekonomi sangat bergantung pada tingkat kebutuhan memperoleh prestasi, dan selanjutnya diselaraskan fluktuasi keuangan yang tersedia atau sedang diusahakan. Anggota komunitas ini hampir memiliki tujuan yang sama dalam aktivitasnya, namun dalam kenyataannya segala kegiatan komunitas bervariasi. Terdapat dua sisi dalam memberikan sudut pandang komunitas antara lain: (1) komunitas lebih berorientasi pada seni yang berusaha mewujudkan idealisme dalam berkarya; dan (2) lebih berorientasi pada kemanfaatan teknologi untuk mendukung aktivitas bisnis maupun sosialnya. Ini terlihat pada kegiatan yang sering dilakukan komunitas tersebut, yaitu saat mengadakan event yang bertemakan karya kreatif. Dalam kegiatan rutinitas lainnya, memiliki kesamaan dalam merespons perkembangan teknologi, biasanya digelar pada workshop center yang disediakan pemerintah maupun swasta.

Berdasarkan pengalaman informan selama terlibat mengembangkan komunitas, telah merumuskan beberapa materi yang menjadi prioritas yang menjadi faktor memperkuat eksistensi komunitas, pada umumnya menyangkut perkembangan baru teknologi dan peluang pasar bagi hasil karyanya sebagai penunjang industri lokal, sehingga dapat dideskripsikan berikut ini; (1) Perkembangan dan kemajuan perangkat keras sangat berpengaruh terhadap masyarakat

kota Malang, juga terhadap tumbuhnya karya-karya inovatif dalam memberi andil yang besar bagi penggunaan perangkat lunak. Dengan dilandasi prinsip serba manfaat berbagai jenis aplikasi serta asesoris pelengkapnya bagi komunitas, maka kemudahan pembelian serta pemberian potongan harga yang menggiurkan semakin menarik minat beli, bahkan tanpa memperhitungkan ketersediaan dana. Kondisi didorong untuk bisa berpenampilan sesuai dengan harapan yang sudah digantungkan pada komunitas. (2) Kemajuan teknologi komunikasi secara langsung mempengaruhi gaya hidup komunitas kreatif telematika, karena dengan status golongan muda akrab teknologi, sangat senang dengan penampilan yang serba tinggi, agar bisa sesegera mungkin memperoleh pengakuan, bahwa komunitas memiliki kemampuan untuk menguasai teknologi yang canggih. Hal ini menggambarkan banyaknya jenis *handphone* maupun *laptop* dengan taraf spesifikasi masing-masing beserta klas negara produsennya. (3) Dinamika sosial yang berkembang akhir-akhir ini, menunjukkan adanya pengungkapan perasaan secara terbuka senang atau sukacita terhadap sesuatu kejadian. Pengungkapan perasaan senang atau sukacita tersebut, gaya hidup sekarang justru menuju eksklusif, dengan dilaksanakan di tempat-tempat yang bergengsi untuk memperlihatkan klas sosialnya.

Gaya hidup komunitas pada dasarnya tidak dipengaruhi status ekonomi, karena individu yang berada pada lapisan ekonomi bawah maupun menengah ternyata mampu mengikuti gaya hidup kalangan ekonomi atas. Berdasarkan hasil observasi, bahwa persoalan penggunaan teknologi dalam pergaulan yang lebih luas, terlihat secara jelas tidak ada perbedaan gaya hidup berdasarkan status ekonomi. Disinilah penggunaan teknologi tertentu merupakan sebuah produk

yang dilihat lebih pada nilai tanda maupun simbolnya, karena terfokus bukan pada tingkat kebutuhan untuk menggunakannya, namun sebagai cara untuk memperlihatkan identitas, harga diri ataupun kebutuhan beraktualisasi. Kondisi ini dalam transformasi sosiokultural diartikan penolakan metanarasi (anti-fundasionalisme). Penolakan terhadap metanarasi berarti berakhirnya penjelasan yang bersifat universal, yaitu tingkah laku rasionalitas instrumental yang diadopsi dari gambaran masyarakat pascamodern. Perspektif tersebut menjadi pandangan ketiga yang menjamin pergerakan sosial ekonomi dapat berlangsung secara konsisten, yaitu menuju terwujudnya masyarakat yang membawa martabat baru serta lebih tinggi derajatnya (Siswanto, 2017:73-79).

