

Antara Koneksi Dan Komunikasi: Eksplorasi Media Baru, Jaringan, Dan Budaya Phatic Di Era Digital

Helma Winda
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Email: *Helmawinda8@gmail.com*

Abstract

This article explores the complex relationship between connection and communication in the context of new media, networks and phatic culture in the digital era. Through the library research method, this research explores related literature to identify and analyze trends, developments and implications of this phenomenon. The findings of this article can provide deep insight into how new media and digital networks influence the way we connect and communicate, as well as how phatic culture plays a role in these dynamics. In the shift from blogging, to social networking, to microblogging we see a shift from dialogue and communication between actors in a network, where the goal of the network was to facilitate the exchange of substantive content, to a situation where maintenance of the network itself has become the primary focus. Here communication has been subordinated to the role of simple maintenance of an ever-expanding network and the idea of a connected presence. This has resulted in the emergence of what I call 'phatic media' where communication without content is preferred

Keywords: *New Media, Networks, and Phatic Culture*

Abstrak

Artikel ini melakukan eksplorasi terhadap hubungan yang kompleks antara koneksi dan komunikasi dalam konteks media baru, jaringan, dan budaya phatic di era digital. Melalui metode library research, penelitian ini menggali literatur terkait untuk mengidentifikasi dan menganalisis tren, perkembangan, dan implikasi dari fenomena ini. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa wawasan bagaimana media baru dan jaringan digital mempengaruhi cara kita berkoneksi dan berkomunikasi, serta bagaimana budaya phatic memainkan peran dalam dinamika tersebut. Dalam pergeseran dari blogging, ke jejaring sosial, dan ke microblogging, kita melihat pergeseran dari dialog dan komunikasi antara aktor dalam jaringan, di mana tujuan jaringan adalah untuk memfasilitasi pertukaran konten substantif, ke situasi di mana pemeliharaan jaringan sendiri telah menjadi fokus utama. Di sini komunikasi telah tunduk pada peran pemeliharaan sederhana dari jaringan yang terus berkembang dan gagasan tentang kehadiran yang terhubung. Hal ini mengakibatkan munculnya apa yang disebut 'media fatis' di mana komunikasi tanpa konten lebih diutamakan

Kata Kunci: *Media Baru, Jaringan, dan Budaya Phatic*

Pendahuluan

Fenomena fatis kini tengah menjadi perbincangan hangat dalam berbagai lapisan masyarakat, meresap dengan cepat ke dalam budaya digital yang kita kenal. Artikel ini mengulas dengan mendalam budaya fatis dalam tiga bidang utama: Blogging, Jejaring Sosial, dan Microblogging (Media Baru). Jika kita telaah bagaimana ketiga bidang ini turut serta membentuk dinamika budaya digital yang tengah berkembang. Pertama-tama, kita akan merenung tentang Blogging. Dari catatan harian online hingga platform yang memicu inspirasi ribuan cerita,

blogging telah menjadi cermin bagi individualisasi dalam budaya sosial kita. Melalui tinjauan ini, kita dapat memahami bahwa blogging tidak sekadar menciptakan narasi pribadi, namun juga membentuk jejak sosial yang kompleks di era digital. Beranjak dari sana, jika kita jelajahi jejaring sosial. Profil online kita kini telah berubah menjadi jaringan kompleks dari interaksi dan hubungan. 'Sosialitas jaringan' membawa kita ke dalam budaya basis data, di mana informasi pribadi menjadi mata rantai yang menghubungkan kita dengan dunia luar. Bagaimana fenomena ini memengaruhi cara kita berinteraksi dan membangun identitas digital? Tak dapat dipungkiri, Microblogging kini menjadi pusat perhatian dalam pembicaraan tentang budaya fatis.

