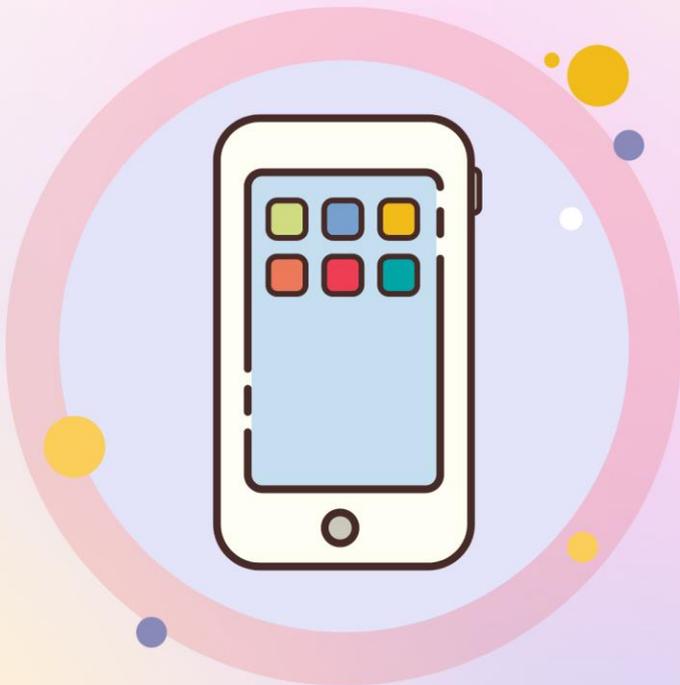




BUKU AJAR

Komunikasi Mobile



Disusun Oleh :

Rizma Afian Azhiim, S.IP., M.Si

Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom.

Buku Ajar

KOMUNIKASI MOBILE

Disusun Oleh:

Rizma Afian Azhiim, S.IP., M.Si.

Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom.



Ubhara Jaya Press

2021

Buku Ajar Komunikasi Mobile

**© Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara
Jakarta Raya, 2021**

14,8 x 21 cm

ISBN 978-623-6331-08-8

Penanggung Jawab

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom.

Tim Penyusun

Rizma Afian Azhiim, S.IP., M.Si.

Titis Nurwulan Suciati, S.Sos., M.I.Kom.

Editor

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

Ratna Puspita, S.Sos., M.Si.

Desain Sampul

Muhammad Azmi Amir

Penerbit

Ubhara Jaya Press

Jl. Raya Perjuangan, Marga Mulya, Bekasi Utara – Jawa Barat
17121

Phone +6221 889 55 882

Fax +6221 889 558 71

Email: penerbit-ubj@ubharajaya.ac.id

Website: www.ubharajaya.ac.id

Cetakan Pertama, Juli 2021

DAFTAR ISI

PANDUAN PENGGUNAAN MODUL PERKULIAHAN	1
I. TUJUAN PERKULIAHAN	26
II. PETUNJUK PELAKSANAAN PERKULIAHAN	31
PENGANTAR KOMUNIKASI MOBILE	6
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MOBILE	10
MEMAHAMI MOBILITAS DAN KOMPUTASI DALAM KOMUNIKASI MOBILE	19
POLYMEDIA & MOBILE CONVERGENCE	26
INTERMEDIALITAS DALAM KOMUNIKASI MOBILE	31
MOBILE COMMUNICATION & THE SELF	37
TRANSFORMASI INTIMITAS DAN ROMANTIKA DALAM LAYAR PONSEL	41
MOBILE GAME	48
BUDAYA PEMUDA TERHADAP SELULER	61
KOMUNIKASI MOBILE DAN AKTIVITAS KERJA	67
PRAKTIK PERDAGANGAN MELALUI MEDIA SELULER	72
PRODUKSI, KONSUMSI, DAN AKUMULASI KAPITAL DALAM KOMUNIKASI MOBILE	76
KOMUNIKASI MOBILE, POLITIK, DAN KEKUASAAN	83

KATA PENGANTAR

Mengapa studi komunikasi mobile dipelajari? Apa pentingnya?

Pertama, perangkat komunikasi mobile seperti telepon seluler, tablet, dan komputer *laptop* telah marak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Bahkan, pada tahun 2019 jumlah langganan layanan seluler di seluruh dunia sebesar 8,1 milyar langganan telah melampaui jumlah total populasi manusia sedunia dengan jumlah 7,6 miliar jiwa (The World Bank, 2021c, 2021d). Jika dikalkulasikan secara rata-rata, setidaknya sekitar 500 juta penduduk dunia telah menggunakan lebih dari satu layanan operator seluler pada tahun 2019.

Kedua, komunikasi mobile tidak dapat hanya dilihat sebagai ihwal yang bersifat teknis dan berbasis inovasi teknologi. Melainkan, selain aspek teknis, komunikasi mobile erat kaitannya dengan karakteristik dan perilaku sosial masyarakat yang dalam kehidupan sehari-harinya bergantung pada ketersediaan perangkat serta layanan seluler. Bahkan, peningkatan penggunaan perangkat seluler yang didorong oleh inovasi teknologi kemudian menghadirkan berbagai konsekuensi bagi kehidupan sosial.

Berdasarkan kedua rasionalitas tersebut, maka perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang

bersifat *mobile* atau dengan aspek ‘mobilitas’ sudah tidak dapat lagi diabaikan. Ketika keberadaan dan implikasinya dalam kehidupan manusia tidak dapat diabaikan, komunikasi mobile muncul sebagai sub-bidang studi yang sangat penting untuk dikaji.

Modul perkuliahan komunikasi mobile ini menghadirkan berbagai kajian tentang bagaimana relasi antara perkembangan teknologi komunikasi seluler dengan kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya masyarakat di seluruh dunia. Pembuatan modul ini didukung pendanaan program *visiting fellow* yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Modul ini bukan bahan ceramah para dosen untuk disampaikan kepada mahasiswa, tetapi modul perkuliahan komunikasi mobile ini setidaknya memiliki dua fungsi. Pertama, sebagai panduan bagi dosen untuk menjadi fasilitator dalam perkuliahan. Kedua, memantik pemikiran peserta kuliah tentang hal-hal apa saja yang perlu diketahui, dikaji, dan dieksplorasi dalam studi komunikasi mobile.

Dalam proses penulisan, modul ini didasarkan pada pembacaan dan kajian penulis terhadap berbagai literatur yang terbit sebelum tahun 2021. Apabila di kemudian hari terdapat kajian, penelitian, atau bahkan inovasi teknologi baru yang dapat memberikan sumbangsih khasanah pengetahuan yang mendasar bagi

studi komunikasi mobile, maka relevansi materi dalam modul perkuliahan ini wajib untuk ditinjau kembali. Jika nantinya terdapat hal-hal atau materi dalam modul ini yang dinilai kurang atau bahkan sudah tidak relevan dengan perkembangan zaman dan inovasi teknologi, maka terdapat dua pilihan: (1) menulis ulang modul perkuliahan komunikasi mobile; atau (2) merevisi modul yang sudah ada pada bagian-bagian tertentu yang dinilai kurang relevan.

PANDUAN PENGGUNAAN MODUL PERKULIAHAN

Deskripsi Perkuliahan

- 1 Nama Mata : Komunikasi Mobile
Kuliah
- 2 Klaster : Humaniora Digital
Bidang
Kajian
- 3 Kelompok : Mata Kuliah Ciri Ilmu
Mata Kuliah Komunikasi Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya
- 4 Penjelasan : Komunikasi Mobile mengkaji
Singkat komunikasi melalui telepon
seluler yang bersifat personal,
memuat informasi penting, dan
berlangsung secara sinkronis dan
asinkronis. Melalui mata kuliah
ini, mahasiswa akan mengetahui
tentang sejarah, dampak dan efek,
budaya, serta gerakan masyarakat
pada komunikasi mobile.

I. Tujuan Perkuliahan

Setelah mengikuti perkuliahan ini, peserta kuliah diharapkan untuk dapat memiliki keterampilan sebagai berikut:

- ***Strategic Skills***
Mahasiswa mampu berpikir visioner dan berpandangan ke depan; mampu memiliki perspektif lingkungan.
- ***Academic Skills***
Mahasiswa mampu mengkomunikasikan ide dan pemikiran ilmiah dalam bentuk paper; mampu mengabstraksikan fenomena konkret.
- ***Soft Skills***
Mahasiswa mampu berpikir kritis, mampu berinovasi dan bertujuan memahami kebaruan (novelty).
- ***Hard Skills***
Mahasiswa mampu melakukan komunikasi antar personal beretika dan berkesadaran keamanan; mampu menggunakan media seluler; dan mengorganisasikan gerakan masyarakat.

II. Petunjuk Pelaksanaan Perkuliahan

1. Perkuliahan dilaksanakan melalui *self-based learning system*, atau sistem pembelajaran mandiri yang berpusat pada keaktifan peserta kuliah baik melalui kajian literatur, kajian sumber multimedia seperti video, film, dan permainan seluler (*mobile*

game), dan presentasi serta diskusi kasus secara berkelompok.

2. Dosen hanya berperan sebagai fasilitator dan pengarah dalam semua materi di modul ini sehingga pada setiap sesi perkuliahan diharapkan terdapat diskusi ilmiah, di mana setiap peserta kuliah dapat berperan aktif dalam mengkaji dan mendiskusikan beragam fenomena yang terkait dengan komunikasi mobile.
3. Materi perkuliahan yang terdapat pada bagian selanjutnya bukan bahan ajar yang harus disampaikan kepada mahasiswa melalui metode ceramah, melainkan hanya menjadi pedoman bagi dosen untuk berperan sebagai pengarah dan fasilitator perkuliahan.
4. Daftar **Referensi Literatur** berupa artikel jurnal ilmiah, bab dari suatu buku (*book chapter*), dan sumber multimedia seperti video, film, dan game pada setiap materi perkuliahan merupakan bahan kajian untuk ditugaskan kepada mahasiswa, agar sistem pembelajaran mandiri dapat terlaksana dengan baik.
5. Pada awal perkuliahan dosen dapat memberikan **Tugas Terstruktur** secara berkelompok, sebagai berikut:
 - 1) Meminta mahasiswa membentuk 13 kelompok, di mana jumlah anggota per

kelompok disesuaikan dengan jumlah peserta kuliah;

- 2) Membuat pembagian bahan referensi sebagai tugas kajian kepada setiap kelompok dalam 13 bagian; dan
 - 3) Membuat 13 Jadwal pengumpulan tugas makalah kajian dan presentasi kelompok per minggu, sesuai dengan silabus materi perkuliahan.
6. Pada sesi perkuliahan tertentu yang memuat materi tentang permainan seluler (*mobile game*) atau memuat referensi yang bersumber dari film, dosen dapat memberikan **Tugas Individu** kepada setiap peserta kuliah untuk menonton film atau bermain permainan seluler (*mobile game*), lalu membuat ringkasan mengenai film atau permainan tersebut.
7. **Ujian**, baik Ujian Tengah Semester (UTS) maupun Ujian Akhir Semester (UAS) pada mata kuliah Komunikasi Mobile dapat dibuat dalam format berikut:
- a. Format esai individu, di mana peserta kuliah ditugaskan untuk menulis esai yang memuat studi kasus terkait dengan tema perkuliahan yang telah dipilih dan dipelajari. Format makalah kelompok, di mana peserta kuliah menulis makalah yang memuat studi kasus

terkait dengan topik dari bahan
bacaan/literatur secara berkelompok.

PENGANTAR KOMUNIKASI MOBILE

Apa itu komunikasi mobile? Mengapa penting untuk dipelajari? Dalam waktu yang sangat singkat, telepon seluler, tablet, dan perangkat genggam lainnya telah marak digunakan di dunia. Jaringan seluler pertama di dunia diciptakan pada tahun 1977, namun telepon seluler telah membuat sejarah sebagai salah satu perangkat komunikasi yang penyebaran penggunaannya sangat pesat (Wei, 2013). Kemunculan telepon seluler sebagai sistem telekomunikasi nirkabel dan platform *portable* telah mengubah pola dan karakteristik komunikasi manusia. Kenyataan tentang pesatnya penggunaan perangkat komunikasi seluler dan perubahan mendasar corak komunikasi di seluruh dunia tidak dapat lagi diabaikan. Bayangkan saja, dengan adanya perangkat komunikasi seluler, setiap orang kini dapat melakukan komunikasi di setiap waktu dan di setiap tempat dengan orang lain yang berjauhan jaraknya, bahkan kepada orang yang belum pernah ditemui.

Ilmu komunikasi adalah bidang studi yang luas dan terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, kondisi sosial, dan karakteristik komunikasi yang dilakukan oleh manusia di seluruh dunia. Oleh karena itu, keberadaan perangkat komunikasi seluler dan implikasinya dalam kehidupan manusia tidak bisa

terabaikan. Komunikasi Mobile muncul sebagai sub-bidang studi yang sangat penting untuk dikaji. Komunikasi Mobile sebagai bidang kajian dalam ilmu komunikasi telah menghadirkan berbagai temuan tentang bagaimana relasi antara perkembangan teknologi komunikasi seluler dengan kehidupan sosial, politik, ekonomi, dan budaya masyarakat di seluruh dunia.

Peningkatan penggunaan perangkat komunikasi mobile seperti telepon seluler memiliki berbagai konsekuensi bagi kehidupan sosial masyarakat. Bahkan, karakteristik dari cara pandang serta penilaian masyarakat terhadap dunia saat ini didasarkan pada peningkatan penggunaan teknologi untuk mengakses informasi dan memediasi komunikasi (Srivastava, 2013). Castell dkk. (2007) telah menemukan dampak luas dari penggunaan seluler pada budaya, bahasa, politik, dan bahkan pengalaman manusia mengenai ruang dan waktu. Katz dan Aakhus (2009), melalui pendekatan tematik *Apparatgeist*, menghadirkan suatu pandangan bahwa teknologi seluler adalah mesin dengan semangat universal yang cenderung mendorong individualisme serta ekspresi diri dengan cara mengurangi biaya komunikasi dan meningkatkan kontrol individu atas waktu, lokasi, dan konten komunikasi (Donner, 2013).

