

Budaya Partisipasi (*Participatory Culture*) di Kalangan Vlogger¹

Pramudika Kusuma Wardani²

ABSTRAK

Penggunaan teknologi informasi sudah menjadi *habit* di mana keberadaan internet dan web 2.0 membuat masyarakat mengenal dan mengonsumsi konten media. Masyarakat tidak hanya berhenti pada aktivitas konsumsi informasi yang ada di dalam konten media, namun turut bergabung dan ikut serta memproduksi bentuk konten media baru. Fenomena kemunculan vlog yang menggantikan bentuk konten media blog menjadi bukti bahwa masyarakat saat ini bukan hanya aktif dalam kegiatan konsumsi namun juga produksi informasi yang mana pembuat vlog atau yang lebih dikenal dengan istilah vlogger berubah menjadi prosumer yang bukan hanya fokus memproduksi konten media berbasis video saja, namun juga turut serta memproduksi dan mengonsumsi informasi dari konten media lainnya. Kehadiran vlogger saat ini mulai membentuk komunitas-komunitas jejaring baik online maupun offline di beberapa wilayah di Indonesia dengan beragama aktivitas partisipasi yang mengikuti sebagai wujud respon atas kebutuhan informasi, budaya populer dan dorongan perkembangan teknologi. Studi ini ingin mengkaji mengenai bagaimana penggunaan teknologi informasi mendorong vlogger untuk berpartisipasi secara online, bagaimana budaya partisipasi yang kembangkan serta mengungkap makna partisipasi yang terbangun di kalangan vlogger. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual dan di bantu dengan teori Budaya Partisipasi milik Henry Jenkins serta konsep Makna milik Smith. Studi ini menghasilkan tiga tipologi partisipasi berdasarkan aktivitas prosumsi, bentuk partisipasi yang dikembangkan serta pemaknaan yang dilakukan, yaitu partisipasi berdasarkan apresiasi (*participation based on appreciation*), partisipasi berdasarkan eksistensi (*participation based on existence*) dan partisipasi berdasarkan kesenangan (*participation based on pleasure*).

Kata Kunci: Budaya Partisipasi, Makna Partisipasi, Prosumer, Vlogger

ABSTRACT

In today's modern life, humans cannot be separated from technology products: and internet is one of them. The use of information technology has become a habit where internet and web 2.0 have made people know and consume media content. People do not only stop at the consumption activity of information contained in the media content, but also join and participate in producing a new form of media content. The phenomenon of vlogs that replaced the form of media blog content proved that the current society is not only active in the consumption activities but also the production of information in which

¹ Judul diambil dari judul asli skripsi "Budaya Partisipasi (*Participatory Culture*) di Kalangan Vlogger"

² Mahasiswa Ilmu Informasi dan Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga

the vlog maker or better known as ‘vlogger’ turned into a prosumer which is not just focused on producing video-based media content, but also participate in producing and consuming information from other media content. The current presence of vloggers began to build online communities as well as offline ones in some areas of Indonesia with various participation activities which followed as a form of response to information needs, popular culture and technological impetus. This study would like to examine how the use of information technology encourages vloggers to participate online, how the participation culture develops and expresses the meaning of participation built up among vloggers. This study used a qualitative approach with a virtual ethnography method and aided with Henry Jenkins' Participation Culture theory and Smith's Meaning concept. This study produced three typologies of participation based on the activity of the prosumer, the form of participation being developed and the meanings made, namely participation based on appreciation, participation based on existence and participation based on pleasure.

Keyword: Participatory Culture, Meaning of Participation, Prosumer, Vlogger

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan *modern* seperti sekarang ini, manusia tidak dapat lepas dari produk-produk teknologi salah satunya internet. Penggunaan internet dan teknologi digital termasuk kepemilikan gadget memungkinkan seseorang terlibat aktif dalam proses produksi dan konsumsi informasi. Aktivitas tersebut beragam bentuknya diantaranya mencari informasi, berkomunikasi atau *chatting*, bergabung dalam komunitas online (*facebook*, *twitter*, *youtube*), menonton video, mendengarkan musik, menyelesaikan tugas, dan memproduksi konten informasi atau karya kreatif (*blogging*, *videomaking*). Aktivitas yang seringkali digemari oleh pengguna internet yaitu kegiatan konsumsi di mana dari kegiatan konsumsi tersebut memungkinkan seseorang untuk berpartisipasi dan ikut memproduksi informasi dalam bentuk

berbeda, contohnya *blogging* dan *videomaking* atau *vlogging*. *Blogging* dan *vlogging* merupakan contoh aktivitas produksi konten informasi yang biasanya didahului oleh aktivitas konsumsi. Blog merupakan sebuah halaman website yang di dalamnya memuat segala informasi dalam bentuk tulisan sedangkan vlog atau *video blogging* adalah informasi yang disajikan dalam bentuk video. Seseorang yang membaca blog dapat terdorong untuk memberikan komentar atau dapat pula terdorong untuk memproduksi atau membuat konten informasi baru, begitu pula seseorang yang memonton vlog dapat terdorong untuk memberikan komentar ataupun terdorong untuk ikut membuat sebuah vlog.

