



## Laporan Akhir

# RISET ETNOGRAFI PENGARUH ASPEK SOSIO-KULTURAL PELANGGAN DALAM MEMILIH DAN MENGGUNAKAN LAYANAN TV-VIDEO INDIHOME



Laboratorium Antropologi Untuk Riset dan Aksi  
Departemen Antropologi  
UGM

September - November 2022

## Daftar Isi

<b>A.</b>	<b>Latar Belakang</b> .....	3
<b>B.</b>	<b>Pertanyaan Penelitian</b> .....	3
<b>C.</b>	<b>Kerangka Teori</b> .....	3
<b>D.</b>	<b>Metode Penelitian</b> .....	4
1.	Pemilihan Lokasi dan Subjek Penelitian .....	5
<b>E.</b>	<b>Hasil Penelitian</b> .....	7
1.	Pendahuluan .....	7
1.1.	Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia.....	7
1.2.	Layanan Indihome di Makassar dan Bandung .....	8
1.3.	Identitas Kultural di Makassar dan Bandung .....	9
2.	Temuan Penelitian .....	11
2.1.	Bandung: Keluarga Iqbal .....	11
2.2.	Bandung: Keluarga Ibu Stella .....	26
2.3.	Makassar: Keluarga Pak Yahya .....	42
2.4.	Makassar: Keluarga Nenek Kanarsih.....	67
3.	Rekomendasi .....	81
	Referensi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## A. Latar Belakang

Konsumsi konten dan media yang dilakukan oleh manusia sebenarnya tidak terlepas dari kondisi sosial kultural mereka. Gelagat, perilaku, dan pilihan-pilihan hidup manusia dan lingkungan sehari-hari mereka sebenarnya berpengaruh cukup penting terhadap penggunaan media dan konsumsinya. Pengaruh pemilihan konsumsi media tidak hanya terdapat dari afiliasi mereka dengan media yang dipilih, tetapi juga faktor-faktor eksternal lainnya. Karena alur hidup manusia berkelanjutan, dinamis, dan berhubungan dengan relasi tertentu, hal itu akan mempengaruhi pilihan juga dinamika konsumsi konten dan media mereka.

Dari pemahaman di atas, penelitian ini akan berfokus kepada perilaku, pilihan, dan relasi partisipan penelitian (dalam hal ini merupakan konsumen Indihome dan paket OTT nya) di lingkungan hidup mereka. Lingkungan hidup ini ditinjau dari aspek psikogeografis, ekonomi, sosial, dan kultural mereka. Lewat penelitian ini, peneliti akan mempelajari dan mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dan menggunakan produk layanan TV Video.

## B. Pertanyaan Penelitian

Riset etnografi ini ditujukan untuk menjawab beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- Bagaimana pola perilaku dan kebiasaan pelanggan dalam memilih dan menggunakan layanan media untuk hiburan (TV-Video, Audio-Streaming, Games, Radio) dan media informasi lainnya (majalah, koran, website, media sosial, dll)?
- Faktor-faktor sosio-kultural apa yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih dan menggunakan produk dan layanan tersebut?
- Apa korelasi antara pola perilaku dan faktor-faktor sosial-kultural tersebut dengan aspek lain seperti; afeksi, pengalaman inderawi (sensory experiences), kepribadian/psikogeografi, demografi, geografi?

## C. Kerangka Teori

Kerangka teori yang digunakan pada riset etnografi terhadap pengalaman dan perilaku pelanggan menggunakan produk UseeTV pada kehidupan sehari-hari ini, adalah: 'praktik media' (*media practices*) (Couldry 2011, 2012; Moores, 2012; Pink, 2012). Pendekatan praktik media fokus pada apa yang dilakukan orang ketika berhubungan dengan media (Couldry, 2011,:35). Dalam hal ini, aktivitas pelanggan dalam

menggunakan dan mengalami media tidak bisa dipisahkan dengan teknologi, materialitas, tempat/lingkungan, afeksi, dan pengalaman inderawi. *Framework* praktik media ini sering disebut sebagai bagian dari pendekatan non representasional atau non-media sentris yang mencoba mengkaji pengalaman dan persepsi inderawi dari hidup sehari-hari yang tak terucapkan dan tersembunyi (tacit) (Pink, 2015).

#### D. Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode *short-term ethnography* yang mana dapat mengulik intervensi informasi dengan cepat tetapi mendalam. Etnografi sendiri dimaksudkan sebagai “*penggambaran kehidupan orang lain selain diri kita sendiri, dengan akurasi dan kepekaan yang diasah oleh pengamatan terperinci dan pengalaman yang berkepanjangan*” (Ingold, 2008). Walau etnografi klasik mengandalkan waktu yang panjang untuk mendapatkan data yang holistik dan mendalam, *short-term ethnography* menawarkan metode baru untuk memangkas waktu tersebut (Pink & Morgan, 2013). Dalam metode ini, peneliti akan melibatkan diri dengan **kunjungan intensif** ke dalam kehidupan partisipan penelitian. Kunjungan intensif ini akan menggunakan lebih banyak **intervensi** serta **metode observasional** untuk menciptakan konteks apa yang ingin dicari oleh peneliti. Konteks ini akan didapatkan dari penyelidikan data lewat pertanyaan yang akan mengungkapkan apa yang penting bagi partisipan penelitian.

Dalam menjalankan metode *short-term ethnography*, peneliti akan menerapkan *rapid ethnography* dan *focused ethnography*. *Rapid ethnography* dilakukan dengan pengamatan yang terfokus, pemilihan informan yang lebih baik, peneliti dalam bentuk tim sehingga menciptakan interaksi informan yang lebih besar dan analisis data yang lebih baik (Millen, 2000). Sedangkan, *focused ethnography* dimaksudkan sebagai fokus data yang mendalam dan menjurus sesuai kebutuhan penelitian (Knoblauch, 2005). Penerapan metode ini, menurut Sarah Pink dan Jennie Morgan (2013), akan menghasilkan aktivitas praktis (apa yang sebenarnya dilakukan konsumen dalam kehidupan sehari-hari) dan non-representational (elemen yang tak terucapkan, tidak terlihat; tetapi dapat dirasakan secara inderawi, diam-diam, dan diketahui di kehidupan sehari-hari). Dengan mengaplikasikan metode ini, penelitian etnografi jangka pendek ini akan membuahkan pemahaman yang melampaui pengamatan untuk menciptakan manfaat dari produksi intensitas, empati, dan dialog konsumen yang berkelanjutan. Proses observasi partisipasi dalam *short-term ethnography* ini akan dilakukan secara langsung dan dengan ditambah bantuan video untuk meningkatkan intensitas pertemuan dengan subjek yang diteliti.

## 1. Pemilihan Lokasi dan Subjek Penelitian

Subjek/partisipan penelitian ini adalah keluarga kelas menengah dan atas di dua kota di pulau dengan kontribusi internet tertinggi di Indonesia (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022): Jawa (Bandung) dan Sulawesi (Makassar). Keluarga ini dipilih berdasarkan kelas sosial, identitas kultural, keterwakilan generasi, dan durasi menggunakan layanan Indihome.

Untuk lokasi Bandung, dipilih dua keluarga: Keluarga Iqbal dan Keluarga Ibu Stella.

### a. Keluarga Iqbal

Keluarga Iqbal mewakili kelas menengah (pedagang) di Bandung. Keluarga ini menyatakan diri beretnis Sunda Banten dengan orientasi keagamaan Islam (santri). Anggota keluarga ini terdiri dari: (1) Iqbal, usia 30 tahun yang mewakili Generasi Y dengan durasi menggunakan layanan Indihome 5 jam per hari baik di *weekdays* maupun *weekend*. (2) Adelia, usia 29 tahun yang mewakili Generasi Y dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (3) Rafa, usia 7 tahun yang mewakili Generasi Alpha dengan durasi menggunakan layanan Indihome 6 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (4) Razka usia 4 bulan yang mewakili Generasi Alpha, tetapi belum menggunakan layanan Indihome.

### b. Keluarga Ibu Stella

Keluarga Ibu Stella mewakili kelas atas, sumber penghasilan utama dari suami Bu Stella sebagai pekerja BUMN dan dari usaha wiraswasta Bu Stella sendiri. Pekerjaan suami Bu Stella menuntut mereka untuk sering berpindah kota. Ibu Stella dan anak-anaknya mengkategorisasikan diri sebagai Etnis Jawa, sedangkan suami Bu Stella sebagai Etnis Aceh. Orientasi keagamaan mereka adalah Islam (non-santri). Anggota keluarga ini terdiri dari: (1) Ibu Stella, berusia 52 tahun yang mewakili Generasi X. Durasinya menggunakan layanan Indihome 3-4 jam per hari di *weekdays* maupun *weekend*. (2) Tante Ledy, berusia 52 tahun yang mewakili Generasi X. Durasinya menggunakan layanan Indihome 4-5 jam per hari di *weekdays* maupun *weekend*. (3) Dea, usia 23 tahun yang mewakili Generasi Millennial. Durasinya menggunakan layanan Indihome 6-7 jam per hari di *weekdays* maupun *weekend*. (4) Sunny, berusia 21 tahun yang mewakili Generasi Z. Durasinya menggunakan layanan Indihome 2-3 jam per hari di *weekdays* dan 3-4 jam di *weekend*. (5) Zahra, usia 17 tahun dan mewakili Generasi Z. Durasinya menggunakan layanan Indihome 4-5 jam

per hari di *weekdays* dan 5-6 jam di *weekend*. (6) Kyndi, usia 16 tahun yang mewakili Generasi Z. Durasinya menggunakan layanan Indihome 1-2 jam per hari di *weekdays* dan 3-4 jam di *weekend*. (7) Arunika, usia 7 tahun yang mewakili Generasi Z. Durasinya menggunakan layanan Indihome 2-3 jam per hari di *weekdays* dan 4-5 jam di *weekend*. Durasi mereka berkurang di *weekend* jika mereka beraktivitas di luar rumah (jalan-jalan).

Untuk lokasi Makassar, dipilih dua keluarga: Keluarga Pak Yahya dan Keluarga Nenek Kanarsih.

a. Keluarga Pak Yahya

Keluarga Pak Yahya mewakili kelas menengah, dengan Pak Yahya bekerja sebagai dosen dan Bu Imayani sebagai pedagang, di Makassar. Keluarga ini menyatakan diri beretnis Bugis-Makassar dengan orientasi keagamaan Islam (non-santri). Anggota keluarga ini terdiri dari: (1) Pak Yahya, usia 58 tahun yang mewakili Generasi Baby Boomers, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 3-4 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (2) Ibu Imayani, usia 38 tahun yang mewakili Generasi Millennial, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 5-6 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (3) Evan, usia 12 tahun yang mewakili Generasi Z, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 3-4 jam per hari di *weekdays* dan 9-10 jam di *weekend*. (4) Farras, usia 10 tahun yang mewakili Generasi Alpha, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2-3 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (5) Bibi (ART), usia 52 tahun yang mewakili Generasi Baby Boomers, dengan durasi menggunakan layanan Indihome kurang dari 2 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*.

b. Keluarga Nenek Kanarsih

Keluarga Nenek Kanarsih mewakili kelas atas di Makassar yang mempraktekkan pernikahan antar sepupu (endogami) yang tinggal dalam satu rumah tangga yang besar. Walaupun Nenek Kanarsih tidak bekerja, tetapi tulang punggung keluarga yang adalah anak-anak dan pasangan mereka rata-rata bekerja di BUMN. Keluarga ini menyatakan diri beretnis Bugis dengan orientasi keagamaan Islam (santri). Anggota keluarga ini terdiri dari: (1) Nenek Kanarsih, usia 73 tahun yang mewakili Generasi Baby Boomers, dengan durasi menggunakan layanan Indihome kurang dari 5 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (2) Rifan, usia 53

tahun yang mewakili Generasi X, dengan durasi menggunakan layanan Indihome kurang dari 10 jam per hari baik *weekdays* maupun *weekend*. (3) Ulfiani, usia 41 tahun yang mewakili Generasi Y. (4) Miranda, usia 38 tahun yang mewakili Generasi Y, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 3-4 jam *weekdays* maupun *weekend*. (5) Pak Kemal, usia 50 tahun yang mewakili generasi X, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2 jam di *weekdays* maupun *weekend*. (6) Akbar, usia 41 tahun yang mewakili Generasi Y, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2-3 jam di *weekend*. (5) Ameera, usia 11 tahun yang mewakili Generasi Alpha dengan durasi menggunakan layanan Indihome 5 jam di *weekdays* dan 5-8 jam di *weekend*. (6) Attaya, usia 9 tahun yang mewakili Generasi Alpha, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 5 jam di *weekdays* dan 5-8 jam di *weekend*. (7) Abdullah, usia 3 tahun yang mewakili Generasi Alpha dengan durasi menggunakan layanan Indihome 10 jam di *weekdays* maupun di *weekend*. (8) Relawan, usia 16 tahun yang mewakili Generasi Z, dengan durasi menggunakan layanan Indihome lebih dari 5 jam di *weekdays* maupun *weekend*. (9) Farah, usia 22 tahun yang mewakili Generasi Z, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 5-6 jam di *weekdays* di *weekend*. (10) Santi, usia 22 tahun yang mewakili Generasi Z, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2-3 jam di *weekdays* dan maupun di *weekend*. (11) Tina, usia 29 tahun yang mewakili Generasi Millennial, dengan durasi menggunakan layanan Indihome 2-3 jam di *weekdays* maupun di *weekend*.

## E. Hasil Penelitian

### 1. Pendahuluan

#### 1.1. Data Statistik Pengguna Internet di Indonesia

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Dari 64,80% pengguna yang tercatat di tahun 2018, persentase ini terus naik di tahun 2019-2020 sebesar 73,70%, dan berada di titik 77,02% di tahun 2021-2022. Sehingga, pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 210.026.079 jiwa dari total 272.682.600 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2022).

Di tahun 2022 sendiri, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2022), tingkat kontribusi internet tertinggi berada di Pulau Jawa dan Pulau Sulawesi dari pulau-pulau besar lainnya di Indonesia, di mana terjadi 43,92%

peningkatan penggunaan internet di Jawa dan 5,53% peningkatan di Sulawesi. Oleh karena itu, penelitian pun digelar di Kota Makassar dan Kota Bandung sebagai salah satu kota-kota besar di progresifnya penggunaan internet kedua pulau ini.

Selain itu, perspektif generasional juga dikaji dalam mengonsumsi internet di Indonesia. Tercatat oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bahwa penggunaan internet paling banyak dinikmati oleh masyarakat berumur 13-18 tahun karena 99,16% dari generasi ini menggunakan internet. Selanjutnya, diikuti oleh masyarakat berumur 19-34 tahun di 98,64%, dan kemudian 87,30% pada masyarakat berumur 35-54 tahun. Sedangkan, untuk 55 tahun ke atas, hanya 51,73% dari mereka yang mengonsumsi internet. Juga, untuk usia 5-12 tahun, tercatat sekitar 62,43%.

Penggunaan internet pun juga lebih tinggi digunakan oleh para perempuan Indonesia, yakni sekitar 76,48% dari mereka daripada laki-laki yang hanya mencapai 77,5%. Di tahun 2022, tiga peringkat tertinggi pengguna internet terbanyak dilakukan oleh pelajar & mahasiswa yakni 99,26%, para masyarakat yang bekerja di 86,90%, dan ibu rumah tangga di 84,61%.

Lalu, dimana posisi konsumsi TV/Video/OTT dalam penggunaan internet yang telah masif di Indonesia saat ini? Ternyata, konsumsi TV/Video/OTT masih kalah dibandingkan konsumsi lewat media sosial. Dilansir dari Kompas (2022), media sosial merenggut posisi sampai dengan 68% dibandingkan televisi yang hanya 57%. Sehingga, penelitian ini dapat menjadi pintu awal terurainya pertanyaan-pertanyaan mengenai konsumsi TV/Video/OTT di Indonesia, terutama di dua pulau di Indonesia yang paling progresif menikmati internet di tahun 2022; Jawa dan Sulawesi.

Konsumsi TV/Video/OTT di Makassar dan Bandung pun dikaji lewat penelitian unit keluarga yang didalamnya terdapat anggota antar-generasi. Unit keluarga ini akan membantu para peneliti untuk membuktikan secara holistik dan komprehensif. Data awal dari penelitian ini menghasilkan hipotesis bahwa konsumen TV/Video/OTT dilakukan oleh para pelajar & mahasiswa, ataupun masyarakat berumur 13-54 tahun.

## **1.2. Layanan Indihome di Makassar dan Bandung**

Pertumbuhan pelanggan Indihome terus meningkat sampai 11,4% di tahun 2021, sehingga merangkul sampai dengan 8,3 juta pelanggan yang tersebar di 496 kabupaten/kota di Indonesia (Kusnandar, 2021). Menurut Detik News (2021), Indihome masih menjadi *provider* yang meraih pelanggan tertinggi. Indihome berhasil melakukan penetrasi pasar sampai dengan 40% di wilayah Indonesia,

sedangkan 60% lainnya terbagi oleh beberapa *provider* pesaing. Dalam data pendahuluan ini, dapat diungkapkan bahwa strategi Indihome dalam memelihara *existing customer* menjadi faktor penting dalam terbentuknya ekosistem konsumen yang baik.

Dalam penggunaan Layanan TV/Video/OTT yang disediakan Indihome, tentu ada faktor-faktor pengancam yang dapat mempengaruhi degradasi konsumen di masa depan. Beberapa hipotesis yang dikaji adalah layanan TV yang tidak stabil secara aksesibilitas konten maupun aksesibilitas internet. Tentu ini akan mengecewakan ekspektasi konsumen. Solusi penanganan yang lambat dan alur komunikasi ke *customer service* yang tidak mudah juga dapat menjadi poin yang perlu diperhatikan. Bersamaan dengan ini, mudahnya akses informasi konsumen ke layanan yang disediakan *provider* lain juga dapat mengancam menurunnya pelanggan Indihome.

Sehingga, untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, meningkatkan dan menstabilkan pelayanan Indihome, serta memberikan pengalaman unik untuk konsumen, diperlukan penelitian lapangan yang akan menghasilkan pelayanan terbaik bagi konsumen. Pelayanan ini bertujuan agar tiap konsumen merasa bahwa mereka adalah '*high-valued customer*' yang berhak mendapatkan pelayanan terbaik, tercepat, dan ter-informatif. Penelitian ini akan mengkaji lewat identitas budaya yang akan dijabarkan di sub-bab di bawah ini.

### **1.3. Identitas Kultural di Makassar dan Bandung**

Fitur-fitur menarik dan layanan-layanan yang dapat dihadirkan di TV/Video/OTT Indihome untuk menggaet pelanggan dan mempertahankan konsumen, sangat perlu memperhatikan identitas kultural di tiap lokasi yang dituju. Dalam konteks laporan ini, identitas kultural yang akan disuguhkan adalah identitas kultural Makassar dan Bandung.

Di Makassar, kultur *Siri'* dan *Pujiale* dapat menjadi dasar terjadinya konsumsi TV/Video/OTT. Kultur *Siri'* dalam masyarakat etnis Bugis sebagai salah satu etnis mayoritas di Makassar berarti mempertahankan harga diri sendiri, harga diri keluarga, dan harga diri orang lain (Jamaluddin, et al., 2021). Sedangkan, Karakter *Siri'* ini dapat menimbulkan sifat kultural *Pujiale*, dimana orang Bugis berperilaku sedemikian rupa untuk menunjukkan kekayaan, posisi sosial, derajat akademis maupun pekerjaan, dan titel-titel lainnya (Kadir, 2021). Tujuan menunjukkan diri untuk mempertahankan harga diri ini dilakukan agar mereka dapat apresiasi atau untuk dikenali oleh lingkungan sosialnya. Lewat kultur ini, layanan TV/Video/OTT dapat menjadi material baru untuk menunjukkan status di masyarakat Bugis. Layanan TV/Video/OTT dapat hadir menjadi 'barang mewah',

ataupun 'barang intelektual' yang dapat menunjang kehadiran sosial seseorang di Makassar. Walau begitu, masyarakat Makassar pada umumnya lebih suka dengan teknologi-teknologi konvensional dibanding teknologi mutakhir. Hal ini dapat dilihat dari situasi keberadaan pasar virtual yang dikaji di Makassar oleh Andi Anwar dkk. (2018), di mana banyak dari mereka yang masih meragukan dan tidak percaya akan keamanan dari pasar virtual. Sehingga, banyak dari masyarakat di Makassar lebih memilih memiliki hal maupun barang yang sudah familiar dan diketahui banyak orang. Preferensi konsumsi budaya mereka pun lebih berkiblat kepada budaya-budaya Timur.

Sedangkan, Bandung sebagai salah satu kota besar di Jawa memiliki identitas kultural yang berbeda secara signifikan. Identitas kultural masyarakat Bandung lebih terpengaruh pada pertumbuhan '*consumer capitalism*' (Baulch, 2017) yang berkiblat pada budaya-budaya Barat. Dalam konsumsi media di Bandung, masyarakat lebih memilih untuk mengkonsumsi barang maupun hal yang menunjukkan tingkat 'modernitas' mereka. Tingkat modern yang mereka pacu merupakan kultur-kultur pop terkini maupun teknologi terbaru yang dikembangkan oleh negara-negara Barat. Walau begitu, masyarakat di Bandung lebih memilih layanan-layanan ekonomis dan variatif yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Contohnya, konten yang murah, mudah dan bervariasi dipilih sebagai media yang banyak digemari (Adnjani & Mubarok, 2018). Di masyarakat Bandung, semakin *up-to-date* seseorang, semakin terpandang mereka di lingkungan sosialnya. Identitas kultural ini akan lebih dalam dijelaskan lewat data-data lapangan yang akan dibahas di bab selanjutnya.

## 2. Temuan Penelitian

### 2.1. Bandung: Keluarga Iqbal

#### 2.1.1. Latar Belakang Keluarga

Keluarga Iqbal adalah keluarga kecil yang terdiri dari empat anggota keluarga. Iqbal tinggal bersama dengan istrinya, Adelia, dan juga kedua anak laki-lakinya, Raffa dan Razka, di sebuah rumah-toko yang berlokasi di Jalan Cigondewah Rahayu, Kecamatan Bandung Kulon, Kota Bandung. Ruko yang relatif kecil ini dijadikan sebagai tempat tinggal sekaligus toko benang yang menjadi tulang punggung perekonomian keluarga ini. Baik Iqbal maupun Adelia, keduanya bukan merupakan warga asli Bandung, melainkan warga pendatang dari Serang. Setelah menikah, mereka sempat pindah sementara ke Bandung selama satu tahun, hingga akhirnya pindah dan menetap di Serang selama 3 tahun mulai dari tahun 2018 hingga 2021. Setelah pandemi Covid-19 mulai mereda, pada awal tahun 2021 mereka akhirnya pindah lagi ke Bandung dan menetap hingga saat ini. Iqbal dan Adelia memiliki dua orang anak. Anak pertama mereka, Raffa, lahir pada tahun 2018, dan saat ini masih duduk di bangku taman kanak-kanak. Anak kedua mereka, Razka, baru saja lahir di awal tahun 2022 ini.