Berbagai kajian dan penelitian yang dapat ditemukan dalam modul ini menunjukkan bahwa Komunikasi Mobile memiliki aspek sosial yang besar, bahkan inovasi teknologi yang dimaksudkan bersifat

teknis dapat menghadirkan konsekuensi sosial tertentu di masyarakat. Berdasarkan khasanah tersebut, maka perlu dipahami bahwa Komunikasi Mobile bukan sub-bidang keilmuan yang hanya dapat dikaji dari satu perspektif atau sudut pandang dalam ilmu sosial-humaniora. Bahkan, jika dikaji dalam bidang ilmu komunikasi, sangat tidak mungkin Komunikasi Mobile didudukkan dalam satu kerangka berpikir yang tunggal dan ajek. Oleh karenanya, Komunikasi Mobile dapat dipelajari sebagai suatu sub-bidang studi dengan membuka diri pada beragam khasanah dan perspektif keilmuan.

Materi Komunikasi Mobile yang disajikan melalui modul perkuliahan ini terdiri dari empat-belas bagian--yang--secara garis besar terbagi menjadi dua ragam. Tujuh bagian awal merupakan materi tentang bagaimana ihwal Komunikasi Mobile muncul dalam suatu epos sejarah dan kemudian memberikan makna dalam komunikasi dan kehidupan sosial manusia. Tujuh bagian selanjutnya memuat beragam topik tentang berbagai persoalan, fenomena, dan dinamika yang muncul sebagai konsekuensi dari keberadaan teknologi Komunikasi Mobile dalam kehidupan manusia.

Capaian Pembelajaran Materi:

- Mahasiswa mampu memahami pentingnya mempelajari Komunikasi Mobile sebagai studi yang erat kaitannya dengan perilaku komunikasi dalam kehidupan sosial manusia.

- Mahasiswa dapat memahami ruang lingkup studi Komunikasi Mobile dan cakupan materi yang akan dipelajari dalam perkuliahan.

Referensi

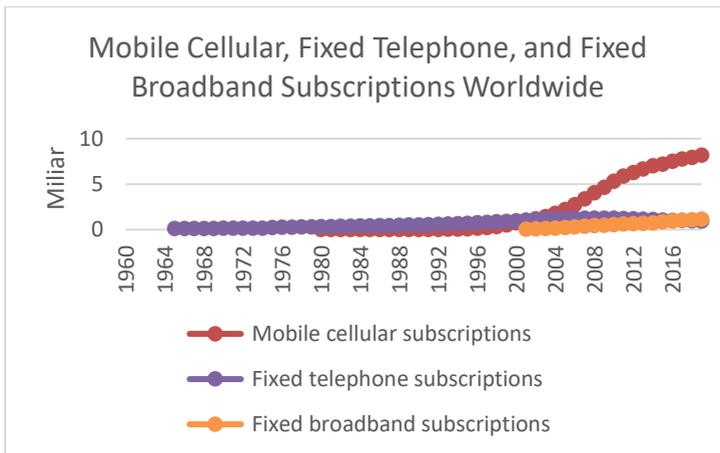
1. Smith, R. (2013). So what? Why study mobile media and communication? *Mobile Media & Communication, 1(1)*, pp. 38–41.
2. Wei, R. (2013). Mobile media; Coming of age with a big splash. *Mobile Media & Communication, 1(1)*, pp. 50–56
3. de Souza e Silva, A. (2016). Introduction: What is mobile communication, and how do we talk about it? In A. de Souza e Silva (Ed.), *Dialogues on Mobile Communication*. pp. 1-14
4. Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu, & Sey. (2007). *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. The MIT Press (Ch 1).
5. Campbell & Ling (Ed. (2011). *Mobile Communication: Bringing Us Together and Tearing Us Apart*. Transaction Publishers, New Brunswick, New Jersey. (Ch 1)

SEJARAH DAN PERKEMBANGAN KOMUNIKASI MOBILE

Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Taipale dan Fortunati (2013), sebelum tahun 1999 tidak terdapat satu pun artikel ilmiah yang membahas tentang Komunikasi Mobile. Komunikasi Mobile merupakan konsep yang muncul serta berkembang seiring dengan penemuan dan inovasi teknologi komunikasi seluler. Generasi pertama telepon seluler diperkenalkan pada awal dekade 1980-an dengan sistem dan teknologi analog berbasis *frequency modulation* (FM), dan kemudian generasi kedua (2G) dengan sistem berbasis *time division multiple access* (TDMA) atau *code division multiple access* (CDMA) diperkenalkan pada awal era 1990-an. Selanjutnya generasi ketiga (3G) yang berbasis kecepatan layanan data muncul setelah tahun 2000 dan kemudian dikembangkan kembali sebagai teknologi seluler generasi keempat (4G) dengan sistem berbasis *use voice over Internet Protocol* (VoIP) dan aplikasi multimedia yang disertai akses internet *broadband* (Stüber, 2012, hal. 1).

Apabila ditinjau secara historis, meskipun teknologi telepon seluler sudah diperkenalkan sejak dekade 1980-an, namun peningkatan pesat penggunaan telepon seluler baru terjadi pada akhir era 1990-an. Selain inovasi teknologi, ihwal yang mempengaruhi kemunculan dan perkembangan studi Komunikasi Mobile adalah

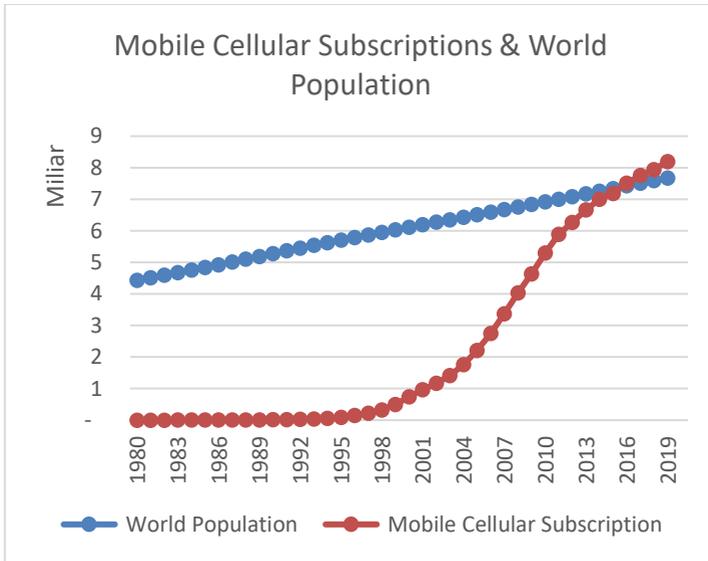
peningkatan permintaan (*demand*) layanan telepon seluler di seluruh dunia. Berdasarkan data yang dihimpun World Bank (2021c, 2021b), sejak akhir dekade 1990-an hingga tahun 2019 langganan layanan telepon seluler (*mobile cellular subscriptions*) di seluruh dunia terus meningkat melampaui jumlah langganan telepon kabel (*fixed telephone subscriptions*). Sejak awal dekade 2000-an, jumlah langganan telepon seluler (The World Bank, 2021c) juga telah melampaui tingkat penggunaan layanan internet dengan sambungan kabel (*fixed broadband subscriptions*) (The World Bank, 2021a) (Gambar 1).



Gambar 1. Jumlah Langganan Layanan Telepon Seluler, Telepon Kabel (Fixed Telephone), dan Internet Kabel (Broadband) di Seluruh Dunia

Sumber: Diolah dari data *fixed broadband subscription* (The World Bank, 2021a), *fixed telephone subscriptions* (The World Bank, 2021b), dan *mobile cellular subscription* (The World Bank, 2021c) yang dipublikasikan pada laman World Bank Open Data.

Dibandingkan dengan pertumbuhan populasi penduduk, sejak tahun 2016 peningkatan jumlah langganan telepon seluler (The World Bank, 2021c) telah melampaui pertumbuhan populasi penduduk dunia (The World Bank, 2021d) (gambar 2). Berdasarkan data pada tahun 2019, pelanggan telepon seluler mencapai 8,1 milyar (The World Bank, 2021c), sedangkan jumlah populasi penduduk dunia sejumlah 7,6 miliar jiwa (The World Bank, 2021d). Melalui data perbandingan tersebut, 500 juta penduduk dunia telah menggunakan lebih dari satu layanan operator seluler pada tahun 2019.

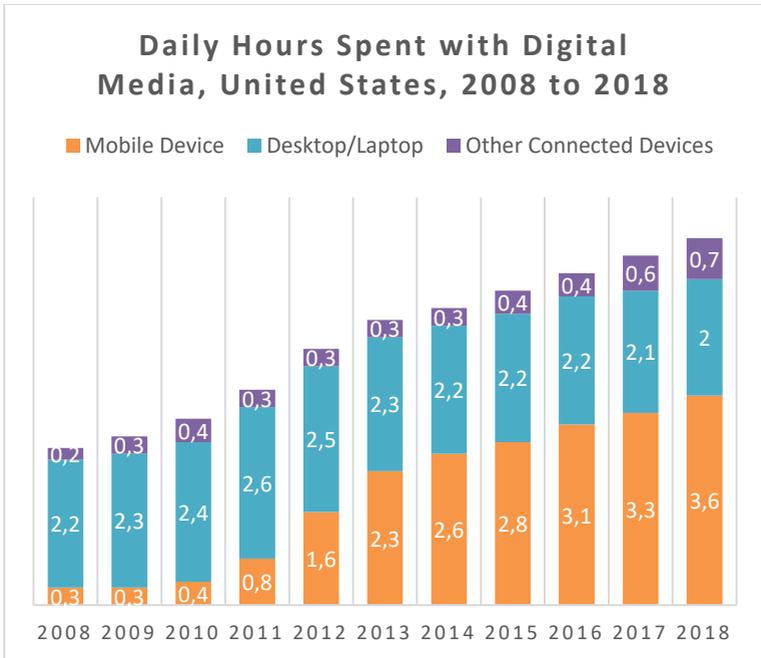


Gambar 2. Peningkatan Jumlah Langganan Layanan Telepon Seluler dan Pertumbuhan Jumlah Penduduk Dunia

(Sumber: Diolah dari data *mobile cellular subscription* (The World Bank, 2021c) dan *population, total* (The World Bank, 2021d) yang dipublikasikan pada laman World Bank Open Data.)

Pertumbuhan pengguna telepon seluler di seluruh dunia yang melampaui tingkat penggunaan layanan internet dengan sambungan kabel (gambar 1) menunjukkan bahwa secara global, peningkatan terhadap akses internet tidak terlepas dari perkembangan dan inovasi perangkat seluler. Apabila ditinjau dari studi kasus di Amerika Serikat pada Survei Bond Internet Trends 2019 (Meeker, 2019a, 2019b), rata-rata durasi penggunaan telepon seluler untuk mengakses media digital dalam sehari semakin meningkat setiap tahunnya.

Adapun media digital yang dimaksud pada survei tersebut adalah gambar digital, video, laman website, dan aplikasi sosial media. Jika dibandingkan dengan penggunaan perangkat komputer desktop atau laptop dan perangkat lainnya, sejak tahun 2013 rata-rata durasi penggunaan telepon seluler untuk mengakses media digital cenderung lebih tinggi (gambar 3). Sebagai contoh, data pada tahun 2018 menunjukkan bahwa rata-rata penduduk dewasa di Amerika Serikat menggunakan perangkat seluler selama 3,6 jam dalam sehari untuk mengakses media digital, lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata penggunaan perangkat komputer desktop/laptop selama 2 jam dalam sehari (Meeker, 2019b, 2019a).



Gambar 3. Durasi Jam dalam Sehari yang Digunakan Masyarakat Amerika Serikat untuk Mengakses Media Digital, Tahun 2008-2018 (Sumber: Diolah dari data *Daily Hours Spent with Digital Media, United States, 2008 to 2018* (Meeker, 2019b, 2019a) yang dipublikasikan pada laman OurWorldInData.org.)

Data-data mengenai peningkatan penggunaan telepon seluler yang telah melampaui pertumbuhan penduduk di seluruh dunia (Gambar 1), dan konsekuensinya terhadap peningkatan durasi masyarakat dalam mengakses media digital (Gambar 3) menunjukkan bahwa Komunikasi Mobile tidak dapat hanya dilihat sebagai ihwal yang bersifat teknis dan berbasis inovasi

teknologi. Melainkan, selain aspek teknis, komunikasi mobile erat kaitannya dengan karakteristik dan perilaku sosial masyarakat yang dalam kehidupan sehari-harinya bergantung pada ketersediaan perangkat serta layanan seluler. Seiring dengan semakin banyaknya aplikasi daring yang dapat digunakan melalui perangkat seluler, pengguna dapat dengan mudah menikmati berbagai fungsi seperti media sosial (*social media*), gim daring (*online game*), dan surat elektronik (*email*). Peningkatan penggunaan perangkat seluler yang didorong oleh inovasi teknologi kemudian menghadirkan berbagai konsekuensi bagi kehidupan sosial. Oleh karena itu, alih-alih hanya berkutat pada sejarah perkembangan teknologi seluler, dalam materi perkuliahan ini peserta kuliah perlu melakukan eksplorasi seperti apa dan bagaimana aspek sosial, politik, dan ekonomi dalam sejarah dan perkembangan Komunikasi Mobile?

Capaian Pembelajaran Materi:

- Peserta kuliah dapat memahami sejarah perkembangan teknologi seluler sebagai suatu pengetahuan umum.
- Peserta kuliah mampu mengeksplorasi beragam aspek sosial, politik, dan ekonomi dalam sejarah dan perkembangan komunikasi mobile.

Rekomendasi Tugas Individu:

- Mengeksplorasi secara historis dampak sosial dari perkembangan teknologi komunikasi berdasarkan

pengalaman hidup. Metode eksplorasi dapat dilakukan melalui wawancara terhadap pengguna perangkat seluler generasi pertama dan kedua mengenai pengalaman dan dampak sosial pada masa awal menggunakan teknologi seluler. Informan biasanya adalah orang yang lebih tua dari peserta kuliah. Hasil eksplorasi dibuat dan dikumpulkan dalam bentuk tulisan, atau dalam bentuk video respon dengan durasi minimal 4 menit dan maksimal 7 menit.