Vlog memperoleh perhatian yang tinggi dari pengguna internet karena vlog memberikan pengalaman membaca yang lebih menarik melalui ekspresi dan visualisasi gambar yang tidak dapat

diperoleh ketika membaca teks biasa yang ada di dalam blog atau website. *MeFeedia's State of the Vlogosphere* berhasil melacak laju pertumbuhan jumlah vlog di mana pada tahun 2007 jumlah vlog mencapai 20.000 vlog dan semakin meningkat pada tahun 2010 yaitu sebanyak 110.000 vlog (Robin, 2010). Google Indonesia pun mencatat sejak tahun 2014 terdapat peningkatan jumlah video yang diunggah ke Youtube hingga 600% yang di dalamnya termasuk kontribusi vlog (sumber:cnnindonesia.com). Vlogger menyampaikan informasi dengan cara mengkombinasikan antara video, suara, gambar, teks dan ekspresi sehingga dapat lebih menarik perhatian pengguna internet dibandingkan teks tulisan yang ada di dalam blog, surat kabar, website ataupun portal berita.

Vlogging atau aktivitas membuat vlog digambarkan sebagai bentuk penyampaian ekspresi yang paling populer di mana seorang vlogger dapat dengan bebas menyampaikan pendapat, gagasan, dan komentar mereka terhadap topik atau isu tertentu, menyampaikan kritik akan fenomena atau permasalahan sekitar secara bebas berdasarkan sudut pandang dari vlogger serta dapat mengekspresikan perasaan dan pengalaman yang dialami tanpa memperhatikan latar belakang vlogger (Snelson, 2015: 322). Pernyataan tersebut mempunyai artinya bahwa setiap orang dapat menjadi vlogger, mereka dapat membuat, mengunggah dan menyebarkan vlog secara bebas tanpa harus memperhatikan latar belakang ataupun kompetensi dan kemampuan yang dimiliki.

Adanya perkembangan teknologi informasi sesungguhnya telah memberikan kesempatan dan peluang besar bagi para vlogger untuk mengembangkan aktivitas mereka, tidak hanya membuat vlog saja namun lebih dari itu. Perkembangan teknologi tersebut mendorong perubahan budaya yang mendorong munculnya budaya baru di kalangan para vlogger di mana mereka tidak hanya membuat dan mengunggah vlog namun dapat ikut berpartisipasi dengan cara mengunduh vlog, mendukung, mencela, mencurahkan perasaan, dan memberikan kritikan melalui komentar. Partisipasi seperti halnya mengunduh, mendukung, mencela, atau memberikan kritikan tersebut membangun budaya baru yang sifatnya partisipatif dan kontributif yang dikenal sebagai budaya partisipasi atau *participatory culture* (Jenkins, 2006; Burgess, 2009; Chau, 2010; Tripp, 2012; Zhang, 2013; Schneider, 2016). Budaya partisipasi dimaknai sebagai satu bentuk budaya baru yang berkembang karena dukungan dari teknologi informasi, di mana individu atau anggota dari suatu komunitas dapat berpartisipasi dalam pembuatan dan pendistribusian konten (Jenkins et.al, 2016).

Budaya partisipasi seperti berkomentar, mengkritik, memberikan saran sebetulnya merupakan aktivitas yang dapat mengikis batas antara produksi dan konsumsi informasi. Batasan di antara keduanya menjadi kabur, yang mana seseorang tidak lagi dapat dikatakan melakukan kegiatan konsumsi saja, namun juga memproduksi sebuah informasi. Deodato (2014) berpendapat bahwa

berinteraksi dengan teknologi informasi digital menimbulkan terjadinya transisi dari budaya konsumen menuju *participatory culture* (budaya partisipatif) di mana masyarakat tidak hanya sebagai seorang konsumen, namun juga bertindak sebagai produsen konten atau yang dikenal dengan istilah prosumer yaitu produsen sekaligus konsumen informasi. Seorang vlogger bukan hanya memproduksi konten vlog namun juga mengkonsumsi, berkomentar serta menyebarkan vlog baik vlog miliknya sendiri maupun vlog milik orang lain. Mereka juga melakukan interaksi antara satu vlogger dengan vlogger yang lainnya untuk berdiskusi dan berbagi informasi, sedangkan dalam tataran kolektif para vlogger secara bersama-sama membangun komunitas vlogger (Warmbrodt et.al, 2010)

Di Indonesia, para vlogger saat ini mulai membentuk komunitas-komunitas jejaring baik *offline* maupun *online* untuk mengembangkan kemampuan yang dimiliki, berbagi informasi dan pengetahuan serta untuk memudahkan komunikasi diantara para vlogger tersebut. Berdasarkan fenomena munculnya vlog dan mulai banyaknya komunitas-komunitas yang dibentuk di beberapa wilayah di Indonesia dengan beragam aktivitas partisipasi yang mengikuti sebagai bagian dari perubahan budaya yang terjadi karena perkembangan teknologi informasi digital maka penelitian ini diarahkan untuk mengkaji tentang budaya partisipasi yang saat ini telah marak terjadi sebagai wujud respon atas kebutuhan informasi, budaya populer dan tentunya karena dorongan dari

perkembangan teknologi. Penelitian ini difokuskan pada vlogger yang merupakan *prosumer* teks budaya populer di era informasi dan memiliki respon terhadap budaya partisipasi baik secara *online* maupun secara *offline*. Penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana budaya partisipasi yang dimunculkan oleh vlogger baik secara *online* maupun *offline* di mana vlogger yang merupakan produsen teks budaya populer (vlog) yang tidak hanya melakukan aktivitas produksi karya namun ikut berpartisipasi secara intens yang mana partisipasi tersebut memiliki makna yang lebih dari kegiatan 'ikut serta'.