Karena Keluarga Iqbal hanya berupa keluarga yang relatif kecil, empat anggota keluarga ini hanya merepresentasikan dua generasi; Iqbal dan Adelia yang masing-masing lahir pada tahun 1992 dan 1993, merepresentasikan generasi *millennials*. Sementara kedua orang anaknya Raffa dan Razka yang lahir masing-masing pada tahun 2017 dan 2021 merepresentasikan generasi *alpha*.

Keluarga Iqbal bertempat tinggal di kawasan tekstil Cigondewah, yang merupakan sebuah kelurahan/desa di sebelah barat daya Kota Bandung, berbatasan langsung dengan Kecamatan Margaasih, Kabupaten Bandung. Kawasan Cigondewah ini cukup terkenal sebagai sebuah kawasan sentra tekstil, yang secara administratif termasuk ke dalam wilayah kecamatan Bandung Kulon, meliputi Cigondewah Kaler, Cigondewah Rahayu, dan Cigondewah Kidul sebagai pusat perdagangannya. Sebagai kawasan sentra industri dan perdagangan tekstil, mayoritas bangunan yang berada di sepanjang jalan utama daerah Cigondewah merupakan bangunan ruko. Sementara wilayah pemukiman berbentuk rumah biasa berlokasi dalam kluster dan blok di beberapa

perumahan yang ada di daerah tersebut. Sama seperti kebanyakan penduduk di Cigondewah, Iqbal tinggal di sebuah ruko tiga lantai, tepat di pinggir Jalan Cigondewah Rahayu. Ruko yang ia tinggali berukuran kurang lebih 4x10 meter dengan bentuk memanjang ke belakang. Lantai satu rumahnya difungsikan sepenuhnya sebagai toko benang, sementara itu lantai dua dan tiga difungsikan sebagai tempat tinggal, dengan ruang keluarga dan satu kamar tidur terletak di lantai dua, dapur dan tempat menjemur pakaian terletak di lantai tiga. Menurut pengakuan Iqbal ia jarang sekali berinteraksi dengan tetangganya.

Meskipun sudah beberapa tahun tinggal di Bandung, Keluarga Iqbal masih lebih dekat dengan identitas kultural mereka sebagai orang Banten. Dari segi etnisitas, Iqbal sendiri mengidentifikasi dirinya sebagai orang Banten, bukan sebagai orang Sunda Priangan yang notabene adalah mayoritas etnis yang terdapat di Jawa Barat. Menurut Iqbal, memang tidak begitu banyak perbedaan antara orang Sunda dengan orang Banten, mengingat bahwa orang Banten masih memiliki akar yang sama dengan orang Sunda di Jawa Barat. Dari segi bahasa pun masih sama-sama menggunakan bahasa Sunda yang umum digunakan, hanya saja terdapat perbedaan dialek dan aksen dalam penggunaannya. Perbedaan yang cukup kentara menurutnya adalah bagaimana orang Banten biasanya lebih memegang kepercayaan agama Islam dengan kuat dan cenderung lebih militan, ketimbang orang Sunda. Namun ia juga tidak mempermasalahkan apabila disebut sebagai orang Sunda, mengingat sekarang ini ia sudah tinggal dan berdomisili di Jawa Barat.

Iqbal lahir di Serang dan menghabiskan masa kecilnya di kota tersebut, termasuk sebagian besar pendidikan sekolah menengah (SMP dan SMA) dihabiskannya di salah satu pondok pesantren modern yang berada di daerah Ciruas, Serang. Setelah lulus dari pesantren, ia menghabiskan waktu kurang lebih enam bulan pengabdian sebagai pengajar di pesantrennya. Iqbal kemudian masuk kuliah setelah *gap year* satu tahun dan masuk ke jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Langlangbuana (UNLA) di Bandung. Setelah lulus, ia sempat membantu bisnis toko benang ayahnya di Bandung, hingga kemudian menjadi karyawan sebuah perusahaan retail di Baros, Serang. Kurang dari tiga tahun bekerja sebagai karyawan kantor, ia kemudian hijrah ke Bandung dan memutuskan untuk melanjutkan jejak ayahnya sebagai pebisnis benang, kali ini membuka tokonya sendiri.

Adelia hanya terpaut satu tahun lebih muda dari Iqbal. Sama seperti suaminya, ia juga lahir dan dibesarkan di Serang hingga tamat SMA. Kampung halaman tempat keluarga Adelia tidak jauh dari kampung halaman keluarga Iqbal. Mereka berdua sudah saling kenal sejak Adelia masih duduk di bangku SMA, dan mulai berpacaran sejak tahun 2015. Hingga akhirnya menikah. Semenjak menikah dan punya satu orang anak, Adelia belum pernah memiliki pekerjaan secara formal. Sebagian besar waktu dalam kesehariannya diisi dengan berkegiatan sebagai ibu rumah tangga. Baru setelah pindah dan tinggal di Bandung, ia membagi tugas dengan suaminya dalam menjaga toko.

Raffa, adalah anak pertama dari pasangan ini. Raffa lahir pada tahun 2017 ketika mereka masih tinggal di Serang. Sebagai anak pertama ia Raffa sekarang duduk di bangku taman kanak-kanak (TK) yang memiliki kegiatan belajar-mengajar mulai hari Senin sampai Kamis, dan hanya berdurasi empat jam. Di minggu pertama KBM dimulai pukul 8 pagi hingga pukul 11 siang, dan di minggu kedua, KBM dimulai pukul 10 pagi hingga pukul 1 siang. Raffa terbilang sebagai anak yang cukup aktif dan antusias kalau diajak bicara mengenai hal yang ia senangi. Meskipun terbilang cukup aktif dan senang bermain, Raffa jarang sekali main keluar rumah. Hal ini bisa dikatakan juga dipengaruhi dengan lingkungan tempat keluarga ini tinggal yang kurang kondusif dan tidak ramah untuk anak apabila ingin bermain di luar rumah. Maka dari itu, seringkali juga Raffa mengajak teman sekolahnya untuk datang dan bermain di rumahnya.

Kedekatan dengan keluarga yang masih ada di Serang, khususnya keluarga Adelia, menjadi salah satu faktor yang membuat secara kultural terdapat dinamika yang menarik dalam keluarga Iqbal. Hampir tiap satu atau dua bulan sekali, Iqbal sekeluarga akan pergi ke Serang untuk mengunjungi rumahnya dan juga rumah mertuanya di kampung halaman mereka. Latar belakang sebagai orang Sunda-Banten dan pendidikan di pondok pesantren ini membuat keluarga Iqbal sebenarnya bisa dikatakan sebagai keluarga Islam yang memegang keyakinan mereka dengan cukup kuat, namun fakta bahwa saat ini mereka memasuki tahun kedua tinggal di Kota Bandung sebagai keluarga, membuat nuansa keislaman dalam keluarga ini cenderung cair dan tidak sekental orang Banten pada umumnya. Hal ini ia katakan juga terpengaruh dari cara hidup mereka di kota.

### **2.1.2. Pemilihan Layanan Indihome**

Sehari-harinya, sumber penghidupan keluarga Iqbal berfokus pada toko benang yang ia miliki. Jenis benang yang ia perjualbelikan merupakan jenis benang bekas dari pabrik kain/tekstil yang tidak terpakai, kemudian diperbaharui dengan cara dikemas ulang dan diperjualbelikan, umumnya untuk konsumen seperti pelaku industri rumahan dalam partai kecil.

Karena berada satu lokasi dengan tempat tinggal, toko benang Iqbal sebetulnya tidak memiliki hari buka yang pasti. Toko ini mulai buka setiap hari pada pukul 8 pagi hingga tutup pada pukul 4 sore. Setiap dua minggu sekali di hari Minggu, toko benang Iqbal tutup. Namun Iqbal mengatakan bahwa tidak ada waktu libur yang pasti. Untuknya, toko benang akan bukan setiap hari, tapi apabila ia merasa butuh istirahat sewaktu-waktu, ia bisa menutup toko, baik itu seharian penuh atau tutup setelah waktu tengah hari. Harinya pun tidak menentu apakah di akhir pekan atau di hari-hari biasa. Selain untuk beristirahat, Iqbal biasanya menutup toko apabila ia merasa butuh refreshing atau sedang ada keperluan untuk pergi jauh, seperti pulang ke Serang, misalnya.

Oleh karena pekerjaannya tersebut, sebagian besar waktu Iqbal dihabiskan di ruko; baik menjaga toko, sekaligus mengawasi anaknya beraktivitas di ruang keluarga. Sama juga seperti Adelia, sembari merawat bayi yang harus terus diawasi, ia juga turut membantu Iqbal dan saling bergantian menjaga toko apabila dibutuhkan. Keluarga ini juga memiliki satu orang asisten rumah tangga,, untuk membantu melakukan pekerjaan rumah tangga mereka mulai dari pagi hingga sore hari. Raffa sebagai satu-satunya anak kecil di rumah ini bersama temannya atau anak asisten rumah tangga mereka, bermain di ruang keluarga. Dalam keseharian ini lah anggota keluarga Iqbal kemudian mendasarkan kegiatan menonton melalui akses penggunaan media mereka.

Karena kebutuhan akan koneksi internet dan juga tersedianya perangkat TV di rumah, Iqbal kemudian memilih layanan yang memberikannya akses terhadap internet dan juga layanan TV, tanpa terlalu memikirkan mengenai kecepatan jaringan dan juga variasi kanal yang ia dapatkan. Ia memilih layanan 3P alias Triple Play, dengan harga 370.000 per bulan. Paket ini adalah paket pertama yang ia beli dan masih sama hingga sekarang. Iqbal mengakui dalam kurun waktu satu tahun belakangan, memang banyak tawaran dari sales Indihome yang membantu pemasangan di awal untuk menambah paket dan channel yang tersedia.

Namun, sejauh ini Iqbal tidak pernah berpikir bahwa ia membutuhkan layanan lebih dari apa yang sudah dimilikinya sekarang.

### **2.1.3. Praktik Pemilihan dan Penggunaan Media**

Keluarga Iqbal mulai berlangganan Indihome terhitung sejak bulan Juli 2021, kurang lebih sekitar 1 bulan semenjak mereka pertama kali menempati rumah di Bandung. Saat itu, Iqbal sudah memiliki Smart TV dengan merk Samsung, dan merasa membutuhkan koneksi internet menggunakan wifi di rumahnya. Iqbal kemudian mendaftarkan Indihome di salah satu booth open car yang berada di daerah Kopo, tidak jauh dari tempat tinggal keluarga mereka. Iqbal mengakui tidak pernah mendapatkan referensi dari manapun terkait layanan penyedia internet, dan memilih layanan Indihome karena memang hanya layanan Indihome saja yang ia ketahui dan terbersit di kepala. Selain karena sebelumnya, di rumah ayahnya juga pernah memasang internet Indihome.

Dalam kurun waktu satu tahun itu juga, Iqbal sama sekali tidak pernah berlangganan konten premium layanan OTT dari Indihome ataupun dari layanan penyedia jasa streaming video lainnya. Namun, Iqbal mengatakan pernah sekali ia merasakan menggunakan layanan streaming berbayar melalui layanan Disney+. Ketika itu, adiknya yang masih tinggal di Bandung dan sering mampir ke rumahnya memasang layanan Indihome di televisi rumahnya. Iqbal pun mengakui ia juga jarang menggunakan layanan tersebut, dan ketika layanan tersebut habis, ia tidak meminta untuk memperpanjang layanannya. Waktu itu, hanya Raffa dan adik Iqbal saja yang sering menggunakan Disney+.

Iqbal dan anaknya Raffa merupakan pengguna dengan *watch hour* terbesar di keluarga ini. Masing-masing menghabiskan waktu rata-rata sebanyak 5 jam per hari, atau 30 jam per minggu (Iqbal) dan juga 6 jam per hari, atau 35 jam per minggu (Raffa). Sementara itu, Adelia hanya menggunakan smartphone dan sama sekali tidak mengakses media menggunakan TV, dan penggunaan media OTT melalui smartphone hanya sekitar 2 jam per hari. Dari empat anggota keluarga ini, hanya Iqbal dan Raffa saja yang memenuhi kriteria sebagai *heavy watcher* dengan *watch hour* yang melebihi 3 jam dalam satu hari.

Dalam keluarga ini, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara penggunaan media baik di *weekend* maupun *weekdays*. Hal ini sebagian besar dipengaruhi oleh waktu buka toko yang tidak dipengaruhi hari kerja yang lumrah pada umumnya. Iqbal sendiri merasa tidak ada

perbedaan karena toko kerap kali buka di hari Sabtu atau Minggu. Mungkin satu-satunya perbedaan adalah saat memasuki akhir pekan. Raffa libur sekolah mulai dari hari Jumat sampai hari Minggu, sehingga membuatnya beberapa kali bisa menonton 2-3 jam lebih banyak dibanding waktu sebelumnya. Namun, menurut cerita Iqbal, ketimbang menonton, ia lebih sering mengajak Raffa dan Istrinya untuk pergi keluar ketika hari libur dan toko juga sedang tutup. Oleh karena itu perbedaan aktivitas penggunaan media dalam satu minggu tidak terlalu menentu dan bisa diklasifikasikan dalam membedakan weekdays dengan *weekend*, melainkan lebih kepada perbedaan pada hari apa toko buka ataupun tutup.

Karena sehari-sehari berkegiatan di toko, ketika sedang tidak ada yang belanja, Iqbal terbiasa menunggu pelanggan dengan bermain sosial media seperti Instagram, Facebook, dan juga Tiktok. Sebagian besar waktu yang dihabiskan adalah melalui fitur *explore* dan reels pada aplikasi Instagram. Melalui Instagram, Iqbal biasa melihat akun-akun modifikasi motor, jual-beli mobil, dan hal-hal lain yang berbau otomotif. Selain itu, ia juga sering melihat berita-berita yang kerap lewat di dalam fitur tersebut. Iqbal mengaku jarang sekali secara spesifik mencari informasi atau berita tertentu di Instagram, dan hanya mengandalkan algoritma dengan melakukan scrolling saja sepanjang penggunaan aplikasi-aplikasi tersebut. Pada aplikasi Tiktok, Iqbal juga merasa mendapatkan konten secara random tanpa mencari hal-hal tertentu. Melalui algoritma Tiktok, ia sering menemukan referensi tempat makan dan tempat liburan untuk keluarga. Kadang juga muncul berita-berita terkini, lalu konten hiburan musik, highlight sepak bola, dan juga potongan-potongan film. Iqbal secara sadar memahami bahwa algoritma Tiktok akan menampilkan apa yang sering ia tonton. Aplikasi Facebook juga sering ia gunakan untuk melihat cuplikan-cuplikan film yang juga terkadang muncul di berandanya.

Setelah toko tutup, Iqbal biasanya akan melanjutkan penggunaan media dengan smartphone di kamar atau menggunakan televisi di ruang tengah. Apabila anaknya tidak sedang menonton TV, ia sering menggunakan televisi untuk mengakses berita-berita melalui channel yang disediakan dari langganan Pay TV Indihome seperti CNN, Metro TV, dan TVOne. Tapi kalau anaknya sedang menonton, biasanya dia mengalah dan hanya menemani di ruang tengah sambil bermain hp, atau lebih seringnya ia akan beristirahat di kamar sambil menunggu anaknya selesai menonton agar bisa bergantian mengakses televisi. Untuk media hiburan, Iqbal biasa mengakses film melalui OTT Vidio dan iFlix, dengan jenis tayangan yang

cukup banyak ditonton adalah series/drama korea. Sepanjang berlangganan Pay TV, Iqbal menyebutkan sudah menyelesaikan setidaknya 4 judul drama korea. Meskipun begitu, ia mengatakan bahwa hanya menonton judul yang memiliki unsur genre action saja, dan kurang menyenangi drama yang hanya berisi cerita romance secara umum.

Selain drama korea, ia juga mengaku sudah beberapa kali menonton film genre action baik dalam negeri ataupun luar negeri (western). Ketika sedang mengikuti series, ia bisa menyempatkan diri untuk menonton 3-4 episode dalam sekali duduk (sekitar 3-4 jam). Namun ketika sedang tidak mengikuti series tertentu, ia hanya menonton film yang ia sudah pernah tonton dan cenderung jarang mencari film-film untuk ditonton secara khusus. Dari berbagai judul film tersebut, ia sama sekali tidak pernah berlangganan satu pun OTT premium untuk menonton konten tertentu, karena menurutnya paket yang ia langgankan saat ini sudah menyediakan cukup banyak opsi konten hiburan seperti film dan series untuk ia nikmati.

Penggunaan televisi untuk Iqbal hanya dijadikan sebagai opsi sekunder, karena alasan waktu bekerja yang membuatnya jarang mendapat kesempatan untuk mengakses televisi karena harus berbagi waktu dengan anaknya. Kebanyakan konten yang biasa ia tonton setelah jam tutup toko di malam hari pun sebagian besar berasal dari informasi yang ia dapatkan dari smartphone; mulai dari series/drama korea, film-film terbaru atau film-film 'jadul', ataupun berita terkini, biasanya terlebih dahulu ia ketahui melalui kegiatan mengakses smartphone selama toko buka sepanjang hari. Pemilihan penggunaan televisi pun diakui sebagai sebuah cara agar dia bisa menonton sembari rebahan dan beristirahat di ruang keluarga setelah seharian bekerja. Dari segi afeksi, Iqbal merasa bahwa penggunaan televisi biasanya ia lakukan ketika ia sudah merasa lelah dan butuh hiburan ketika ingin tidur. Bahkan seringkali ia tidak tidur di kamar, melainkan di ruang tengah, karena ketiduran sambil menonton televisi. Ia mengibaratkan menonton konten hiburan atau berita melalui televisi sebagai 'pengantar tidur' yang sudah menjadi kebiasaannya sehari-hari.

Sebagai satu-satunya anak yang sudah bisa mengakses media, kegiatan Raffa dalam penggunaan media terbilang menjadi salah satu kegiatan utamanya selama di rumah. Selain waktunya untuk belajar dan bersekolah, waktu bermainnya di rumah sebagian besar berfokus pada aktivitas penggunaan media, yakni televisi. Hampir seluruh waktu Raffa

dalam mengakses televisi adalah dengan melalui layanan Youtube. Dalam sehari, ia bisa menghabiskan waktu tidak kurang dari 4 jam untuk menonton Youtube. Biasanya konten yang ia pilih tidak jauh dari genre kartun anak-anak seperti “Upin & Ipin”, “Naruto”, “Adit & Sopo Jarwo”, “Superman” dan kartun sejenis lainnya. Selain itu, ia juga sering menonton mini series/vlog milik kreator konten di Youtube seperti “Diwan” atau “fikrifadlu”. Ia juga menyenangi tontonan yang lebih umum seperti balap mobil atau motor, kehidupan satwa (wildlife), hingga konten islami seperti lagu menghafal asmaul husna dan sejenisnya. Selain hal itu, beberapa kali Raffa juga memainkan game yang tersedia dalam layanan Indihome-TV.

Raffa sendiri sudah sangat luwes dalam kegiatan mengakses media televisi ini. Mulai dari cara menyalakan televisi, menyalakan TV Box, dan memilih aplikasi serta konten yang tersedia, semuanya sudah dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain. Ia menyebut remot televisi ini sebagai ‘remot ajaib’, karena bisa digunakan untuk menonton apapun yang ingin ia tonton, bahkan bisa bermain game juga. Meski dari banyaknya konten yang tersedia, Raffa seperti tidak pernah menggubris atau penasaran dengan hal tersebut. Setiap menyalakan televisi, aplikasi yang hampir selalu ia tuju hanyalah Youtube saja. Begitu pula dengan konten yang ia pilih, biasanya hanya berputar pada konten-konten yang disebutkan di atas. Jarang sekali secara random ia ingin menonton yang lain Iqbal juga mengakui bahwa Youtube yang digunakan juga hanya youtube biasa, bukan youtube kids yang dikhususkan untuk anak-anak. Pun juga Iqbal tidak pernah mengaktifkan fitur parental control untuk anaknya.

Sementara itu, Adelia menjadi satu-satunya anggota keluarga yang jarang sekali mengakses media baik melalui smartphone atau televisi. Dalam kesehariannya menjaga anak dan juga membantu Iqbal menjaga toko, Adelia mengakui malah jarang mengakses sosial media dan hanya sesekali saja menggunakan aplikasi seperti Instagram atau Facebook. Waktu penggunaannya pun tidak pernah lebih dari dua jam dalam sehari. Meskipun begitu dia bercerita dalam beberapa kesempatan menggunakan platform seperti Youtube untuk melihat tutorial masak. Di sosial media, ia hanya sesekali melihat berita infotainment atau melihat akun-akun online shop yang sering muncul di Instagram miliknya. Selain hal tersebut, penggunaan smartphone lebih banyaknya ia gunakan untuk mengakses aplikasi *e-commerce* saja seperti Shopee atau Tokopedia. Sejauh tinggal di rumah ini, ia mengaku bahwa dia sangat jarang, bahkan hampir tidak pernah, mengakses media hiburan melalui televisi. Paling-paling hanya

ikut nonton ketika menemani anaknya saja. Dalam aktivitas bermedia di keluarga ini, Adelia memang lebih pasif ketimbang Iqbal dan Raffa, dan hanya berperan mengawasi anaknya saja ketika sedang menonton televisi.

#### **2.1.4. Aspek Sosio-Kultural-Ekonomi yang Mempengaruhi Pemilihan dan Penggunaan Layanan Indihome**

##### **a. Pola Pengasuhan dan Pendidikan Anak**

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, keputusan keluarga Iqbal untuk berlangganan Pay TV melalui layanan Indihome berawal dari kebutuhan utama terhadap akses internet yang secara umum dipakai untuk aktivitas penggunaan smartphone sehari-hari, dan khususnya untuk kebutuhan anaknya mengakses media hiburan. Sebelum tinggal di Bandung, Raffa memang sering menggunakan smartphone milik orangtuanya untuk mengakses berbagai konten hiburan melalui aplikasi Youtube. Namun, ketika itu di rumahnya belum ada televisi yang memiliki koneksi internet untuk tersambung pada Youtube ataupun layanan penyedia streaming video lainnya. Iqbal juga sempat memberikan Raffa smartphone bekas miliknya yang sudah tidak ia gunakan supaya Raffa bisa menonton Youtube tanpa meminjam smartphone milik orangtuanya.

Dalam wawancara, Iqbal juga menyebutkan bahwa pembelian layanan internet sekaligus Pay TV juga didasari dengan alasan karena sebelumnya ia sudah membeli Smart TV bermerk Samsung untuk rumah yang akan ditinggali di Bandung.

*“Karena di rumah udah ada TV, jadi sekalian aja akhirnya saya beli yang ada paket TVnya, sekalian juga buat anak nonton kan daripada TVnya gak kepake, lagian juga mending nontonnya dari TV daripada dari HP, bikin mata rusak kan nonton deket-deket sambil tiduran.”*

Selain alasan utama karena kebutuhan anaknya menonton. Salah satu alasan utama pembelian televisi ialah untuk menghindari Raffa mengakses handphone terlalu banyak. Menurutnya, penggunaan smartphone pada anak secara berlebihan akan mengganggu aktivitas belajar anaknya, terlebih lagi Raffa masih dalam masa pertumbuhan. Smartphone yang sebelumnya diberikan kepada Raffa juga tak bertahan lama dan pada akhirnya rusak karena pemakaian Raffa.