- Menonton dan mengulas 3 video dokumenter tentang sejarah dan perkembangan teknologi komunikasi mobile:
 1. Feed My Curiosity. (2018). *The History of Wireless Transmission*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=PU6JO8KPRs0>
 2. MentalItch. (2017). *History of the Wireless G - 0G, 1G, 2G, 3G, 4G, 4G LTE, 5G – What are They?* Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Zf4xizv3xug>
 3. mgnfi. (2019). *Evolution of Mobile Phones*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=xnobktns0TM>

Ulasan atas 3 video tersebut dapat dibuat dan dikumpulkan dalam bentuk tulisan, atau dalam bentuk video respon dengan durasi minimal 4 menit dan maksimal 7 menit.

Referensi

1. Stüber, G. L. (2017). Principles of mobile communication. In *Principles of Mobile Communication* (Fourth Ed.). (Ch. 1)
2. Abrahamson, E. J., & Carneiro, L. (2017). History. In A. de Souza e Silva (Ed.), *Dialogues on Mobile Communication* (pp. 15–32). <https://doi.org/10.4324/9781315534619>
3. Frith, J., & Özkul, D. (2019). Mobile media beyond mobile phones. *Mobile Media & Communication*, 7(3), 293–302.
4. Jin, D. Y. (2017). Evolution of Korea's mobile technologies; A historical approach. *Mobile Media & Communication*, 6(1), 71–87.

MEMAHAMI MOBILITAS DAN KOMPUTASI DALAM KOMUNIKASI MOBILE

Dua aspek penting yang erat kaitannya dengan teknologi Komunikasi Mobile adalah mobilitas dan komputasi. Aspek ‘mobilitas’ merepresentasikan sifat, jenis, dan karakteristik dari ‘Komunikasi Mobile.’ Sementara, aspek komputasi merupakan kemampuan teknis yang secara umum terdapat pada perangkat komunikasi mobile.

Sebelum meninjau kedua aspek (mobilitas dan komputasi), secara mendasar, komunikasi memfasilitasi relasi sosial lintas ruang dan waktu guna membantu manusia untuk memahami suatu tindakan serta refleksi atas tindakan tersebut (Jensen, 2013). Dalam konteks kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology/ICT*), fungsi penyiaran, komputasi (Alper, 2019), telekomunikasi, dan hiburan dapat terintegrasi dalam satu perangkat teknologi (Hope, 2016, hal. 54). Integrasi teknologi tersebut menegaskan suatu implikasi bahwa perangkat teknologi telah menjembatani hubungan antara komunikasi, ‘ruang spasial’ (Castells et al., 2007; Goggin, 2006; Ito, 2005; Katz & Aakhus, 2002; Ling, 2008) dan beragam aktivitas sosial manusia (Jensen, 2013, hal. 27–28).

Mobilitas dalam ihwal komunikasi secara umum merupakan kemampuan untuk berkomunikasi sambil berpindah tempat (*shifting location*). Sebagai elemen penting dalam teknologi informasi dan komunikasi, aspek mobilitas meliputi ragam informasi, interaksi, dan jejak data yang dihasilkan oleh komunikator (orang yang berkomunikasi) dalam jaringan komunikasi lokal dan global (Jensen, 2013, hal. 27). Aspek mobilitas bukan sesuatu yang baru muncul ketika teknologi telepon seluler ditemukan. Komunikasi melalui berbagai perangkat sebelum adanya teknologi telepon seluler dapat dilakukan sembari berpindah (J. W. Carey, 1975; W. J. Carey, 1989; Jensen, 2013, hal. 27; Meyrowitz, 1989). Di masa lalu, orang yang bepergian tetap dapat berkomunikasi sembari berpindah lokasi melalui surat atau telegram dengan mengunjungi kantor pos atau kantor telegram terdekat. Bahkan, prajurit perang dunia kedua dapat berkomunikasi dengan keluarganya melalui surat yang dikirim melalui pos/markas terdekat. Jika aspek mobilitas bukan hal baru yang dihadirkan dalam perangkat komunikasi termutakhir hari ini, lantas apa kebaruan dari aspek mobilitas yang dihadirkan melalui inovasi teknologi seluler? Implikasi sosial seperti apa yang dihadirkan melalui perangkat komunikasi saat ini dan tidak dihadirkan melalui perangkat komunikasi di masa lalu?

Komputasi merupakan terminologi yang merujuk pada kemampuan teknis berupa pemrosesan informasi melalui serangkaian algoritma yang terstruktur secara

matematis. Pada dasarnya, kemampuan teknis komputasi terdapat pada perangkat komputer dan digunakan untuk membantu pemecahan masalah berdasarkan pemrosesan informasi secara cepat dan akurat. Berdasarkan terminologi yang ada, komputasi mobile (*mobile computing*) tidak lebih dari kemampuan komputasi suatu perangkat yang dapat dipindahkan (*portable*), dibawa (*luggable*), dan diangkut (*transportable*) (Alper, 2019).

Sebelum ponsel pintar dan tablet yang dilengkapi dengan prosesor berkemampuan komputasi marak digunakan, telah terdapat berbagai perangkat komputer yang dapat memenuhi kebutuhan mobilitas penggunanya. Secara historis, sejak awal dekade 1980-an hingga pertengahan dekade 1990-an berbagai perangkat komputer pribadi dengan kemampuan mobilitas telah dikembangkan di Amerika Serikat. Meskipun memiliki kemampuan ‘mobilitas,’ berbagai perangkat tersebut tidak dilekatkan dengan istilah ‘mobile’, melainkan dengan istilah populer lain seperti “*computer to go*” (Gajeway, 1986, hal. 65; Marini, 1984, hal. 47), “*on-the-go*” (Alper, 2019, hal. 3; Marini, 1984), *notebook*, dan *laptop* (Gajeway, 1986). Berbagai perangkat komputer tersebut didokumentasikan di beberapa majalah yang diterbitkan di Amerika Serikat seperti *K-Power* (gambar 4) dan *Family Computing* (gambar 5).



Gambar 4. Artikel “Computers to Go” pada Majalah *K-Power* 1984 (Marini, 1984, hal. 47).



Gambar 5. Artikel “Buyer’s Guide to Portable Computer” pada Majalah *Family Computing* 1986 (Gajeway, 1986, hal. 63)

Kedua dokumentasi majalah yang memuat informasi tentang perkembangan awal perangkat teknologi yang dilengkapi kemampuan ‘mobilitas’ dan ‘komputasi’ menunjukkan bahwa kemampuan komputasi mobile (*mobile computing*) yang terdapat pada ponsel pintar (*smartphone*) dan tablet bukan hal baru. Berdasarkan kenyataan tersebut, lantas apa kebaruan dari komputasi mobile yang dihadirkan melalui inovasi teknologi seluler saat ini? Implikasi sosial seperti apa yang dihadirkan melalui perangkat komputasi mobile saat ini dan tidak dihadirkan melalui perangkat komunikasi di masa lalu?

Capaian Pembelajaran Materi:

- Peserta kuliah dapat memahami aspek mobilitas dan komputasi dalam komunikasi mobile sebagai suatu pengetahuan umum.
- Peserta kuliah mampu mengeksplorasi kebaruan aspek mobilitas dan komputasi yang terdapat pada perangkat komunikasi mobile saat ini serta implikasi sosialnya.

Referensi

1. Jensen, K. B. (2013). What's mobile in mobile communication? *Mobile Media & Communication*, 1(1), 26–31. <https://doi.org/10.1177/2050157912459493>
2. Sheller, M., & Rendon, H. (2017). Mobilities. In A. de Souza e Silva (Ed.), *Dialogues on Mobile Communication* (1st Editio, pp. 51–66). <https://doi.org/10.4324/9781315534619-12>
3. Alper, M. (2019). Portables, luggables, and transportables: Historicizing the imagined affordances of mobile computing. *Mobile Media & Communication*, 7(3), 322–340. <https://doi.org/10.1177/2050157918813694>
4. Dourish, P., & Damasceno, C. S. (2017). Ubiquitous computing. In *Dialogues on Mobile*

Communication.

<https://doi.org/10.4324/9781315534619>

5. Klimmt, C., Hefner, D., Reinecke, L., Rieger, D., & Vorderer, P. (2018). The Permanently Online and Permanently Connected: Mind Mapping the Cognitive Structures Behind Mobile Internet Use. In P. Vorderer, D. Hefner, L. Reinecke, & C. Klimmt (Eds.), *Permanently Online, Permanently Connected*.
<https://doi.org/10.4324/9781315276472>

POLYMEDIA & MOBILE CONVERGENCE

Polymedia merupakan konsep dalam studi komunikasi yang memiliki beragam pemaknaan. Ragam pemaknaan tersebut berkembang secara paralel, dan terkadang tidak berhubungan langsung satu sama lain sehingga penggunaan polymedia seringkali memunculkan bias makna. Pemaknaan pertama, polymedia dikaitkan dengan terminologi ‘multimedia,’ yaitu media yang mengkombinasikan berbagai bentuk konten seperti teks, audio, dan video. Kedua, polymedia seringkali dihubungkan dengan terminologi ‘*multi-channel*’ yang berarti media dengan banyak kanal atau ‘*multi-platform*’ yang berarti banyak platform. Kedua pemaknaan tersebut tidak lepas dari efek konvergensi di mana berbagai platform, aplikasi, dan media terus bertautan satu sama lain yang kemudian memunculkan teknologi *hybrid* baru seperti *Skype* dalam bentuk aplikasi ponsel pintar, atau *Instant Messenger* yang disematkan dalam situs jejaring sosial Facebook (Jenkins, 2006). Pemaknaan ketiga dari polymedia berkaitan dengan terminologi ‘*media manifold*’, yaitu jaringan kompleks yang berfungsi menyampaikan beragam platform media kepada *audience* (Couldry, 2011, hal. 220).

Jika tiga pemaknaan awal dari polimedia lekat dengan aspek teknis yang menyiratkan kelindan antara

konten, kanal, dan platform, pemaknaan selanjutnya berkaitan dengan gagasan tentang bagaimana ‘ekologi’ dari media dan teknologi dapat membentuk masyarakat dan relasi sosial antar manusia (McLuhan, 1964). Penelitian dalam kurun waktu 15 tahun terakhir menunjukkan bahwa ekologi media berhubungan dengan sistem sosial yang lebih besar seperti transportasi, kesehatan, dan pemerintahan (Slater & Tacchi, 2004). Ekologi media, sebagai suatu konsep, mbingkai suatu sudut pandang yang fokus mengkaji karakteristik dari keseluruhan sistem yang memuat aspek teknis, sosial, budaya, dan basis lokasi, di mana seluruh aspek tersebut tidak dapat dipisahkan (Ito, Baumer, Bittanti, Boyd, & Cody, 2009, hal. 31). Sudut pandang konsep media ekologi melihat bahwa jenis partisipasi seseorang terhadap suatu media didasarkan pada taksonomi dari media yang pada umumnya terdiri dari jenis platform, frekuensi penggunaan, atau kategori struktural seperti jenis kelamin, usia, atau status sosial ekonomi (Ito et al., 2009, hal. 26; Madianou & Miller, 2013, hal. 172).

Terlepas dari perbedaan makna yang ada, kajian mengenai polimedia telah menghadirkan suatu khasanah pengetahuan tentang bagaimana perilaku sosial dalam penggunaan teknologi komunikasi didasarkan pada berbagai aspek. Dewasa ini, di mana era teknologi seluler dan teknologi digital semakin berkembang, setiap orang memiliki berbagai pilihan platform, kanal, dan media untuk berkomunikasi. Hal yang menjadi pertanyaan

penting untuk dikaji adalah, dalam kenyataan seperti apa seseorang memilih platform, kanal, dan media untuk berkomunikasi? Berdasarkan parameter seperti apa keputusan atas pilihan tersebut dibuat?

Jika perdebatan dalam memaknai konsep polymedia berkuat pada bagaimana manusia modern di era digital membuat keputusan dalam memilih platform, kanal, dan media untuk berkomunikasi, studi konvergensi melihat bagaimana industri komunikasi dan media mendesain produknya untuk dapat diakses lintas platform (Madianou & Miller, 2013, hal. 173). Dalam perkembangan Komunikasi Mobile, konvergensi terbesar yang terjadi ialah *internet-mobile convergence*, yaitu konvergensi yang bersifat saling melengkapi (*complementary*) antara internet dan perangkat Komunikasi Mobile. Dalam konvergensi ini internet berkembang menjadi 'dimensi kehidupan', sementara perangkat Komunikasi Mobile seperti telepon seluler dan tablet menjadi perpanjangan dari 'tubuh' (Fortunati & Contarello, 2002).

Pendapat Fortunati dan Contarello (2002) mengenai *mobile internet convergence* tidak terlalu berlebihan apabila direfleksikan pada perilaku sosial masyarakat dalam berkomunikasi. Pada satu sisi, masyarakat modern telah menjadikan internet sebagai salah satu ruang hidup, yaitu ruang untuk melakukan interaksi sosial: berkomunikasi dengan keluarga, teman, atau orang lain yang tidak dikenal; interaksi ekonomi:

berdagang, mencari pekerjaan, atau memproduksi barang/jasa; dan bahkan interaksi politik: melakukan kampanye atau protes terhadap kebijakan pemerintah. Sementara pada sisi lain, perangkat Komunikasi Mobile seperti ponsel pintar dan tablet telah menjadi alat komunikasi personal, di mana hampir setiap manusia modern memilikinya dan terus mengonsumsi layanan untuk menggunakannya (melalui pulsa, paket data, atau tagihan biaya). Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dikaji lebih lanjut dalam kenyataan seperti apa konvergensi teknologi komunikasi dapat terjadi? Apakah konvergensi dilakukan karena kebutuhan pengembangan industri, atau terjadi karena meningkatnya permintaan masyarakat untuk mengakses layanan komunikasi dan informasi?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami konsep polymedia dan konvergensi mobile dalam ruang lingkup studi komunikasi.
2. Peserta kuliah dapat mengeksplorasi kondisi sosial, faktor, atau parameter yang menjadi landasan bagi setiap orang dalam memilih platform, kanal, dan media untuk berkomunikasi melalui perangkat seluler.
3. Peserta kuliah dapat mengeksplorasi berbagai hal yang melandasi terjadinya konvergensi mobile.