1.2. Tinjauan Pustaka

1.2.1. Teknologi dan *Internet Culture* Membangun Partisipasi

Internet merupakan salah satu bentuk media teknologi digital di era informasi yang memberikan perubahan besar dalam kehidupan masyarakat (McLuhan, 1962; Williams, 1975; Green, 2002; Tredinnick, 2008). Teknologi internet tidak lagi menjadi sekedar alat namun menjadi determinasi perubahan masyarakat baik sosial, politik dan budaya. Teknologi menjadi determinasi dari perubahan budaya masyarakat di mana ketika budaya merepresentasikan teknologi akan mendorong munculnya sebuah budaya yang dihasilkan dari penggunaan teknologi tersebut (Tredinnick, 2008: 21-38). Disini salah satu budaya yang muncul dari penggunaan teknologi internet adalah *internet culture*. Budaya internet diartikan sebagai "praktik sosial maupun nilai-nilai sosial dari komunikasi dan interaksi antarpengguna

yang muncul di ruang siber dari hubungan antara manusia dan teknologi maupun antarmanusia dengan perantara teknologi. Budaya itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet serta jaringan yang terbentuk di antara pengguna internet” (Nasrullah, 2015a). Budaya internet bukan hanya berasal dari penggunaan komputer, namun juga erat kaitannya dengan pola interaksi dan komunikasi yang dilakukan pengguna internet di mana realitas virtual yang ditawarkan oleh internet mampu menggambarkan realitas yang sebenarnya sehingga membuat kegiatan komunikasi dan interaksi menjadi lebih mudah dan menarik juga aktivitas yang dapat dilakukan menjadi beragam. Ketika aktivitas di internet menjadi beragam, dan bentuk interaksi menjadi semakin menarik maka partisipasi atau keikutsertaan individu untuk menggunakan internet menjadi semakin tinggi.

1.2.2. Participatory Culture dalam Aktivitas Vlogging

Participatory culture atau budaya partisipasi yang dikembangkan oleh Henry Jenkins merupakan konsep mengambil peran dan berpartisipasi secara aktif dalam produksi, diseminasi dan interpretasi budaya yang dilakukan individu atau anggota dari suatu komunitas. Bentuk budaya partisipasi menurut Jenkins et.al (2009:8) terdiri dari empat jenis, yaitu afiliasi, ekspresi, kolaborasi pemecahan masalah, dan sirkulasi. Afiliasi (*affiliations*) merupakan bentuk budaya partisipasi berupa penggabungan diri secara formal maupun informal dalam sebuah komunitas online maupun offline seperti

facebook, kaskus, twitter, forum dan lain sebagainya. Bentuk budaya partisipasi kedua yaitu ekspresi (*expressions*) yaitu bentuk budaya partisipasi yang bukan hanya sekedar komunikasi melainkan menungkan sebuah ekspresi dalam bentuk-bentuk kreativitas baru. Bentuk ini juga disebut sebagai bentuk budaya partisipasi yang berupa produksi bentuk kreatif baru melalui media online yang tersedia seperti *Fan Fiction, Fan Video, dan Mash-up*. Bentuk budaya partisipasi lainnya yaitu kolaborasi pemecahan masalah (*Collaborative problem solving*). Kolaborasi pemecahan masalah merupakan bentuk budaya partisipasi yang ditandai dengan adanya bentuk kerjasama dalam suatu kelompok baik secara formal maupun informal untuk mengembangkan pengetahuan baru. Sedangkan bentuk budaya partisipasi yang terakhir yaitu sirkulasi (*circulations*). Sirkulasi ini merupakan bentuk budaya partisipasi yang mana merupakan aktivitas membentuk aliran informasi di dalam media untuk mempertajam informasi di dalamnya.

1.2.3. Vlog sebagai Produk Budaya

Vlog atau *video blogging* merupakan produk budaya populer yang diproduksi, dikonsumsi dan diminati oleh masyarakat secara luas pada era digital saat ini. Vlog dikatakan sebagai produk budaya karena sengaja diciptakan untuk masyarakat dan berkenaan dengan kehidupan masyarakat yang tergambarkan dalam bentuk video. Perkembangan produksi vlog semakin meningkat dan beragam semenjak diluncurkannya beberapa media jaringan yang mendukung adanya online video seperti youtube dan

instagram. Memungkinkan seseorang melakukan produksi, konsumsi dan sirkulasi tiada akhir yang selanjutnya memunculkan aktivitas-aktivitas lain yang bersifat kontributif dan partisipatif. Aktivitas kontributif dan partisipatif yang dilakukan secara kontinyu atau berulang-ulang tersebut tentunya tidak hanya memiliki makna yang sederhana, namun memiliki makna lebih sebagaimana dikatakan oleh Smith (2009: 95) bahwa berinteraksi dengan sesuatu secara terus menerus dapat menjadikan pemahaman individu berubah dan membentuk suatu pemaknaan atas tindakan yang dilakukan.

1.3. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode entografi virtual yang nantinya diharapkan dapat memperoleh hasil yang spesifik sekaligus mendalam untuk menguraikan perilaku budaya partisipasi yang dikembangkan vlogger dalam dunia siber (internet) melalui berbagai jenis media sosial serta diharapkan dapat menguraikan praktik budaya partisipasi dalam kehidupan sehari-hari vlogger. Sedangkan objek penelitian ini adalah vlogger dengan teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling sehingga terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi informan, antara lain 1) Mereka yang mempunyai *channel* vlog, membuat serta memposting vlog; 2) Channel vlog yang dimiliki selalu update, setidaknya memposting minimal 3-4 vlog dalam satu bulan; 3) Vlog

memiliki banyak komentar, dan vlogger aktif menjawab komentar tersebut.