Dari pengalaman ini Iqbal merasa bahwa selain menghindari kebiasaan anaknya memegang dan bermain smartphone terlalu lama, sebagai orang tua, Iqbal dan Adelia sepakat bahwa dengan adanya televisi, mereka jadi lebih mudah memperhatikan dan mengontrol apa yang ditonton oleh anaknya. Meskipun, hanya sekedar menonton Youtube saja, tetapi sebagai orangtua mereka juga merasa butuh untuk tetap mengawasi apa yang menjadi tontonan anak. Melalui televisi ini juga, Iqbal dan Adelia merasa bisa memberikan akses media yang lebih 'edukatif'; meskipun konten yang dapat diakses dan tersedia baik di smartphone melalui televisi tak jauh berbeda, mereka sebagai orangtua merasa sarana penggunaan perangkat televisi sebagai media bisa menanamkan nilai-nilai edukasi seperti pembelajaran agama dan pengetahuan lainnya secara lebih baik dibandingkan apabila anak mereka mengakses media tersebut melalui perangkat smartphone.

Dengan adanya televisi ini juga, Iqbal dan Adelia bisa memberikan 'hiburan' di rumah untuk anak mereka, terlebih lagi karena lingkungan tempat mereka tinggal yang tidak mendukung untuk Raffa bermain di luar rumah. Hal ini mereka rasa penting agar anak tetap betah di rumah dan bisa lebih diawasi oleh mereka, daripada harus melepas anaknya bermain ke luar rumah.

#### **b. Identitas Keagamaan dan Pergaulan Santri**

Dalam kesehariannya, Iqbal mencoba untuk mulai mengajarkan Raffa kebiasaan mengaji di sore hari. Meskipun tidak rutin setiap hari, namun Iqbal selalu mencoba meluangkan waktu sehabis maghrib sekitar pukul 6 sampai memasuki waktu isya pukul 7 untuk mengajarkan Raffa mengaji, terlebih karena latar belakangnya sebagai santri dan sempat mengajar ngaji, jadi ia tidak perlu memasukkan Raffa ke pengajian untuk belajar bersama guru ngaji di masjid atau TPA.

*"Karena saya juga bisa kan ngajarin sendiri, jadi mending sama saya sendiri aja, kalo sama orangtua sendiri kan jadinya lebih mau, daripada sama orang lain yang ngajarin."* Begitu tukasnya ketika ditanya.

Karena hal ini lah, Raffa cenderung lebih 'nurut' dalam menonton televisi. Meskipun sebagian besar tontonannya di Youtube masih berkatat pada kartun-kartun, namun baik Iqbal maupun Adelia selalu menunjukkan

tendensi agar Raffa mau menonton tontonan yang lebih edukatif dan memiliki nuansa keislaman.

*“Kadang saya suruh juga biasanya kalo buat nonton-nonton kayak lagu asmaul husna, kan awalnya disuruh, tapi kadang juga dia pasang sendiri, karena kan yang nyanyi-nyanyian itu lama-lama di hapal dan seneng juga.”*

Selain untuk memberikan hiburan, Iqbal merasa bertanggungjawab juga agar tontonan anak masih memiliki nuansa islami, dengan harapan kelak anaknya bisa memiliki identitas keislaman yang kuat seperti kedua orangtuanya. Dalam hal ini, Adelia sebagai ibu yang seringkali mengarahkan Raffa.

*“Sekarang kan enak ya nyari apa aja di youtube udah ada, makanya saya pengennya si Aa nonton yang kayak pengajian-pengajian gitu juga, biar belajarnya cepet.”*  
Begitu tukas Adelia.

Salah satu contoh lain adalah bagaimana Iqbal sempat memarahi Raffa karena masih menonton ketika sudah terdengar adzan maghrib. Raffa pernah bercerita sempat ‘dipukul’ menggunakan pedang mainan miliknya, lantaran tidak mau berhenti menonton. Setelah dikonfirmasi, Iqbal mengatakan bahwa hal tersebut jarang sekali ia lakukan dan hanya sesekali.

*“Sebenarnya saya gak suka sih, cuma waktu itu udah maghrib terus dia belum mandi dan masih nonton, jadi saya kesel aja, sekarang-sekarang juga gak pernah lagi.”*

Pernah juga Raffa kedapatan menonton tontonan yang dianggap Iqbal kurang pantas ditonton untuk anak seusianya. Waktu itu tidak sengaja Iqbal menemukan Raffa sedang menonton tayangan kartun anak-anak dengan pakaian yang agak terbuka.

*“Mungkin karena gak sengaja sih, tapi dia nonton yang kurang pantes lah buat anak-anak, cuma saya gak*

*marahin, saya bilang ganti a jangan nonton yang kayak gitu, udah gitu doang.”*

Pengalaman tersebut membuat Raffa seringkali bertanya kepada ayahnya apakah ia boleh menonton suatu tayangan tertentu atau tidak dengan kalimat seperti “Ayah, aa boleh nonton ini gak?” sebagai bentuk konfirmasi apakah ia boleh menonton tayangan tersebut atau tidak, karena takut akan dimarahi lagi.

Lain halnya dengan Iqbal sendiri, ia malah tidak mencari konten dengan nuansa islami. Latar belakang santri ini justru berpengaruh secara langsung pada selera menonton Iqbal.

*“Kalo saya sih dari dulu emang seneng nonton tapi bukan yang segitunya, paling action-action aja.”*

Iqbal mengakui kesenangannya dengan film action bermula ketika ia masih duduk di bangku pesantren dulu.

*“Karena dulu temen-temen kan punya banyak film action ya di laptop waktu di pesantren, jadi kita seringnya nonton itu, mungkin dibawa kali sampe sekarang.”*

Kecenderungan menonton film action ini pun tidak berubah hingga sekarang. Malah saat ini Iqbal tidak terlalu banyak melakukan eksplorasi pada genre film lain, dan lebih cenderung menyukai tontonan yang sudah pernah ia tonton.

### **c. Penempatan (*Emplacement*) dalam Praktik Penggunaan Televisi**

Penempatan televisi dalam rumah keluarga Iqbal sebenarnya tidak bisa dikatakan sebagai sebuah pilihan yang bisa ditentukan melalui banyak pertimbangan. Hal ini dikarenakan ukuran rumah mereka yang relatif kecil dan keterbatasan ruang yang tersedia, yang membuat penempatan televisi pada akhirnya hanya bisa diletakkan pada dua ruangan, yakni di ruang tengah atau di dalam kamar tidur. Akhirnya televisi diletakkan di ruang tengah, dengan alasan kamar tidur yang secara khusus digunakan sebagai ruangan untuk beristirahat tanpa adanya gangguan media lain seperti televisi.

Akibat dari penempatan televisi ini, terdapat beberapa hal yang secara langsung mempengaruhi penggunaan televisi dalam keluarga ini. Untuk Raffa, misalnya, penempatan televisi di ruang tengah membuat segala aktivitasnya dalam mengakses media terpantau secara langsung oleh kedua orangtuanya. Meskipun tidak berada di ruang tengah, namun apa yang ditonton oleh Raffa bisa terdengar dengan cukup jelas dari toko di lantai satu ataupun dari kamar tidur yang berada tepat di samping ruang keluarga.

Dalam hal ini juga, letak televisi yang berada di ruang tengah juga membuat televisi menjadi perangkat anak untuk 'bermain', ketimbang hanya sebagai alat untuk 'menonton' saja. Karena ruang tengah merupakan ruang bersama, ketika Raffa sedang sendiri atau bersama temannya, menonton televisi menjadi kegiatan selingan ketika ia bermain dengan mainan yang ia miliki. Berlaku pula sebaliknya, ketika ia sedang bermain dengan mainan, televisi juga menjadi sarana untuk ia bermain. Seringkali praktik menonton yang diselingi dengan bermain ini membuat keberadaan televisi yang berada di ruang bermain anak tidak hanya berlaku sebagai background noise saja, melainkan juga sebagai perangkat anak untuk 'menemani' anak bermain.

**d. Aspek Kesibukan dalam Pekerjaan**

Satu hal yang tidak dapat dipungkiri adalah bagaimana aktivitas penggunaan media Iqbal sebenarnya banyak berkebutuhan dengan aktivitasnya sebagai pedagang. Dalam kurun waktu 8 jam tokonya buka, Iqbal harus berada di lantai satu/di tokonya untuk menunggu dan melayani pelanggan yang akan datang. Bagi Iqbal, menjaga toko seperti ini tidak ubahnya seperti "mengurus anak", karena harus selalu 'diawasi' dan 'ditunggu', tidak ubahnya seperti memiliki anak kecil. Iqbal mengakui tidak pernah menentukan dan menerka-menerka waktu dalam aktivitas penggunaan media. Ketika bangun di pagi hari, yang ia pikirkan pertama ialah untuk bersiap-siap membuka toko. Ketika semua kewajibannya sudah terpenuhi dan dia sudah tidak mengurus barang-barang toko lagi, barulah ia bisa melakukan kegiatan lain seperti menonton.

Apabila sedang sepi pengunjung, Iqbal bisa menghabiskan waktu lebih dari 5 jam untuk mengkonsumsi media melalui smartphone selama periode tokonya buka. Sebaliknya, apabila kondisi toko sedang ramai dan banyak pembeli yang datang, Iqbal hanya bisa bolak-baik membuka smartphone kurang dari 2 jam saja. Ketidakpastian akan datangnya

pembeli kemudian menjadi faktor penting pada praktik kebiasaan bermedia Iqbal di siang hari. Karena praktik bermedianya yang selalu dibarengi dengan kegiatan menjaga toko dan berdagang, pemilihan konten yang dikonsumsi oleh Iqbal pun hanya berfokus pada platform atau konten yang tidak menuntutnya untuk memberikan atensi dalam jangka waktu yang panjang. Konten media yang dikonsumsi oleh Iqbal pada siang hari cenderung lebih banyak ke arah sosial media dengan durasi konten yang relatif singkat.

Setelah segala kesibukan di siang hari selesai, Iqbal biasanya tidur setelah waktu maghrib (sekitar pukul 6) untuk mengistirahatkan badan, dan akan terbangun di waktu-waktu sebelum pukul 10 malam. Di malam hari, kegiatan bermedia Iqbal dilanjutkan dengan menonton televisi. Karena memiliki waktu yang lebih luang di malam hari, barulah Iqbal bisa commit dan menonton konten-konten dengan durasi yang lebih panjang. Selain berita pada channel-channel berita lokal, Iqbal paling banyak mengkonsumsi konten hiburan seperti film dan series di malam hari, ketika segala kesibukannya sebagai pedagang sudah selesai.

#### **e. Budaya Konsumsi**

Salah satu hal yang paling kentara dalam kegiatan bermedianya adalah bagaimana konten yang banyak ia konsumsi merupakan konten-konten pop culture yang sedang trending dan sedang ramai di kalangan pengguna sosial media. Dalam penggunaan Instagram, misalnya konten yang paling sering lewat biasanya berupa barang-barang fashion seperti sneakers dan juga kemeja. Iqbal mengakui untuk beberapa pakaian yang ia kenakan, beberapa didapatkan referensinya dari Instagram. Karena maraknya juga toko online yang menjual barang fashion di Instagram. Konten pop culture selain tren fashion seperti modifikasi otomotif dan film-film yang sedang trending, kemudian membuat Iqbal menjadi tertarik dan berakhir melanjutkan konsumsi media menuju konsumsi barang-barang yang didapatkan dari konsumsi media tersebut.

Hal ini bisa dilihat sebagai pengaruh dari identitas kulturalnya sebagai masyarakat Bandung yang sudah dipengaruhi oleh consumer capitalism (lihat Baulch, 2017), dimana konsumsi dari penggunaan medianya akan sangat mempengaruhi kegiatan konsumsi lain diluar penggunaan media. Sebagai 'anak motor', Iqbal sering juga mendapati dirinya membeli barang-barang otomotif untuk memodifikasi motor Ninja

miliknya, mengikuti selera dan referensi yang dia dapatkan dari akun-akun modifikasi Instagram.

Perilaku konsumsi ini juga berpengaruh pada pemilihan tontonan seperti film dan juga series yang ada di layanan OTT yang ia miliki. Beberapa kali ia bilang mendapatkan cuplikan dari judul film dan/atau series yang dia rasa bagus dan cocok dengannya melalui sosial media seperti Facebook dan Tiktok, untuk kemudian ia lanjutkan menonton secara penuh di perangkat televisi. Selain Iqbal, Adelia juga merasa bahwa banyak konten yang ia temukan di sosial media miliknya merupakan iklan-iklan dari online shop yang menjual peralatan rumah tangga—meskipun tidak menghabiskan banyak waktu, tapi menurutnya hal ini cukup mempengaruhi keputusannya dalam membeli barang-barang tersebut.

#### **f. Pembagian Kerja Secara Gender**

Ketika pekerjaan Iqbal yang utama sebagai suami dan kepala rumah tangga berfokus pada mata pencahariannya sebagai pedagang dan mengurus toko, tugas Adelia sebagai istri lebih berfokus pada pekerjaan domestik dalam rumah tangga, seperti memasak, mencuci, dan mengurus anak. Hal ini membuat Adelia merasa sebagian besar waktunya sudah habis untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut, sehingga tidak lagi memiliki waktu luang untuk mengakses media seperti menonton, baik melalui smartphone ataupun televisi. Adelia kemudian membandingkan kegiatan bermediana dengan suaminya

*“Kalo teteh (Adelia) mah gak kayak ayahnya Raffa. Dia mah nontonnya, walaupun capek kan habis kerja tapi masih sering nonton depan tv sampe subuh, kalo teteh mah habis capek ngurus anak, biasanya, langsung pengen tidur aja, gak sempet mikir mau nonton dulu.”*

Di awal-awal pertemuan, Adelia menyebutkan bahwa meskipun dia memang tidak terlalu banyak menghabiskan waktu untuk menonton, bukan berarti dia tidak menyenangi aktivitas menonton. Dia sempat bercerita kalau dulu memang ia juga sering menonton film-film dan menyenangi aktivitas tersebut. Namun ia mengatakan hal-hal tersebut berubah ketika dia melahirkan anak pertamanya, Raffa.

*“Sejak ngelahirin si aa’ sih, teteh jadi jarang banget nonton lagi, jadi ngerasa kayak gak ada waktu aja buat nonton-nonton gitu.”*

Melalui hal ini, terdapat aspek kultural yang melekat dalam keluarga Iqbal. Meskipun yang terlihat secara langsung pembagian kerja dalam bidang ekonomi maupun bidang domestik cukup cair (seperti bergantian dalam menjaga toko dan menjaga anak), akan tetapi terdapat perasaan tidak sadar bahwa Adelia sebagai istri sekaligus ibu harus mengeluarkan seluruh waktu dan energinya untuk mengurus anak-anak dan rumahnya, ketika Iqbal sebagai suaminya sudah mengerjakan pekerjaan utamanya sebagai suami dan ayah yakni mencari nafkah.

## **2.2. Bandung: Keluarga Ibu Stella**

### **2.2.1. Latar Belakang Keluarga**

Keluarga Ibu Stella termasuk keluarga yang sering berpindah atau bermigrasi. Alasan dibalik perpindahan mereka adalah mengikuti di mana Bapak Mulia, yang bekerja di perusahaan asuransi BUMN (Mandiri Inhealth) ditugaskan oleh kantor. Kota-kota yang pernah ditinggali antara lain adalah Medan, Yogyakarta, Semarang, Surabaya dan kini Bandung. Meski begitu, ketika ditanya tentang asal, jawaban mereka tetap Yogyakarta dan bersuku Jawa, terkecuali Bapak Mulia yang berasal dari Aceh. Agama yang dianut seluruh anggota keluarga adalah Islam.

Rumah Keluarga Ibu Stella beralamat di area Buahbatu, tepatnya di Jalan Alexandri nomor 7a, Cijagra, Kecamatan Lengkong, Kota Bandung. Lingkungan sosial di sini cukup individualistik. Tidak ada saling sapa atau berkunjung ke sesama tetangga. Ketika saya tanyakan tentang lingkungan sekitar rumah, Tante Ledy mengakui hal tersebut. Pernah ia mencoba mendatangi kedua rumah sebelah rumah untuk menanyakan masalah air PDAM tidak mengalir atau menawarkan air ke tetangga sebelah, namun ia hanya mendapat respon seadanya dan dianggap tidak ramah atau terbuka. Meski ada WhatsApp Group komplek, Tante Ledy atau Bu Stella tidak tergabung di dalamnya, meski pernah ditawarkan untuk di-invite namun sampai saat ini belum dan mereka enggan menanyakan kelanjutan hal tersebut. Tante Ledy sempat berkata, “mungkin karena di sini itu lingkungan yang cukup berada dan juga di kota, jatuhnya jadi individualistik.”

Dalam keluarga ini semua pernah, sedang, atau akan mengambil pendidikan lanjut di perkuliahan. Ibu Stella sendiri lulusan S1 kedokteran gigi (namun tidak lanjut praktik dan memilih untuk berbisnis setelah lulus). Anak-anak Ibu Stella yang saat ini di rumah pun sedang mengenyam pendidikan S1. Dea mengambil jurusan Ilmu Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia, kini sudah semester 9. Suny mengambil jurusan Hubungan Internasional di Universitas Pasundan dan saat ini semester 3. Zahra baru saja diterima di Universitas Padjadjaran jurusan Pertanian. Ada dua anak Ibu Stella lagi yang dibiayai berkuliah merantau di Medan (Ayu) dan Malang (Habib). Untuk anak bungsu, Kyndi, saat ini duduk di bangku SMA kelas 2. Arunika, anak dari Ayu, akan memasuki kelas 1 SD tahun depan dan kini sedang dipersiapkan melalui homeschooling yang diajarkan oleh Zahra dan Dea.

Keluarga ini termasuk ekonomi kelas atas, dengan sumber penghasilan utama datang dari Bapak Mulia yang bekerja sebagai pegawai asuransi BUMN (Mandiri Inhealth). Meski sempat mengalami kendala ekonomi beberapa tahun lalu akibat turun jabatan Pak Mulia dan penipuan dalam bisnis Bu Stella, kini keluarga ini mengaku sudah dalam kondisi ekonomi yang nyaman lagi karena naiknya jabatan Pak Mulia setelah berpindah tempat kerja yang sekarang di Surabaya. Ibu Stella sendiri bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga dan cukup *high mobility*. Karena suami dan anak-anaknya tersebar di beberapa kota, Bu Stella sering mengunjungi mereka beberapa pekan sekali dan memastikan mereka nyaman. Sedangkan Tante Ledy, adik sepupu Ibu Stella, juga Ibu Rumah Tangga di rumah ini, namun lebih fokus ke mengurus rumah dan menjaga anak-anak terutama ketika Ibu Stella dan Bapak Mulia tidak di rumah. Untuk anak-anak di rumah ini semua masih pelajar atau mahasiswa, namun Suny dan Dea memiliki *passive income* dari investasi ke bisnis teman Ibu Stella dan setiap bulan mendapat sepersekian persen dari keuntungan bisnis tersebut. Kondisi ekonomi keluarga ini memungkinkan untuk anak-anak tidak membagi waktu edukasi mereka dengan pekerjaan untuk mendatangkan pemasukan tambahan.

Saat ini, Bapak Mulia dan Ibu Stella membiayai hidup dan pendidikan enam anak serta satu cucu (Arunika). Hal tersebut tentunya melingkupi biaya kuliah/sekolah, kost, uang jajan dan biaya dasar hidup lainnya. Mereka juga termasuk cukup konsumtif, terutama ketika Ibu Stella sedang di rumah dan sering mengajak jalan-jalan. Belanja di luar kebutuhan dasar menjadi aktivitas sehari-hari keluarga ini. Entah membeli

baju, aksesoris gadget, atau makanan. Hampir setiap hari juga ada paket dari belanja online yang tiba di rumah.

### **2.2.2. Pemilihan Layanan Indihome**

Untuk langganan Indihome, mereka mengambil Paket 2Play (Internet+TV) dan mengeluarkan biaya Rp. 462.000,00 setiap bulannya, sudah termasuk pajak dan belum termasuk denda apabila telat beberapa hari. Keluarga Ibu Stella mulai berlangganan Paket Indihome 2P (internet + TV) awal 2021 lalu, saat baru pindah ke rumah yang sekarang beralamat Jl. ALEXANDRI no. 7a. Saat itu, selain kebutuhan internet anak-anak untuk kuliah dan sekolah daring selama masa pandemi, mereka juga melihat ternyata Indihome menawarkan paket tayangan TV dan streaming platforms. Karena anak-anak hobi menonton bahkan sebelum ramai penggunaan streaming platforms, akhirnya tertarik berlangganan 2P untuk fitur OTT-nya seperti Netflix, Viu, Disney+, YouTube dll. Sebelum menggunakan OTT yang tersedia di paket Indihome, kebiasaan menonton film di keluarga ini adalah melalui website-website unduh film secara gratis dan ditonton menggunakan laptop atau menghubungkan laptop ke TV ruang tamu. Kini, karena berlangganan 2P, kebiasaan menonton mereka pindah ke layanan streaming menggunakan perangkat TV dan ponsel.

Selang 2 bulan setelah keluarga Bu Stella memasang Indihome 2P di rumah barunya, mereka memutuskan untuk menambah langganan TV kabel dari MNCPlay. Saat itu rumah masih ramai dengan anak-anak yang sekolah dan kuliah daring, sehingga penggunaan TV seringkali harus bergantian. Karena itu, Bu Stella memilih MNCPlay khusus untuk menonton tayangan TV di kamar pribadi tanpa terganggu anak-anak yang hobi menonton di ruang TV. Namun, bulan September lalu mereka baru saja berhenti berlangganan MNCPlay dan melepas TV yang sebelumnya terpasang di kamar Bu Stella. Alasannya adalah karena rumah sudah mulai sepi dengan anak-anak, khususnya yang merantai, mulai kuliah dan sekolah luring. Selain itu, Bu Stella sendiri juga mulai sering keluar kota, sehingga TV di kamarnya pun menganggur dan hanya memakan biaya tagihan MNCPlay.

Ada sejumlah alasan Bu Stella memilih Indihome dibandingkan layanan internet dan OTT lainnya. Pertama, Indihome sudah dirasa familiar sebagai layanan penyedia WiFi bahkan di rumah-rumah mereka sebelumnya. Adanya paket yang menyediakan OTT juga menjadi hal yang membuat Paket Indihome ini menarik bagi mereka. Meski terdapat

kompetitor seperti MNCPlay dan Indovision sebagai penyedia TV dan OTT, pada akhirnya keluarga ini memilih Indihome Internet dan TV. Dibandingkan dengan MNCPlay, Indihome tidak hanya menyediakan tontonan bagi mereka namun juga WiFi yang dijadikan satu paket. Dan dibandingkan dengan Indovision, Indihome dirasa memiliki lebih banyak fitur dengan harga yang lebih terjangkau. Salah satu fitur yang paling dibicarakan oleh Ibu Stella, adalah fitur fast-forward ketika menonton. Ia mengatakan bahwa Indovision juga menawarkan fitur tersebut, namun berbayar. Beda dengan Indihome yang menyediakannya secara gratis.