Dengan bersandar pada uraian tersebut, maka secara tidak langsung terjadi penyeragaman budaya dalam komunitas kreatif telematika. Dengan proses sosial yang matang, maka gaya hidup pascamodern yang mewarnai karakter komunitas semakin tampak menguat dan semakin berkembang. Dinamika sosio-kultural yang menjadi wadah suburnya gaya hidup komunitas telah memberikan jaminan, bahwa setiap tindakan yang menjadi wacana gaya hidup kontemporer, bisa jadi sudah keluar dari hakekatnya sebagai dampak berkembangnya media berbasis TIK. Atas dasar ini pula dapat dirumuskan 4 elemen penting antara lain: (1) modal yang disediakan untuk membangun gaya hidup baru sesuai era pascamodern, telah dicerminkan dalam bentuk nilai-nilai ekonomi; (2) kondisi yang ada selalu memberi kontribusinyata terhadap eksistensi komunitas dengan sesering mungkin menghabiskan waktu di luar rumah; (3) habitus dalam respon dan norma yang berlaku di dalam lingkungan akan berpengaruh kuat pada perilaku, karena memiliki intensitas yang sangat tinggi; dan

(4) disposisi dalam bentuk tindak sosial yang menandai tata cara, kebiasaan, dan gaya hidup merupakan tendensi perolehan nilai diri setinggi-tingginya.

#### Karakter Inovatif-artistik Komunitas

Gaya hidup dalam era pascamodern tertuju pada tindakan sadar untuk menghabiskan waktu, menilai sesuatu yang penting dalam lingkungannya, dan kesempatan untuk membangun masa depan sendiri. Gaya hidup dari masa ke masa akan bergerak dinamis, walaupun tidak cepat berubah dan cenderung permanen, bahkan mengindikasikan kebebasan untuk memilih gaya hidup. Termasuk gaya hidup perkotaan (*urban lifestyle*), telah memberikan cerminan iklim khas kepada dinamika yang berkembang dalam kehidupan komunitas kreatif telematika. Gaya hidup haruslah dilihat sebagai usaha individu dalam membentuk identitas kulturalnya melalui proses interaksi sosial. Eksistensi pascamodernisme sebagai identitas kultural yang mengedepankan kearifan lokal, pada kenyataannya mampu mengakomodasi tuntutan globalisasi dalam segala aspek kehidupan. Sebagaimana dapat dicontohkan dalam kehidupan komunitas kreatif telematika mengenai penyelenggaraan berbagai festival seperti animasi, videografi, film pendek, desain digital, dan sampai dengan kreatif *hardware information technology*. Kondisi ini disebut sebagai inovatif-artistik, dikembangkan oleh komunitas sejalan dengan kemajuan teknologi yang diserapnya.

Kota Malang dengan jumlah penduduk mencapai 895.387 jiwa, terkenal memiliki karakter yang terbuka bagi kehadiran masyarakat pendatang maupun multietnis, bahkan kesempatan terbesar didapatkan masyarakat pendatang untuk memperoleh pendidikan yang layak, sehingga sejalan dengan ikon kota yang mengembangkan pendidikan, industri, dan

pariwisata (suryamalang.2017). Lebih unik memperhatikan peningkatan penggunaan telepon seluler, dengan intensitas pemakaian internet melalui perangkat seluler dan komputer dari pada melalui akses publik. Pengguna dari golongan usia muda yang mengakses internet dengan perangkat seluler, lebih mudah untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam kehidupan masyarakat, telah mengalami perubahan gaya hidup yang glamour, royal sampai berkembangnya hedonisme. Terjadi perubahan mendasar, yaitu dari masyarakat kota kecil menuju pada karakter masyarakat kota besar dengan menampilkan kesatuan hidup bersifat kontinu, mengunggulkan hubungan bersifat kompleks, dan terikat identitas bersama sebagai konsekuensinya (Kulsum dan Jauhar, 2014 dalam Tarigan, 2015).