Dalam era kehadiran yang terhubung, pesan singkat menjadi alat utama bagi pertukaran informasi dan ekspresi diri. Namun, sejauh mana dampaknya terhadap cara kita mengonsumsi dan berbagi konten? namun tak kalah pentingnya, mari kita sentuh dorongan komunikasi fatis dalam konteks pemasaran. Bagaimana platform digital telah menjadi medan subur bagi upaya pemasaran yang menyasar kesadaran konsumen dengan cepat dan efektif? Dengan menyusun perjalanan ini secara tematis dan kronologis, artikel ini membawa kita berkeliling di lanskap yang semakin rumit dari budaya media fatis. Dari ruang pribadi blog hingga jaringan global jejaring sosial, dan dari pesan singkat di platform mikroblog hingga strategi pemasaran yang canggih, kita menyaksikan bagaimana budaya fatis menyatu dalam kain sosial digital kita

Metode Penelitian

Salah satu metode untuk mengumpulkan dan mengevaluasi data yang digunakan peneliti adalah teknik deskriptif-analitik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kualitatif dengan metode Library Reseach dengan mengkaji berbagai referensi yang berkembang sesuai dengan tema yang sedang di bahas

Hasil dan Pembahasan

A. Komunikasi Pribadi sebagai Komoditas: Blogging dan Individualisasi

Berkaitan dengan budaya blog dan individualisasi. Pada dasarnya, individualisasi menunjukkan proses di mana hubungan komunitas dan pribadi, serta struktur dan komitmen sosial, menjadi tidak terlalu dibatasi oleh faktor historis, geografis, dan tradisional. Dengan kata lain, individu-individu yang terbebas dari batasan tradisi, dan sejarah. Di era globalisasi, batasan spasial, bebas, dan bahkan mungkin terdorong untuk secara aktif membentuk narasi dan hubungan sosial mereka sendiri. Mengingat sifat kehidupan kontemporer yang semakin terpisah, tugas utama bagi individu adalah untuk terus menempa dan mempertahankan ikatan sosial, membuat individualisasi pada dasarnya tidak linier, terbuka, dan secara inheren ambigu.¹

Anthony Giddens, dalam karyanya "The Transformation of Intimacy," membahas individualisasi, terutama dalam konteks hubungan manusia. Dia berpendapat bahwa dalam situasi di mana keterpisahan menjadi kenyataan, kepercayaan dan keamanan menjadi sangat penting. Bagi Giddens, kepercayaan, yang dia gambarkan sebagai 'proyek reflektif dari diri', adalah sesuatu yang harus terus diperjuangkan. Salah satu aspek penting yang ditonjolkan di sini adalah penekanan bahwa pengungkapan diri semakin penting sebagai sarana untuk membangun kepercayaan dan mencapai hubungan yang autentik, meskipun ini tergantung pada penerimaan oleh orang lain. Giddens berargumen bahwa subjek modern tertarik pada hubungan yang mendorong kepercayaan melalui komunikasi yang terus-menerus dan praktik reflektif.²

Clay Calvert menarik benang yang sama dalam diskusinya tentang munculnya kecenderungan voyeuristik dan esibisionistik yang lebih luas dalam media kontemporer, seperti reality TV, acara bincang-bincang dan berita tabloid. Clay Calvert menyoroti tren voyeuristik dan esibisionistik yang semakin umum. Dia mengatakan bahwa orang semakin ingin berbagi detail pribadi atau menunjukkan diri mereka di media. Menurutnya, hal ini sebagian besar karena kebutuhan akan pemahaman diri yang lebih baik, pengakuan sosial, dan memperluas hubungan sosial melalui ekspresi diri.³ Demikian pula menurut Mestrovic "Stjepan G Mestrovic," n.d. mengacu pada ini secara lebih luas sebagai pengembangan 'masyarakat postemotional'. Sebuah masyarakat di mana emosi, dan lebih tepatnya tampilan emosi yang jelas dan terbuka, ada sebagai sumber untuk dimanipulasi dalam upaya presentasi diri. Dia berpendapat bahwa emosi semakin terlepas dari komitmen moral sejati dan/atau dari tindakan sosial yang bermakna.