Keluarga ini juga cukup banyak memanfaatkan layanan OTT dari paket Indihome mereka. Untuk OTT yang gratis, mereka paling sering mengakses YouTube, YouTube Music, dan YouTube Kids. Untuk OTT yang premium mereka berlangganan Netflix, Viu, Disney+ Hotstar, dan Spotify. Akun-akun premium di masing-masing platform tersebut menggunakan akun milik Dea yang ia beli dari agen yang ia temukan secara acak di Twitter. Alasannya membeli akun premium secara ilegal ini adalah karena harganya yang lebih murah karena akun yang dibeli hanya bisa diakses melalui satu perangkat saja.

### **2.2.3. Praktik Pemilihan dan Penggunaan Media**

Ibu Stella (52 tahun) adalah seorang ibu rumah tangga dengan kelas ekonomi menengah atas. Waktunya banyak dihabiskan mengurus anak-anaknya yang tersebar di beberapa kota di Indonesia dan sesekali menemani suaminya di kota yang sedang ditempatkan oleh perusahaan. Bu Stella termasuk high mobility dengan rata-rata perjalanan keluar kota dalam sebulan bisa mencapai minimal 2 kali dan menuju berbagai kota berbeda. Pun saat di rumah, seringkali ia juga mengajak anak-anak yang memiliki waktu luang untuk pergi jalan-jalan. Travel and leisure menjadi kesibukan Bu Stella di luar memastikan semua anak-anaknya dalam kondisi baik, yang jauh maupun dekat.

Penggunaan gadget Bu Stella, yaitu cukup menggunakan handphone saja, paling banyak untuk berkomunikasi dengan keluarga maupun teman-teman jauh. Dalam sehari Bu Stella rata-rata menghabiskan waktu 3-4 jam menggunakan handphone, dengan peak hours pukul 9-11 malam menjelang tidur. Sisa screentime Bu Stella terbagi menjadi durasi-durasi pendek sepanjang hari. Platform yang paling sering digunakan adalah WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok yang dituju sebagai alat komunikasi dan update dengan lingkungan sosial serta tempat

mencari hiburan melalui video-video berdurasi pendek. Namun dalam sehari-hari Bu Stella lebih condong menggunakan waktu luangnya untuk mengobrol dengan anggota rumah atau mengamati sekitar, khususnya ketika sedang pergi jalan-jalan dengan keluarga. Pun saat di rumah, Bu Stella memiliki rutinitas pukul 5 pagi, terkadang juga saat sore, duduk di teras belakang untuk mengobrol dan merokok bersama Tante Ledy, seringkali tanpa kehadiran gadget.

Ketika sempat, Bu Stella biasa mengikuti serial drama India di ZeeBioskop USeeTV. Kebiasaan menarik yang dilakukan Bu Stella ketika menonton adalah bagaimana ia sangat memanfaatkan fitur fast-forward. Fitur tersebut digunakan untuk melewati bagian-bagian yang menurut Bu Stella tidak menyenangkan, seperti adegan kekerasan, adegan yang membuat kesal, dan saat iklan. Hanya untuk itulah penggunaan TV Bu Stella. Apabila ingin mencari berita, biasanya didapat lagi-lagi melalui akun berita resmi di sosial media alih-alih berita di TV. Aktivitas menonton TV melalui platform streaming ini pun hanya dilakukan di rumah, dan digantikan oleh sosial media di perangkat ponsel apabila sedang bepergian atau keluar kota. Alasannya adalah karena tidak mengerti cara mengakses tontonan kesukaannya di ponsel dan on-the-go. Hal ini menghambat ketertarikannya untuk melanjutkan episode berikutnya saat kembali ke rumah, karena sudah lupa keberlanjutan episode terakhir yang ditonton.

*“Saya sampai sekarang belum tahu nonton lewat hp itu gimana. Download gimana, cara ngaktifinnya gimana. Saya pernah download tapi karena ga ngerti ah tak hapus aja lah. Karena saya download aplikasi My Indihome itu nggak bisa, mba. Nggak bisa dipake untuk chat (help center). Padahal kan saya berharap di situ saya dapat informasi-informasi. Sebenarnya kita kan pelanggan butuh informasi ya kan. Atau mungkin kita harus aktif di sosmed. Kadang kan pelanggan ada yang aktif internet sama TV doang. Paling yang tua-tua nggak butuh yang aneh-aneh. Engga dapat informasi, jadinya nonton TV sekadar apa lah. Mungkin kalau misal waktu pertama kita pasang, dapat informasinya lengkap, bisa. Tapi ini tidak ada informasi. Engga ngerti mau ngapa-ngapain aja. Jadi harus aktif (sosial media). Kalau yang pintar anak-anak muda, yang*

*ngerti IT dan digital, mungkin ngerti. Tapi kan kalau yang tua-tua kayak kami ini kan menggunakannya ngga ngerti”.*

Tante Ledy (52 tahun) juga seorang ibu rumah tangga yang tinggal bersama keluarga Bu Stella. Berbeda dengan Bu Stella yang juga ibu rumah tangga, kesibukan Tante Ledy lebih berfokus pada mengurus rumah dan anak-anak. Paginya dimulai pukul 5 di teras belakang berbincang dan merokok bersama Bu Stella. Kemudian tugasnya dimulai dengan menyiapkan bekal Suny dan Kindy, dilanjut dengan membersihkan rumah, belanja bahan dan memasak menu makan harian. Setelah itu selesai barulah ia mendapat waktu untuk sarapan dan beristirahat, terkadang di teras belakang dan kadang di kamar pribadi. Tante Ledy juga yang mengurus cucian pakaian, urusan sekolah Kyndi, dan mengawasi dan menjaga anak-anak di rumah terutama ketika sedang tidak ada Bu Stella. Kadang-kadang Tante Ledy juga diajak oleh Bu Stella dalam travel nya, namun mobilitas Tante Ledy masih tergolong rendah dibandingkan Bu Stella.

Penggunaan gadget Tante Ledy yang sebatas handphone saja digunakan untuk mendukung aktivitasnya sehari-hari. Hal itu melingkupi menghubungi tukang sayur, berkomunikasi dengan kawan dan keluarga yang jauh, dan di luar itu juga untuk hiburan dan mengikuti berita terkini. Rata-rata penggunaan gadget Tante Ledy dalam sehari adalah 4-5 jam menggunakan perangkat handphone nya, dengan peak hours pukul 9-12 malam menjelang tidur. Di siang hari, setelah mengerjakan pekerjaan rumah, Tante Ledy juga memilih untuk beristirahat di kamarnya dan bermain hp sambil tiduran di kasur. Platform yang paling sering digunakan adalah WhatsApp, TikTok, dan Instagram untuk komunikasi dan mencari hiburan video berdurasi pendek atau mendapat berita dari akun resmi berita. Selain platform media sosial, Tante Ledy juga hobi menonton drama korea di Viu khususnya bertema kerajaan dengan karakter-karakter utama yang tidak terlalu muda. Kegemarannya ini muncul jauh sebelum mengenal platform streaming, dan dimulai dari perlunya mengisi waktu luang saat sendiri di rumah. Dea lah yang mengenalkan drama korea dan rekomendasi tontonan kepada Tante Ledy. Kini, ketika sedang ada series yang diikuti, Tante Ledy bisa menghabiskan semalaman binge watching series. Pada pagi hingga sore, di luar jam tidur siang, dan terutama ketika ada Bu Stella di rumah, Tante Ledy lebih condong menggunakan waktu luangnya mengobrol dengan anggota rumah di dapur atau bersantai dan

merokok di teras belakang. Hal ini lebih dirasakan lagi ketika jalan-jalan di mana gadget tidak terlalu hadir dalam aktivitas Tante Ledy.

*“Tante mulai suka drama Korea waktu dulu mulai tinggal sama keluarga Umi (Bu Stella). Dulu tuh rumah masih sering sepi soalnya anak-anak pada sekolah sama Umi dan Papah (Bapak Mulia) juga sok pergi. Kan habis bersih-bersih dan masak udah engga ada kerjaan atau teman ngobrol, jadinya waktu itu Dea sama Ayu ngasih tontonan DraKor itu. Awalnya lewat laptop, isinya film sama series DraKor banyak banget dan udah pada selesai (seasonnya). Itu Tante sampai sering nonton begadang soale selalu penasaran episode selanjutnya. Kalau sekarang nontonnya lewat hp (streaming). Ya dibantuin Dea juga. Wong Tante nggak ngerti caranya (daftar, login, dan berlangganan), tinggal pilih terus nonton aja.”*

Dea (23 tahun) adalah mahasiswa ilmu pendidikan (UPI) semester akhir yang sedang fokus menyelesaikan skripsi. Di antara anggota rumah yang lain, waktu Dea termasuk yang paling senggang terkecuali saat ia memutuskan untuk menulis skripsi atau bimbingan dengan dosen. Karena ini juga, screen-time Dea menjadi yang paling tinggi di antara anggota rumah lainnya, yakni 6-7 jam sehari dan dihabiskan antara tontonan di platform-platform streaming (baik di TV maupun handphone) atau sosial media TikTok, Twitter, dan Instagram. Di luar kewajiban akademik dan waktu senggang di rumah yang dihabiskan dengan gadget, sesekali Dea juga akan pergi jalan-jalan namun paling sering dengan keluarga sendiri alih-alih teman. Penggunaan media sosialnya pun berkurang pada saat-saat jalan-jalan, kecuali untuk update di Instagram Story.

Dea memiliki kebiasaan menonton bersama saudara-saudaranya di rumah. Ketika ditanyakan preferensinya, ia mengaku lebih senang menonton bersama karena dapat merasakan bersama segala perasaan yang ditimbulkan oleh tontonan dan juga berdiskusi bersama. Teman menontonnya di rumah paling sering adalah Suny dan Zahra ketika mereka sedang ada waktu luang di antara kesibukan menjadi mahasiswa semester awal berkuliah. Jenis tontonan bersama seringkali yang jenis aksi, horor, komedi atau drama dan dilakukan di ruang TV. Ketika menonton sendiri Dea lebih memilih tayangan melodrama menggunakan handphone karena

mudah dibawa ke ruang mana saja dengan berbagai posisi. Dea biasa mengakses tontonan melalui platform-platform streaming Netflix, Disney+ Hotstar, dan Viu dengan akun premium tidak resmi yang ia dapat melalui agen random yang ditemukan di Twitter.

Dea adalah seorang penggemar K-pop. Konsumsi media oleh Dea didominasi oleh media-media Korea, mulai dari series, musik, hingga topik-topik yang ia ikuti di akun-akun sosial medianya. Di Twitter pun, ia memegang 9 akun, 6 diantaranya merupakan akun fanpage untuk idola-idola K-pop kesukaannya. Di akun-akun ini Dea lebih nyaman mengekspresikan diri sesuai fungsi yang ia berikan ke masing-masing akun. Seperti akun “siber” yang digunakan untuk berkeluh kesah di hadapan teman-teman daring anonim, akun private untuk berkeluh kesah dengan lebih unfiltered karena tidak ada pengikutnya sama sekali, hingga akun untuk mendukung dan membahas idola kesukaan. Menurutnya, interaksi sosial seperti inilah yang tidak terlalu menguras energinya sebagai seorang introvert. Kenyamanannya dengan media-teknologi tidak hanya hadir sebagai ruang alternatif bersosialisasi, namun hadir begitu kuat dalam sehari-hari sampai menjadi pereda sepi ketika makan dan tidak ada yang diajak mengobrol di dapur. Biasanya, Dea akan menonton TikTok.

*"Media sosial berpengaruh sih ke aktivitas nonton aku. Biasanya kalau di TikTok aku sering dapat cuplikan film yang bikin penasaran. Dari situ aku biasa nyari judulnya di komentar video, kalau belum dicantumin sama akun yang ngepost. Terus aku Google judulnya buat baca sinopsis sama review-review. Kalau bagus aku tonton di TV bareng Suny atau Rara (Zahra). Tapi kadang emang pengen nonton tapi nggak tau mau nonton apa. Kalau sengaja nyari gitu, biasanya kita cari rekomendasi di search Twitter dari akun random. Sama, kita lanjut liat sinopsis sama review di Google, baru lanjut nonton kalau bagus. Kadang juga liat sinopsisnya lagi sama trailer kalo nontonnya di Netflix."*

Suny (22 tahun) adalah seorang mahasiswa semester 3 Hubungan Internasional. Kesibukannya meliputi kuliah daring dan luring, dan baru-baru saja organisasi BEM di kampus. Sebelum bergabung dengan BEM, hari-hari Suny cukup luang karena masih banyak kelasnya yang daring dan

seringkali hanya diberikan materi alih-alih kelas dengan Zoom. Ketika luang, Suny seringkali bisa menemani Dea nonton di ruang TV hingga 2 kali sehari (1 film/episode siang hari, 1 film/episode malam hari). Namun dengan kesibukannya kini di BEM, aktivitas menonton bersama menjadi terbatas. Waktu luang yang ada lebih digunakan untuk istirahat atau konsumsi media sendiri di kamar menggunakan hp.

Dalam sehari, Suny memiliki screen time 2-3 jam pada saat weekday dan 3-4 jam saat weekend, dengan peak hours pada pukul 9-11 malam menjelang tidur. Aplikasi yang paling sering digunakan adalah WhatsApp game online, YouTube, dan Instagram. Di YouTube sendiri jenis tayangan yang sering ditonton oleh Suny adalah gaming, mendengarkan musik, dan video-video berkaitan dengan tugas kuliah. Sedangkan Instagram ia gunakan untuk update dengan kehidupan teman-teman dan keluarga. WhatsApp juga menjadi aplikasi yang paling sering dibuka karena obrolan di aplikasi tersebut di beberapa WhatsApp Group pertemanannya seringkali ramai dengan obrolan. Suny mengaku saat ia sibuk di kampus dan tidak sedang kelas atau intens berkegiatan BEM, penggunaan handphonenya tetap atau justru lebih tinggi. Seringkali, ketika ia berkumpul dengan teman-temannya, aktivitas bersosial mereka ditemani oleh handphone sebagai alat pendukung obrolan. Apabila menonton film, Suny mengaku lebih memilih melakukannya bersama orang lain dan jarang sendiri. Baik menonton di rumah bersama Dea, atau saat main ke rumah teman.

*"Kalau nonton emang sukanya bareng, sih. Kalau sendiri kayak sepi aja. Kalau bareng bisa ngerasain bareng tegangnya, serunya, keselnya. Terus juga bisa diskusi. Sama kalau ada yang nggak ngerti, bisa nanya temen nonton. Lebih enak aja kalau nonton bareng. Kalo ga nonton bareng Dea, paling nonton sama temen di rumahnya."*

Zahra (17 tahun) adalah mahasiswi semester 1 Ilmu Pertanian. Pada hari-hari saat kuliah nya luring, ia tinggal di kost-kostan dekat dengan kampus. Akhir-akhir ini masih banyak kelasnya yang daring, sehingga ia sering berada di rumah. Saat di rumah, paginya seringkali dimulai dengan kelas daring pada platform Google Classroom yang ia akses menggunakan laptop di kamar atau ruang tamu. Namun terkadang ia juga menggunakan

handphone dan mengaksesnya sembari melakukan hal lain (makan di dapur, jalan-jalan dengan keluarga) apabila cukup mendengarkan kelas tanpa melakukan presentasi. Selain kuliah dan saat sedang di rumah, Zahra juga mengajar Arunika matematika, menulis dan membaca siang dan sore hari.

Dalam sehari, Zahra memiliki screen time 4-5 jam saat weekdays dan 5-6 jam saat weekend. Aplikasi yang paling sering ia gunakan adalah TikTok, Instagram, WhatsApp, dan YouTube. Dalam pemilihan konten di sosial media, ia mencari yang berhubungan dengan perkuliahan seperti contohnya, tips-tips membuat CV dan website-website bermanfaat untuk membantu perkuliahan. YouTube juga paling sering ia gunakan untuk video-video materi kuliah yang sering diberikan oleh dosennya. Di luar konten berhubungan dengan kehidupan kuliah, Zahra mencari tontonan hiburan ataupun berita terkini di TikTok. Pada saat waktu luang di rumah dan tidak ada yang diajak ngobrol, Zahra pasti akan mengisi sepi dengan membuka TikTok di handphonenya. Saat sarapan dan makan siang pun, ia akan ditemani TikTok. Hal ini akan lebih intens ketika ia di kost, karena tidak ada keluarga atau teman yang bisa diajak ngobrol. Instagram sendiri hanya ia gunakan untuk sekilas melihat update teman-teman dan keluarga, serta untuk update Instagram Stories saat jalan-jalan.

*"Nonton film atau ngikutin series lagi jarang, soalnya sekarang lagi sibuk kuliah. Tapi kalau nonton video-video pendek di TikTok di hp masih bisa. ... soalnya hp kan aku bawa ke mana-mana dan juga videonya pendek-pendek. ... Sehari aku sering sih buka TikTok, kalau di kost apa lagi. Soalnya di kost sepi enggak ada temen, jadi aku ngisi suara sama ngehibur diri sambil nonton TikTok, apalagi kalau sambil makan. Di rumah juga gitu sih, tapi ada temen ngobrol, jadi berkurang dikit lah TikTokannya."*

Kyndi (16 tahun) adalah seorang pelajar kelas 3 SMA. Di antara anggota rumah lainnya, jadwal Kyndi menjadi yang paling padat dan berpengaruh kepada screentimanya yang hanya 1-2 jam saat weekdays dan 3-4 saat weekend. Sekitar pukul 6 pagi ia sudah berangkat sekolah, di mana selain ia mengikuti jadwal kelas dan kegiatan OSIS, ia juga isi waktu istirahatnya untuk mengerjakan tugas sekolah agar tidak harus melakukannya di rumah. Apabila tidak ada kegiatan organisasi, Kyndi akan

pulang sekitar pukul 4 atau 5 sore. Setibanya di rumah ia lebih sering mengutamakan istirahat dari aktivitas di luar rumah seharian dan menyendiri di kamar. Apabila masih ada tenaga, ia akan membuka laptop untuk mengerjakan tugas OSIS di mana ia memegang hal-hal bersangkutan dengan media dan photo editing.

Jadwal padat Kyndi membuatnya jarang menonton tayangan berdurasi panjang seperti series atau film. Ia lebih memilih hiburan melalui game online di handphonenya, menonton YouTube (gaming dan tutorial gitar), dan sesekali membuka Instagram untuk mengikuti update lingkaran sosialnya. Saat weekend, selain kegiatan outing dengan keluarga, Kyndi juga seringkali lebih banyak menghabiskan waktu menyendiri di kamar, alih-alih berkumpul dengan anggota rumah lainnya di ruang TV atau dapur.

*"Nonton film jarang. Engga ngikutin series juga. Aku berangkat sekolah jam 6an, terus pulang antara jam 3 sampai 5. Di sekolah pas jam istirahat biasa ku pakai buat ngerjain PR, biar sampai rumah bisa santai. Kalau cape biasanya tidur dulu. Habis itu paling main komputer atau hp. Di hp biasanya main game atau nonton YouTube. Kalau di komputer biasanya kalau nonton tutorial gitar atau ngedit konten buat organisasi. Tapi ya itu, kalau nonton film atau series lagi enggak karena sibuk."*

Arunika (7 tahun) saat ini adalah pelajar *homeschooled* yang diajar oleh Dea dan Zahra. Sebelumnya, screentime Arunika cukup panjang, dengan 4-5 jam penggunaan yang mayoritas menggunakan handphone. Pada waktu itu, saat bangun pagi Arunika sudah membuka handphone untuk main game (Zepeto, Toca Kitchen, Toca Life) atau menonton video di YouTube. Sepanjang hari, apabila tidak sedang belajar, jalan-jalan, atau main non-gadget ia juga akan membuka hp untuk main game, menonton YouTube, atau mengirim pesan kepada keluarga di WhatsApp. Pun saat pergi outing dengan keluarga, ia juga akan main hp, baik milik sendiri atau pinjam milik Dea atau anggota lain.

Menjelang minggu ke-tiga penelitian, Dea dan Zahra memutuskan untuk membatasi penggunaan handphone Arunika karena seringkali mendistraksi dari kegiatan belajar serta kurang baik bagi kesehatan matanya. Kini, Arunika hanya boleh menggunakan hp saat weekend sehingga screentimanya kini 2-3 jam saat weekdays dan 4-5 jam saat

weekend. Namun, dalam weekdays ia masih diperbolehkan mengakses TV. Karena aturan baru ini, screentime Arunika dalam sehari berkurang dan pada saat weekdays semua screen time adalah dari tayangan di TV. Peak hours TV di weekdays adalah malam hari pukul 7-8 malam untuk menonton film di Netflix atau Disney plus, atau tayangan di YouTube Kids (vlog ataupun animasi cerita dongeng anak). Pada saat weekend Arunika libur belajar, dan screentimanya digunakan untuk main game di hp dan menonton video di YouTube. Peak hours saat weekend adalah pukul 7-9 pagi dan 7-9 malam menjelang tidur.

#### **2.2.4. Aspek Sosio-Kultural-Ekonomi yang Mempengaruhi Pemilihan dan Penggunaan Layanan Indihome**

##### **a. Migransi (Kondisi/Perasaan Menjadi Migran)**

Migransi menjadi faktor dalam pemilihan dan penggunaan media Dea yang gemar menonton bersama dengan saudara-saudaranya. Menonton bersama menjadi 'ritual' untuk mempertahankan ikatan keluarga yang seringkali berpindah kota ini. Teman-teman yang dimiliki tersebar di beragam kota dan bagi Dea sendiri, masuk ke dalam lingkungan sosial Bandung masih dirasa sulit. Karena ini, menghabiskan waktu dengan keluarga, dalam hal ini adalah menonton bersama, menjadi aktivitas yang dirasa paling nyaman. Aspek keruangan dan penempatan TV juga berperan dan dibentuk untuk mendukung 'ritual' menonton ini; TV di ruang keluarga bertempat di tengah rumah dan berdekatan dengan dapur dan tempat peliharaan kesayangan keluarga (kucing). Aspek ritualistik ini mempengaruhi jenis tontonan yang dipilih; film yang seru ditonton bersama seperti film aksi, horor, dan komedi.

##### **b. Relasi Antar Media**

Pengaruh media sosial terhadap preferensi menonton anggota keluarga Bu Stella paling dirasakan pada media sosial TikTok, namun untuk beberapa anggota saja. Bagi Dea dan Zahra, TikTok hadir rata-rata 4-5 jam dalam sehari-hari mereka. Bagi Zahra, angka ini bertambah apabila dia sedang di kost, karena di sana dia jarang ada teman ngobrol dan memilih untuk mengisi sepi, termasuk saat makan, dengan menonton dan mendengar suara dari video-video TikTok. Dea yang memiliki banyak waktu luang juga paling sering membuka TikTok ketika menggunakan ponsel, termasuk saat sedang makan agar tidak sepi. Kelekatan mereka

dengan gadget, dan preferensi TikTok sebagai media sosial favorit, berpengaruh besar dalam praktik menonton mereka. FYP adalah laman di TikTok yang mereka lebih sering hadir, dan di sana seringkali mereka menemukan cuplikan-cuplikan film yang kemudian membuat mereka penasaran untuk menonton tontonan tersebut. Apabila tidak disebut judul film, mereka biasa mencari dulu di kolom komentar lalu lanjut ke Google untuk membaca sinopsis dan review. Apabila dilihat cukup menarik dan dibuat penasaran, mereka akan lanjut menonton di layanan streaming film pada perangkat TV kapan memiliki waktu luang. Beberapa contoh tontonan adalah Surga yang Tak Dirindukan 1 dan 2 dan Young Actors' Retreat.