Referensi

1. Madianou, M., & Miller, D. (2013). Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication. *International Journal of Cultural Studies*, 16(2), 169–187. <https://doi.org/10.1177/1367877912452486>
2. Fortunati, L., & Contarello, A. (2002). Internet-Mobile convergence: Via similarity or complementarity? *Trends in Communication*, (9), 81–98.
3. Koskinen, I. (2013). Mobile Multimedia: Uses and Social Consequences. In J. E. Katz (Ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262113120.003.0018>

INTERMEDIALITAS DALAM KOMUNIKASI MOBILE

Ketersediaan atas beragam media komunikasi telah memunculkan suatu perspektif tentang bagaimana setiap orang memilih untuk melakukan komunikasi interpersonal melalui berbagai kanal seperti email, chat, online forums, hingga konferensi video. Ponsel pintar dan perangkat lainnya seperti tablet telah memberikan pengguna akses langsung secara pribadi ke berbagai media komunikasi yang berbeda. Bahkan, pengguna ponsel seringkali memandang bahwa kemampuan utama dari ponsel bukan mobilitas, melainkan kemampuan memediasi pengguna untuk melakukan interaksi komunikatif di berbagai konteks kehidupan sehari-hari (Jensen, 2016; Ling, 2004, hal. 57).

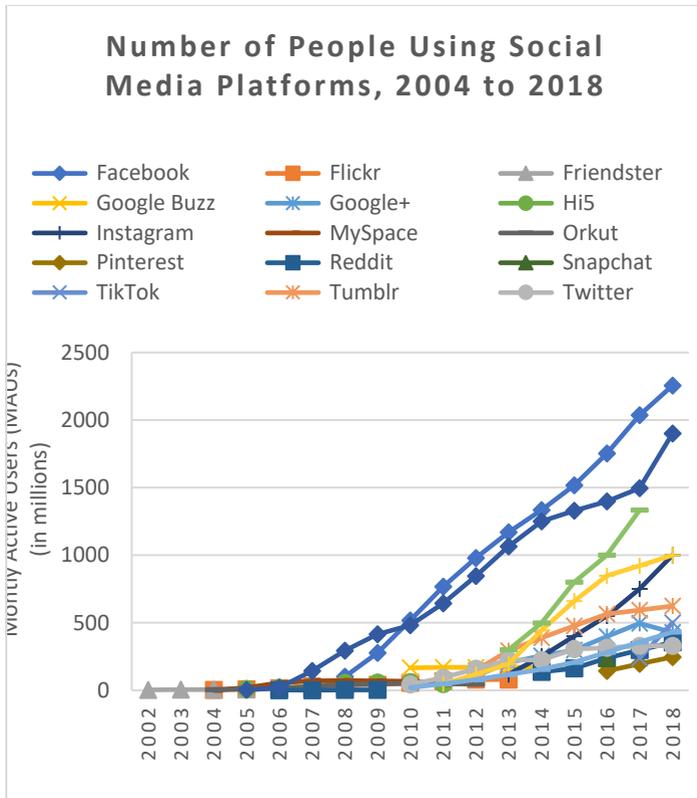
Perkembangan teknologi ponsel pintar memungkinkan para penggunanya untuk dapat mengakses banyak kanal komunikasi sekaligus, baik kanal komunikasi ‘lama’ seperti layanan telepon dan pesan singkat (*short message service/SMS*), maupun kanal komunikasi ‘baru’ seperti email, chat, dan konferensi video yang sebelumnya hanya terdapat di perangkat komputer. Kemunculan kanal komunikasi baru tersebut didorong oleh perkembangan pesat layanan internet untuk telepon seluler yang cepat dan terjangkau, sehingga para penggunanya dapat terkoneksi secara terus

menerus dengan media yang digunakan dimanapun ia berada (Ling & Stald, 2010). Sementara pada waktu bersamaan, layanan internet yang digunakan oleh pengguna ponsel juga dimanfaatkan oleh platform media untuk mengakses data para pengguna berdasarkan lokasinya secara spesifik. Perkembangan teknologi telepon seluler tersebut kemudian memunculkan berbagai implikasi teoretis dan empiris yang penting bagi penelitian media seluler, seperti penelitian di mana komunikasi interpersonal dimediasi secara umum. (Helles, 2013, hal. 15–16).

Gagasan tentang intermedialitas (*intermediality*) muncul di tengah persoalan bagaimana kanal ‘media baru’ semakin umum digunakan ketika perangkat digital terdapat pada telepon seluler, dan kemudian kanal ‘media lama’ semakin ditinggalkan. Maraknya penggunaan kanal media baru tersebut mengubah persepsi tentang penggunaan kanal media dan layanan telekomunikasi. Misalnya, ketika penurunan penggunaan pesan singkat (*short message service/SMS*) terjadi pada saat layanan *social networking services* (SNSs) seperti Friendster, Facebook, dan Myspace semakin marak digunakan (Bertel & Stald, 2011). Konsep intermedialitas berbeda dengan konsep polymedia yang fokus pada bagaimana seseorang memilih platform, kanal, dan media untuk berkomunikasi (Madianou & Miller, 2013). Konsep intermedialitas ditujukan untuk membuat penelitian media selular memiliki kepekaan terhadap fakta bahwa

perbedaan kanal dan media komunikasi tidak hanya memunculkan pertanyaan empiris tentang apa media komunikasi yang saat ini marak digunakan, tetapi juga pertanyaan untuk memahami dalam kenyataan seperti apa beberapa media dapat digunakan silih berganti sementara media lain tidak sehingga harus ditinggalkan atau tidak digunakan lagi.

Perkembangan teknologi ponsel pintar sebagai perangkat komunikasi mobile telah mendorong penggunaannya untuk semakin sering mengakses sosial media (Humphreys, 2012). Data pengguna sosial media yang dihimpun Statista dan The Next Web (2019) menunjukkan bahwa sejak tahun 2005 beragam platform sosial media mulai muncul dan berkembang serta semakin banyak digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Akan tetapi, terdapat beberapa platform sosial media yang mengalami penurunan pengguna, atau bahkan sosial media seperti Friendster yang telah ditinggalkan dan tidak digunakan lagi (gambar 6). Data Statista dan The Next Web (2019) tersebut didasarkan pada pengguna aktif bulanan (*Monthly Active Users/MAUs*), yaitu jumlah pengguna yang mengakses atau *log in* pada platform media sosial setidaknya satu kali dalam kurun waktu 30 hari.



Gambar 6. Pertumbuhan Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Sosial Media Berdasarkan Platform

(Sumber: Diolah dari data *Number of People Using Social Media Platforms, 2004 to 2019* (Statista & The Next Web, 2019) yang dipublikasikan pada laman OurWorldInData.org.)

Intermedialitas dalam Komunikasi Mobile dapat ditemukan dalam pola komunikasi sehari-hari, di mana pengguna ponsel pintar seringkali mengkomunikasikan informasi yang sama melalui kanal media yang berbeda.

Sebagai contoh, ketika seorang pengguna ponsel pintar mengetahui informasi tentang terjadinya bencana alam di suatu tempat, kemudian ia membagikan informasi tersebut melalui berbagai kanal media yang berbeda: melalui jejaring sosial Facebook dan Instagram; dan juga melalui aplikasi pesan seperti Telegram dan Line. Pada sisi lain, pengguna ponsel tersebut tidak lagi menggunakan jejaring sosial lainnya seperti Twitter, dan tidak lagi melalui aplikasi pesan WhatsApp untuk membagikan informasi. Hal yang menjadi pertanyaan kemudian adalah, dalam kenyataan seperti apa pengguna ponsel tersebut dapat silih berganti menggunakan Facebook, Instagram, Telegram, dan Line untuk membagikan informasi, namun tidak menggunakan Twitter dan WhatsApp?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah mampu memahami konsep intermedialitas dan cara mengoperasikannya dalam penelitian yang berkaitan dengan Komunikasi mobile.
2. Peserta kuliah mampu mengeksplorasi persoalan dalam kenyataan seperti apa beberapa media dapat digunakan silih berganti sementara media lain tidak sehingga harus ditinggalkan atau tidak digunakan lagi.

Referensi

1. Helles, R. (2013). Mobile communication and intermediality. *Mobile Media and Communication*. <https://doi.org/10.1177/2050157912459496>
2. Rice, R. E. (2017). Intermediality and the Diffusion of Innovations. *Human Communication Research*, 43(4), 531–544. <https://doi.org/10.1111/hcre.12119>
3. Jensen, K. B. (2016). Intermediality. In *the International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy* (pp. 1–12). <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect170>

MOBILE COMMUNICATION & THE SELF

Telepon seluler dan perangkat mobile lain yang ada saat ini merepresentasikan perkembangan mutakhir dari evolusi teknologi Komunikasi Mobile (N. Park & Lee, 2012). Melalui evolusi teknologi tersebut manusia modern dapat menikmati akses internet, musik, informasi, pertemanan, dan keluarga melalui ponsel pintar yang dapat melayani penggunanya untuk selalu terhubung atau *'always-on' connectivity* (C. S. Park & Kaye, 2019, hal. 1). Ponsel pintar juga memiliki sifat multifungsi yang dapat memberikan berbagai kegunaan mulai dari buku telepon, kalender serta jadwal aktivitas, portal internet, kalkulator, peta, gim atau permainan, dan berbagai fungsi lainnya. Bahkan, ponsel pintar mampu melengkapi serta menggantikan beragam fungsi mental (Barr, Pennycook, Stolz, & Fugelsang, 2015), dan mampu melakukan berbagai aktivitas kognitif (Wilmer, Sherman, & Chein, 2017). Sebagai contoh, asisten virtual *Siri* dan *google assistant* dapat memahami apa yang pengguna katakan, mengetahui apa maksud dari perkataan tersebut, dan bahkan dapat merespon pembicaraan (C. S. Park & Kaye, 2019, hal. 2).

Ponsel pintar telah menjadi alat yang sangat berharga bagi kehidupan sehari-hari manusia (Lee, Chang, Lin, & Cheng, 2014; Van Deursen, Bolle, Hegner,

& Kommers, 2015). Dalam studi kasus di negara maju seperti Amerika Serikat, sebagian populasi masyarakat tidak dapat hidup tanpa ponsel pintar (Smith, 2015). Bahkan, terdapat pengguna ponsel pintar yang secara umum mengalami *nomophobia*, yaitu ketakutan untuk hidup tanpa ponsel pintar (King et al., 2013; Yildirim, Sumuer, Adnan, & Yildirim, 2016).

Berbagai studi telah menawarkan suatu perspektif bahwa ponsel pintar merupakan perpanjangan diri manusia melampaui tubuh manusia itu sendiri. Bahkan, ponsel pintar telah menjadi bagian dari ‘diri manusia’ (*human self*) (C. S. Park & Kaye, 2019, hal. 2). Misalnya, ponsel pintar dianggap sebagai ekstensi dari tubuh manusia (Davel, 2017; Katz, 2017), bagian dari identitas penggunaannya (Vykoukalová, 2007), dan bagian dari kehidupan sehari-hari (Ling, 2004).

Beberapa penelitian terakhir memunculkan suatu tesis bahwa hubungan antara ponsel pintar dan diri manusia dapat dikonseptualisasikan sebagai perpanjangan diri (*extended self*) (Belk, 1988, 2003, 2013; Clark & Chalmers, 1998). Berdasarkan tesis tersebut, diri manusia tidak hanya dimaknai sebagai bagian internal dari tubuh, akan tetapi pemaknaan ‘diri manusia’ dapat diperluas ke luar tubuh berdasarkan interaksi antara manusia dengan teknologi (C. S. Park & Kaye, 2019, hal. 2).

Hubungan antara perangkat Komunikasi Mobile dengan diri manusia merupakan salah satu persoalan yang sangat menarik untuk dikaji dalam studi Komunikasi Mobile. Namun, kajian mengenai persoalan tersebut perlu dikembalikan terlebih dahulu pada tiga titik tolak (*point of departure*). Titik tolak pertama berada pada dimensi ontologis, dimana kajian ini perlu untuk mempertanyakan kembali hakikat tentang apa itu ‘diri manusia’, atau bahkan merefleksikan hakikat tentang apa itu ‘manusia’. Kedua, kajian ini perlu direfleksikan pada dimensi antropologis tentang karakteristik manusia modern yang hidup berdampingan dengan perangkat Komunikasi Mobile. Ketiga, ketika mengkaji bagaimana hubungan antara perangkat seluler dengan diri manusia, kajian tersebut tidak dapat lepas dari pertanyaan penting: dalam kenyataan seperti apa teknologi, fitur, dan berbagai aspek fungsional dari perangkat seluler dapat menjadi bagian dari diri manusia?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami konsep-konsep terkait hubungan antara diri manusia dengan perangkat Komunikasi Mobile.
2. Peserta kuliah mampu mengeksplorasi hubungan antara diri manusia dengan perangkat Komunikasi Mobile melalui tiga titik tolak: ontologis, antropologis, dan aspek fungsional dari perangkat Komunikasi Mobile.

Referensi

1. Park, C. S., & Kaye, B. K. (2019). Smartphone and self-extension: Functionally, anthropomorphically, and ontologically extending self via the smartphone. *Mobile Media & Communication*, 7(2), 215–231. <https://doi.org/10.1177/2050157918808327>
2. Campbell, S. W., Ling, R., & Bayer, J. B. (2014). The structural transformation of mobile communication: Implications for self and society. In *Media and Social Life*. <https://doi.org/10.4324/9781315794174>
3. Campbell, S. (2013). Mobile Technology and the Body: Apparatus, Fashion, and Function. In *Handbook of Mobile Communication Studies*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262113120.003.0012>
4. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262113120.003.0010>

TRANSFORMASI INTIMITAS DAN ROMANTIKA DALAM LAYAR PONSEL

Pernahkah terpikirkan apa jadinya jika Romeo dan Juliet, tokoh sepasang kekasih dalam roman tragedi karya William Shakespeare (1597), memiliki telepon seluler?. Salah satu hal yang dapat dibayangkan jika mereka memiliki telepon seluler yaitu tidak akan ada adegan Juliet menangis sendirian di balkon rumah mewahnya sembari berkata “*Romeo, O Romeo, wherefore art thou Romeo?*” (Shakespeare, 1597; Wellman & Rainie, 2013). Di masa kini, mereka akan menggunakan telepon seluler untuk mengetahui di mana pasangannya berada dan apa yang dilakukannya. Bahkan, baik Romeo maupun Juliet mungkin akan rutin menggunakan telepon seluler untuk berkirim pesan teks satu sama lain seperti: “di mana?”, “sedang apa?”, “gimana perasaan kamu ke aku?”, “kapan kamu datang?”, atau “kapan kita bertemu?” (Wellman & Rainie, 2013, hal. 166).