Dengan kemudahan yang diperoleh melalui internet, berkembang pula pemanfaatan penyelarasan teknologi yang menyertainya. Komunitas kreatif telematika kota Malang yang menjadi penopang bagi berlangsungnya industri, adalah kumpulan golongan muda akrab teknologi yang inovatif dalam merekaya software dan hardware. Kreativitas dalam mengembangkan media digital interaktif, untuk menyangga pengembangan teknologi virtual dan video, semakin mudah menghadirkan ruang publik alternatif untuk melahirkan gaya hidup yang baru. Apabila dipertemukan dengan komunitas kreatif telematika, akan selalu terpelihara kebebasan diri untuk mengembangkan imaginasi tanpa batas. Karakter komunal secara otomatis akan mengikat individu, tanpa harus kehilangan identitas aslinya, bahkan mampu menampilkan identitas turunan berbentuk virtual. Gaya hidup komunitas merepresentasikan atraktivitas penampilan, seni retorika, tulisan simbolik, visual dinamik

dalam video, sehingga dapat menunjukkan kreativitas dan kebebasannya dalam media virtual yang simpel, ekonomis, dan efektif. Media digital menciptakan dunia yang terbarukan dengan mengangkat komunitas kreatif dalam berbagai realitas.

## Kesimpulan

Terbentuknya gaya hidup pascamodern pada komunitas kreatif telematik melalui studi fenomenologi, telah memberikan pemahaman lebih mendalam dan komprehensif, khususnya mengenai gaya hidup individu yang merepresentasikan komunalnya. Untuk itu budaya komunitas yang sarat dengan citra diri, kompetensi teknologi, pergaulan *ingroup* maupun *outgroup*, perilaku asertif dalam berinteraksi, bersantai mengisi waktu luang, pemilikan tempat tinggal, bergabung dalam pusat kegiatan kreatif, dipertimbangkan berdasarkan keharusan berperilaku di lingkungan komunitasnya yang deskripsinya sebagai berikut: (1) secara spesifik gaya hidup komunitas merupakan presentasi diri yang dapat digolongkan sebagai responsif-produktif, dengan dilandasi jiwa pendobrak untuk menampilkan identitas baru yang dipersepsikannya sebagai respons atas kemandegan; (2) secara sistemik gaya hidup merupakan dampak kemajuan teknologi yang justru berkembang menjadi *urban lifestyle*, merepresentasi pascamodernisme yang ditetapkan sebagai *cultural recognition* dalam dinamika komunitas. Dengan demikian *community lifestyle* belum memungkinkan menjadi faktor determinan tunggal, karena pada kenyataannya masih mempertimbangkan konteks budaya lingkungan. Dengan demikian dipastikan munculnya konstruksi gaya hidup yang masih ambigu, dengan bukti hadirnya teknologi tinggi tidak membuat lemahnya komunitas yang telah dibangun berlandaskan modal

sosial.

## Daftar Pustaka

### A. Buku:

- Giddens, Anthony. 2010. Metode Sosiologi: Kaidah Baru. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kuswarno, Engkus. 2009. Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi. Bandung : Widya Padjajaran.
- Littlejohn, S.W. & Karen A. Foss. 2009. Teori Komunikasi. Jakarta : Salemba Humanika.
- Piliang, Amir Yasraf. 2003. Hipersemiotika Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. Yogyakarta : Jalasutra.
- Siswanto, Budi. 2017. Transformasi Sosial. Tangerang : Lembaga Literasi Dayak.
- Strinarti, Dominic. 2004. Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer. Yogyakarta : Bentang.
- Turner, Bryan. S. 2003. Teori-teori Modernitas & Posmodernitas. Jogjakarta : Pustaka Pelajar.