Tidak hanya TikTok, Twitter juga cukup berperan dalam preferensi menonton Dea dan Zahra. Seringkali mereka menjumpai iklan untuk film terkini di laman search Twitter. Contohnya, keputusan Dea untuk menonton Ngeri-Ngeri Sedap suatu hari luang setelah mengingat pernah melihat iklannya di Twitter. Tidak hanya melalui iklan, mereka juga menggunakan Twitter dalam proses mencari film/series ketika waktu luang dan bingung hendak menonton apa. Biasanya mereka mencari rekomendasi di laman search Twitter, contoh keyword seperti "rekomendasi film horor Netflix". Dari sana mereka akan menelusuri Tweet berbagai akun random dan juga membaca komen-komen. Tidak berhenti di situ, apabila ada judul yang menarik mereka akan mencarinya di Google untuk membaca sinopsis dan review tontonan tersebut. Twitter menjadi bagian proses memilih tontonan ketika mereka dengan sengaja mencari, berbeda dengan TikTok yang sifatnya lebih "tidak sengaja" mendapat cuplikan rekomendasi film. Twitter lebih disukai karena sifatnya yang tulisan to-the-point, dibandingkan TikTok yang bentuknya video yang harus ditonton dan ditunggu untuk mendapat informasi yang dicari.

Bedanya antara Dea dan Zahra, adalah bahwa Dea memiliki lebih banyak waktu luang sehingga lebih mudah menuruti keinginan menonton film yang ditemukan di TikTok ataupun Twitter, sedangkan Zahra lebih memprioritaskan kuliah dan tugas-tugasnya. Tante Ledy juga termasuk dalam anggota keluarga yang preferensi menontonnya dipengaruhi TikTok. Saat tidak sibuk mengurus rumah atau anak-anak, Tante Ledy akan scrolling TikTok di mana seringkali ia menemukan cuplikan-cuplikan drama Korea yang terlihat menarik dan memicunya untuk searching dan mendapat ide tontonan berikutnya. Namun, Tante Ledy hanya akan menonton series yang sudah lengkap episodenya dalam 1 season, karena

lebih menyukai menonton dengan cara binge watching alih-alih menunggu episode berikutnya.

Namun tidak hanya tontonan series ataupun film, dari TikTok pula Dea, Zahra, dan Tante Ledy memilih untuk mendapat kabar terkini yang sedang viral. Tante Ledy sendiri, kemarin sempat mengikuti kasus Sambo dari akun-akun berita terpercaya di TikTok. Bahkan, sampai menonton sidang Live nya melalui Live TikTok dari Kompas. Dea dan Zahra pun juga lebih sering mendapat berita dari FYP TikTok mereka. Berbeda dengan Tante Ledy yang bukan pengguna Twitter, Dea dan Zahra mendapat berita tambahan dari Twitter. Bagi mereka, berita dari sosial media seperti TikTok dan Twitter lebih accessible karena berada dalam perangkat ponsel yang mayoritas waktu sehari ada dalam genggamannya. Tidak hanya itu, karena ukuran perangkat yang kecil dan mobile juga membuat pengalaman inderawi mereka lebih nyaman dalam mengakses berita karena dapat dilakukan di mana saja dan posisi apa saja. Berbeda dengan TV, laptop, ataupun koran.

Bagi Ibu Stella, TikTok tidak berperan besar dalam preferensi menonton series atau film, karena penggunaan hp Ibu Stella lebih diutamakan untuk berhubungan dengan keluarga dan teman-teman yang jauh. Di TikTok ia lebih sering menonton video-video kucing dan sesekali mengikuti berita. Ketidakhadiran TikTok dalam preferensi menonton juga dirasakan oleh Arunika. Pernah ia memiliki TikTok dan gemar mengunggah video tarian TikTok. Namun, setelah diketahui oleh Dea penggunaan TikToknya langsung dilarang dan dihapus dari ponsel Arunika karena tidak dianggap edukatif ataupun bermanfaat.

Bagi Suny dan Kyndi, TikTok dan Twitter bukanlah sosial media yang dipilih. Kyndi dengan jadwal sekolah, organisasi, dan pekerjaan rumah yang mengambil waktunya dari pagi hingga sore, tidak mendapat waktu luang yang cukup untuk menonton tontonan durasi panjang seperti film ataupun series. Namun, video jangka pendek yang ditawarkan TikTok juga tidak menarik baginya. Jika menonton, ia lebih memilih YouTube untuk tutorial gitar atau channel gaming. Perangkat yang dipilih pun adalah ponsel, alih-alih laptop ataupun TV, karena bisa digunakan di kasur sembari tiduran saat ia istirahat dari pulang sekolah atau kegiatan organisasi. Sedangkan Suny, dengan jadwal yang lebih fleksibel dan fluktuatif, lebih memilih sosial media Instagram untuk update lingkaran sosial dan mengikuti akun-akun rekomendasi film. Di YouTube ia juga memilih untuk mendengarkan musik dan menonton channel-channel

gaming tentang permainan Free Fire. Sama dengan Kyndi, perangkat yang dipilih juga ponsel karena sifatnya yang mobile dan bisa digunakan dengan mudah di kasur sembari tiduran. Instagram sebagai platform di mana Suny mendapat rekomendasi tontonan pun sering berperan dalam pertimbangan Suny memilih tontonan di waktu luang selanjutnya.

**c. Budaya Penggemar (Fans Culture)**

Pilihan tontonan Dea dipengaruhi oleh posisinya sebagai fans K-pop dan drama korea. Dea cukup aktif terlibat di media sosial fans K-pop yang sering mengabarkan mengenai tontonan yang sedang digandrungi dan gossip-gossip nya. Fans Culture K-pop ini membuat Dea menjadi penonton drama korea yang intense (mengulang-ulang menonton) dan kreatif (menciptakan imajinasi mengenai idola-nya, misal: 'nge-ship').

**d. Aspek Gender**

Selain faktor generasi, gender juga menjadi faktor pembeda preferensi media antara Suny, Zahra dan Kyndi. Suny lebih memilih menggunakan handphonenya untuk bermain game online. Sama halnya, Kyndi memilih untuk menggunakan media untuk bermain game online (Mobile Legend) dan tontonan di YouTube seputar gaming dan hobi bermain gitar miliknya. Game online bertemakan perang dan strategi memiliki demografi gender laki-laki lebih tinggi dibandingkan pengguna perempuan. Sama halnya dengan TikTok yang secara demografi lebih banyak pengguna perempuan dibandingkan laki-laki.

Faktor gender pun ikut andil dalam preferensi media Zahra. Alih-alih gaming seperti kedua saudara laki-lakinya yang juga dari regenerasi Z, Zahra masuk dalam persentase pengguna bergender perempuan pada platform TikTok yang saat ini ramai khususnya di kalangan generasi Z.

**e. Aspek Generasional**

Generasi X (Ibu Stella dan Tante Ledy) yang tidak tumbuh bersama dengan media teknologi digital membuat mereka tidak terlalu tergantung dengan teknologi. Mereka lebih sedikit waktu menontonnya (screen time) dan memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai teknologi. Mereka masih bisa mengakses dan memahami media sosial, tetapi mereka lebih cenderung suka berbincang-bincang.

Generasi millennial (Dea) tergantung pada dan terbiasa menggunakan teknologi-digital (digital native) membuat screen-time nya

panjang. Kerentanan generasi ini pada stress atau depresi (suka ingin nangis) mempengaruhi pilihan tontonan dia; melodrama korea dan Indonesia. Untuk memenuhi 'keinginan untuk menangis' ini, Dea merancang ruang dan menggunakan teknologi yang lebih private. Hal ini juga dilakukan agar ia bisa memperoleh kesenangan yang bersifat 'narsistik' (mengidentifikasi diri-nya seolah oleh sebagai tokoh utama dalam tayangan melodrama yang ia tonton).

Generasi Z menjadi faktor dalam pemilihan dan penggunaan Media Suny, Zahra, Kyndi. Datang dari generasi Z yang dibesarkan dengan teknologi digital membuat Suny juga memiliki screen-time yang panjang. Tidak hanya untuk menikmati tontonan, namun seringkali interaksi sosial daring maupun luring juga berperan sebagai tempat diskusi yang mempengaruhi keinginan dan pilihan tontonan. Berbeda dengan Dea dan Zahra yang memilih menghabiskan screen time di media sosial terutama TikTok, pilihan platform Suny adalah game online (Free Fire) dan sosial media instagram.

Bagi Zahra, yang juga memiliki screen-time yang panjang, kebiasaan menggunakan teknologi-digital, membuat sosial media dan handphone sebagai pilihan Zahra mengisi sepi, baik saat makan sendiri maupun saat bepergian dan tidak ada obrolan. TikTok sebagai media sosial yang menawarkan tontonan audio-visual berdurasi pendek pun menjadi pilihan andalan Zahra untuk hiburan sembari multitasking, karena tidak harus ditonton namun terkadang cukup didengar dan mengisi kesunyian. Twitter, di sisi lain, menawarkan text-based content sehingga Zahra dapat menyibukkan sekaligus menghibur diri khususnya saat sedang di luar rumah tanpa harus mendengarkan audio dari konten.

#### **f. Faktor Pekerjaan**

Pekerjaan Tante Ledy sebagai Ibu Rumah Tangga yang mengurus serta menjaga rumah dan anak-anak membuatnya memiliki waktu senggang yang banyak namun tanpa meninggalkan rumah. Dengan rekomendasi dan bantuan Dea, Tante Ledy pun mencari hiburan melalui tayangan drama Korea melalui platform Viu di ponselnya. Berbeda dengan Ibu Stella yang juga merupakan Ibu Rumah Tangga namun dengan latar belakang ekonomi berbeda dan kemampuan untuk mencari hiburan diluar rumah bahkan ke luar kota. Apabila hiburan Bu Stella terletak di balik jendela pesawat dan mobil, hiburan untuk Tante Ledy terletak di balik layar ponsel.

#### **g. Aspek Peran Sosial**

Sebagai pelajar kelas 3 SMA, Kyndi tidak hanya disibukkan oleh jadwal sekolah 8 jam sehari bersamaan dengan kegiatan OSIS, namun juga kesibukan segala persiapan untuk pendaftaran pendidikan tingkat lanjut di berbagai universitas. Perannya sebagai pelajar membuat waktunya terikat dengan jadwal padat sekolah, dan waktu luangnya untuk kewajiban akademik dan organisasi yang tentunya akan mempengaruhi kesempatannya diterima di universitas idamannya. Karena ini, pilihan tontonan atau media Kyndi cenderung berdurasi pendek alih-alih yang berdurasi panjang seperti film atau series. Tidak hanya itu, jadwal yang padat membuatnya juga memprioritaskan istirahat dan menyendiri di kamar saat waktu luang.

#### **h. Pola Pengasuhan dan Pendidikan Anak**

Faktor preferensi Dea dan Zahra dalam mengasuh dan mendidik Arunika mempengaruhi perangkat, durasi, dan platform menonton. Penggunaan hp Arunika diperbolehkan hanya saat weekend saja, namun TV tidak dibatasi penggunaannya di luar waktu belajar meskipun weekday. Hal ini karena menonton tayangan YouTube dan film menggunakan TV lebih mudah dipantau dibandingkan hp yang juga dapat mengakses tidak hanya tontonan lain namun juga platform lain (games, google search, media sosial). TV yang tidak sepraktis hp untuk dibawa ke mana-mana juga otomatis mengurangi screentime anak dibanding ketika menggunakan hp, sehingga dianggap lebih baik untuk kesehatan mata dan pemilihan aktivitas Arunika.

### **2.3. Makassar: Keluarga Pak Yahya**

#### **2.3.1. Latar Belakang Keluarga**

Untuk bisa memahami kehidupan keluarga Bugis dan/atau Makassar, perlu untuk terlebih dahulu dijelaskan mengenai etnis Bugis dan Makassar itu sendiri. Etnis Bugis dan Makassar adalah dua entitas yang kerap kali dibedakan secara tegas, tetapi sekaligus dianggap identik. Bagi sebagian besar masyarakat Sulawesi Selatan, “orang Bugis” dan “orang Makassar” adalah dua entitas yang berbeda. Pemisahan ini dirujuk berdasarkan asal usul daerah atau teritorial masing-masing. Misalnya “orang Bugis” yang asosiatif dengan wilayah tengah hingga utara dari Provinsi Sulawesi Selatan, seperti Maros, Pangkep<sup>[1]</sup>, Barru, Parepare, Pinrang,

Sidrap, Luwu, Bone, Soppeng, Wajo, Sinjai, dan Bulukumba. Sementara “orang Makassar” yang asosiatif dengan wilayah selatan dari Provinsi Sulawesi Selatan, meliputi seluruh wilayah pesisir pantainya, seperti Makassar, Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Selayar, juga Maros dan Pangkep sebagai daerah peralihan<sup>[2]</sup>.

Dalam berbagai referensi kepustakaan, Bugis dan Makassar adalah dua entitas juga kerap kali disamakan, namun bukan sinonim. Penyamaan ini lebih banyak hadir dari orang-orang luar Sulawesi Selatan yang sulit membedakan antara Bugis dan Makassar. Para ilmuwan/akademisi juga menuliskannya menjadi satu kata majemuk yaitu “Bugis-Makassar”. Kecenderungan penyamaan ini juga dipengaruhi oleh persamaan Islam. Agama Islam memiliki pengaruh kuat bagi ‘orang Bugis’ dan ‘orang Makassar’ dalam mengaburkan sekat pembeda keduanya. Pelras (2006) juga membenarkan kecenderungan penyamaan yang kerap dilakukan beberapa ahli dengan alasan eratnya ikatan keduanya, tetapi bagi Pelras keduanya tetap berbeda dalam beberapa unsur<sup>[3]</sup>.

Terlepas dari perselisihan, penelitian ini menitikberatkan identitas kultural (etnisitas), pada pengakuan tineliti. Baik Bugis dan/atau Makassar, kebudayaan mereka adalah totalitas dari pemikiran dan tingkah laku yang terus diwariskan ke generasi mereka. Diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari. Tineliti memiliki keleluasaan dalam menentukan identitas etnis yang paling sesuai dengan diri mereka.

Keluarga pertama yang menjadi lokus penelitian ini adalah keluarga Pak Yahya. Keluarga percampuran antara Bugis dan Makassar ini telah tinggal selama lebih kurang 14 (empat belas) tahun di Kota Makassar. Bertempat tinggal di Perumahan Griya Mulya Asri Blok F/4, Kelurahan Pai, Kecamatan Biringkanaya, Kota Makassar. Daerah ini dahulu merupakan suburban bagian utara dari perkembangan Kota Makassar. Awal perkembangannya ditandai secara *urban sprawl* atau perkembangan wilayah secara tidak teratur dan meloncat-loncat. Kantong-kantong pemukiman baru yang diinisiasi perusahaan properti ramai bermunculan sebagai alternatif hunian dengan jangkauan harga rendah.

Keputusan Pak Yahya membeli rumah sejalan dengan fenomena *urban sprawl* ini. Ia menerangkan bahwa keputusannya membeli rumah di daerah ini adalah karena harga properti di sekitar pusat kota sudah tidak terjangkau lagi. Selain alasan harga, alasan kebisingan, kepadatan lalu lintas, kurangnya ruang terbuka hijau juga menjadi pertimbangan lainnya. Bagi Pak Yahya lokasi rumah

yang ia pilih sangatlah strategis: aksesnya dekat untuk ke bandara, terminal, dan poros luar kota.

Perumahan ini sebagian besar dihuni oleh pekerja sektor formal, seperti dosen/guru, polisi, aparaturn pemerintahan dan tenaga medis/kesehatan. Sebagian kecilnya adalah pekerja sektor informal, seperti pengusaha warung kopi, warung campuran, ojek, dan juga mahasiswa yang mengontrak. Diversifikasi ini menunjukkan bahwa perumahan ini begitu kompleks dibandingkan dengan perumahan homogen, seperti perumahan dosen atau perumahan pegawai pemerintahan kota. Tidak dijumpai kegiatan-kegiatan yang melibatkan sebagian besar/seluruh warga perumahan dalam aktivitas keseharian lingkungan perumahan ini.

Model rumah di perumahan telah mengalami banyak perubahan dari model awalnya. Mulanya halaman setiap rumah terhubung satu sama lain tanpa pembatas. Namun, kini setiap rumah saling dipisahkan oleh sekat pagar pembatas yang tambahkan secara mandiri. Ini mengisyaratkan bagaimana setiap keluarga menjadi sangat privat dan tertutup. Upaya merubah bentuk rumah ke arah yang lebih individualistik dilatari oleh rasa cemas (*life anxiety*), utamanya karena masalah keamanan. Batas antar rumah ini menjadi penegas ruang imajiner (*personal space*) dari masing-masing penghuninya.

Demikian pula rumah Pak Yahya, secara spesifik dapat dibagi menjadi 5 (lima) bagian utama: (1) halaman dan garasi; (2) ruang tamu dan TV; (3) kamar tidur (kamar ibu dan anak, kamar ART, kamar tamu); (4) dapur; (5) rumah belakang (rumah kayu) dan *patio* (kebun sayur). Bagian-bagian rumah ini secara dominan relatif teduh, intensitas cahaya matahari yang masuk juga sedang. Bagian depan rumah diteduhi oleh rimbun pohon nangka dan rambutan, sementara bagian belakang dibatasi daun-daun pisang yang melintasi pagar kompleks. Untuk bagian dalam rumah, seperti ruang tamu dan TV serta kamar tidur, cukup gelap karena lampu jarang dinyalakan. Pada malam hari, beberapa bagian rumah dominan gelap tanpa penerangan.

Di rumah berukuran 52 meter persegi ini, keluarga Pak Yahya tinggal bersama dengan tiga anggota keluarga lainnya dan satu asisten rumah tangga. Pak Yahya adalah seorang dosen di salah satu perguruan tinggi negeri di Kota Makassar. Usianya saat ini 58 tahun, usia yang dikategorisasikan sebagai generasi *baby boomers*. Pak Yahya lahir di Kabupaten Soppeng, satu diantara kabupaten yang identik dengan identitas Bugis yang disebutkan sebelumnya. Pak Yahya menegaskan bahwa semasa kecil ia tumbuh di lingkungan budaya Bugis yang

kental. Namun, pasca perpindahannya ke Kota Makassar awal tahun 1980 an ia merasa memperoleh pengaruh budaya yang semakin beragam. Intensitas interaksi bersama kelompok di luar Bugis, bersama dengan studi-studi akademis (seperti penelitian) yang dilakukan menjadikannya tidak lagi hanya bercorak ke-Bugis-an saja. Sosok Pak Yahya adalah pribadi yang formal, cenderung tegas dan disiplin. Pembawaan ini begitu terasa saat pertama kali berinteraksi dengannya. Latar belakang ‘dosen’ tidak bisa dipisahkan dengan kepribadiannya yang demikian. Ia juga kukuh dan konsisten dengan argumentasi apapun yang ia ajukan.

Pak Yahya memiliki istri bernama Imanyani Ilyas, atau biasa disapa Ibu Ani. Ibu Ani seorang ibu rumah tangga yang juga memiliki pekerjaan sampingan wiraswasta yaitu bisnis *online*, Multi Level Marketing. Usia Ibu Ani kini 38 tahun, masuk dalam kategori generasi *milenial*. Ibu Ani lahir dan besar di Kabupaten Takalar, wilayah yang sangat identik dengan budaya Makassar. Berbeda dengan Pak Yahya, Ibu Ani justru tumbuh dari tradisi budaya Makassar yang kental. Pengaruh budaya Makassar masih terbawa sampai masa-masa awal pernikahan. Pasalnya ia hampir tidak terputus kontak terhadap keluarga kampung halamannya dan tidak pernah melakukan perantauan lama. Kota Makassar tempat tinggalnya kini pun cenderung masih lekat dengan budaya Makassar. Ia hanya perlu melakukan penyesuain kecil terhadap ragam budaya lain yang juga mengisi Kota Makassar.

Pribadi Ibu Ani begitu menyenangkan, ramah, komunikatif, dan cukup humoris. Ia terlihat mudah mengakrabkan diri dengan orang-orang baru. Di lingkungan rumah, khususnya bagi anak-anak, sebaliknya Ibu dikenal begitu tegas. Segala hal berhubungan dengan rumah keputusannya selalu di tangan Ibu Ani. Perannya sangat besar dalam menentukan apa yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan. Selain itu, Ibu Ani juga sosok yang mandiri. Hal ini tercermin dari pernyataannya dalam satu wawancara yang mengungkapkan bahwa keputusannya berbisnis adalah agar tidak bergantung sepenuhnya dari pendapatan suami.

Pak Yahya dan Ibu Ani memiliki anak pertama bernama Evan Aydin, disapa Evan. Saat ini duduk di bangku kelas 6 (enam) sekolah dasar. Usianya 12 tahun dan masuk di generasi *Gen Z*. Identitas etnis Evan tidak setegas orang tuanya, karena hasil percampuran antara Bugis dan Makassar. Evan tentu lebih tepat disebut Bugis-Makassar, sebagaimana penggabungan di awal. Baik Bugis maupun Makassar sistem kekerabatan yang dianut adalah bilateral. Artinya, memungkinkan untuk menarik jalur garis keturunan (berikut identitas etnisnya) dari pihak ayah maupun ibu. Namun jika ditanya, Evan selalu mengatakan bahwa

ia tidak tahu apakah ia Bugis atau Makassar. Tambahnya bahwa tidak satupun bahasa dari keduanya yang ia kuasai.

Evan adalah anak yang tertutup, pemalu, dan kurang aktif. Untuk beberapa orang yang baru mengenalnya akan terasa canggung untuk interaktif berkomunikasi dengannya. Evan tidak tertarik dengan hal-hal yang melibatkan aktivitas fisik seperti bermain bola, sepeda, atau lainnya. Ia selalu merasa dengan postur badannya yang besar dan berat badannya, gerak fisiknya menjadi terbatas. Di lingkungan pertemanan Evan juga kerap dibully, menjadikannya semakin tidak tertarik untuk terlibat di berbagai permainan ketangkasan langsung, seperti bola dan bersepeda tadi. Pasca mengenal game (*online*), Evan serasa menemukan dunianya. Evan sangat menikmati kehidupan permainannya 'dunia avatar' atau game.

Anak kedua yaitu Farras Makarim, disapa Farras. Berada dua tingkat di bawah kakaknya, Farras duduk di bangku kelas 4 (empat) sekolah dasar yang sama. Terpaut hanya dua tahun lebih muda dari kakaknya, Farras kini berusia 10 tahun dan masuk dalam generasi *alpha*. Demikian juga Farras, penentuan etnisitasnya sama problematikanya dengan kakaknya. Namun, menariknya Farras sering kali menggunakan identitas Bugis dan/atau Makassar sesuai kebutuhannya. Dalam satu sesi wawancara ia menyampaikan bahwa: "kalau di Soppeng saya bilang orang Soppeng (baca: Bugis), kalau di Takalar saya bilang orang Takalar (baca: Makassar)". Tidak hanya itu, di lingkungan pertemanan ia juga sering menggunakan salah satu dari kedua identitas etnis ini secara sengaja.