Gambar 7. Lukisan “*O ROMEO, ROMEO, WHEREFORE ART THOU ROMEO?*” karya William Hatherell (1912) yang diadopsi dari roman tragedi *Romeo and Juliet* karya William Shakespeare (1597) (Chamot, Farr, & Butlin, 1965; Salaman, 1916)

Ketika perangkat seluler marak digunakan, komunikasi pribadi menjadi semakin mudah dan terjangkau. Kemudahan utama yang diberikan perangkat seluler ialah aspek mobilitas, di mana perangkat seluler dapat terus berada pada genggaman penggunanya kapan saja dan di mana saja. Maraknya penggunaan telepon

seluler, tablet, dan komputer *laptop* telah mempengaruhi interaksi sosial para penggunanya dengan meningkatkan konektivitas satu sama lain. Bahkan, perangkat yang dilengkapi aplikasi untuk berbagi lokasi (Google maps, Apple maps, Glympse, family locator, dll) dapat memfasilitasi para penggunanya untuk mengetahui lokasi keberadaan satu sama lain (H. Rainie, Rainie, & Wellman, 2012).

Inovasi teknologi pada perangkat seluler juga mengubah model dan karakteristik komunikasi dalam keluarga. Ketika para orang tua bekerja, mereka dapat terhubung dengan anak-anak mereka melalui perangkat seluler. Pada saat tidak bertemu, orang tua dapat berkomunikasi kepada anak-anaknya secara langsung melalui aplikasi atau layanan telepon dan pesan teks. Tanpa berkomunikasi secara langsung orang tua dapat mengetahui lokasi serta kegiatan anaknya melalui aplikasi berbagi lokasi dan aplikasi kalender serta manajemen kegiatan (google calendar, outlook for school, dll). Bahkan, ketika para orang tua sibuk, mereka dapat menggunakan aplikasi seluler untuk memesan layanan jasa guna memenuhi kebutuhan anak-anak seperti layanan transportasi dari sekolah ke rumah, pesan antar (*delivery*) makanan, atau bahkan layanan berbelanja kebutuhan anak.

Selain mengubah intensitas komunikasi dalam keluarga, perangkat seluler juga dapat memfasilitasi pencarian pasangan baru para pengguna. Kemunculan

aplikasi *location-based real-time dating* (LBRTD) atau aplikasi kencan berbasis lokasi secara langsung seperti Tinder telah memunculkan cara baru bagi penggunanya untuk mengetahui potensi calon pasangan di sekitarnya. Para pengguna Tinder hanya perlu mengaktifkan layanan sistem pemosisi global (*global positioning system/ GPS*), mengaktifkan izin akses profil Facebook, dan mengatur rentang usia serta radius lokasi pencarian untuk mengetahui potensi pasangan di sekitarnya (Ranzini & Lutz, 2017). Melalui aktivasi kedua hal teknis tersebut, aplikasi Tinder memungkinkan para penggunanya untuk dapat melakukan pencarian pasangan sesuai dengan keinginan.

Pada satu sisi, Tinder telah memberikan kemudahan teknis bagi para penggunanya untuk mencari pasangan pada lokasi yang diinginkan (David & Cambre, 2016; Duguay, 2017; Marcus, 2016). Namun di sisi lain, pengguna Tinder memiliki beragam motif dalam menggunakan aplikasi tersebut, mulai dari mencari pasangan seks, pertemanan, hubungan serius, berpergian, pembuktian diri, dan hiburan (Ranzini & Lutz, 2017). Keragaman motif tersebut menunjukkan bahwa ihwal romantika dalam penggunaan teknologi seluler erat kaitannya dengan kehidupan pribadi manusia.



Gambar 8. Aplikasi Tinder pada Ponsel Pintar (Quah, 2017).

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa setidaknya terdapat tiga hal yang berkaitan dengan transformasi intimitas dan romantika dalam penggunaan perangkat seluler. Pertama, perangkat seluler dapat memberi kemudahan bagi pasangan untuk berkomunikasi di mana saja dan kapan saja. Kedua, perangkat seluler juga dapat meningkatkan konektivitas dalam keluarga terutama ketika para anggota keluarga tersebut tidak bertemu satu sama lain. Ketiga, perangkat seluler dapat memfasilitasi penggunaannya untuk mencari pasangan melalui aplikasi *location-based real-time dating* (LBRTD). Ketiga hal tersebut dapat mbingkai suatu pemahaman bahwa perangkat seluler dapat meningkatkan intensitas komunikasi antar manusia, terutama dalam konteks pasangan kekasih, keluarga, maupun dalam perkenalan atau perjodohan.

Berdasarkan ketiga pemahaman tersebut maka hal yang perlu dikaji lebih lanjut adalah apakah intensitas komunikasi dapat mempengaruhi intimitas? Apakah

intensitas komunikasi melalui perangkat seluler mempengaruhi intensitas komunikasi tatap muka atau bertemu langsung? Apakah dengan semakin sering berkomunikasi melalui perangkat seluler maka hubungan akan semakin intim? Apakah intensitas komunikasi melalui perangkat seluler dapat meningkatkan kualitas relasi antar manusia?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami konteks intimitas dan romantika, serta hubungannya dengan penggunaan perangkat Komunikasi Mobile.
2. Peserta kuliah dapat mengeksplorasi hubungan antara intensitas komunikasi dengan intimitas relasi antar manusia,

Referensi

1. Wellman, B., & Rainie, L. (2013). If romeo and juliet had mobile phones. *Mobile Media and Communication*, 1(1), 166–171. <https://doi.org/10.1177/2050157912459505>
2. Rainie, L., & Wellman, B. (2012). Networked Families. In *Networked: The New Operating System*. <https://doi.org/10.7551/mitpress/8358.003.0012>
3. Ranzini, G., & Lutz, C. (2017). Love at first swipe? Explaining Tinder self-presentation and motives.

Mobile Media and Communication, 5(1), 80–101.
<https://doi.org/10.1177/2050157916664559>

4. David, G., & Cambre, C. (2016). Screened Intimacies: Tinder and the Swipe Logic. *Social Media and Society*, 2(2).
<https://doi.org/10.1177/2056305116641976>

MOBILE GAME

Sejak teknologi seluler generasi kedua (2G) marak digunakan pada akhir era 1990-an, banyak perangkat seluler yang dilengkapi dengan permainan atau *game* sebagai sarana hiburan penggunanya. Salah satu contoh permainan awal pada telepon seluler ialah *snake* yang terdapat pada ponsel Nokia 6610 dan Nokia 3310 (gambar 9). Pada awalnya, permainan atau gim pada telepon seluler digunakan oleh pengguna secara pribadi dengan mode permainan yang dimainkan sendiri (*standalone games*) (Rajala, Rossi, Tuunainen, & Vihinen, 2007).



Gambar 9. Permainan *Snake* pada ponsel Nokia 6110 dan Nokia 3310.

Sebelum adanya ponsel generasi kedua (2G), berbagai bentuk *mobile game* sudah dimainkan oleh

masyarakat di seluruh dunia. Frans Mäyrä (2015) mencatat bahwa *mobile game* dalam bentuk perangkat elektronik seperti *Merlin the Electronic Wizard* (gambar 10) telah diperkenalkan pada akhir dekade 1970-an, dan kemudian pada tahun 1980 hingga 1991 perusahaan gim Nintendo mengembangkan dan mendistribusikan perangkat permainan elektronik *Game & Watch* (gambar 11). Bahkan, jika istilah *mobile games* didasarkan pada aspek ‘mobilitas’ yang merupakan kemampuan suatu perangkat untuk mudah dipindahkan (*portable*), dibawa (*luggable*), dan diangkut (*transportable*) (Alper, 2019), maka berbagai papan permainan (*board game*) dan dadu yang tercatat dalam sejarah sebagai permainan yang sudah dimainkan sejak era Kaisar Roma Claudius pada tahun 10 SM -54 M (Joannou, 2007) mungkin juga dapat dikategorikan sebagai *mobile games*.



Gambar 10. Merlin the Electronic Wizard by Parker Brothers (1978).



Gambar 11. Game & Watch by Nintendo (1980-1991).

Meskipun ragam *mobile games* tidak hanya terdapat pada perangkat telepon seluler, namun permainan pada perangkat telepon seluler telah marak digunakan di seluruh dunia pada akhir dekade 1990 dan awal dekade 2000-an. Sejak teknologi telepon seluler dilengkapi dengan mobile internet protocol (WAP), pengguna ponsel dapat mengunduh, menginstal, atau secara langsung memainkan beragam permainan yang terdapat di internet melalui ponsel (De Prato, Feijóo, Nepelski, Bogdanowicz, & Simon, 2010; Feijóo, 2012). Dengan kemampuan transfer data yang lamban dan

ukuran layar ponsel yang kecil, pada era tersebut tidak banyak perusahaan seluler yang mengembangkan ponsel yang memaksimalkan fitur *gaming* (Rabowsky, 2010, hal. 157). Salah satu ponsel dengan teknologi WAP yang marak digunakan untuk bermain game adalah Nokia N-Gage yang diperkenalkan pada tahun 2003 (gambar 12).



Gambar 12. Ponsel Nokia N-Gage.

Popularitas mobile game semakin meningkat ketika ekosistem aplikasi ponsel pintar seperti App Store pada iPhone dan Google Play (kemudian berubah menjadi Play Store) pada ponsel Android diperkenalkan pada tahun 2008. Kedua *stores* tersebut menawarkan akses terhadap ribuan aplikasi, baik yang berbayar maupun yang gratis, termasuk aplikasi *mobile game*. Rajala dkk.

(2007) berpendapat bahwa ragam permainan dalam ekosistem aplikasi ponsel pintar dapat dikategorikan menjadi tiga jenis yaitu permainan yang dimainkan sendiri (*standalone games*), permainan berbasis server (*server-based games*), dan permainan streaming (*streamed games*). Salah satu aplikasi permainan seluler pada ponsel seluler yang tercatat sukses mencapai popularitas dalam kurun lima tahun pertama sejak ekosistem aplikasi ponsel pintar App Store dan Google Play diperkenalkan pada tahun 2008 adalah *Angry Birds*, dengan jumlah unduh (*download*) sebanyak 1 juta pada tahun 2012 (Mäyrä, 2015, hal. 3).



Gambar 13. Aplikasi Permainan Angry Birds pada Ponsel Pintar

Pertumbuhan popularitas permainan dalam bentuk aplikasi seluler berkaitan dengan empat faktor. Pertama, peningkatan kualitas dari permainan seluler. Kedua, peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap layar ponsel pintar yang dapat dioperasikan

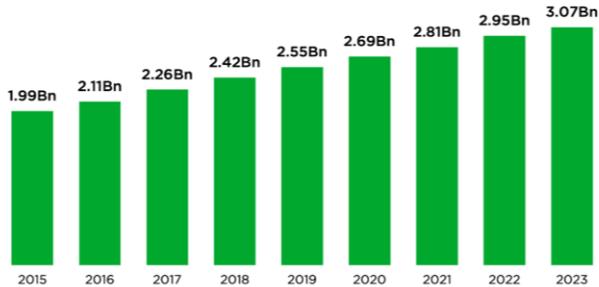
dengan cara disentuh. Ketiga, peningkatan kecepatan akses internet melalui broadband seluler (jaringan 3G dan 4G). Keempat, kesuksesan distribusi permainan pada platform non-seluler seperti Steam, Wii Shop Channel, Xbox Live Marketplace, dan PlayStation Store.

Berdasarkan data yang dihimpun dalam Global Games Market Report 2020 (Newzoo, 2020), jumlah pemain game secara global terus meningkat setiap tahunnya. Bahkan, analisis tren terhadap data pertumbuhan yang ada menunjukkan, jumlah pemain game secara global diperkirakan akan mencapai lebih dari 3 milyar pada tahun 2023. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa minat masyarakat dunia untuk memainkan *game* dalam perangkat elektronik terus meningkat seiring dengan pertumbuhan langganan layanan seluler secara global (The World Bank, 2021c).



2015-2023 Global Players

Forecast Toward 2023



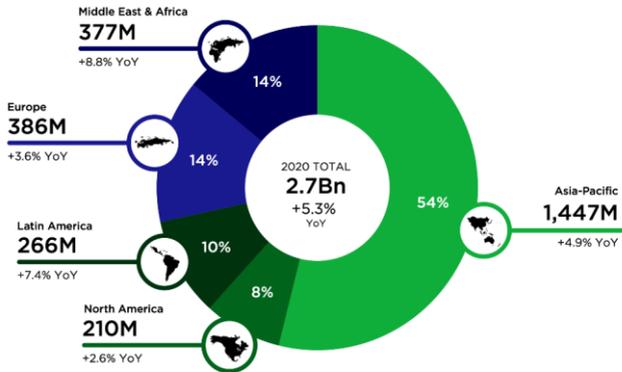
Gambar 14. Jumlah dan prakiraan pemain game secara global tahun 2015 – 2023 (Newzoo, 2020, hal. 19).

Apabila ditinjau jumlah data pemain game per regional pada tahun 2020, sekitar 54% dari jumlah pemain game global adalah pemain game dari wilayah Asia Pasifik dengan jumlah sekitar 1,4 milyar pemain. Sementara sisanya, 14% pemain game global adalah pemain game dari wilayah Eropa dengan jumlah 386 juta pemain, 14% dari wilayah Timur Tengah dan Afrika dengan jumlah 377 juta pemain, 10% dari wilayah Amerika Latin dengan jumlah 266 juta pemain, dan terakhir, 8% dari wilayah Amerika Utara dengan jumlah 210 juta pemain (Newzoo, 2020).