2. Hasil Temuan dan Analisis

2.1. Penggunaan Teknologi Informasi Mendorong Vlogger Berpartisipasi Secara Online

Penggunaan teknologi informasi sudah menjadi *habit* dalam masyarakat saat ini di mana keberadaan internet dan web 2.0 membuat masyarakat mengenal dan mengonsumsi konten media. Masyarakat tidak hanya berhenti pada aktivitas konsumsi informasi yang ada di dalam konten media, namun turut bergabung dan ikut serta memproduksi bentuk konten media baru. Fenomena kemunculan vlog yang menggantikan bentuk konten media blog menjadi bukti bahwa masyarakat saat ini bukan hanya aktif dalam kegiatan konsumsi namun juga produksi informasi yang mana pembuat vlog atau yang lebih dikenal dengan istilah vlogger berubah menjadi prosumer yang bukan hanya fokus memproduksi konten media berbasis video saja, namun juga turut serta memproduksi dan mengonsumsi informasi dari konten media lainnya (Lim, 2013; Deodato, 2014). Kebiasaan sering menggunakan teknologi terutama gadget serta keberadaan internet yang semakin mudah di akses baik melalui jaringan wifi ataupun dengan menggunakan kuota data mendorong vlogger melakukan tindakan-tindakan komunikatif dan kontributif yang mana tindakan tersebut membangun partisipasi atau keaktifan vlogger dalam melakukan beragam aktivitas yang ada di dalam internet yang di sebut sebagai kegiatan berpartisipasi secara online. Terbiasa berinteraksi dengan internet, membuat

vlogger terbiasa mencari informasi, tidak hanya melakukan aktivitas yang cenderung pasif seperti membaca saja, namun justru sebaliknya vlogger cenderung mengembangkan aktivitas yang lebih aktif, mengembangkan pola pikir, keterampilan investigatif, dan membuat mereka menjadi kritis dan lebih aktif (Tapscott, 2009: 32).

Keberadaan teknologi dan internet menjadi penting dalam proses pembuatan dan aktivitas vlogging karena memberikan kemudahan dan juga berpengaruh pada kualitas video vlog yang dihasilkan. Keberadaan teknologi sangat membantu vlogger dalam melakukan vlogging terlebih untuk mengimbangi permintaan dari generasi millennial yang semakin banyak dan bervariasi yang mana bagi seorang vlogger, tuntutan penonton adalah wajib untuk dipenuhi. Selain memanfaatkan teknologi, vlogger juga memanfaatkan media sosial untuk menunjang kegiatan vlogging yang mereka lakukan. Penggunaan sosial media bagi vlogger memiliki manfaat yang sama pentingnya dengan penggunaan teknologi. Social media bagi vlogger digunakan sebagai media relasi, komunikasi dan promosi. Studi ini menemukan bahwa terdapat berbagai alasan yang mendorong mereka melakukan aktifitas produksi tersebut salah satunya adalah dorongan teknologi. Teknologi bukan menjadi determinasi utama yang mendorong vlogger melakukan kegiatan produksi dan konsumsi informasi, terdapat beberapa alasan lain yang mendorong vlogger berpartisipasi diantaranya hobi dan kesenangan, reward serta faktor lainnya. Teknologi membangun

partisipasi hanya ketika seseorang memanfaatkan teknologi dan memutuskan untuk melibatkan diri pada aktivitas partisipatif di dalamnya (Jenkins et.al, 2009: 8).

2.2. Bentuk Budaya Partisipasi Vlogger

Vlogger sebagai pembuat konten yang melakukan aktivitas konsumsi dan produksi informasi akan senantiasa mengembangkan berbagai aktivitas sebagai bentuk partisipasinya. Aktivitas tersebut menguatkan budaya partisipasi yang berkembang di kalangan vlogger. Budaya partisipasi memiliki ragam bentuk yang mengkonstruksi budaya itu sendiri melalui tindakan-tindakan kontributif dan partisipatif yang dilakukan berulang-ulang (Jenkins et.al, 2009). Tindakan repetisi atau pengulangan tersebut yang menjadikan sebuah budaya menjadi semakin menguat. Budaya partisipatif yang dikembangkan tidak hanya membuat vlog dan menonton vlog saja. Mereka juga bergabung dalam beberapa komunitas secara online maupun offline baik yang berhubungan dengan vlog maupun komunitas diluar vlog. Vlogger berinteraksi dengan vlogger lain dan bersama-sama mereka membangun komunitas (Luers dalam Warmbrodt, Hong Seng, & Richard Hall, 2010: 43). Vlogger memilih bergabung dalam komunitas vlogger yang memiliki jenis konten serupa atau sekiranya mampu menunjang aktivitas vlogging yang mereka lakukan, Aktivitas yang dikembangkan di dalam komunitas pun berbeda sebagaimana dikatakan Warmbrodt, Hong Seng, dan Richard Hall (2010: 43) mengatakan bahwa

komunitas terbentuk berdasarkan kesamaan minat (*shared interest*) dan interaksi aktif yang dilakukan oleh masing-masing anggota komunitas, sehingga perbedaan aktivitas pada komunitas sangat wajar terjadi mengingat minat, interest dan tema konten yang dibuat oleh masing-masing vlogger juga berbeda. Aktivitas bergabung dalam komunitas merupakan aktivitas partisipatif bukan hanya untuk menambah pertemanan namun lebih jauh dengan bergabung dalam komunitas, vlogger dapat meningkatkan kemampuan individu dengan sering bertukar informasi dengan sesama anggota, menambah pengetahuan dan wawasan, memperoleh banyak teman serta dapat mempromosikan diri.