Farras adalah pribadi yang kontras dengan Evan, ia sangat aktif, periang, dan selalu tertarik pada hal-hal yang eksperimental. Farras juga sangat mudah mengakrabkan diri dengan orang baru. Kemampuan komunikasi dan berceritanya di atas rata-rata anak-anak seumurnya. Ia mampu memilih dan menggunakan diksi yang tidak lazim digunakan anak seumurnya. Argumentasinya kuat dan selalu didasarkan pada fakta-fakta yang ia kumpulkan. Ia juga sangat menyukai olahraga sepak bola, bulutangkis, dan bersepeda. Kesehariannya juga disibukkan dengan aktifitas-aktifitas eksperimental, seperti menanam tanaman, mencampur bahan-bahan untuk menciptakan reaksi kimia, hingga membuat mainan baru dari berbagai bahan.

Selain keluarga inti, di dalam rumah juga terdapat satu orang Asisten Rumah Tangga (ART) bernama Ibu Kausar, berumur 52 tahun. Usianya masuk dalam kategori generasi *baby boomers*. Semua orang menyapanya dengan panggilan 'Bibi'. Bibi adalah orang asli Jawa (daerah Banyuwangi) yang lama

tinggal di Makassar untuk bekerja sebagai ART. Ia menceritakan bagaimana ia berpindah-pindah majikan sampai akhirnya menetap lama di keluarga Pak Yahya. Lama tinggal di Makassar tidak menghilangkan identitas budaya Jawanya, utamanya saat berbicara, banyak menggunakan kosa kata Jawa. Ia juga menerangkan jika kesulitan memahami jika orang-orang lokal (Bugis-Makassar) menggunakan dialek khasnya.

Bibi adalah sosok yang ramah dengan gaya berkomunikasi khas (Jawa) dan artikulasi yang terbatas ia tetap percaya diri. Ia selalu mencoba memulai lebih dahulu satu percakapan. Bibi lebih banyak menghabiskan waktu di dalam rumah. Tidak banyak variasi kegiatan yang ia lakukan sehari-hari, umumnya kegiatan berulang seperti menyiapkan makanan di pagi dan malam hari, serta membersihkan bagian-bagian rumah. Saat *weekday*, Bibi akan lebih sering tinggal sendiri di rumah. Pak Yahya bekerja (di kampus), anak-anak sekolah dan Ibu sesekali mengurus bisnisnya di luar.

Secara umum keluarga Pak Yahya adalah keluarga muslim yang taat. Dalam berbagai literatur<sup>[4]</sup>, Bugis-Makassar memang dicirikan sangat identik dengan Islam. Corak Islam di keluarga Pak Yahya paling kontras terlihat pada pemilihan sekolah Islami bagi kedua anaknya. Dipertegas dengan Ibu Ani yang juga menjadi ketua Majelis Taklim di lingkungan kompleks perumahan. Pada aktivitas keseharian, waktu sholat menjadi penanda segala bentuk kegiatan harus dihentikan sementara. Di jam-jam tertentu, anak-anak harus mengaji dan menyelesaikan hafalan *surah* pendek dalam Al-Qur'an.

Penghayatan Islam yang kuat di keluarga ini menjadikan setiap orang selalu tertarik dengan informasi yang berhubungan dengan Islam. Misalnya, Farras yang selalu tertarik dengan fakta-fakta sejarah Islam, Ibu yang tertarik dengan ceramah Islami, dan Bapak yang tertarik dengan isu politik Islam. Selain lingkungan keluarga yang terus mempengaruhi spirit Islam, lingkungan sekitar rumah, tempat kerja, dan sekolah semakin menambah kuat.

Uraian di atas merupakan kondisi latar belakang keluarga yang menjadi lokus penelitian ini. Kondisi latar belakang seperti pendidikan, agama, etnisitas, dan kepribadian menjadi pondasi penting dalam memahami lebih jauh praktek keseharian bermedianya. Faktor-faktor sosio-kultural ini kemudian menjadi pengaruh dalam keputusan memilih produk media yang dinikmati.

### 2.3.2. Pemilihan Layanan Indihome

Keputusan keluarga Pak Yahya dalam memilih produk Indihome dilatarbelakangi oleh kebutuhan akses internet yang semakin besar. Semula Pak Yahya dan Ibu Ani menggunakan kartu data seluler pasca bayar untuk kebutuhan internet mereka. Kondisi ini berubah drastis saat memasuki masa Pandemi Covid-19. Bekerja dan belajar yang identik dengan aktifitas luar rumah, kini harus berpusat di dalam rumah. Pak Yahya menjadi semakin intensif menggunakan internet untuk keperluan pekerjaan yang tidak lagi dapat dikerjakan di kantor/kampus. Evan dan Farras yang beralih ke model pembelajaran *online* juga menuntut tersedianya jaringan internet yang stabil. Ibu juga menambahkan bahwa, alternatif hiburan di rumah juga harus ditambah saat itu. Dengan kondisi yang demikian, internet berbasis kartu seluler tidak mampu mengatasinya, pembelian meningkat drastis. Kondisi ini semakin mendesak, sampai akhirnya Pak Yahya mencari informasi alternatif pemasangan *wifi* atau internet rumah.

Mulanya Pak Yahya mengaku bahwa tidak banyak mengetahui prosedur pemasangan internet rumah. Dari sinilah ia mencoba menanyakan di beberapa tetangga yang lebih dahulu memasang internet rumah. Satu waktu, menjumpai petugas teknisi Indihome yang sedang melakukan perbaikan di sekitar kompleks rumahnya. Momentum itu dimanfaatkan Pak Yahya untuk menanyakan semua hal terkait dengan prosedur, estimasi biaya dan lama waktu pemasangan. Dari informasi yang dihimpun inilah, kemudian rencana pemasangan dibicarakan bersama Ibu Ani. Pada akhirnya, mereka memutuskan menghubungi petugas Indihome untuk segera melakukan pemasangan di rumahnya.

Di awal pemasangan, penentuan pilihan paket yang akan dipasang tidak lagi ditentukan oleh Pak Yahya. Kali ini, peran Ibu Ani dalam memilih paket langganan mana yang tepat. Menurut Pak Yahya, tugasnya hanya mencari informasi pemasangan, selebihnya pilihan langganan paket diserahkan ke Ibu Ani. Kondisi ini menunjukkan bagaimana aspek peran gender terlihat cukup kontras. Artinya, perihal sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan domestik (baca: rumah) sangat besar ditentukan oleh Ibu.

Keyakinan untuk memasang Indihome diterangkan Ibu Ani karena alasan 'familiar'. Informasi tentang Indihome tersebar secara luas, beberapa tetangganya juga telah menjadi pelanggan Indihome selama ini.

Saat dikonfirmasi, kesan mereka juga positif terkait langganan. Akumulasi ini yang menjadikan Ibu Ani semakin yakin dalam memilih Indihome. Dari berbagai variasi paket yang ditawarkan, Ibu Ani menceritakan bahwa akhirnya memilih Paket 2P (Internet+TV). Menurutnya, ini adalah paket yang paling tepat. Arti kata 'tepat' di sini dimaknai sebagai *price list* atau harga terjangkau. Harga menjadi indikator pertama dalam mempertimbangkan pilihan paket. Berikutnya disesuaikan dengan kebutuhan penggunaan lainnya.

Menurut Ibu Ani, secara mendasar butuhkan paling utama mereka adalah internet. Sementara TV dimaknai sebagai 'bonus' atau 'kelebihan' hiburan yang diperoleh dari paket pembeliannya. Hal ini menunjukkan bahwa, di keluarga Pak Yahya, pertimbangan pemasangan Indihome hanya dilatari oleh kebutuhan internet. Kondisi yang demikian jika dikomparasikan dengan perubahan konsumsi media di keluarga, menunjukkan adanya pergeseran signifikan dari TV yang sebelumnya menjadi satu-satunya sarana hiburan ke media berbasis internet.

Perjalanan awal berlangganan Indihome ternyata tidak berjalan mulus, sebagaimana deskripsi di atas. Kebimbangan memilih Indihome ternyata pernah dirasakan keluarga Pak Yahya sebelumnya. Hadirnya kompetitor penyedia layanan internet rumah dan TV seperti XLHome dan Iconnet.id yang masif di tahun 2020 menjadikan beberapa pelanggan Indihome dan calon pelanggannya berpindah pilihan. Provider-provider baru ini menjual nilai lebih ekonomis dibandingkan Indihome. Namun menurut Ibu Ani, pengalaman dan jumlah penggunaanya yang besar menunjukkan bahwa Indihome terpercaya. Justru sebaliknya dari *branding* nilai ekonomis, Ibu Ani khawatir pada promosi-promosi yang belum terjamin kualitasnya. Ibu Ani adalah tipe orang yang sentimental terhadap diskon atau promosi produk. Satu sesi wawancara ia menegaskan; "diskon itu sebenarnya selalu sebanding dengan kualitas barang... jangan mudah percaya!"

Pilihan paket 2P (Internet+TV) per bulan dibayar dengan biaya sebesar Rp. 370.000,-. Pada bulan pertama hingga kedua, keluarga Pak Yahya memperoleh paket promosi gratis (*free*) channel TV berbayar. Namun sejak awal, berbagai channel gratis tersebut tidak signifikan digunakan. Menurut Ibu Ani, suami dan anak-anak masih disibukkan dengan kehadiran internet yang banyak berhubungan dengan aktifitas pekerjaan dan belajar dibandingkan TV. Pasca dua bulan paket gratis

berakhir, pihak layanan Indihome menawarkan perpanjangan langganan berbayar untuk channel yang telah diblokir. Ibu Ani menerangkan bahwa ia menolak perpanjangan tersebut dengan alasan kurang membutuhkan.

Setelah dicermati lebih detail, paket langganan keluarga Pak Yahya di dua bulan awal memuat 116 channel TV dan bonus 62 channel add-on minipack upgrade essential. Keterangan tambahan Ibu Ani menyebutkan termasuk Disney+Hotstar, MOLA, WeTV, flix, Vidio, dan CATCHPLAY+. Namun, di antara seluruh channel dan add-on gratis selama dua bulan, keluarga Pak Yahya hanya menonton kategori Channel Local seperti: Indosiar, ANTV, Kompas TV, Metro TV, NET, Trans7, TransTV, TVONE, TV Edukasi, dan SCTV; kategori Channel Religion seperti: Rodja TV, TVMu dan Tawaf TV; kategori Channel Knowledge seperti: Nat Geo Wild, National Geographic Channel, dan Discovery; kategori General Entertainment seperti: insert. Selain itu, Evan dan Farras juga mengakses Disney+ Hotstar dan Vidio.

Pasca paket gratis berakhir, variasi pilihan channel tontonan juga tidak banyak berubah. Hal ini dikarenakan sebagian besar channel yang ditonton adalah kategori Channel Local yang tidak terblokir saat paket gratis berakhir. Signifikansinya hanya terjadi pada anak-anak yang tidak lagi bisa mengakses channel hiburan anak seperti Disney+ Hotstar. Tetapi bagi keluarga Pak Yahya signifikansi ini tidak memberikan alasan yang kuat untuk memperpanjang langganan berbayar. Sampai saat ini, keluarga Pak Yahya memiliki intensitas akumulatif menonton TV (Indihome) yang masih relatif rendah. Hadirnya variasi media lain melalui akses internet mendistraksi sekaligus menggeser kebiasaan menonton TV.

### **2.3.3. Praktik Pemilihan dan Penggunaan Media**

Hadirnya layanan baru internet dan TV di rumah keluarga Pak Yahya mempengaruhi besar habit/kebiasaan orang-orang di dalamnya. Secara implikatif, kebiasaan baru bermedia pun terbentuk. Ibu Ani dan Pak Yahya yang sebelumnya menggunakan internet untuk kebutuhan pekerjaan dan sebagian kecil lainnya hiburan/entertain, kini porsinya hampir setara dimana hiburan juga menjadi dominan. Berbeda dengan TV yang ketat terhadap jadwal tayang (*time list*), media di internet tidak terikat pada penjadwalan dan batasan waktu. Penggunaanya memungkinkan kapan saja dan dengan aplikasi yang lebih variatif.

Jauh sebelum langganan UseeTV, keluarga Pak Yahya telah berlangganan Pay TV lain yaitu IndoVision. Sebagian besar dinikmati anak-anak, menjadi satu-satunya sarana hiburan bersama. Sekali lagi, tidak banyak yang bisa dipertahankan dari kebiasaan menonton TV pasca masuknya internet. Evan sebelumnya adalah salah satu penonton utama TV (IndoVision), menjelaskan perubahan ketertarikannya karena alasan 'kebosanan'. Hampir serupa dengan adiknya, Farras juga menambahkan bahwa acara terjadwal menjadikannya sulit menikmati acara favoritnya di luar waktu tayang.

Sebagai penonton setia TV, Evan memiliki pilihan-pilihan channel andalan seperti: Nickelodeon Jr, Nickelodeon, BabyTV, KidsTV, dan Cartoon Network. Nampaknya, kebiasaan menonton channel kartun ini membawa ketertarikannya lebih jauh pada dunia *manga* dan *anime* yang saat ini. Sementara Farras hanya sesekali tertarik pada acara TV yang berhubungan dengan petualangan, humor, atau horor, seperti beberapa acara di Trans TV dan Trans 7. Bagi Ibu Ani, sejak hadirnya Pay TV (IndoVision) ia menerangkan umumnya menonton sinetron dan infotainment di RCTI, SCTV, dan Indosiar.

Berbeda dengan Pak Yahya, TV dikonotasikan sebagai "teman tidurnya". TV yang dimaksud adalah TV Analog. Tidak seperti Ibu Ani dan anak-anaknya, masa awal perkembangan TV telah menjadi bagian dari perjalanan hidup Pak Yahya. Dalam wawancara Pak Yahya menegaskan bahwa

*"sudah sejak awal TV berkembang di tahun 1990an hingga awal tahun 2000an...perkembangannya selalu diikuti"*.

Pak Yahya adalah representasi era awal pertelevisian, dimana 'menonton TV' menjadi kebiasaan adiktif yang lumrah dijumpai masa itu. Nampaknya, kebiasaan menonton TV (Analog) masih terus terpelihara bagi Pak Yahya, khususnya pada malam hari menjelang tidur. TV akan menyala sepanjang malam hingga pagi hari, menjadi pengisi suara (*noise background*). Ritus menyalakan TV saat tidur ini menjadikan TV Analog masih terus dipertahankan oleh Pak Yahya.

TV Analog ini secara khusus ditempatkan di rumah belakang, terpisah dari rumah utama yang menggunakan Pay TV. Alasan

keenggannya beralih dari TV Analog dilatari oleh ketidaktahuan dalam melakukan penyambungan paralel dari TV rumah utama. Pak Yahya terbatas mengasumsikan bahwa satu Set Top Box (STB) hanya digunakan pada satu TV tanpa dapat diparalelkan. Meskipun dikemudian hari ia mengetahui bahwa memungkinkan dilakukan paralel menggunakan STB tambahan dengan Power Line Communication (PLC), stigma rumit menjadi alasan baru yang menghalangi keinginannya. Selain itu, dicermati adanya kebingungan dalam mengakses sumber informasi pemasangan. Kondisi ini diperparah dengan rumor lain seperti mahal dan berbayar yang mengarah pada stigma negatif tentang layanan yang akan diakses.

Pasca hadirnya TV Indihome/TV Interaktif tidak mempertahankan banyak hal dari kebiasaan lama menonton sebelumnya. Walaupun berbeda dengan TV analog dan Pay TV sebelumnya, dimana pengoprasianya lebih personal, belum berdampak signifikan terhadap peningkatan minat menonton TV. Internet mengambil alih seluruhnya, pilihan media yang dapat dinikmati tersedia lebih variatif. Fitur/teknologi Smart TV juga memberikan keleluasaan dalam mengakses apapun secara cepat. Aplikasi pencaharian (*browser*) dan YouTube merealisasikan segala hal yang ingin diakses seketika secara langsung. Personalisasi juga memperkuat ikatan pengguna dengan media.

Farras menjelaskan alasannya lebih menyukai mengakses YouTube dibandingkan menonton TV. Menurutnya, YouTube menyediakan pilihan video yang lebih beragam yang tidak tersedia di TV. Video-video horor, kompilasi humor, hingga ulasan film dengan mudah diakses dan nikmati. Terpenting baginya adalah tidak terikat waktu, kapan saja bisa dinikmati. Evan juga memberi penjelasan tentang pengalaman positifnya menggunakan YouTube di TV. Ia menyebutkan bahwa semua kartun kesukaannya, baik yang lama atau baru tersedia secara gratis. Asumsi gratis di sini berhubungan dengan pembanding TV yang membatasi beberapa channel khususnya kartun yang harus dibeli terpisah.

Pasca pemasangan internet dan TV berselang beberapa bulan, Evan dan Farras mengajukan permintaan handphone kepada orang tuanya. Alasan 'sekolah online' menjadikan orang tua mereka memenuhi permintaan ini. Sebelumnya mereka secara bergiliran menggunakan handphone Ibu Ani atau Pak Yahya. Kepemilikan handphone masing-masing meningkatkan intensitas bermedia dan menjauhkan mereka dari TV, kecuali YouTube TV. Masa itu Evan juga mulai intensif menggunakan

laptop untuk belajar dan bermain game. Laptop memberikan *display* yang lebih besar, membuka banyak jendela, multi tab atau *split screen*, sehingga tepat menurut Evan ini sangat sesuai dengan kebutuhannya.

Ibu Ani merupakan satu-satunya anggota rumah yang hanya menggunakan handphone dalam mengakses media. Alasannya mendasarnya adalah praktis. Handphone sebagai perangkat *compact* memudahkannya dalam mengakses dan menyebarkan suatu informasi secara cepat. Pak Yahya sangat lekat dengan laptop, karena sekaligus berhubungan dengan perangkat kerja. Penggunaan handphone hanya ditujukan sebagai sarana komunikasi saja. Sementara Bibi adalah satu-satunya orang yang paling pasif dalam media. Baik TV maupun handphone ia tidak familiar menggunakan. Walaupun pernah diajarkan oleh Farras, penggunaannya masih terbatas untuk menelpon saja.

Pilihan perangkat berperan terhadap pilihan media apa saja yang akan dinikmati. Penggunaan handphone, laptop, atau Smart TV masing-masing ditujukan untuk pilihan media yang berbeda. Ibu Ani sebagai pengguna utama handphone, lebih banyak mengakses Facebook, WhatsApp (WA), TikTok, dan YouTube. Pak Yahya sebagai pengguna utama laptop mengakses bahan pekerjaan dan berita (via *browser*), serta akses YouTube. Evan sebagai pengguna paling variatif menggunakan handphone dan laptop untuk mengakses Game Roblox, Discord, TikTok dan YouTube Short. Ia juga menggunakan Smart TV untuk mengakses YouTube dengan konten-konten video berdurasi panjang, seperti game dan anime. Farras pun demikian, kecuali laptop, ia menggunakan handphone untuk YouTube Short dan Smart TV untuk YouTube dengan durasi video panjang, seperti petualangan dan eksperimen kimiawi.

Bagi Evan dan Farras, Smart TV mempertemukan persamaan kegemaran mereka pada video-video berdurasi panjang. Tidak hanya itu, mereka juga menyukai beberapa kanal YouTube yang sama, seperti Nadia Omara dengan konten cerita horor. Kanal Youtube ini menjadi primadona dan paling sering diakses di setiap pagi dan sore hari. Bagi mereka, jika membicarakan mengenai 'TV' maka yang mereka maksud adalah TV YouTube di Smart TV. Pada satu kasus Evan berkata: "Farras *kasi* nyala TV dulu", sekilas permintaan ini berhubungan dengan TV biasa, tetapi maksud sebenarnya adalah TV YouTube. Konsep menonton TV di rumah telah bergeser ke makna TV YouTube.

Diantara perangkat media yang lain, TV adalah satu-satunya yang dapat dinikmati bersama. Dimensi layar yang besar (*big screen*) memudahkan untuk dinikmati lebih dari satu orang. Fungsi ini melekat pada konsepsi TV sebagai sarana hiburan bersama (lihat Wilson 1995; Istanto 1999). Berbeda dengan dengan handphone dan laptop yang lebih privat. Dimensi layar yang lebih kecil ditujukan untuk pengoprasian yang lebih personal dan *compact*. Hal ini semakin dipertegas dengan label kepemilikan individu, misalnya

*“ini HP Evan, itu HP Farras... itu juga laptop Evan”.*

Sementara pelabelan seperti ini tidak terjadi pada TV. Keberadaanya di ruang utama memposisikannya netral, tidak asosiatif terhadap anggota keluarga mana pun. Artinya, posisi atau penempatan perangkat menentukan apakah perangkat itu bersifat publik atau bersifat privat. Misal jika posisinya berada di salah satu kamar, maka TV tersebut akan dihubungkan dengan kepemilikan individu. Salah satu kasus TV analog di rumah belakang, semua orang menyebutnya sebagai “TVnya Bapak”.

Dari pilihan perangkat hingga dinamika pelabelannya, praktik penggunaan media sangat dipengaruhi pula oleh situasi ruang, seperti pencahayaan. Umumnya seluruh anggota keluarga Pak Yahya terbiasa dengan situasi ruangan yang redup dan cenderung gelap malam hari. Kebiasaan bermedia mereka juga dilakukan dengan kualitas pencahayaan yang minim. Dengan kondisi ini, suasana yang tercipta menjadi lebih tenang dan santai. Pilihan konten tampaknya juga dipengaruhi oleh kualitas pencahayaan ini. Misalnya saja Evan dan Farras yang terus tertarik dengan konten horor atau Pak Yahya dengan konten-konten politik, berita-berita provokatif dan konspiratif. Ibu Ani dengan konten-konten motivatif dan provokatif (berkonotasi positif) untuk keperluan bisnisnya.

Posisi menikmati media juga berbeda-beda setiap orang. Evan menggunakan laptop atau handphone untuk bermain game sembari tiduran (tengkurap) di kamar tamu atau di ruang tengah depan TV. Saat *weekend* ia dapat menghabiskan waktu antara 9 (sembilan) sampai 10 (sepuluh) jam perhari. Di hari-hari normal saat *weekday*, adanya aturan pembatasan penggunaan laptop dan handphone oleh ibu menjadikan ia hanya bisa menikmati media berkisar 3 (tiga) sampai 4 (empat) jam

perhari. Posisi menikmati media untuk Farras, khususnya TV, dilakukan dengan duduk bersandar santai di meja panjang depan TV. Durasi bermedia Farras sangat variatif, saat *weekday* maupun *weekend* bisa kurang dari 2 (dua) jam atau lebih, bergantung jenis tontonannya.

Pak Yahya tidak kalah ketinggalan, ia memiliki tempat favorit sejak awal adalah rumah belakang. Ada kalanya laptop diletakkan di meja kecil sembari duduk bersila atau diletakkan melantai di atas tikar sembari berbaring (tengkurap). Di saat *weekend* terutama malam hari, ia bisa mengakses YouTube antara 7 (tujuh) hingga 8 (delapan) jam. Sementara saat *weekday* hanya berkisar 2 (dua) sampai 3 (tiga jam). Disepanjang durasi penggunaan media ini, TV analognya selalu dalam keadaan menyala. Bahkan saat menggunakan headset/headphone sekalipun, TV tetap berada di mode menyala. Jika tertidur, TV ini bisa terus menyala hingga pagi hari.