2020 Global Players

Per Region With Year-on-Year Growth Rates

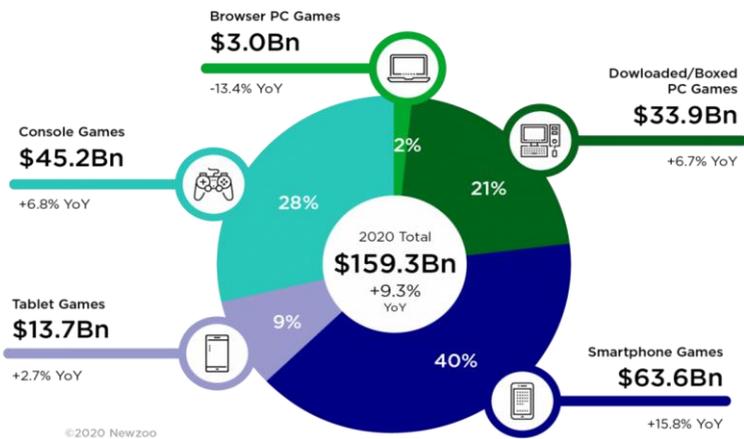


Gambar 15 Jumlah pemain game secara global per wilayah pada tahun 2020 (Newzoo, 2020, hal. 17).

Peningkatan popularitas permainan dalam bentuk aplikasi seluler telah berdampak pada pertumbuhan pendapatan industri game secara global dan industri aplikasi seluler. Bahkan, 90% pendapatan dari *Google Play* atau *Play Store* pada tahun 2016 diperoleh dari aplikasi game seluler daring (*online mobile games*) (Hindy, 2017). Berdasarkan data pendapatan pasar global industri game tahun 2020 (Newzoo, 2020), pendapatan industri game terbesar adalah game ponsel pintar yaitu 40% dari pendapatan total secara global atau setara dengan US\$ 63,6 milyar. Pada peringkat kedua, game konsol seperti PlayStation, Xbox, atau Nintendo menyumbang 28% dari total pendapatan industri game

global dengan nilai US\$ 45,2 milyar. Sementara peringkat ketiga penyumbang 21% pendapatan pasar game global adalah game yang terinstal pada perangkat komputer dengan nilai pendapatan US\$ 33,8 miliar, dan peringkat keempat game pada perangkat tablet menyumbang 9% dari pendapatan industri game global atau senilai US\$ 13,4 milyar. Terakhir, pada peringkat kelima, game berbasis browser menyumbang 2% pendapatan industri game global atau senilai dengan nilai US\$3 milyar (Newzoo, 2020).

2020 Global Games Market
Per Segment



Gambar 16. Pendapatan pasar game global per segmen (Newzoo, 2020, hal. 15).

Jika ditinjau pada data pendapatan pasar global industri game per segmentasi (Newzoo, 2020), platform game seluler, baik tablet maupun ponsel pintar, menjadi

penyumbang pendapatan terbesar. Pola pendapatan dan model bisnis dari platform game seluler dapat berbeda berdasarkan jenis game tersebut (Leaver & Willson, 2015), tergantung pada apakah game tersebut merupakan jenis permainan yang dimainkan sendiri (*standalone games*), permainan berbasis server (*server-based games*), atau permainan streaming (*streamed games*) (Rajala et al., 2007). Secara umum, game seluler daring memperoleh pendapatan dari tiga sumber, yaitu pembayaran pemain ketika mengunduh aplikasi (*paid application download*) (Gainsbury, King, Russell, & Delfabbro, 2016), aktivitas belanja di dalam game (*in-game purchases*) (Alha, Koskinen, Paavilainen, & Hamari, 2016; Hsiao & Chen, 2016), dan periklanan (*advertising*) (Hofacker, de Ruyter, Lurie, Manchanda, & Donaldson, 2016; Lin, 2014).

Dari ketiga sumber pendapatan game seluler, sumber terpenting bagi pengembang game adalah aktivitas belanja di dalam game (*in-game purchases*) (Balakrishnan & Griffiths, 2018). Aktivitas belanja sebagaimana dimaksud terdiri dari pembelian koin atau alat tukar di dalam game, perlengkapan, senjata, amunisi, *extra lives*, dan berbagai hal lainnya yang dapat memberikan keuntungan kepada pemain dalam berkompetisi dengan pemain lainnya, atau sekedar membantu pemain mengatasi tingkat kesulitan tertentu di dalam game (Cleghorn & Griffiths, 2015; Drell, 2013; Hsu & Lin, 2015). Hal yang menjadi persoalan kemudian adalah, di tengah pertumbuhan popularitas dan

pendapatan dari pasar game seluler terdapat banyak pilihan jenis dan ragam permainan yang dapat dinikmati oleh pengguna seluler. Dalam sudut pandang yang lain, jika game memang merupakan suatu sarana hiburan mengapa pemain game lebih memilih untuk melakukan aktivitas belanja di dalam game (*in-game purchases*) ketika menghadapi tingkat kesulitan tertentu, daripada beralih ke game lainnya yang lebih mudah? Dalam kondisi apa pengguna seluler rela menghabiskan uang untuk memenuhi hasratnya dalam bermain game?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami sejarah dan perkembangan *mobile game*.
2. Peserta kuliah mampu mengeksplorasi hal-hal apa saja yang memungkinkan seseorang untuk rela menghabiskan waktu atau bahkan uang demi memuaskan diri dalam bermain game.

Rekomendasi Tugas Individu:

Peserta kuliah ditugaskan untuk bermain *mobile game* dan mengulas permainan tersebut dengan instruksi sebagai berikut:

1. Pilih dan unduh (download) salah satu mobile game pada google playstore (untuk perangkat android) atau App store (untuk perangkat mobile Iphone/Ipad).
2. Mainkan game tersebut, dan buat tangkapan layar (screenshot) dari salah satu/beberapa bagian permainan tersebut yang menurut anda paling menarik.
3. Buat ulasan minimal sepanjang 500 kata terkait dengan mobile game/permainan seluler yang anda mainkan, jangan lupa cantumkan tangkapan layar (screenshot) di dalam ulasan yang anda buat.

Referensi

1. Mäyrä, F. (2015). Mobile Games. In *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society* (hal. 1–6).
<https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs014>
2. Leaver, T., & Willson, M. (2015). Social, Casual and Mobile Games: The changing gaming landscape.
<https://doi.org/10.5040/9781501310591>
3. Balakrishnan, J., & Griffiths, M. D. (2018). Loyalty towards online games, gaming addiction, and purchase intention towards online mobile in-game features. *Computers in Human Behavior*, 87, 238–246. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.002>
4. Albarrán Torres, C., & Goggin, G. (2014). Mobile social gambling: Poker's next frontier. *Mobile Media*

and *Communication*, 2(1), 94–109.
<https://doi.org/10.1177/2050157913506423>

Sumber Multimedia:

1. EEVblog2. (2018). *Merlin the Electronic Wizard - Having a play!* Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=pZV-cgWU6jE>
2. Rod Studios. (2019). *Evolution of Video Game Handhelds 1979-2019*. Diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=KSONg7oV5L4>
3. ClickSelekt. (2017). *The Evolution of Video Game Graphics: Mobile Gaming (1994 - 2017)*. Diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=zrddFFtkfP8>
4. RankingMan. (2020). *Top 20 Most Popular Android Games (2012-2020)*. Diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=NH3Y587ADiI>
5. Trojan Horse Was a Unicorn. (2018). *The Evolution of Mobile Gaming*. Diambil dari <https://www.youtube.com/watch?v=tl9-fVE3QyY>

BUDAYA PEMUDA TERHADAP SELULER

Perilaku dan budaya pemuda (*youth*) dalam penggunaan perangkat Komunikasi Mobile telah menjadi fokus kajian pada berbagai literatur. Bahkan, beberapa peneliti telah memfokuskan penelitian pada subyek pemuda untuk memahami sifat umum dari Komunikasi Mobile (Goggin, 2013; Green, 2017; Katz & Sugiyama, 2006; Yoon, 2003). Dalam pengamatan Jim Katz dan Mark Aakhus (2002), ketika studi Komunikasi Mobile baru berkembang banyak peneliti mendudukan pemuda sebagai kategori dan subyek penting dalam mengeksplorasi teknologi baru. Hingga saat ini, kontribusi penelitian tentang pemuda dan Komunikasi Mobile pada berbagai negara dan kawasan sangat banyak, dan bahkan tak terhitung jumlahnya (Goggin, 2013).

Selama dekade pertama 2000-an, banyak peneliti menemukan adanya hubungan yang erat antara perangkat seluler dengan perilaku pemuda. Berbagai teknologi dari budaya telepon seluler berhubungan erat dengan perilaku orang-orang muda (Goggin, 2006), terutama permainan seluler (Balakrishnan & Griffiths, 2018; Leaver & Willson, 2015), dan pesan teks (Harper, Palen, & Taylor, 2005). Sebagai suatu inovasi teknologi, kehadiran telepon seluler menawarkan kemungkinan baru bagi pengaturan hubungan antara pengguna seluler berusia muda dengan

sahabat, kelompok pertemanan, teman sebaya, dan keluarga. Kebaruan karakteristik relasi sosial tersebut didasarkan pada dua faktor. Pertama, kehidupan pemuda pada umumnya terikat dengan berbagai entitas sosial seperti orang tua, keluarga, komunitas, serta institusi pendidikan. Kedua, teknologi sebelumnya seperti telepon kabel tidak mudah dipindahkan (*portable*), dan teknologi seperti televisi tidak bersifat komunikatif (Donald, Anderson, & Spry, 2010).

Ketika perangkat seluler marak digunakan, banyak orang tua yang kemudian memberikan perangkat seluler kepada anak-anaknya tidak hanya ditujukan sebagai pemenuhan kebutuhan anak, tapi juga untuk tujuan pengawasan agar orang tua dapat dengan mudah mengetahui kegiatan dan keberadaan anak-anak mereka. Namun, seperti teknologi lainnya, konsekuensi maraknya penggunaan perangkat seluler juga memunculkan dampak serta persoalan sosial tersendiri. Salah satu dampak serta persoalan sosial yang muncul dapat ditinjau pada penelitian Colombo & Scifo (2006) tentang penggunaan teknologi kamera ponsel dan pesan multimedia oleh anak muda. Minimnya pengawasan dan pengamanan dalam penggunaan ponsel berteknologi kamera dan multimedia oleh anak muda memunculkan berbagai persoalan seperti '*sexting*' yaitu pesan teks dengan muatan seksual, dan penyebaran foto dengan konten seksual antar para pemuda (Colombo & Scifo, 2006).

Studi yang dilakukan oleh Gerard Goggin (2013) menemukan bahwa kajian mengenai keterkaitan antara usia muda dengan budaya pemuda dalam ihwal penggunaan perangkat seluler sangat beragam dan kompleks. Kompleksitas tersebut berkembang seiring dengan dua bentuk inovasi teknologi seluler yang terjadi sejak awal era 2000-an, dan terutama sejak tahun 2005 hingga saat ini. Pertama, inovasi telah mengubah perangkat seluler dari perangkat yang hanya menyediakan fungsi komunikasi menjadi perangkat yang juga memiliki fungsi sebagai media. Ketika ponsel dilengkapi dengan fungsi teks, fotografi, berita, bahan bacaan, televisi, musik, radio, game, iklan, majalah, dan fungsi media lainnya, beragam penelitian muncul untuk mengkaji perilaku pemuda dalam menggunakan fungsi media tertentu pada perangkat seluler. Kedua, inovasi teknologi internet pada perangkat mobile yang terjadi sejak tahun 2007 hingga saat ini telah mengubah konsepsi dan orientasi terhadap media dan Komunikasi Mobile. Pada saat teknologi internet muncul dalam perangkat seluler, muncul minat riset yang fokus untuk mengkaji pola konsumsi, praktik, dan fungsi penggunaan internet oleh pemuda melalui perangkat seluler.

Temuan Goggin (2013) menunjukkan bahwa beragam riset dan kajian tentang keterkaitan budaya pemuda dengan Komunikasi Mobile muncul dan berkembang seiring dengan inovasi teknologi dan maraknya teknologi seluler yang digunakan pada era

tersebut. Apabila temuan tersebut dijadikan acuan, maka gambaran umum dari khasanah pengetahuan tentang kajian budaya pemuda dengan Komunikasi Mobile cenderung bersifat kontemporer mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Dengan demikian, perkembangan kajian budaya pemuda dan Komunikasi Mobile yang cenderung terikat pada perkembangan aspek teknis dari inovasi perangkat Komunikasi Mobile memunculkan suatu ruang kosong di mana perkembangan dan keberagaman makna atas pemuda, orang muda, dan kepemudaan pada masyarakat di berbagai negara cenderung diabaikan untuk menjadi aspek penting dan tidak dijadikan titik tolak dalam melakukan penelitian.

Ruang kosong tersebut penting untuk dikaji dalam perkuliahan ini, dan untuk mengkaji hal tersebut kita dapat berangkat dari beberapa pertanyaan penting seperti: bagaimana beragam teori dan penelitian tentang budaya pemuda memaknai kedudukan pemuda sebagai subyek khusus yang berbeda dengan subyek lainnya (orang dewasa atau lansia)? Batasan-batasan apa saja yang dapat mengategorikan serta membedakan subyek mana yang dapat dikategorikan sebagai pemuda dan bukan pemuda? Apakah batasan-batasan tersebut bersifat universal dan dapat diberlakukan terhadap seluruh masyarakat di dunia yang memiliki keragaman budaya? Bagaimana menjembatani perbedaan perspektif dan konsep tentang pemuda agar dapat digunakan sebagai

kerangka analisa untuk mengkaji kompleksitas hubungan antara pemuda dengan Komunikasi Mobile?

Capaian Pembelajaran Materi

1. Peserta kuliah mampu memahami keterkaitan konsep antara budaya pemuda dengan Komunikasi Mobile.
2. Peserta kuliah dapat mengeksplorasi keragaman perspektif, konsep, dan teori tentang budaya pemuda, terutama yang berkaitan dengan penggunaan perangkat Komunikasi Mobile.