Tidak cukup dengan bergabung dalam komunitas, vlogger masih terus mengembangkan aktivitasnya salah satunya membuat bentuk kreatifitas lain sebagaimana mereka membuat vlog sebagai upaya untuk mengungkapkan ekspresi (Snelson, 2015: 322). Bentuk kreatifitas lain yang diproduksi berupa tulisan di blog, short movie, game dan komikstrip. Dalam melakukan aktivitas produksi informasi, vlogger tidak hanya bekerja secara individual, terkadang mereka bekerjasama secara kolaboratif untuk menyunting, memodifikasi, mengkombinasi, bahkan mengkolaborasikan antara karya yang dia miliki atau karya milik orang lain yang sudah ada dengan karya lain sehingga menjadi suatu bentuk informasi baru. Vlogger berkolaborasi dengan vlogger lain untuk bersama-sama menciptakan konten vlog dan diunggah ke dalam channel vlog masing-masing

guna menghasilkan konten informasi baru yang lebih menarik. Kolaborasi juga digunakan sebagai solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi (Jenkins et.al, 2009: 8) salah satunya ketika vlogger kekurangan bahan untuk membuat konten vlog. Studi ini menemukan bahwa aktivitas kolaborasi merupakan kegiatan yang saling menguntungkan, tujuan vlogger melakukan kolaborasi tidak hanya untuk menghasilkan informasi baru yang lebih menarik, kolaborasi bukan lagi digunakan sebagai sarana pemecahan suatu masalah, namun kolaborasi dapat digunakan sebagai daya tarik pengemar, untuk variasi konten, sekaligus untuk menjadikan vlogger lebih dikenal terutama oleh pengemar dari vlogger lain yang diajak berkolaborasi.

Berkolaborasi untuk mempromosikan diri sendiri dan juga orang lain berarti turut menciptakan suatu aliran media yang terhubung. Mereka membagikan dan menyebarluaskan link channel vlog mereka ke berbagai media social yang mereka miliki sehingga memungkinkan vlog tersebut ditonton dan dikomentari guna mempertajam informasi yang ada sebelumnya. Contohnya vlogger Membagikan link channel vlog ke dalam social media yang dimiliki, memiliki fitur ig pot bersama anggota komunitas dimana mereka dapat mencantumkan link channel vlog ke dalam postingan grup. Tindakan berbagi dan menyebarluaskan informasi untuk menciptakan aliran media guna mempertajam informasi disebut sebagai tindakan sirkulasi (Jenkins et.al, 2009: 8). Sirkulasi juga dapat dilakukan

melalui kegiatan memberikan komentar ataupun masukan terhadap karya vlog yang telah ada sehingga mampu mempertajam informasi yang ada sebelumnya. Aktivitas *circulations* tidak berhenti pada kegiatan berkomentar namun dapat berlanjut ke dalam aktivitas diskusi. Kolom komentar kerap kali menjadi ruang diskusi bagi vlogger dan penonton video.

2.3. Makna Partisipasi bagi Vlogger

Vlogger mengembangkan budaya partisipasi di mana aktivitas partisipasi yang dilakukan secara kontinyu atau berulang-ulang tersebut tentunya tidak hanya memiliki makna yang sederhana, namun memiliki makna lebih sebagaimana dikatakan oleh Smith (2009: 95) bahwa berinteraksi dengan sesuatu secara terus menerus dapat menjadikan pemahaman individu berubah dan membentuk suatu pemaknaan atas tindakan yang dilakukan. Makna tindakan partisipasi yang terbentuk tidak lepas dari konteksnya sebagai seorang produsen teks budaya (vlog) yang memiliki keinginan untuk senantiasa membagikan informasi yang dimiliki kepada orang lain, disini tindakan partisipasi dimaknai sebagai upaya untuk menyalurkan informasi yang dimilikinya serta bagian dari upaya untuk mencari apresiasi dan pengakuan masyarakat atas hasil karya yang diciptakan dan kontribusi pengetahuan yang diberikan. Vlogger sebagai produsen teks budaya, memproduksi teks-teks budaya bukan hanya berupa vlog, namun juga memproduksi teks budaya berupa

kreatifitas lain sebagai sarana mengekspresikan diri sehingga disini partisipasi dimaknai sebagai upaya mengungkapkan ekspresi dan perasaan melalui teks-teks budaya yang berhasil diciptakan dan merujuk pada upaya pengembangan konten demi menjaga eksistensinya sebagai seorang vlogger tetap eksis mengingat eksistensi tersebut bersifat lentur dan tidak tetap. Partisipasi juga dimaknai sebagai aktivitas yang menyenangkan dan kesenangan yang diperoleh akan membuat vlogger melakukan aktivitas partisipatif lagi dan lagi. Berdasarkan pemaknaan terhadap aktivitas partisipasi yang dikembangkan maka diperoleh tiga tipe partisipasi yaitu partisipasi berdasarkan apresiasi (*participation based on appreciation*), partisipasi berdasarkan eksistensi (*participation based on existence*) dan partisipasi berdasarkan kesenangan (*participation based on pleasure*). Adapun perbedaan diantara ketiganya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Perbedaan *Participation based on Appreciaton*, *Participation based on Existence* dan *Participation based on Pleasure*