Blogging sebagian besar didasarkan pada gagasan bahwa informasi adalah komoditas yang digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan. Di blog jurnal pribadi, itu adalah informasi pribadi, yang dibuat melalui hubungan pengungkapan diri bersama, yang mencapai status komoditas. Dalam kasus jenis blogging lainnya (politik, berita, teknologi, dan sejenisnya), informasi substantif adalah komoditasnya. Dalam kedua kasus ini, pertukaran ini didasarkan pada logika hubungan 'murni': pertukaran informasi substantif yang dicapai melalui dialog. Pertukaran ini menciptakan komunitas atau jaringan mandiri yang lemah dan berorientasi individual, yang berputar di sekitar kepentingan bersama dan pertukaran dialogis yang terkait dengan kepentingan tersebut.

Dari beberapa pendapat para tokoh tersebut bahwa budaya blogging dan individualisasi merupakan fenomena yang terkait erat. Individualisasi mencerminkan proses di mana hubungan sosial tidak lagi terikat oleh faktor-faktor historis, geografis, dan tradisional. Di era globalisasi, individu bebas untuk membentuk narasi dan hubungan sosial mereka sendiri, yang membuat individualisasi menjadi non-linier, terbuka, dan ambigu. Anthony Giddens menyoroti pentingnya kepercayaan dan keamanan dalam hubungan manusia, di mana pengungkapan diri menjadi penting untuk membangun hubungan yang autentik. Clay Calvert menyoroti tren voyeuristik dan esibisionistik dalam media modern, yang sebagian besar didorong oleh kebutuhan akan pemahaman diri yang lebih baik dan pengakuan sosial. Demikian pula, Mestrovic merujuk pada pengembangan 'masyarakat postemotional' di mana emosi digunakan sebagai alat presentasi diri. Secara keseluruhan, blogging menjadi sarana untuk membangun dan memelihara hubungan, baik melalui pengungkapan diri pribadi maupun pertukaran informasi substantif dalam berbagai jenis blogging.

B. Jejaring Sosial dan Budaya Basis Data

Dalam hubungan sosial tingkat mikro, Andreas Wittel membangun masyarakat jaringan dengan memetakan munculnya apa yang disebutnya 'sosialitas jaringan': sebuah intersubjektivitas terpisah yang membedakan 'kepemilikan' dari 'komunitas' dengan konsep 'integrasi' dan 'disintegrasi' dalam jaringan.⁵ Karena tujuan komunikasi menjadi konstruksi aktif atau rekonstruksi jaringan sosial, seseorang harus 'secara konsisten memperbarui, menyegarkan, dan menilai kembali kontak yang ada. Ikatan seperti itu, menurutnya, dilambangkan dalam tindakan sosial terkompresi 'mengejar', jaringan, pertemuan bisnis setengah jam, dan kencan kilat. Saat ini, Wittel harus menambahkan posting blog singkat atau pembaruan jejaring sosial ke daftar itu.

Bagi Wittel, hubungan sosial ini terutama menjadi 'informasional', bukan 'naratif'. Yang dia maksud dengan ini adalah bahwa komunikasi antara orang-orang menjadi lebih singkat dan lebih mirip dengan pertukaran 'data' daripada komunikasi yang mendalam, substantif atau bermakna berdasarkan saling pengertian. Profil jejaring sosial mendorong praktik jejaring ke garis depan dengan lebih menonjolkan teman dan tautan ke orang lain daripada teks yang diproduksi oleh penulis. Di mana blog memiliki tautan ke orang lain baik di daftar hyperlink yang cukup anonim di satu sisi halaman depan, atau di halaman profil terpisah. MySpace, Facebook, dan situs jejaring lainnya memberikan lebih banyak ruang untuk teman (termasuk gambar) dan dengan demikian lebih menonjol secara visual pada profil dengan mengorbankan materi tekstual.

Lev Manovich berpendapat bahwa kita sedang dalam proses pergeseran dari bentuk-bentuk naratif (seperti yang dicontohkan oleh novel atau film sinematik) sebagai bentuk utama ekspresi budaya di zaman modern, ke basis data sebagai budaya yang menonjol.⁶ logika era digital Narasi disajikan sebagai karya terbatas dengan awal dan akhir yang mengikuti jalur linier yang menetapkan perkembangan tematik sebab dan akibat yang ditentukan oleh seorang penulis. Basis data didefinisikan oleh Manovich sebagai: 'Kumpulan terstruktur dari data yang diatur untuk pencarian dan pengambilan cepat oleh komputer. Berlawanan dengan narasi, bentuk basis data, seperti yang ditunjukkan oleh bagian sebelumnya, disajikan sebagai kumpulan elemen yang agak terpisah, namun tetap berhubungan.