Referensi

1. Donald, S. H., Anderson, T. D., & Spry, D. (2010). Youth, society, and mobile media in Asia. In *Youth, Society and Mobile Media in Asia*. <https://doi.org/10.4324/9780203859148>
2. Goggin, G. (2013). Youth culture and mobiles. *Mobile Media and Communication*, 1(1), 83–88. <https://doi.org/10.1177/2050157912464489>
3. Vanden Abeele, M. M. P. (2016). Mobile youth culture: A conceptual development. *Mobile Media and Communication*, 4(1), 85–101. <https://doi.org/10.1177/2050157915601455>

4. Green, N. (2017). Outwardly mobile: Young people and mobile technologies. In *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*. <https://doi.org/10.4324/9780203786826-15>

KOMUNIKASI MOBILE DAN AKTIVITAS KERJA

Layanan informasi dan komunikasi seluler di lingkungan perkotaan sangat berlimpah sehingga memungkinkan setiap orang untuk berinteraksi melalui berbagai perangkat, mulai dari telepon seluler, tablet, hingga komputer pribadi, dan seluruh perangkat tersebut dapat saling terkoneksi dalam platform daring. Kemudahan untuk mendapatkan layanan informasi dan komunikasi tersebut berdampak pada perluasan interaksi lintas ruang aktivitas, di mana komunikasi antar manusia dapat dilakukan secara beriringan dengan praktik kehidupan sehari-hari (Burchell, 2015, 2017). Namun, di balik kemudahan tersebut praktik komunikasi melalui teknologi daring telah membiaskan batas antara kehidupan personal dengan profesional (Gregg, 2013), atau antara ruang pribadi dengan ruang kerja (Broadbent, 2016).

Pada satu sisi, teknologi daring memungkinkan setiap orang untuk terbebas dari batasan ruang dan waktu pada praktik kerja tradisional sehingga pekerjaan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Kondisi tersebut memungkinkan setiap orang untuk dapat belajar atau berlatih meningkatkan keterampilan sembari bekerja, bahkan memungkinkan setiap orang untuk memilih waktu dan tempat bekerja yang nyaman. Akan tetapi di sisi lain,

teknologi daring juga membebaskan pekerjaan dari batasan temporal dan spasial, sehingga dapat mengganggu ruang dan waktu pribadi. Dampaknya, tanpa disadari teknologi daring memungkinkan pekerjaan untuk terus-menerus hadir dalam hidup, tidak peduli apakah pekerjaan tersebut hadir di ruang dan waktu pribadi (Gregg, 2013; San Pascual, 2014).

Pada dasarnya, pembatasan tradisional antara komunikasi pribadi dengan komunikasi kerja berakar dari gagasan bahwa persoalan pribadi dapat mengalihkan fokus pekerjaan dan mengurangi produktivitas. Namun ternyata, penurunan produktivitas bukan disebabkan karena adanya komunikasi pribadi di waktu dan tempat kerja (Ming Loh, 2016), melainkan karena adanya kondisi kerja yang memungkinkan interaksi sosial antar pekerja dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun, termasuk pada waktu pribadi (Broadbent, 2016). Kondisi kerja tersebut tentu saja tidak terlepas dari keberadaan teknologi seluler, alat komunikasi dengan aspek mobilitas yang dapat digunakan sembari berpindah tempat (Jensen, 2013).

Corak Komunikasi mobile pada kondisi kerja yang fleksibel tidak hanya membiaskan antara ruang dan waktu kerja dengan kehidupan pribadi. Terkadang, di tengah fleksibilitas tersebut terdapat pengaturan ambigu pada organisasi kerja dan tata kelola perusahaan tentang penggunaan telepon seluler, di mana penggunaan ponsel untuk kebutuhan pribadi pada waktu jam kerja dilarang

namun penggunaan ponsel untuk kepentingan perusahaan di luar waktu kerja diperbolehkan (Stephens & Ford, 2016). Bahkan, sering kali komunikasi tentang pekerjaan di luar jam kerja dilakukan melalui kanal komunikasi pribadi seperti aplikasi pesan singkat WhatsApp, meskipun telah terdapat aplikasi manajemen dan komunikasi kerja yang dapat digunakan melalui perangkat seluler (Mols & Pridmore, 2020).

Pembiasan batas antara ruang dan waktu kerja dengan kehidupan pribadi sebagai konsekuensi dari maraknya penggunaan perangkat Komunikasi Mobile telah menunjukkan bahwa inovasi teknologi dapat mendorong corak relasi sosial manusia, khususnya dalam relasi sosial produksi. Mengutip judul dari esai Raymond Williams (1980) tentang “*means of communication as means of production*”, kita perlu mendudukan dengan tegas bahwa komunikasi merupakan instrumen penting untuk mengorganisir kerja produktif yang dilakukan secara kolektif. Tanpa adanya praktik komunikasi dalam organisasi kerja, kerja-kerja produktif yang dilakukan oleh lebih dari satu pekerja tidak dapat dihimpun. Akan tetapi, apabila komunikasi kerja dilakukan melampaui ruang dan waktu kerja, maka hal tersebut akan memberikan konsekuensi pada kehidupan pekerja dan pada akhirnya menurunkan produktivitas. Situasi tersebut dapat menjadi titik tolak untuk mengkaji apa saja konsekuensi dari praktik komunikasi kerja yang melampaui waktu kerja? dalam kenyataan seperti apa

komunikasi kerja dianggap perlu atau bahkan harus dilakukan pada waktu pribadi? dan bagaimana menyeimbangkan waktu kerja dan kehidupan pribadi (*work-life balance*) di tengah maraknya pembiasan waktu dan lingkungan kerja melalui Komunikasi Mobile?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah mampu memahami ‘pembiasan’ batas antara waktu kerja dengan kehidupan pribadi yang dimungkinkan melalui penggunaan perangkat mobile sebagai alat komunikasi kerja.
2. Peserta kuliah mampu mengeksplorasi berbagai strategi untuk mencapai keseimbangan antara waktu kerja dan kehidupan pribadi (*work-life balance*).

Referensi

1. Stefana Broadbent (2015) *Intimacy at work: How digital media bring private life to the workplace*. Walnut Creek, CA: Left Coast Press.
2. Melissa Gregg (2011) *Work's intimacy*, Cambridge, MA: Polity.
3. Burchell, K. (2015). Tasking the everyday: Where mobile and online communication take time. *Mobile Media & Communication*, 3(1), 36–52. <https://doi.org/10.1177/2050157914546711>
4. Mols, A., & Pridmore, J. (2020). Always available via WhatsApp: Mapping everyday boundary work

practices and privacy negotiations. *Mobile Media and Communication*.

<https://doi.org/10.1177/2050157920970582>

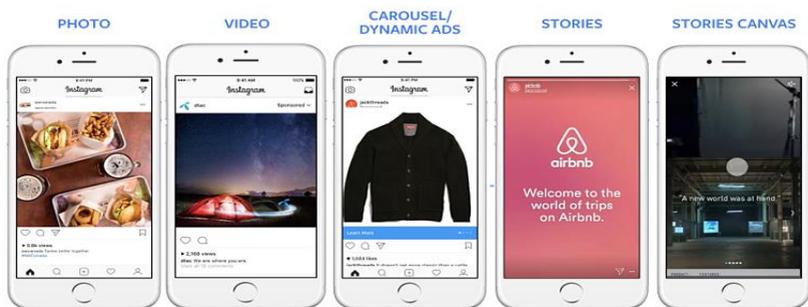
PRAKTIK PERDAGANGAN MELALUI MEDIA SELULER

Inovasi teknologi digital telah membentuk karakteristik baru dalam periklanan, khususnya di platform ponsel pintar dan tablet. Aktivitas periklanan, branding, dan pemasaran selama satu dekade telah menunjukkan bagaimana penyajakan produk dan merek pada suatu pasar dapat didasarkan pada konten dan data konsumen di platform sosial media (Banet-Weiser, 2012; Hearn, 2008; Zwick, Bonsu, & Darmody, 2008). Karakteristik aktivitas periklanan tersebut memperlihatkan bahwa inovasi teknologi seluler telah memungkinkan penyebaran konten iklan untuk dapat ditargetkan ke tingkat individu dengan kategori tertentu.

Dalam dunia digital, periklanan dan pemasaran merek dapat dilakukan dengan target konsumen secara spesifik. Sejak teknologi digital diadopsi ke dalam perangkat seluler, periklanan dan pemasaran merk dilakukan dengan metode *data driven*, yaitu penargetan konten iklan dengan memanfaatkan data rekam jejak aktivitas pengguna perangkat seluler. Adapun data tersebut dihimpun dari algoritma yang terdapat pada perangkat lunak seperti sistem operasi dan aplikasi seluler (Carah, 2017).

Salah satu contoh praktik periklanan dan pemasaran dengan metode *data driven* dapat ditinjau pada

aplikasi seluler media sosial Instagram. Pada awalnya, ketika Facebook membeli Instagram senilai US\$ 1 miliar pada tahun 2012, tidak terdapat fitur iklan di platform media sosial tersebut. Sejak akhir tahun 2014, Instagram mulai mengembangkan model periklanan berbayar (*paid advertising*) yang dapat menargetkan penyebaran konten iklan berdasarkan data pengguna. Proses penghimpunan data pengguna pada Instagram dilakukan dengan merekam jejak aktivitas produksi, sirkulasi, dan kehadiran pengguna (melihat, memberikan like, atau mengikuti/*follow*) pada konten gambar dan video (Carah & Shaul, 2016).



Gambar 17. Ragam konten iklan pada aplikasi seluler Instagram.

Praktik periklanan dan pemasaran dengan metode *data driven* merupakan salah satu karakteristik perdagangan dalam Komunikasi Mobile. Rekam jejak aktivitas dan lokasi pengguna pada perangkat lunak seluler memungkinkan pemasar produk dan merk untuk menargetkan konten iklan secara spesifik kepada pengguna seluler dalam kategori tertentu. Dengan

demikian, penyebaran iklan dapat diterima oleh pengguna seluler yang berpotensi menjadi konsumen produk atau merek tersebut.

Meskipun metode *data driven* marak digunakan dalam aktivitas periklanan dan pemasaran, namun masih terdapat praktik perdagangan dalam Komunikasi Mobile tanpa memanfaatkan data pengguna untuk menyajikan dan memasarkan barang atau produk. Misalnya, pengguna seluler yang menjajakan barang dagangan secara langsung melalui akun WhatsApp, Instagram, Facebook, atau Twitter secara langsung kepada pengguna lainnya tanpa melalui fitur *paid advertising*. Keragaman praktik tersebut kemudian menjadi ruang kajian yang dapat dipelajari atau bahkan diteliti dalam studi Komunikasi Mobile. Kajian tersebut mungkin dapat berangkat dari pertanyaan apakah aktivitas periklanan dan pemasaran dengan metode *data driven* lebih efektif dan efisien daripada dengan metode lainnya? Dalam kondisi seperti apa suatu metode periklanan dan pemasaran dalam Komunikasi Mobile dapat menjadi lebih efektif dan efisien untuk diaplikasikan dibandingkan dengan metode lainnya?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami karakteristik aktivitas perdagangan dalam Komunikasi Mobile.

2. Peserta kuliah mampu mengeksplorasi, menilai, dan membandingkan efektifitas dari beragam metode periklanan dan pemasaran dalam Komunikasi Mobile.

Referensi

1. Carah, N. (2017). Algorithmic brands: A decade of brand experiments with mobile and social media. *New Media and Society*, 19(3), 384–400.
<https://doi.org/10.1177/1461444815605463>
2. Carah, N., & Shaul, M. (2016). Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile Media and Communication*, 4(1), 69–84.
<https://doi.org/10.1177/2050157915598180>

PRODUKSI, KONSUMSI, DAN AKUMULASI KAPITAL DALAM KOMUNIKASI MOBILE

“Means of communication as means of production (Williams, 1980).” Kutipan dari esai karya Raymond Williams yang diterbitkan pada tahun 1980 tersebut tidak hanya memiliki arti “alat komunikasi sebagai alat produksi (Fuchs & Sevignani, 2013, hal. 251, 2018, hal. 35)”. Lebih dari itu, komunikasi memiliki peran penting dalam sirkulasi kapital yang memproses uang menjadi komoditas, dan kemudian mengubah komoditas menjadi uang yang lebih banyak (*money-commodity-more money*). Terkait dengan peran tersebut, komunikasi setidaknya memiliki dua bentuk kedudukan dalam relasi sosial produksi kapitalisme serta sirkulasi kapital.

Pertama, komunikasi dapat didudukkan sebagai salah satu bentuk relasi sosial produksi (Fuchs & Sevignani, 2013, hal. 251; Williams, 1980, hal. 55). Komunikasi berperan memperantarai ‘proses kualitatif’ dari nilai (Marx, 2008, hal. 524) dan berkontribusi pada proses komodifikasi tenaga produktif buruh (Fuchs & Mosco, 2015, hal. 25–26). Peran dan kontribusi tersebut dapat ditinjau pada berbagai bentuk relasi sosial, mulai dari proses rekrutmen tenaga kerja, perundingan nilai upah, pelatihan tenaga kerja, koordinasi produksi antar pembagian kerja (*division of labor*), hingga proses

rasionalisasi tentang pentingnya aktivitas produksi (Fuchs, 2020, hal. 147).

Bentuk kedudukan kedua, komunikasi berkontribusi dalam ‘ekspansi spasial’ kapitalisme (Mosco, 2009), baik ekspansi dalam rangka perluasan pasar maupun pengembangan lini produksi dalam rangka efisiensi beban biaya (Marx, 2008, hal. 534). Perangkat teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih memungkinkan arus kapital untuk mengalami perluasan secara geospasial: lintas wilayah, samudera, dan benua (Hope, 2016, hal. 2). Perluasan tersebut dapat ditinjau dari beragam peran teknologi komunikasi mulai dari perangkat periklanan, media transmisi, alat komunikasi dalam perdagangan global, alat komunikasi dalam pemusatan arus finansial, dan media penyampaian serta kanal ideologi (Fuchs, 2020, hal. 147).