Ibu Ani lebih berhubungan erat dengan kebutuhan mengumpulkan bahan/informasi bisnisnya. Setiap pagi, siang, sore dan/atau malam ia harus meng-*update* konten motivasi untuk tim bisnisnya. Durasi penggunaan media dalam sehari baik *weekend* atau *weekday* rata-rata mencapai di atas 5 (lima) jam per hari. Perangkat utamanya hanya handphone.

Penggunaan media oleh setiap anggota keluarga juga terafiliasi dengan orang lain. Pak Yahya preferensi pilihan medianya dipengaruhi oleh kolega-koleganya di lingkungan kampus. Ibu Ani dipengaruhi oleh intensitas komunikasi bersama tim bisnisnya, kelompok majelis taklim, kelompok orang tua murid di sekolah, serta anggota kerabat terdekatnya. Evan dan Farras sangat dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan kompleks perumahan dan beberapa teman sekolahnya.

Pada praktik penggunaan media beberapa diantaranya tidak dilakukan tunggal. Aktivitas menikmati media juga dilakukan bersama dengan aktivitas lain. Seperti halnya Ibu Ani yang menggunakan handphone sembari memasak. Evan dan Farras yang menonton Youtube di setiap pagi sambil sarapan. Juga Evan yang menikmati Youtube Short sembari Buang Air Besar (BAB). Afiliasi aktivitas lain dalam praktik penggunaan media menunjukkan bahwa setiap orang semakin sulit dipisahkannya dari media.

Sepanjang penelitian ini dilakukan pencatatan pilihan konten dari setiap anggota keluarga, dari konten yang paling disenangi dan tidak disenangi, platform nya, hingga durasi perhatiannya (*attention span*). *Pertama*, Pak Yahya sangat menyukai konten politik, berita, bola, dan tinju/gulat yang seluruhnya diakses hanya melalui Youtube. Perhatian besarnya lebih banyak pada konten politik dan bola. Sementara konten yang tidak disenangi adalah konten vlogging yang dianggap tidak informatif. *Kedua*, Ibu Ani sangat menyukai konten kesehatan, berita agama, masak (*cooking*), dan gosip. Seluruhnya diakses melalui Facebook, Youtube, dan WhatsApp. Perhatian terbesarnya pada konten kesehatan yang juga berhubungan dengan kelangsungan bisnisnya. Konten yang paling tidak disenangi seperti konten kekerasan, konten seksual seperti Nikita Mirzani di Youtube, SmackDown WWE (*World Wrestling Entertainment*) dan HBO di TV. Hal ini sangat bertentangan dengan apa yang diminati Pak Yahya khususnya SmackDown WWE. Untuk HBO, di keluarga Pak Yahya diidentikkan sebagai channel pornografi, sehingga begitu dihindari. Kondisi ini tidak terlepas dari fanatisme Islam yang begitu kuat di kalangan Bugis-Makassar. *Ketiga*, Evan sangat menyukai konten game, anime, dan horor di Youtube, baik menggunakan laptop atau Smart TV. Dalam situasi tertentu evan juga mengakses melalui Youtube Short dan TikTok. Perhatian terbesarnya tertuju pada game khususnya Roblox. Ia tidak menyukai konten percintaan dan kekerasan. *Keempat*, Farras sangat menyukai konten horor, humor, satwa, petualangan, eksperimen, dan sejarah yang hanya diakses melalui Youtube di Smart TV. Sebagian kecilnya di handphone menggunakan Youtube Short dan TikTok.

Secara afeksi, dari keseluruhan proses konsumsi media yang dilakukan keluarga Pak Yahya, menunjukkan kesamaan pola sebelum dan sesudahnya. Misal saja Pak Yahya dan Farras yang memulai topik perbincangan berdasarkan konten apa yang baru saja mereka nikmati. Dengan penuh semangat, mereka menunjukkan ekspresi seolah sangat memahami hal yang ingin disampaikan. Kepuasan terlihat saat informasi tersebut telah tersampaikan dan memperoleh respon yang diharapkan. Bagi kedua orang ini, puncak dari konsumsi media adalah mengkomunikasikan apa yang telah mereka peroleh kepada orang lain secara langsung (tidak melalui saluran media kembali). Berbeda dengan Evan, ia tidak memerlukan orang lain dalam membagi konten-konten yang ia konsumsi. Seluruhnya ia nikmati sendiri, juga tidak melibatkan saluran media untuk membagikannya kembali. Jika menang dalam pertandingan

game, ia akan memberitahu kepada semua orang di rumah. Kepuasan medianya sangat tergambar saat momentum kemenangan ini terjadi. Ibu Ani jauh lebih berbeda lagi, bahwa segala kesenangan yang ia peroleh dari media akan kembali disalurkan melalui media kembali. Misalkan, pasca menonton konten kesehatan, ia merasa sangat senang dan bersemangat untuk membagikan kembali ke beranda sosial medianya. Ibu Ani menjadi satu-satunya anggota keluarga yang menikmati konten “dari media ke media”.

#### **2.3.4. Aspek Sosio-Kultural-Ekonomi yang Mempengaruhi Pemilihan dan Penggunaan Layanan Indihome**

##### **a. Nilai Anak Dalam Keluarga**

Dalam keluarga Bugis dan/atau Makassar, anak tidak hanya dimaknai sebagai penerus keluarga. Orang tua Bugis-Makassar selalu mengupayakan anak menjadi “anak ideal”, misalnya menjadi *topanrita* atau cendekiawan agama, *toacca* cendekiawan umum, hingga *tosugi* atau orang kaya. Dalam upaya mewujudkan inilah, orang tua Bugis-Makassar melakukan segala hal yang menunjang tercapainya keidealan tersebut. Seperti halnya pada keluarga Pak Yahya, selain budaya Bugis-Makassar yang mengakar kuat, kesadaran akan dunia modern juga kini menjadi pertimbangan penting dalam pengasuhan anak. Hal ini direalisasikan dalam banyak hal, seperti menyediakan perangkat (*device*) teknologi terbaru dan membuka kesempatan mengakses informasi terbaru (*update*).

Salah satu yang paling nyata adalah pada keputusan Pak Yahya dan Ibu Ani memasang paket layanan Internet dan TV Indihome. Keberadaan internet dan TV lekat dengan para generasi penyertanya, dalam hal ini anak-anak di keluarga Pak Yahya. Anak-anak sejak usia dini telah familiar dengan istilah internet dan TV, walaupun belum intensif menggunakan. Walaupun bagi Pak Yahya dan Ibu Ani sebagai generasi *baby boomers* dan *milenial*, internet dan TV merupakan teknologi baru yang terus mengalami penyesuaian. Berbeda dengan anak-anak, generasi mereka sulit dipisahkan dengan perkembangan teknologi. Perlahan-lahan penyesuaian dan desakan kebutuhan internet dan TV menjadi sangat primer di keluarga. Hal ini diperparah dengan momentum wabah Covid-19 yang semakin mendesak dihadapkannya internet dan TV yang memadai di rumah.

Dari sejarah panjang keluarga Pak Yahya berlangganan Internet dan TV Indihome, dapat disimpulkan bahwa pertimbangan anak melatari kuat keputusan akhir berlangganan. Alasan nilai anak menjadi sentral, kemudian dihubungkan dengan legitimasi yang merujuk pada pencapaian nilai “anak ideal” tadi. Kondisi ini diperkuat dengan argumentasi Ibu Ani bahwa segala sesuatu yang dapat dilakukan untuk mengupayakan peningkatan kemampuan anak pasti akan mereka lakukan. Pak Yahya pun demikian, alasan pendidikan dan perkembangan anak menjadi legitimasi keputusan mereka berlangganan.

Lebih jauh dari langganan internet dan TV, selang beberapa bulan kemudian anak-anak mengajukan permintaan handphone sebagai perangkat penunjang sekolah daring (*online*). Tidak berselang lama, Pak Yahya dan Ibu Ani merealisasikan dengan membelikan keduanya. Bagi mereka, tegas bahwa “apapun untuk keperluan pendidikan anak akan diupayakan”. Sekali lagi, tendensi ini menegaskan bahwa ‘nilai anak’ menjadi begitu kuat.

Belajar dari keluarga Pak Yahya, pola pengasuhan orang tua saat ini sangat berbeda dengan pola pengasuhan orang tua sebelumnya, khususnya Bugis-Makassar. Para orang tua telah mengalami penyesuaian yang signifikan. Tidak benar-benar meninggalkan nilai-nilai luhur yang ada, penyesuaian-penyempaan melalui akulturasi diupayakan untuk tetap mewujudkan idealisme mereka.

#### **b. Nilai Agama**

Secara umum Bugis-Makassar asosiatif dengan Islam. Penghayatan Islam di Bugis-Makassar dibagi menjadi dua: Islam kultural yang substansialistik dan Islam struktural yang formalistik (Faisal 2017). Islam kultural ini adalah penerapan ajaran Islam yang memperhatikan kultur masyarakat. Islam tidak hanya hadir sebagai sumber etik dan moral yang tunggal, ia harus akomodatif terhadap kultur yang ada. Sementara Islam struktural merupakan penerapan ajaran Islam sesuai syariat yang tegas. Kehidupan puritan menjadi ciri kuat kategori kedua ini. Namun dari keduanya, nuansa Islam tetap menjadi corak yang kontras di Sulawesi Selatan.

Pada kasus keluarga pak Yahya, identifikasinya merujuk pada kategori Islam kultural. Artinya, basis ke-Islam-annya tetap mengakomodasi kebiasaan-kebiasaan Bugis-Makassar dan perkembangan yang sedang terjadi. Perkembangan paling mendasar adalah hadirnya

media. Islam dan bermedia menjadi kombinasi kontras yang menarik dalam keluarga. Pilihan-pilihan konten yang dikonsumsi variasinya melingkupi nuansa-nuansa Islami.

Bagi anak-anak seperti Farras misalnya, sangat tertarik pada konten sejarah Islam, Evan dengan konten hafalan surah pendek. Ibu Ani dan Pak Yahya juga sangat tertarik pada konten-konten Islami seperti ceramah. Selain konten-konten favorit yang bernuansa Islami, bersama itu muncul sikap resisten terhadap konten-konten kontra-Islam. Hal ini diekspresikan dengan pelarangan verbal oleh pak Yahya dan Ibu Ani pada konten-konten yang berhubungan dengan kekerasan dan/atau pornografi.

Nilai agama, dalam hal ini Islam, menjadi salah satu faktor penentu preferensi pilihan media dan konten yang akan dikonsumsi. Disadari atau tidak, pilihan-pilihannya sangat relasional dengan Islam. Simbol-simbol ke-Islam-an yang kuat akan memperoleh simpati dan konsumsi yang lebih besar dibandingkan yang kontra-Islam.

### c. Norma Sosial

Masih berhubungan dengan pengaruh nilai Islam yang kuat di kalangan keluarga Bugis-Makassar. Karena Islam begitu lekat dengan adat/kebiasaan Bugis-Makassar, terkadang sulit memisahkan perihal agama dan budaya. Jauh sebelum Islam hadir, dalam tata aturan hidup Bugis-Makassar dikenal satu istilah bernama *pangadereng*. Dalam wujud konkrit, *pangadereng* digambarkan sebagai “petuah hidup” yang dituliskan dalam Lontara. Lalu pasca masuknya Islam, *pangadereng* disatukan bersama norma Islam (baca: syariat Islam). Dalam *pangadereng*, sulit untuk mengindahkan pemaknaan Islam di dalamnya. *Pangadereng* merupakan perangkat yang mengatur pola perilaku dan interaksi, bahasa, tatanan sosial, dan religius orang Bugis-Makassar. Secara sederhana *pangadereng* diartikan sebagai tata aturan yang menjadi referensi seseorang dalam bertindak. Dalam banyak literatur *pangadereng* juga disimpulkan sebagai ‘adat-istiadat’. Dalam tulisan ini disebut dengan istilah norma sosial.

Keluarga Pak Yahya sejak awal tentu saja merupakan keluarga Bugis-Makassar yang corak norma sosialnya tidak dapat dipisahkan dari konsepsi *pangadereng*. Jika dihubungkan dengan aktivitas bermedia, *pangadereng* menjadi dasar preferensi pilihan media dan konten. Bahwa setiap pilihan media terfiltrasi oleh nilai-nilai luhur Bugis-Makassar yang

ada. Perangkat ini menjadi garis batas antara “media yang bebas” dan “budaya yang ketat”.

Kasus yang terjadi pada Ibu Ani dalam menggunakan media Facebook dan WhatsApp menerangkan bahwa “apa yang dibaca dan diteruskan harus dicermati jangan sampai mempermalukan diri sendiri dan merugikan orang lain”. Frasa tersebut mencerminkan bagaimana setiap konten penting diseleksi dan dicermati. Hubungan norma sosial Bugis-Makassar tidak hanya perihal media sosial. Dalam hal hiburan TV, beberapa channel yang dianggap bertentangan dengan norma sosial. Dalam satu sesi wawancara lain Ibu Ani menambahkan bahwa: “tidak mau langganan HBO karena teman-teman mengatakan ini sebagai *channel* porno, malu kalau sampai di tahu langganan”. Stigma yang konstruktif ini tentu saja dibangun dari penghayatan kuat nilai dan norma Bugis-Makassar.

Di momen yang berbeda, Pak Yahya juga menegaskan bahwa sebaiknya anak-anak tetap mengakumulasi norma Bugis-Makassar dalam bermedia. Menurutnya, “jelas bahwa handphone atau TV tidak memiliki saringan, kalau bukan anak-anak yang memfilter siapa lagi?” Lebih lanjut, pada posisi inilah urgensi norma sosial terus diregenerasikan.

Akhirnya, dua pernyataan di atas menunjukkan bagaimana pilihan dan cara bermedia ditentukan oleh sistem norma. Jika merujuk pada *pangadereng* maka sumber-sumber normanya seperti: *ade* atau tata tertib, *bicara* atau sanksi, *rappang* atau petuah, *wari* atau pola-pola interaksi, dan terakhir *sara* atau syariat Islam.

#### **d. Budaya Apresiasi dan Toleransi**

Walaupun *pangadereng* sebagai sistem norma menciptakan kesan bermedia orang Bugis-Makassar ‘terbatas’, tetapi keleluasaan menggunakan media masih tetap terlihat dari apresiasinya. Di keluarga Pak Yahya, para pengguna media secara lokal dapat dimaknai dengan konsepsi *mappakaraja*. Arti dari *mappakaraja* merujuk pada keleluasaan atau penghargaan kepada seseorang dalam menentukan pilihan. Dalam konteks bermedia misalnya, Evan sebagai pengguna aktif game diberikan keleluasaan dan penghargaan di waktu-waktu tertentu untuk bermain. Saat *weekend* ia memiliki kesempatan menggunakan laptop untuk memainkan game lebih lama. Alasan keleluasaan dan penghargaan ini dilatarbelakangi oleh semakin membaiknya kemampuan berbahasa Inggris Evan dari bermain game. Lain halnya dengan Farras, peningkatan

pengetahuan ke-Islam-an dan wawasan umum akibat menggunakan media Youtube (Smart TV) menjadikannya memperoleh keleluasaan atau penghargaan yang sama. Dampak media yang dinilai positif ini juga membuat Pak Yahya memberikan toleransi bagi anak-anaknya untuk menggunakan media dengan durasi yang panjang. Bentuk apresiasi inilah yang sejalan dengan apa yang disebutkan di awal sebagai *mappakaraja*.

Bagi Ibu Ani terhadap Pak Yahya, sebelum memiliki internet Pak Yahya akan menghabiskan waktu semalaman di warung kopi (warkop)/cafe untuk menyelesaikan pekerjaan dengan dalih akses internet. Bagi Ibu Ani, alasan tersebut mentolerir kebiasaan bekerja di warkop/cafe hingga larut. Pasca langganan internet kebiasaan tersebut mulai berubah. Dalam kondisi yang sama, desakan pekerjaan, Pak Yahya kini justru lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. Namun, durasi penggunaan perangkat (baca: laptop) untuk bekerja dan bermedia menjadi meningkat. Sering kali kebiasaan ini berlangsung sampai hingga menjelang pagi hari. Ibu Ani menambahkan: “tidak apa bapak main laptop sampai malam, entah bekerja atau nonton YouTube, asal di rumah”. Pernyataan ini menunjukkan perubahan sikap toleran baru dari kebiasaan sebelumnya ke kebiasaan baru.

Sosok Ibu Ani juga tidak ketinggalan dimaknai secara apresiatif oleh anggota keluarga lainnya. Pak Yahya menerangkan: “Ibunya Evan memang selalu pakai handphone, tetapi itu semua karena pekerjaannya”. Anak-anak pun demikian memahaminya, bahwa intensitas yang tinggi terhadap penggunaan media Ibu Ani baik *weekday* dan *weekend* dilatarbelakangi oleh tuntutan pekerjaan.

Sikap *mappakaraja* menjadi bentuk toleransi bermedia yang diekspresikan setiap anggota keluarga. Tentu saja, ini masih bertalian erat dengan *pangadereng* sebagai kesatuan normanya. Keleluasaan tidak berarti bebas tanpa batasan, keleluasaan adalah bentuk privilege dari ketaatan aturan dan dari efek positif pasca bermedia yang ditimbulkan.

#### **e. Tindakan Sosial Memamerkan Diri**

Dalam bermedia, orang Bugis-Makassar dikenal cenderung lebih ekspresif. Ini sejalan dengan apa yang disebut oleh J. M. Twenge dan W. K. Campbell (2009) sebagai narsisme. Bahwa bagi orang Bugis-Makassar, panggung media menjadi arena penting konstruksi dan reproduksi kuasanya. Misalnya dalam melegitimasi diri sebagai yang ‘paling

terpelajar' dengan ekspose konten ilmu pengetahuan atau yang 'paling kaya' dengan ekspose konten barang mewah dan bermerek.

Dalam kebudayaan Bugis-Makassar, ekspresi narsisme ini dikenal dengan istilah *puji ale*. *Puji Ale* atau memuji diri sendiri selalu ditujukan pada konsepsi budaya *siri'* yang lebih dikenal luas. *Siri'* merujuk pada 'harga diri' atau 'malu', jika dihubungkan dengan *puji ale* adalah satu upaya mempertahankan 'harga diri'.

Dalam kasus keluarga Pak Yahya, Ibu Ani sebagai salah satu jajaran *leader* di bisnisnya berupaya terus *update* informasi melalui postingan beranda atau *stories* sosial medianya. *Update* ini menunjukkan bagaimana tingkat profesionalitasnya terhadap bisnis, juga kepeduliannya terhadap partnernya. Konten yang berhubungan dengan motivasi, promosi, dan kiat-kiat menjalankan bisnis mengisi riwayat sosial media sepanjang hari. Jika di kalkulasi, maka setiap pagi, siang, sore dan malam hari Ibu Ani mengunggah minimal satu konten. Secara tidak langsung, Ibu Ani mengkonfirmasi perihal kebiasaan *update*-nya berhubungan dengan penegasan dirinya agar terus dinilai sebagai pemimpin bisnis yang baik dan tepat.

*Puji ale* dari anggota keluarga yang lain tidak diekspresikan timbal balik (dialektis) melalui media. Misalnya Evan yang merasa lebih kompeten dan percaya diri membicarakan game Roblox di kalangan teman-teman kompleksnya, atau Farras yang merasa paling tahu mengenai sejarah dunia, *update* berita terbaru, hingga eksperimen-eksperimen unik di kalangan teman kompleks dan sekolah. Demikian halnya Pak Yahya ketika berinteraksi dengan sejawat dosen lainnya. Ia berusaha memberikan penjelasan atau analisis paling mutakhir mengenai sesuatu hal. Dari ketiganya (Evan, Farras, dan Pak Yahya) *puji ale* tidak diekspresikan kembali ke media atau dunia maya, melainkan menjadi produk di dunia nyata (*real life*).

Jika cermati lebih dekat, komposisi konten pengguna sosial media di Kota Makassar sangat mewakili pribadi (akun) pembuatnya. Apakah mewakili identitas kelas, status sosial, status pendidikan, posisi pekerjaan, atau tren yang sedang digeluti. Sebagian besarnya ditujukan untuk melegitimasi identitas apa yang sedang dikonstruksikan. Susunan konten hingga substansinya menjadi penting dalam mengidentifikasi pribadi seseorang. Penilaian seseorang juga kerap ditujukan pada indikator-indikator ini.

Jauh dari aktivitas bermedia, kepemilikan internet dan TV di rumah juga menjadi modal prestisius yang kerap diekspresikan dalam beberapa kesempatan. Hal ini terkonfirmasi melalui Evan yang menerangkan bahwa dahulu rumah siapa saja (kalangan pertemanan) yang memiliki internet akan menjadi yang paling disegani. Pasalnya saat *weekend* teman-temannya akan datang mengakses internet dan bermain bersama. Hingga akhirnya rumah Evan pun berlangganan internet dan TV dan menjadi nilai prestise baginya. *Puji ale* menjadi ekspresi narsisme dalam keluarga Bugis-Makassar.

#### **f. Praktik media sosial**

Praktik bermedia dalam kontek keluarga Pak Yahya menunjukkan pola-pola yang sama sekaligus berbeda satu sama lainnya. Dalam kesamaan, setiap anggota keluarga mengumpulkan preferensi pilihan tontonan dari sumber-sumber luar keluarga secara langsung (*offline*). Pak Yahya dari lingkungan kolega tempat kerjanya, Ibu Ani dari anggota bisnisnya, Evan dari rekan-rekan *gamers*-nya, dan Farras dari rekan-rekan sekomples dan sebagian lainnya rekan-rekan sekolah. Selain persamaan tersebut, terdapat pula perbedaan yang signifikan tentang preferensi tontonan yang dipengaruhi oleh aktivitas media sosial (*online*), kecuali Pak Yahya.

Pak Yahya adalah satu-satunya anggota keluarga yang tidak menggunakan layanan media sosial. Sejak awal kehadiran media sosial, ia mengaku bahwa tidak familiar menggunakannya. Bahkan beberapa media sosial belum pernah ia gunakan. Hal ini bisa saja dipengaruhi oleh ketidakbiasaan menggunakan handphone (maksud: *smartphone*) dengan intensitas lama. Satu-satunya perangkat terkoneksi internet yang ia gunakan hanyalah laptop. Laptop memiliki keterbatasan, seperti kurang *compact*, juga tidak lazim digunakan intensif bermedia sosial. Dalam kasus ini, sudut pandang analitik menunjukkan bahwa pilihan perangkat sangat mempengaruhi pilihan konten dan potensi/kecenderungan adanya alternatif pilihan perangkat penyerta lainnya.

Berbeda dengan Ibu Ani, pengaruh media sosial sangat besar dalam menentukan pilihan konten/tontonan. Seluruhnya ia akses hanya dengan menggunakan handphone. Ibu Ani menjelaskan bahwa “rekomendasi tontonan bisa didapatkan di Facebook dan TikTok”. Dari media sosial seperti Facebook inilah selanjutnya menelusuri konten di media lainnya.