Aspek	<i>Participation based on Appreciaton</i>	<i>Participation based on Existence</i>	<i>Participation based on Pleasure</i>
<p>Aktivitas Produksi dan Konsumsi dalam Proses Pengembangan Budaya Partisipasi</p>	<p>Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer) konten media. Mengkonsumsi informasi-informasi yang bersifat edukatif (pengetahuan) seperti informasi mengenai olah raga, nutrisi, kesehatan, otomotif serta mengkonsumsi informasi tentang <i>product knowledge</i> dari suatu produk kecantikan. Aktivitas konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan kemudian dibagikan kepada orang lain.</p>	<p>Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer) konten media. Mengkonsumsi informasi-informasi dalam bentuk konten budaya populer seperti komik, animasi, game dsb. Aktivitas konsumsi dilakukan juga untuk menambah eksistensi dirinya.</p>	<p>Bertindak sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer) konten media. Mengkonsumsi hal-hal yang bersifat ringan yang dikembangkannya sebagai bagian dari kesenangan. Selain itu mereka melakukan konsumsi untuk membangun interaksi dan relasi dengan orang lain. Hal-hal ringan yang dikonsumsi dan merupakan bagian dari kesenangannya misalkan menonton vlog dari para vlogger idola mereka (daily vlog), mencari tau video atau karya terbaru yang dihasilkan oleh si vlogger idola.</p>
	<p>Memproduksi konten edukatif dan informatif (pengetahuan) seperti informasi mengenai olahraga, nutrisi, kesehatan, otomotif serta mengkonsumsi informasi tentang <i>product knowledge</i> dari suatu produk kecantikan. Aktivitas produksi yang dilakukan didasari atas dorongan untuk memperoleh apresiasi atas informasi atau pengetahuan yang telah diproduksi dan</p>	<p>Aktivitas produksi dilakukan atas dorongan untuk senantiasa eksis dan dikenal oleh orang lain, memproduksi konten-konten budaya populer seperti komik, short movie, game dan termasuk membuat vlog dengan tema serupa agar dapat eksis dan dikenal oleh banyak orang. Aktivitas produksi dilakukan secara terus menerus guna menjaga eksistensinya tetap pada titik yang diinginkan atau</p>	<p>Memproduksi atas dasar hobi dan kesenangan dan keinginan untuk dapat berinteraksi dan menjalin relasi pertemanan dengan orang lain. Mereka memproduksi hal-hal yang bersifat ringan sebagai bagian dari kesenangan mereka misalnya membuat video tentang keseharian mereka (daily life), video challenge, video tutorial dsb. yang dilakukan untuk mengekspresikan kesenangan mereka.</p>

	dibagikan kepada orang lain.	bahkan lebih (melampaui dari apa yang diharapkan).	
Bentuk Budaya Partisipasi yang dikembangkan	<p>Bentuk budaya partisipasi yang dikembangkan antara lain:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Afiliasi atau bergabung ke dalam komunitas, 2. Mengungkapkan ekspresi dalam berbagai bentuk kreatifitas, 3. Melakukan kolaborasi pemecahan masalah dan 4. Melakukan sirkulasi melalui berbagi link, komentar dan diskusi <p>Bentuk budaya partisipasi yang dikembangkan tersebut dilakukan sebagai upaya memperoleh apresiasi dan pengakuan masyarakat atas kontribusi pengetahuan yang mereka berikan.</p>	<p>Bentuk budaya partisipasi yang dikembangkan sebagai bagian dari kesenangan serta sebagai upaya untuk dapat berinteraksi dan menjalin relasi pertemanan dengan orang lain.</p>	<p>Bentuk budaya partisipasi yang dikembangkan sebagai bagian dari kesenangan serta sebagai upaya untuk dapat berinteraksi dan menjalin relasi pertemanan dengan orang lain.</p>
Makna Partisipasi yang Terbentuk	Partisipasi dimaknai sebagai upaya untuk mencari apresiasi dan pengakuan masyarakat atas hasil karya yang diciptakan dan kontribusi pengetahuan yang diberikan. Vlogger tipe ini akan berpartisipasi secara terus menerus sampai	Partisipasi dimaknai sebagai upaya untuk menjaga eksistensinya sebagai seorang vlogger. Mereka berpartisipasi guna menjaga dirinya tetap eksis mengingat eksistensi tersebut bersifat lentur dan tidak tetap. Dengan berpartisipasi secara rutin maka	Partisipasi dimaknai sebagai aktivitas yang menyenangkan dan kesenangan yang diperoleh tersebut membuat mereka yang tergolong dalam tipe ini melakukan aktivitas partisipatif lagi dan lagi.

	memperoleh kepuasan diri.	eksistensinya dapat terjaga bahkan harus lebih dari yang diharapkan.	
	Partisipasi merujuk pada kepuasan diri yang diperoleh dari apresiasi berupa pengakuan dan reward misalnya dalam karir atau pekerjaan.	Partisipasi merujuk pada upaya membangun identitas dirinya sebagai seorang vlogger.	Partisipasi merujuk pada kegemaran atau hobi yang tidak dapat terlepas dari kehidupan sehari-hari.

3. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai budaya partisipasi yang dikembangkan oleh vlogger sebagai produsen teks budaya (vlog), maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Studi ini menemukan bahwa penggunaan teknologi termasuk di dalamnya kepemilikan terhadap gadget, kemudahan akses internet, penggunaan social media dan keberadaan vlog sebagai bentuk dari kecanggihan teknologi menjadi salah satu namun bukan alasan utama yang mendorong vlogger berpartisipasi secara online, terdapat beberapa alasan lain yang mendorong vlogger berpartisipasi diantaranya hobi dan kesenangan, reward dan keuntungan, serta faktor lainnya
2. Terdapat 4 bentuk budaya partisipasi yang dikembangkan vlogger yaitu afiliasi atau bergabung ke dalam komunitas, mengungkapkan ekspresi dalam berbagai bentuk kreatifitas, melakukan kolaborasi pemecahan masalah dan sirkulasi untuk membentuk aliran media guna

mempertajam informasi. Bentuk budaya tersebut dikembangkan terus menerus sebagai bagian dari *way of life* dan dilakukannya secara sadar dan suka rela.

3. Studi ini menemukan terdapat tiga tipologi partisipasi berdasarkan pemaknaan terhadap aktivitas partisipasi yang dikembangkan. Pertama yaitu partisipasi berdasarkan apresiasi (*participation based on appreciation*), kedua yaitu partisipasi berdasarkan eksistensi (*participation based on existence*), dan ketiga yaitu partisipasi berdasarkan kesenangan (*participation based on pleasure*)

4. Saran

Dari beberapa kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran terkait dengan penelitian ini yakni:

1. Aktif berpartisipasi secara online merupakan fenomena budaya yang terbentuk akibat keberadaan internet dan web 2.0 yang mana kesempatan tersebut dapat dimanfaatkan perpustakaan sebagai lembaga informasi untuk

memproyeksi program perpustakaan sesuai dengan budaya yang berkembang dalam masyarakat saat ini. Perpustakaan dapat menyediakan layanan yang dapat memudahkan pengguna mengakses internet serta konten media online untuk mendukung budaya partisipasi yang mereka kembangkan. Perpustakaan juga dapat memanfaatkan konten media online berupa vlog untuk meningkatkan program dan layanan perpustakaan serta meningkatkan jumlah kunjungan diantaranya dengan memanfaatkan vlog sebagai media komunikasi interaktif dengan pengguna atau pemustaka.

2. Bagi pustakawan, fenomena budaya yang begitu dinamis sudah sepatutnya menjadi perhatian pustakawan untuk mampu bersikap adaptif terhadap perubahan masyarakat. Pustakawan dapat mengadaptasi prinsip kerja media online yang memanfaatkan partisipasi pengguna ke dalam program perpustakaan sehingga pemustaka dapat mengembangkan budaya partisipasi terhadap perpustakaan yang mana dari budaya partisipasi tersebut selanjutnya menumbuhkan loyalitas pemustaka untuk senantiasa terlibat dalam kegiatan yang diadakan perpustakaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti memberikan saran untuk dapat mengali secara mendalam budaya partisipasi di kalangan pengguna

konten media online jenis lain mengingat konten media online yang dimanfaatkan masyarakat memiliki jenis yang beragam. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lanjutan yang menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana penelitian kuantitatif tersebut dikaitkan dengan konsep demografi misalnya jenis kelamin, rentang usia, dan sebagainya untuk dapat menguraikan secara lebih mendalam bentuk-bentuk budaya partisipasi yang dilalukan. Serta disarankan pula untuk diadakan penelitian lanjutan yang dikaitkan dengan pengembangan modal misalnya modal social dan modal ekonomi sesuai dengan karakteristik generasi millennial.

Daftar Pustaka

Buku

- Burgess, Jean & Joshua Green. 2009. *YouTube: Online video and participatory culture*. Cambridge: Polity Press. [ebook online], 17 Agustus 2017
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy: Reflection on the Internet*. New York: Oxford University Press.
- Castells, Manuel. 2010. *The Rise of The Network Society*. UK: Wiley-Blackwell Publication.
- Green, Lelia. 2002. *Technoculture: from Alphabet to Cybersex*. Australia: Allen&Unwin.
- Hanna, Barbara E. & Juliana de Nooy. 2009. *Leaming Language and*

- Culture via Public Internet Discussion Forums*. UK: Palgrave MacMillan.
- Hine, Christine. 2001. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publication.
- Ida, Rahmah. 2011, *Metode Penelitian: Kajian Media dan Budaya*, Pusat penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga, Surabaya
- Jenkins, Henry, Mizuko Ito and Danah Boyd. 2016. *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce and Politics*. Cambridge: Polity Press [ebook online] diakses 17 Agustus 2017
- Jenkins, Henry, Ravi Purushotma, Margaret Weigel, Katie Clinton, and Alice J. Robinson. 2009. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Massachusetts: MIT Press
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodeologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Smith, Jonathan (ed). 2009. *Psikologi Kualitatif: Panduan Praktis Metode Riset*. Diterjemahkan oleh Budi Santoso Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sugihartati, Rahma. 2017. *Budaya Populer dan Subkultur Anak Muda*. Surabaya: Airlangga University Press
- Tapscott, Don. 2009. *Grown Up Digital. How the Net Generation is Changing your World*. United States: Mc Graw Hill
- Tredinnick, Luke. 2008. *Digital Information Culture: The Individual and Society in the Digital Age*. UK: Chandos Publishing.
- Williams, Raymond. 1975. *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books
- Jurnal**
- Arif, Moch. Choirul. 2012. Etnografi Virtual: Sebuah Tawaran Metodologi Kajian Media Berbasis Virtual. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 2(2), p. 165-179 ISSN: 2088-981X diakses 2 November 2017
- Chareen Snelson. 2015. "Vlogging about school on YouTube: An exploratory study". *Journal of New Media & Society* Vol. 17(3), p.321–339, diakses 15 Agustus, 2017, DOI: 10.1177/1461444813504271
- Clement Chau. 2010. "Youtube as a Participatory Culture". *New Directions for Youth Development*. No. 128 p. 65-74, diakses 16 Agustus, 2017, DOI: 10.1002/yd.376
- Deodato, Joseph. 2014 "The Patron as Producer: Libraries, Web 2.0, and Participatory Culture", *Journal of Documentation*, Vol. 70 Issue: 5, p. 734-758, diakses 17 Agustus, 2017, DOI: 10.1108/JD-10-2012-0127