Salah satu penyebab paling kuat dari peningkatan budaya basis data sudah jelas: banyaknya informasi yang dibawa tidak hanya oleh Web, tetapi proses paralel dari konvergensi semua media ke format digital. Akibatnya, Web telah menjadi kumpulan teks, gambar, rekaman data, dan rekaman suara yang tidak ada habisnya dan tidak terbatas. Dalam hal ini, situs jejaring sosial khususnya dapat dilihat sebagai bagian dari budaya basis data dan sosialitas jaringan. Membangun profil, sementara di satu sisi menjerat profil/diri dalam jaringan, pada dasarnya adalah pembuatan serangkaian daftar; penanda yang dapat dipanggil oleh orang lain yang mencari orang dengan minat yang sama. Dan tentu saja, di situs jejaring sosial, daftar yang paling penting adalah daftar 'teman'.

Namun, situs jejaring sosial cenderung memperumitkan terkait gagasan 'teman' ini. Sebagai contoh, Danah Boyd dan Boyd and Heer membahas pengertian 'berteman' dan bagaimana konsep 'teman' pada sesuatu seperti MySpace menjadi datar secara horizontal. Anggota dekat dari lingkaran dalam seseorang duduk berdampingan dengan orang asing di bawah panji yang sama dalam jaringan horizontal yang meluas tanpa henti, sehingga menekan hubungan sosial dan menghilangkan konteks.⁷ Sementara daya tarik blog pada dasarnya berkisar pada narasi (seperti buku harian) dari konten yang dibuat pengguna (biasanya teks) dan praktik pengungkapan diri bersama, situs seperti MySpace dan Facebook mendorong jaringan dan 'pembaruan' umum pada status.

Fitur blogging ada di situs-situs ini, tetapi biasanya terpinggirkan dan jarang digunakan, dan sebagian besar teks sekarang dihasilkan melalui komentar yang lewat, hasil kuis, atau fasilitas 'dinding'. Pertukaran fatis adalah istilah yang pertama kali digunakan oleh Malinowski. untuk menggambarkan gerakan komunikatif yang tidak menginformasikan atau bertukar informasi atau fakta yang berarti tentang dunia. Tujuannya adalah sosial, untuk mengekspresikan keramahan dan mempertahankan koneksi atau ikatan. Dengan demikian, pesan fatis tidak

dimaksudkan untuk membawa informasi atau substansi bagi penerima, melainkan menyangkut proses komunikasi. Interaksi ini pada dasarnya menjaga dan memperkuat hubungan yang ada untuk memfasilitasi komunikasi lebih lanjut (Vetere et al., 2005).

C. Kegunaan Media Fatis

Terdapat sebuah pertanyaan mengenai komunikasi fatis dan kegunaan media. Facebook, misalnya, mendorong komunikasi fatis melalui pengaya sosial seperti 'gigitan vampir', 'zombie', 'kentang panas', dan pesan otomatis yang mendorong partisipasi antar teman dalam kuis, tinjauan selera film, dan sejenisnya. Selain itu, teknologi 'suar' baru Facebook menciptakan lingkungan di mana pembelian dan minat online seseorang diteruskan ke jaringan teman melalui komunikasi otomatis. Twitter mendorong komunikasi fatis melalui batasan-batasan yang dipaksakan oleh media itu sendiri. Batas 160 karakter untuk pesan membuat komunikasi menjadi singkat. Kurangnya fasilitas perpesanan pribadi, mempromosikan 'pengumuman' umum melalui dialog atau percakapan yang ditargetkan.