### B. Jurnal

- Adi, Dodot Sapto. 2017. Efektivitas Pelayanan Informasi Internal Kampus Melalui Pemanfaatan Media Interaktif Berbasis Artom (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Merdeka Malang). Prosiding Seminar Nasional Sistem Informasi. ISSN:2598-0076. (pp 91-100). <https://www.researchgate.net/publication/319702057>. Accessed: Jan, 11, 2018 on 09.55 pm.
- Adi, Dodot Sapto. 2017. Quadruple Helics Model In Inspiring The Development of Telematics Creative Industries Community-Based". Prociding: International Conference On Sustainable Development Goal 2030. The University

- of Merdeka Malang. ISBN: 978-979-3220-41-3. (pp. 1-12) <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/sdgs/article/download/1593/1182>. Accessed: January, 11, 2018 on 09.20 pm.
- Adi, Dodot Sapto dan Siswanto, Budi. 2018. Perilaku Simbolik Komunitas Kreatif Telematika (Studi Fenomenologi Relasi Antarpelaku Di Kota Malang). *Jurnal Nomosleca*, 4 (1), 714-725. ISSN: 2541-6650. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/n/article/view/2072>.
- Anandhita, Vidyantina Heppy. 2015. Analisis Ekosistem TIK Indonesia Untuk Mendorong Perkembangan Industri Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, JPPPI, 5 (1). 49-64. DOI: 10.17933/jppi.0501004. <https://jurnalppi.kominfo.go.id/index.php/jppi/article/download/0501004/76>. Diakses 21 Okt 2017 pkl.: 21.17
- Lukmandono, Arman Hakim Nasution, Lusi Zafriana. 2017. Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Digital Melalui Pendekatan Inkubasi Bisnis. Prosiding Seminar Nasional IENACO – 2017. (266-272) ISSN: 2337-4349. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/8666>. Diakses tanggal 30 Januari 2018 pukul 22.11.
- Saudah dan Adi, Dodot Sapto. 2018. Keseimbangan Komunikasi Dalam Penguatan Identitas Komunitas Kreatif Telematika Kota Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Mediakom*, 01 (2), 143-154. ISSN: 2580-1899. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/mdk/article/view/1574/1298>
- Supanto, Fajar and Fristin, Yuntawati. 2017. Community-Based Acceleration Model of Entrepreneurship Growth and Development on Telematics Creative Industries in Malang Raya Indonesia. *Journal of Applied Economis Sciences (JAES)*. Volume XII Issue 7 (53) Winter 2017. (pp. 2061-2073) ISSN-L:1843-6110 ISSN:2393-5162. <http://www.researchgate.net/publication/323238293>. Accessed: March, 18, 2018 on 07.48 pm.
- Tarigan, D.I. Malem. 2015. Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Malalayang Kota Manado. *e-journal Acta Diurna* Vol IV. No.4. Tahun 2015. <https://ejurnal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/8495/8070>. Diakses pada tanggal 12 Des 2017, pukul: 21.
- Trimartati, Novita. 2014. Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *Jurnal Psikopedagogia* Vol.3, No.1, (20-28) ISSN:2301-6167. <http://journal.uad.ac.id/index.php/PSIKOPEDAGOGIA/article/download/4462/2581>. Diakses pada tanggal 12 Des 2017, pukul: 21.27.
- C. Website**
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2015. Ringkasan Renstra 2015-2019. <http://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/12/Ringkasan%20Renstra%20Kemkominfo%202015-2019%20%28update%20survei%29.pdf>. Diakses tanggal 15 Nov 2017, pukul: 21.22
- suryamalang.com. 2017. Antara Penduduk Tetap dan Penduduk Musiman Di Kota Malang. <http://suryamalang.tribunnews.com/2017/02/14/antara-penduduk-tetap-dan-penduduk-musiman-di-kota-malang-siapa-yang-dominan-jawabannya>.