- Gao, W., Tian, Y., Huang, T., and Yang, Q. 2010. Vlogging: A survey of videoblogging technology on the Web. *ACM Computing. Surveys*. Vol 42 (4) article 15, 57 pages. DOI: 10.1145/1749603.1749606
- Intyaswati, Drina dan Ratu Laura M. B. P. 2017. Peningkatan Eksistensi Blogger melalui Komunitas Virtual. *Jurnal The Messenger*. Volume. 9 nomor 2, p. 210-218, diakses 1 Juli 2018
- Lim, Joanne B Y. 2013. "Video blogging and Youth Activism in Malaysia". *The International Communication Gazette*. Vol 75(3), p. 300-321. DOI: 10.1177/1748048512472947
- Luer, W. 2007. Cinema without Show Business: A poetics of vlogging. Vol 5 (1) from <http://hdl.handle.net/2027/spo.pid9999.0005.105>
- Miles, A. 2003. Softvideography. In Markku (Ed.), *Cybertext yearbook 2002-2003* (p.230)
- Nirwana, Aditya. 2014. Virtualisasi game dalam pandangan filsafat teknologi Don Ihde. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi ASIS*. Yogyakarta.
- Ritzer, George, Paul Dean, and Nathan Jurgenson. 2012. "The Coming of Age of the Prosumer". *American Behavioral Scientist*. Vol 56, Issue 4, p. 379 – 398 diakses 17 Agustus, 2017, DOI: 10.1177/0002764211429368
- Robinson, John P. 2011. Art and Leisure Participation among IT User: Further Evidence of Time Enhancement over Time Displacement. *Journal of Social Science Computer Review*. Vol 29(4), p. 470-480, diakses 2 November 2017, DOI: 10.1177/0894439310385643
- Schneider, Christopher J. 2016. Music Videos on YouTube: Exploring Participatory Culture on Social Media. *Journal of Studies in Symbolic Interaction*. Volume 47, p. 97-117 DOI: 10.1108/S0163-239620160000047016.
- Warmbrodt, John, Hong Sheng, and Richard Hall. 2010. Understanding the Video Bloggers' Community. *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*. Vol 2(2), p. 43-59 DOI: 10.4018/jvcnsn.2010040104
- Zhang, Weiyu and Chengting Mao. 2013. Fan Activism Sustained and Challenged: Participatory Culture in Chinese Online Translation Communities. *Chinese Journal of Communication*. Vol. 6, No. 1, 45–61, diakses 16 Agustus, 2017 <http://dx.doi.org/10.1080/17544750.2013.753499>

Skripsi, Thesis, Disertasi

- Dewi, Desta Kurnia. 2017. Budaya Partisipasi dan Pengembangan Literasi Baru di Kalangan *Netizen* dalam Situs Wikipedia Bahasa Indonesia. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Mardiana, Ika. 2015. Budaya Partisipasi (*Participatory Culture*) Pada Kelompok Penggemar Komik (Kajian Budaya Partisipasi Pada Komunitas Komik Bungkul Surabaya). *Skripsi*. Surabaya:

- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- Mogallapu, Anusha. 2011. "Social network analysis of the video bloggers' community in YouTube". *Masters Theses*. 4879. Theses. diakses 15 Agustus, 2017.
- Pramithasari, Agritta. 2015. *Praktik Partisipatory Culture (Budaya Partisipasi) dikalangan Siswa (Studi Deskriptif tentang Praktik Partisipatory Culture Dikalangan Siswa Menengah Atas dalam Penggunaan Media Sosial pada SMA Negeri 2 Kediri)*. *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.
- https://www.youtube.com/channel/UCK4-F1q_kgEB7wWejnXm7ww
- KFT Motorsport (2017) Suzuki Inazuma GW250 | Review singkat [diakses 21 Mei 2018]. https://www.youtube.com/watch?v=_mN4V0FwNCg
- Nur Fitriani Ratnasari (2018) Nyobain Cushion 40 Ribuan !! Bonus Tes Ketahanan [diakses 21 Mei 2018] <https://www.youtube.com/watch?v=o60wNbyTCJU&t=907s>

Website

- Wauters, Robin. (5 Januari 2010). State of the vlogosphere [website]. Tersedia: <http://techcrunch.com/2010/01/05/mefedia-state-of-the-vlogosphere-2010/> [15 Agustus 2017]

Youtube Video

- Elkimoy (2018) Mahasiswa Tua Ikutan Puasa [diakses 21 Mei 2018]. <https://www.youtube.com/watch?v=zJYvyLzzNIE>
- Elkimoy (2017) ft Fergie Jnx - Kids Jaman Now & Baby Shark Dance [diakses 21 Mei 2018]. <https://www.youtube.com/watch?v=BN2UnbVrkbY&t=8s>
- KFT Motorsport (2017) Martabak (MARi kiTA coBAK) #3 : Aerox 155 [diakses 21 Mei 2018]