Secara mendasar, komunikasi memfasilitasi relasi sosial lintas ruang dan waktu guna membantu manusia untuk memahami suatu tindakan serta refleksi atas tindakan tersebut (Jensen, 2013). Ketika ekspansi kapitalisme serta inovasi teknologi berkembang secara masif dalam lingkup global, maka dua bentuk kedudukan komunikasi dalam relasi sosial produksi juga turut berkembang. Dalam konteks kemajuan teknologi telepon seluler, fungsi penyiaran, komputasi (Alper, 2019), telekomunikasi, dan hiburan dapat terintegrasi dalam suatu perangkat teknologi seluler (Hope, 2016, hal. 54). Integrasi teknologi tersebut menegaskan suatu implikasi

bahwa telepon seluler telah menjembatani hubungan antara komunikasi, ‘ruang spasial’ (Castells et al., 2007; Goggin, 2006; Ito, 2005; Katz & Aakhus, 2002; Ling, 2008) dan beragam aktivitas sosial manusia (Jensen, 2013, hal. 27–28).

Adopsi teknologi digital pada perangkat seluler memunculkan suatu corak dan karakteristik baru dalam proses produksi kapitalisme. Secara umum, proses produksi dalam kapitalisme digital dapat dipetakan dalam dua bentuk ‘kerja’ produktif (*productive labour*). Pertama, kerja dengan imbalan upah, seperti kerja yang dilakukan karyawan perusahaan Facebook atau Google untuk membangun, memelihara, dan mengembangkan platform digital. Kedua, kerja *audience* (Fuchs, 2012, 2015), yaitu kerja para penonton, pemirsa, atau pengguna platform, dan pembuat konten (*content creator*) pada platform media sosial.

Bentuk kerja produktif yang pertama, yaitu kerja dengan imbalan upah, mungkin tidak lagi asing dalam keseharian masyarakat industri pada umumnya. Bahkan masyarakat modern yang bekerja pada berbagai macam sektor industri cenderung mereduksi makna ‘kerja’ hanya terbatas pada aktivitas yang dilakukan berdasarkan hubungan kerja ‘normatif’ yang memuat unsur pekerjaan, upah, dan perintah. Dengan demikian, kerja produktif tanpa imbalan upah seringkali diabaikan dan bahkan tidak dianggap sebagai suatu aktivitas produksi.

Guna memahami kerja *audience* sebagai kerja produktif dan suatu aktivitas produksi, maka perlu didudukan terlebih dahulu makna tentang apa itu kerja produktif. Secara umum, kerja produktif memiliki tiga makna yaitu: (1) kerja yang memproduksi nilai guna; (2) kerja yang menghasilkan modal dan nilai lebih secara akumulatif; dan (3) kerja secara kolektif yang berkontribusi dalam memproduksi nilai lebih dan modal (Fuchs, 2015, hal. 28; Marx, 1867, 1992). Berdasarkan ketiga pemaknaan tersebut, maka beragam aktivitas pengguna platform seperti membuat konten, mencari konten, menyaksikan konten, atau memberikan tanda *like* pada suatu konten dapat didudukan sebagai kerja produktif jika beragam aktivitas tersebut berkontribusi dalam menghasilkan modal dan nilai lebih secara akumulatif.

Setiap aktivitas dalam platform digital menghasilkan data yang dapat diproses untuk mengidentifikasi usia, gender, karakteristik, minat, lokasi, dan bahkan latar belakang setiap pengguna. Proses identifikasi tersebut menghasilkan data personal (*personal data*), yaitu suatu komoditas yang dijadikan sebagai basis informasi pemetaan dan kategorisasi pengguna dengan tetap merahasiakan informasi pribadi (Andrejevic 2011, 2012; Fuchs 2010, 2012a). Sebagai suatu komoditas, basis informasi pengguna menjadi penting ketika platform digital menawarkan layanan iklan berbayar (*paid advertising*) yang dapat ditargetkan secara

spesifik kepada pengguna dengan kategori tertentu (Banet-Weiser, 2012; Carah, 2017; Carah & Shaul, 2016; Hearn, 2008; Zwick et al., 2008).

Layanan iklan berbayar merupakan salah satu sumber pendapatan bagi perusahaan platform digital. Google misalnya, sebagai perusahaan platform digital dengan valuasi perusahaan lebih dari US\$ 500 miliar, pada tahun 2016 meraih total pendapatan sebesar US\$ 77 miliar, di mana 88,7% dari pendapatan tersebut bersumber dari layanan iklan berbayar (Alphabet Inc., 2017). Adapun iklan dalam jejaring Google ditargetkan secara efektif berdasarkan koleksi data dan hasil penelusuran perilaku pengguna pada website (Graham, 2017). Secara rinci, koleksi data dan pemetaan perilaku pengguna diperoleh dari *cookies*, yaitu perangkat lunak pada *browser* yang menyimpan rekam jejak aktivitas pengguna mulai dari rekam jejak penggunaan mesin pencarian, situs web yang dikunjungi, durasi dalam mengunjungi setiap situs web, iklan yang diakses, hingga rekam jejak aktivitas belanja daring (Auletta, 2010).

Besarnya pendapatan Google dari layanan iklan berbayar, di mana efektivitas penyampaian iklan tersebut memanfaatkan data pengguna, menunjukkan bahwa aktivitas pengguna pada platform google berkontribusi dalam menghasilkan modal dan nilai lebih secara akumulatif. Dengan demikian, maka kerja *audience* berupa aktivitas berselancar melalui platform Google dapat didudukkan sebagai suatu kerja produktif tanpa

imbalan upah. Berdasarkan realitas tersebut, terdapat suatu ruang studi untuk mengkaji seperti apa dan bagaimana aktivitas produksi, konsumsi, dan akumulasi kapital berlangsung dalam platform digital yang terintegrasi dengan perangkat seluler. Bahkan, kajian tersebut juga dapat difokuskan untuk menelusuri serta mengkalkulasi nilai lebih yang diperoleh dari eksploitasi data pengguna.

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah mampu memahami dan membedakan dua bentuk kerja produktif dalam platform digital yang terintegrasi dengan perangkat seluler.
2. Peserta kuliah dapat mengeksplorasi seperti apa dan bagaimana aktivitas produksi, konsumsi, dan akumulasi kapital berlangsung dalam platform digital yang terintegrasi dengan perangkat seluler.

Referensi

1. Fuchs, C., & Sevignani, S. (2013). What is digital labour? What is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media? *TripleC*, 11(2), 237–293. <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i2.461>
2. Graham, R. (2017). Google and advertising: digital capitalism in the context of Post-Fordism, the reification of language, and the rise of fake news.

Palgrave Communications, 3(1), 45.
<https://doi.org/10.1057/s41599-017-0021-4>

KOMUNIKASI MOBILE, POLITIK, DAN KEKUASAAN

Beberapa studi dan penelitian telah menyajikan argumentasi dan temuan bahwa teknologi Komunikasi Mobile memiliki implikasi terhadap peningkatan partisipasi politik. Gergen (2013) berpendapat bahwa Komunikasi Mobile dapat meningkatkan partisipasi demokratis pada ruang yang disebut sebagai Mittelbau, yaitu area kesenjangan antara struktur pemerintahan dan masyarakat. Selama beberapa tahun terakhir, penggunaan teknologi Komunikasi Mobile dalam kehidupan politik mengalami peningkatan (Martin, 2014) dan memiliki posisi penting sebagai alat untuk mengakses informasi politik dan berpartisipasi dalam politik elektoral di berbagai negara (Hermanns, 2008; Kohut & Keeter, 2008; Smith & Rainie, 2010). Sebagai contoh, sekitar seperempat populasi pemilih di Amerika Serikat menggunakan media mobile untuk memonitor berita pada pemilihan presiden tahun 2012, dan aktivitas monitoring tersebut berkembang menjadi jejaring sosial, pertukaran informasi, verifikasi berita, dan saling mengirim pesan singkat yang berkaitan dengan politik elektoral (Smith & Maeve, 2012).

Pengaruh teknologi Komunikasi Mobile terhadap partisipasi politik juga terjadi dalam konteks kritik kebijakan, gerakan sosial, dan bahkan protes. Dalam satu

dekade terakhir, berbagai kantor berita, kelompok kepentingan, dan organisasi non-pemerintah telah mengembangkan situs mobile serta akun media sosial untuk kampanye dan aplikasi seluler yang memuat orientasi politik dan kritik terhadap kebijakan (Cogburn & Espinoza-Vasquez, 2011). Neumayer dan Stald (2014) berargumen bahwa informasi yang disalurkan melalui Komunikasi Mobile dapat memiliki peran penting dalam aksi protes. Hal tersebut didasarkan pada penelitian empiris dari dua studi kasus: (1) aksi protes terhadap penghancuran pusat kegiatan pemuda di Copenhagen, Denmark tahun 2006; dan (2) aksi protes anti-fasis di Dresden, Jerman tahun 2011 (Neumayer & Stald, 2014). Beragam peran dan pengaruh teknologi Komunikasi Mobile tersebut telah memunculkan apa yang disebut Willems (2019) sebagai “the politics of things”, yaitu cara di mana suatu objek, infrastruktur, dan ruang fisik dijadikan ihwal yang krusial untuk melakukan komunikasi politik di era digital; serta cara di mana tubuh, obyek, dan ruang hidup dipolitisasi dan ditingkatkan kemampuannya secara digital.

Berbagai studi telah menunjukkan bahwa teknologi Komunikasi Mobile meningkatkan partisipasi politik hingga mendorong terjadinya perbaikan kondisi sosial. Namun demikian, sejauh ini masih terdapat bias dalam memahami bagaimana teknologi Komunikasi Mobile dapat mendorong perubahan sosial (Murdock, 2004). Hameed (2008) misalnya, berpendapat bahwa pada satu

sisi Komunikasi Mobile merupakan agen penting dari perubahan sosial, tetapi pada sisi lain Komunikasi Mobile juga dapat menghadirkan kesempatan untuk memperkuat standar perilaku sosial yang sudah ada di masyarakat.

Beberapa peneliti juga telah mengkritisi perubahan sosial yang didorong oleh teknologi seluler di berbagai negara. Para peneliti tersebut menemukan bahwa teknologi perangkat seluler dapat dimanfaatkan untuk mendistribusikan kekuatan politik (Obadare, 2005; Pertierra, Ugarte, Pingol, Hernandez, & Dacanay, 2002; Rafael, 2003). Bahkan, kemunculan teknologi seluler telah mendorong pemerintah untuk mengadopsi bentuk-bentuk implementasi kekuasaan yang lebih halus seperti kontrak relasional dengan perusahaan-perusahaan di sektor informasi dan telekomunikasi guna mengendalikan dan memonitor komunikasi masyarakat, seperti yang terjadi di China (Lu & Weber, 2007). Tidak hanya itu, Donner (2004) dan Varbanov (2009) berargumen bahwa teknologi seluler merepresentasikan kekuasaan simbolik, modernitas, kemakmuran, serta individualitas yang pada akhirnya memunculkan persoalan ketimpangan.

Berdasarkan penelitian dan studi yang ada, Komunikasi Mobile memiliki dua sisi paradoks dalam ihwal politik dan kekuasaan. Pada satu sisi, teknologi Komunikasi Mobile dapat mendorong peningkatan partisipasi politik dan demokrasi. Namun pada sisi lain, teknologi yang sama juga rentan digunakan untuk mendistribusikan kekuatan politik, pengawasan dan pengendalian terhadap

masyarakat, bahkan menjadi alat untuk melanggengkan kekuasaan dari rezim yang berkuasa. Dua sisi yang menghubungkan ihwal Komunikasi Mobile, politik, dan kekuasaan tersebut menunjukkan bahwa terdapat suatu ruang kajian dalam studi Komunikasi Mobile untuk dikaji lebih lanjut. Kajian mengenai persoalan tersebut dapat dimulai dari pertanyaan penting: dalam kenyataan seperti apa teknologi Komunikasi Mobile dapat meningkatkan partisipasi politik dan demokrasi suatu masyarakat, namun di sisi lain juga dapat menjadi alat pengawasan, kontrol, dan penguasa terhadap masyarakat tersebut?

Capaian Pembelajaran Materi:

1. Peserta kuliah dapat memahami beragam bentuk relasi antara Komunikasi Mobile, politik, dan kekuasaan.
2. Peserta kuliah dapat menelaah lebih lanjut dua sisi paradoks dari Komunikasi Mobile dalam ihwal politik dan kekuasaan.

Referensi

1. Lu, J., & Weber, I. (2007). *State, power, and mobile communication: a case study of China*. 9(6), 925–944. <https://doi.org/10.1177/1461444807082640>
2. Gergen, K. J. (2013). Mobile Communication and the Transformation of the Democratic Process. In *Handbook of Mobile Communication Studies*.

<https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262113120.003.0022>

3. Martin, J. A. (2014). Mobile media and political participation: Defining and developing an emerging field. *Mobile Media & Communication*, 2(2), 173–195. <https://doi.org/10.1177/2050157914520847>
4. Neumayer, C., & Stald, G. (2014). The mobile phone in street protest: Texting, tweeting, tracking, and tracing. *Mobile Media & Communication*, 2(2), 117–133. <https://doi.org/10.1177/2050157913513255>
5. Willems, W. (2019). ‘The politics of things’: digital media, urban space, and the materiality of publics. *Media, Culture and Society*, 41(8), 1192–1209. <https://doi.org/10.1177/0163443719831594>

BUKU AJAR

KOMUNIKASI MOBILE

MODUL PERKULIAHAN KOMUNIKASI MOBILE INI MENGHADIRKAN BERBAGAI KAJIAN TENTANG BAGAIMANA RELASI ANTARA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI SELULER DENGAN KEHIDUPAN SOSIAL, POLITIK, EKONOMI, DAN BUDAYA MASYARAKAT DI SELURUH DUNIA. MODUL PERKULIAHAN KOMUNIKASI MOBILE INI SETIDAKNYA MEMILIKI DUA FUNGSI. PERTAMA, SEBAGAI PANDUAN BAGI DOSEN UNTUK MENJADI FASILITATOR DALAM PERKULIAHAN. KEDUA, MEMANTIK PEMIKIRAN PESERTA KULIAH TENTANG HAL-HAL APA SAJA YANG PERLU DIKETAHUI, DIKAJI, DAN DIEKSPLORASI DALAM STUDI KOMUNIKASI MOBILE.

ISBN 978-623-6331-08-8



FIKOM UBHARA JAYA