Untuk menjawab pertanyaan 'mengapa?' ini, kita harus kembali ke konsep informasi sebagai komoditas. Dalam blogging, informasi pribadi digunakan sebagai komoditas untuk membangun hubungan. Dalam jejaring sosial dan microblogging, nilai informasi lebih didasarkan pada pembuatan sejumlah besar data kecil, yang dapat dianalisis dengan mudah dalam proses pemasaran. Strategi seperti penggalian data, pembuatan profil konsumen, pemantauan 'buzz', dan membaca hubungan merek jauh lebih cocok dengan potongan kecil 'data' yang dipertukarkan dalam pertukaran fatis singkat daripada narasi dan dialog yang terkait dengan, misalnya, blogging. Komunikasi fatis jauh lebih mudah untuk dimasukkan ke dalam database, dan jauh lebih mudah untuk dikemas dan dijual kepada mereka yang ingin memasarkan produk atau mendapatkan wawasan konsumen.

Komunikasi fatis juga memiliki kegunaan yang signifikan dalam membangun dan memelihara hubungan sosial. Media sosial memfasilitasi interaksi singkat namun sering, yang membantu menjaga koneksi antar individu meskipun tanpa adanya percakapan yang mendalam. Misalnya, memberikan "like" atau komentar singkat pada postingan teman dapat memperkuat hubungan tanpa memerlukan komunikasi verbal yang ekstensif. Studi menunjukkan bahwa komunikasi fatis berperan penting dalam menciptakan rasa kebersamaan dan keterhubungan dalam komunitas online. Ini menunjukkan bahwa meskipun tampak sepele, komunikasi fatis memiliki peran penting dalam kehidupan sosial digital kita.

Kesimpulan

Kami melihat bagaimana internet telah menjadi sarana untuk berinteraksi dengan orang lain, sama pentingnya dengan mengakses informasi. Pernyataan Marshall McLuhan pada tahun 1970-an bahwa 'pengguna adalah konten' di media elektronik menjadi lebih relevan dengan berkembangnya TIK interaktif dan komunikasi yang meluas. Popularitas blogging, jejaring sosial, dan microblogging di internet serta teknologi komunikasi lainnya menunjukkan bahwa hubungan dengan orang lain di dunia maya menjadi semakin penting. Dalam pergeseran dari blogging ke jejaring sosial, dan kemudian ke microblogging, kita melihat perubahan dari dialog dan komunikasi antara individu dalam jaringan, di mana tujuan jaringan adalah untuk memfasilitasi pertukaran konten yang bermakna, menjadi situasi di mana pemeliharaan jaringan itu sendiri menjadi fokus utama. Komunikasi kini lebih difokuskan pada menjaga keberlangsungan jaringan yang terus berkembang dan gagasan tentang kehadiran yang terhubung. Hal ini mengakibatkan

munculnya 'media fatis' di mana komunikasi tanpa konten lebih diutamakan. Perpindahan dari blogging ke jejaring sosial, dan ke microblogging menunjukkan pergeseran dari komunitas, narasi, dan komunikasi yang bermakna, menuju jaringan, basis data, dan komunikasi fatis. Ini adalah lingkungan yang mengharuskan kita untuk menulis, berbicara, menautkan, dan mengirim pesan kepada orang lain hampir terus-menerus untuk mempertahankan rasa koneksi ke jaringan sosial yang terus berkembang, sambil tetap tidak menyadari konsumsi dan produksi informasi.

Daftar Pustaka

- Atkinson W. Beck, individualization and the death of class: A critique. *Br J Sociol.* 2007;58(3):349-366. doi:10.1111/j.1468-4446.2007.00155.x
- Muniruzzaman M. Transformation of intimacy and its impact in developing countries. *Life Sci Soc Policy.* 2017;13(1). doi:10.1186/s40504-017-0056-8
- Calvert C. *Voyeur Nation: Media, Privacy, And Peering In Modern Culture.* Basic Books; 2004.
- Stjepan G Mestrovic.pdf.
- Zamrodah Y. Jaringan Sosial. *Univ Sebel Maret.* 2016;15(2):1-23.
- Ajidarma S gumira. Mata Kuliah : Kajian Komunikasi. Published online 2021.
- Prawesti FS, Dewi DK. Self Esteem dan Self Disclosure Pada Mahasiswa Psikologi Pengguna Blackberry Messenger. *J Psikol Teor dan Terap.* 2016;7(1):1. doi:10.26740/jptt.v7n1.p1-8