Tidak hanya Facebook, media sosial seperti TikTok yang digunakan baru-baru ini memberikan pengaruh preferensi yang signifikan terhadap konten-konten yang diperlukan. Kebutuhan praktis (*compact*), akses cepat, dan personalisasi tinggi menjadikan Ibu Ani hanya memilih handphone sebagai perangkat bermediana.

Sama halnya dengan Evan dan Farras yang memperoleh pengaruh besar tontonan dari media sosial, khususnya TikTok. Jika Ibu Ani sesekali meneruskan pencaharian kontennya melalui Youtube di handphone, maka Farras dan Evan mencarinya melalui Youtube di TV (maksud; Smart TV). Melalui dimensi layar yang lebih lebar, memudahkan mereka menikmati konten-konten umum untuk semua kalangan, tidak spesifik personal. Alasan kuat menggunakan Smart TV juga dilatari oleh personalisasi konten/tayangan yang dapat dimundurkan atau dipercepat sesuai selera dan waktu luang. Akhirnya, penggunaan TV-Indihome 'hanya' menjadi 'Smart TV'.

Akhirnya, terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial terhadap penentuan konten/tontonan. Media Facebook atau TikTok umumnya hanya menyediakan konten/tayangan berdurasi pendek (*short*), untuk menikmati versi lengkap (*full version*) dimungkinkan mengakses melalui media lain, khususnya Youtube. Bagi Ibu Ani, Evan dan Farras, media sosial memberikan rekomendasi konten/tonton yang lebih *up to date*. Jika dibandingkan dengan TV, tingkat *update* media sosial jauh lebih tinggi. Tak sedikit rekomendasi tontonan Youtube di Smart TV diperoleh secara sengaja di media sosial.

#### **g. Latar Belakang Pekerjaan**

Latar belakang pekerjaan berpengaruh pada pilihan media dan tontonan, hingga durasi menggunakannya. Walaupun pada penjelasan sebelumnya tersirat bahwa latar belakang pekerjaan anggota keluarga sangat berpengaruh pada pilihan media dan durasi, bagian ini akan menyorot (*highlight*) masalah ini lebih eksplisit. Baik Pak Yahya sebagai dosen, Ibu Ani sebagai ibu rumah tangga dan pebisnis, juga anak-anak sebagai non-pekerja (baca: pelajar).

Pak Yahya sebagai seorang dosen menjadikannya sangat lekat dengan laptop sejak puluhan tahun yang lalu. Sejak awal tahun 2000 an, ia telah menjadi pengguna aktif laptop. Masa itu penggunaanya masih

kurang dan terbatas pada pengetikan saja. Saat ini, laptop menjadi multifungsi seperti akses internet, desain, dsb. Menggunakan laptop untuk mengakses internet menjadi semakin prioritas bagi Pak Yahya. Pasalnya laptop memudahkannya mengakses segala kebutuhan pekerjaan dari *browsing* materi-materi perkuliahan, referensi laporan, hingga hiburan. Adapun pilihan tayangan hiburan yang dikonsumsi masih berhubungan erat dengan pekerjaannya. Saat mengakses Youtube, Pak Yahya masih tetap memilih konten-konten yang berhubungan dengan pendidikan, berita, atau politik. Durasi aksesnya juga sangat terbatas, tidak berlangsung lama baik saat *weekday* dan *weekend*. Sebagian besar waktu *weekend* digunakan Pak Yahya untuk kegiatan bersih-bersih dan menanam dibandingkan menggunakan media.

Sebaliknya, Ibu Ani menjadi pengguna media dengan durasi akses paling lama. Latar belakangnya sebagai pebisnis produk kesehatan berbasis Multi Level Marketing (MLM) menjadikannya harus *update* informasi/iklan untuk mitra/rekan kerjanya (baca: *downline*). Informasi/iklan ia kumpulkan secara masif melalui media sosial, utamanya Facebook, TikTok, dan Youtube. Selanjutnya informasi/iklan ini dimodifikasi sedemikian rupa untuk dapat disebarluaskan ke *downline* atau jaringannya. Penanda tingginya intensitas penggunaan dan durasi bermedia Ibu Ani menjadi semakin terlihat dari rutinitas *posting* hariannya. Dalam setiap harinya ia akan membuat minimal satu konten yang berhubungan dengan informasi/iklan di pagi, siang, sore dan malam hari. Rutinitas ini berulang (*redundant*) setiap harinya. Tidak ada perbedaan signifikan antara *weekday* dan *weekend*, seluruh hari dalam seminggu menjadi sama saja dalam aktivitas bermedia.

Batasan waktu/durasi penggunaan media bagi Pak Yahya dan Ibu Ani tidak begitu jelas. Nampaknya, batasan ini dikaburkan dengan legitimasi latar belakang pekerjaan mereka. Bahwasannya jenis pekerjaan tertentu (seperti Ibu Ani) yang menuntut intensitas bermedia begitu tinggi dapat memperoleh respon toleran (*mappakaraja*) anggota keluarga yang lain.

Bagi anak-anak, Evan dan Farras, kelonggaran bermedia tidak sama dengan kedua orang tuanya. Evan dan Farras justru secara ketat dibatasi waktu/durasi penggunaan medianya. Hal ini tidak terlepas dari status keduanya sebagai pelajar yang tidak identik dengan kebutuhan bermedia

intensif. Saat *weekday* penggunaan medianya jauh lebih terbatas dibandingkan saat *weekend*. Aturan ini secara ketat diberlakukan orang tuanya, khususnya Ibu Ani, agar menjaga alokasi waktu belajar yang lebih produktif untuk tugas-tugas sekolah. Akhirnya, perbedaan signifikan antara *weekday* dan *weekend* dalam penggunaan media hanya nampak dari anak.

#### **h. Aspek Generasional**

Secara komposisi keluarga Pak Yahya dapat digolongkan sebagai keluarga kecil (*nuclear family*). Walaupun dinilai sebagai *nuclear family*, keluarga ini sangat kompleks dalam aspek generasional. Pak Yahya sebagai Baby Boomers, Ibu Ani sebagai *Millennial*, Evan sebagai *Gen-Z*, dan Farras sebagai *Alpha*. Setiap anggota keluarganya terdiri dari masing-masing generasi yang berbeda. Masing-masing generasi menunjukkan respon dan proses menikmati yang berbeda pula dalam kaitan media.

Pak Yahya sebagai generasi *Baby Boomers* begitu jauh jika direlasikan dengan media teknologi digital. Generasi Pak Yahya lebih identik dengan masa teknologi analog. Jika ditarik ke belakang, perjalanan hidup Pak Yahya melewati masa transisi/peralihan dari teknologi analog ke teknologi digital. Kemampuan resiliensinya sangat baik terhadap kemunculan teknologi digital. Ia mampu melakukan penyesuaian-penyesuaian besar, seperti menggunakan laptop, telepon, hingga aktif menggunakan internet. Tetapi hal ini bukan berarti meninggalkan teknologi analog sepenuhnya, TV rumah belakang menunjukkan bukti bahwa teknologi analog masih dipertahankan. TV analog yang berusia puluhan tahun tersebut tetap digunakan sebagai media tontonan dan sebagai '*noise background*' saat tidur. Pak Yahya memiliki kebiasaan unik dimana hanya bisa tertidur jika TV dalam keadaan menyala.

Lain halnya dengan generasi *Milenial* atau *Gen Y* yaitu Ibu Ani, generasi *Gen X* yaitu Evan, dan generasi *Alpha* yaitu Farras yang sangat erat kaitannya dengan teknologi digital. Tiga generasi ini secara berjenjang dikatakan sebagai generasi unggul dalam hal teknologi, bahkan dianggap sebagai *digital native*. Secara sosiologis dua generasi ini memiliki basis pendidikan yang lebih baik dibandingkan generasi sebelumnya. Secara psikografis pengaruh globalisasi memungkinkan mereka memiliki perspektif yang lebih variatif. Secara teknografis generasi ini juga dapat mengakses segala hal tanpa batas. Tidak dapat dikesampingkan lagi,

bahwa hadirnya teknologi Internet dan TV Indihome di rumah begitu lekat dengan tiga generasi ini.

Intimasi dari Ibu Ani, Evan, dan Farras dengan teknologi digital ditunjukkan melalui ragam variasi perangkat dan konten yang dinikmati. Respon dan penyesuaian mereka begitu cepat dengan varian-varian teknologi terbaru. Aspek kehidupan mereka juga dibentuk dari pengalaman bermedia mereka. Evan misalnya yang sangat *update* terkait perubahan-perubahan domain game yang ia sering mainkan. Farras yang mendasarkan segala sumber referensi pengetahuannya pada Youtube. Namun, khusus untuk generasi *Gen X* dan *Alpha* rentang perhatian (*attention*) lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini menjadi alasan mengapa mereka lebih tertarik pada konten-konten berdurasi pendek (*short*) dibandingkan generasi sebelumnya. Media seperti TikTok dan Youtube Short akhirnya menjadi pilihan paling favorit mereka.

## **2.4. Makassar: Keluarga Nenek Kanarsih**

### **2.4.1. Latar Belakang Keluarga**

Keluarga Kanarsih (73 tahun) tinggal di daerah Jalan Karaeng Bontotangnga no B7 Karunrung, Rappocini, Makassar, Sulawesi Selatan selama 12 tahun terakhir. Sebelumnya tinggal di kompleks Angkatan Laut. Keluarga Kanarsih memiliki anak sejumlah lima orang, tiga diantaranya turut tinggal bersama di rumah yang sekarang ditempati. Rifan (53 tahun) bersama kedua anaknya Relawan (16 tahun) dan Gemilang (22 tahun), Ulfiani Laina (41 tahun) dan menikah dengan sepupu dua kalinya yaitu Subhan (35 tahun), dan Miranda (39 tahun) menikah dengan sepupu satu kali atau keponakan dari ibu Kanarsih yaitu Akbar (41 tahun).

Rumah keluarga Kanarsih ditinggali berjumlah 13 individu. Ulfiani Laina beserta suami dan anaknya sudah tidak tinggal di rumah ini sejak satu tahun terakhir. Tiga belas orang yang tinggal masih terhubung sebagai saudara sedarah, terkecuali Asisten Rumah Tangga (ART) dan Karyawan yang bekerja sebagai montir di rumah itu, bengkel mobil Volkswagen.

Miranda menjelaskan tentang pernikahan persepupuan, seperti dirinya menikah dengan sepupu sekali bersama pak Akbar adalah keponakan dari nenek Kanarsi. Mattulada dalam tulisannya berjudul LATOA menjelaskan bahwa sistem adat pernikahan suku Bugis terdapat pernikahan ideal, antara lain *assialang marola* (pernikahan antara saudara sepupu derajat kesatu), *assialanna memeng* (pernikahan antara saudara

sepupu derajat kesatu) *assialanna memeng* (pernikahan antara saudara sepupu derajat kedua), dan *ripaddeppe' mabelane* (pernikahan antara saudara sepupu derajat ketiga atau masih mempunyai hubungan keluarga) (Mattulada, 1975) .

Dirumah ini hadir pula Kemal (50 tahun) adalah kakak laki-laki dari Akbar, yang adalah sepupu juga sebagai kakak ipar dari Miranda. Ia tinggal menetap di rumah ini sejak 2018-2020. Kemudian, pada Januari 2021 - Agustus 2022 pindah ke Ambon, untuk kemudian kembali ke Makassar dan menetap hingga saat ini. Istri dan anak-anak Kemal tinggal di Soppeng. Soppeng adalah kampung halaman bagi keluarga besar ini. Dalam satu bulan, Nenek Kanarsih, Miranda dan anak-anaknya akan berkunjung ke Soppeng.

Miranda memproduksi konten menjelaskan tentang latar belakang kultural pernikahan sepupu kepada pengikutnya di akun Instagram. Bagi Miranda bukanlah hal tabu berbagi pengetahuan mengenai pernikahan persepupuan. Miranda berbagi mengenai hukum-hukum pernikahan persepupuan diperbolehkan di agama Islam. Perkawinan endogami yang terjadi pada sebagian masyarakat Bugis Bone semata-mata '*urf* atau adat. Menurut Islam, perkawinan ini dibolehkan atau merupakan perkawinan yang sah (Rahman, N. (2016). Perihal suku Bugis yang dikutip dari Jurnal Lembaga STAKN Kupang| MATHETEUEO. Pernikahan yang ideal menurut masyarakat Bugis: "Pertama, siala *massapposiseng* ialah kawin antara sepupu sekali, hubungan perkawinan semacam ini yang paling ideal dahulu di kalangan bangsawan tinggi (raja-raja) untuk menjaga derajat kemurnian darah. Perjodohan tersebut disebut juga *Assialang Marola* (perjodohan yang sesuai). Kedua, siang *massappokadua* ialah kawin antara sepupu dua kali biasa pula disebut *asialanna memeng*, yang berarti perjodohan yang baik sangat serasi. Ketiga, *siala massappo katellu* ialah kawin antara sepupu tiga kali, disebut *ripasiloronggengi* yaitu mendekatkan kembali kekerabatan yang agak jauh. Biasa juga dalam bahasa Bugis disebut *ripadeppe mabelae*. Hubungan perkawinan yang ideal selain dalam lingkungan kerabat ialah hubungan yang berdasarkan kedudukan (*assikapukeng*), yakni berarti mempunyai hubungan sejajar karena kedudukan sosial yang setaraf yang tujuannya antara lain untuk memperkuat kedudukan dengan mempererat hubungan kekerabatan (Kapojos, & Wijaya, 2018).

Ulfiani Laina yang menikah dengan sepupu tiga kalinya yaitu Subhan, berasumsi bahwa keluarga mereka ada keturunan Arab atau India,

teridentifikasi dari wajah-wajah dari keluarga besarnya. Pemilihan konten digital di keluarga ini didominasi ajaran Islam. Mengapa sangat kental ajaran Islam di rumah ini, menurut pendapat Ulfiani Lainya, bukan karena ajaran turun temurun. Tetapi pengalaman otentik masing-masing individu. Seperti pernikahan sepupu yang terjadi pada mereka, karena relasi yang terbangun berdasar suka dan bukan perjodohan. Hal ini kemudian didukung dengan ajaran agama dan suku yang diperbolehkan.

Saudara yang lain kerap kali datang, baik hanya berkunjung atau tinggal. Seperti keponakan Akbar dan Kemal, yaitu Farah (22 tahun). Orang tua Farah tinggal di Pontianak, ia tinggal di rumah ini untuk melanjutkan studi di Universitas Sultah Hasanuddin jurusan Ilmu Kesehatan Masyarakat.

Sistem pernikahan masyarakat Bugis adalah sebagai berikut: masyarakat Bugis yang bukan bangsawan biasanya melakukan antara sepupu kedua atau ketiga, sedangkan bangsawan Bugis idealnya menjalankan pernikahan antara sepupu pertama (Pelras, 2006). Hal tersebut sejalan dengan konsep pernikahan masyarakat Bugis, bahwa pernikahan atau siala berarti saling mengambil satu sama lain atau saling memiliki satu sama lain. Gagasan sila dalam Bugis dikaitkan dengan pandangan hidup masyarakat Bugis yang menempatkan *siri'* (malu dan harga diri) sebagai sumber acuan dalam menerjemahkan seluruh aspek kehidupan termasuk dalam membina kekeluargaan. Bagi masyarakat Bugis, harga diri dan nama baik keluarga menjadi tugas utama untuk terus dijaga dan dipelihara. Sehingga untuk mempertahankan gagasan siapa yang bersumber dari falsafah *siri'* maka masyarakat Bugis lebih mengidealkan pernikahan dengan sesama Bugis (endogami). (Fitriana, 2020:71-80).

#### **2.4.2. Pemilihan Layanan Indihome**

Pada tahun 2011, di Makassar belum menghidupkan kebutuhan paket internet-TV untuk di rumah, namun Ulfiani dan Miranda yang memiliki kegemaran menonton film mendaftarkan paket Telkomvision untuk layanan televisi seperti HBO, NATGEO, CINEMAX, agar bisa update tontonan film. Di rumah ini, sebanyak tiga kali mengganti akun Indihome.

Tahun 2015 tawaran paket internet-TV Indihome mulai hadir dari rumah ke rumah. Ulfiani pertama kali memilih paket layanan internet Indihome seharga 300.000 rupiah. Setahun pemakaian, anak-anak lebih sering menggunakan layanan internet-Indihome untuk bermain game

online sehingga mereka kecanduan. Untuk itu, Miranda memutuskan untuk memberhentikan layanan paket Indihome. Pada tahun 2015, layanan internet Indihome sudah mulai marak dikenalkan kepada masyarakat kota Makassar. Layanan internet pada masa itu masih terbatas pada dua pilihan paket langganan. Namun, cafe-café, perusahaan-perusahaan, dan rumah keluarga menengah sudah mulai berlangganan internet.

Selama satu setengah tahun, keluarga ini tidak berlangganan internet di rumah. Pada tahun 2018, keluarga Kanarsih mendaftar lagi paket internet-TV Indihome dengan dua pilihan kecepatan yaitu 20mps dan 50mps. Biaya langganan sekitar Rp.400.000an rupiah per bulan yang disertai dengan paket Over the Top (OTT). Konsumsi internet dan layanan TV yang cukup tinggi, keluarga ini berlangganan beberapa channel diluar paket yang terdaftar. Pendaftaran layanan ini menimbulkan tagihan setiap bulan mencapai 600.000 rupiah. Keterbatasan waktu untuk mengurus pencabutan langganan, Ulfiani tidak melakukan pembayaran selama dua bulan sehingga pemberhentian secara otomatis atas nama Ulfiani Lainya dan mendapatkan catatan hitam konsumen.

Tidak sampai satu tahun berhenti berlangganan, pandemi hadir. Berjalan empat bulan pandemi, meningkatnya kebutuhan internet untuk aktivitas sekolah online dan bekerja work from home, keluarga memutuskan berlangganan Indihome (internet dan televisi) dengan harga 535.000 rupiah dan tambahan satu channel kategori anak sebesar 65.000 rupiah-per bulan, sehingga total 600.000 rupiah perbulan. No ID langganan saat ini : 172108802582 atas nama Miranda. Jenis berlangganan selanjutnya adalah layanan 3P (IPTV+Internet+Telepon). Over the Top (OTT) yang terdaftar hingga riset berlangsung yaitu layanan hiburan dan channel KIDS. Channel hiburan dipilih sejak awal memasang internet karena Miranda suka menonton film. Sehingga pilihannya seperti HBO, Cinemax, dan tambahannya adalah channel untuk anak. Channel anak dipilih sejak anak pertamanya, Ameera berusia 3 tahun.

Miranda, pada tahun 2021, meng-*upgrade* dari 20mbps menjadi 50mbps dikarenakan kebutuhan penggunaan di rumah keluarga Kanarsih banyak, total jumlah pengguna internet tetap sebanyak 13 orang. Selain itu, Miranda memiliki usaha bidang jasa Notaris. Biaya layanan Indihome di kantornya sebesar Rp. 426.000.

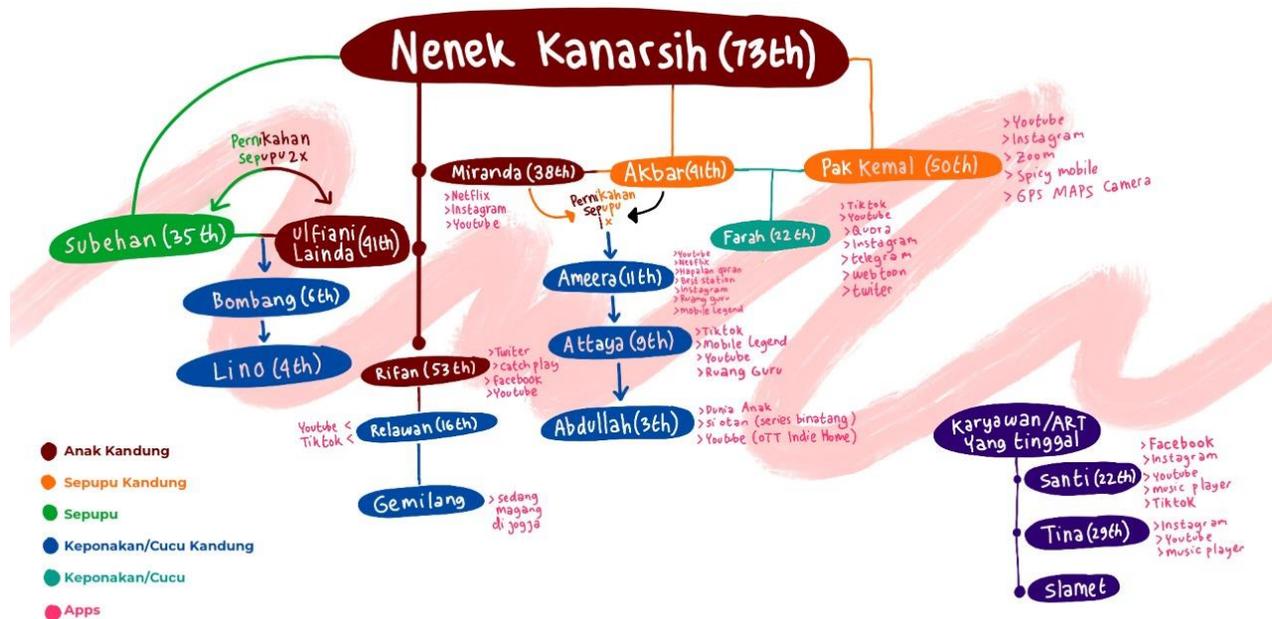
Keluarga Kanarsih memilih menggunakan layanan Telkomvision hingga layanan paket internet-TV Indihome untuk memenuhi kebutuhan

hiburan dan komunikasi. Pilihan paket yang premium adalah hal yang tidak memberatkan bagi keluarga mereka, sehingga bisa diartikan sebagai keluarga kelas menengah atas. Miranda juga menyampaikan dalam wawancara, ia mendapatkan tawaran dari beberapa layanan internet seperti XL-Home atau Biznet Home.

Namun, Miranda tetap memilih berlangganan Indihome dikarenakan sudah terbiasa, mudah diakses, pengaruh dari lingkungan pertemanan; sebagian besar teman dan kolega Miranda juga berlangganan Indihome sejak dulu.

Selain itu, Indihome masih menjadi pilihan utama karena jangkauan pemasangannya yang luas. Secara geografis, posisi rumah keluarga Kanarsih tidak terletak di pusat keramaian kota Makassar pada tahun 2011, namun layanan Telkom sudah bisa mencapai daerah tersebut.

### 2.4.3. Praktik Pemilihan dan Penggunaan Media



Nenek Kinarsih, selain memiliki hobby memasak kue. Aktivitas sehari-harinya diisi dengan membaca Al-Qur'an. Rutinitas membaca al-quran ini berimplikasi dengan pemilihan media yang di konsumsi. Aplikasi yang yang digunakan di handphone Samsung Galaxy A20 adalah youtube, instagram, Al-quran terjemah, Dzikir doa lengkap, Game Hay Day, google meet, Netflix, Peduli Lindungi, Shope, WhatsApp, Zoom.

Dalam satu minggu, nenek membuat kue sebanyak dua kali, ketika membuat kue, nenek bisa seharian tidak memegang handphone. Namun pada sehari-hari, nenek bisa menghabiskan waktu kurang lebih delapan jam untuk menonton sinetron atau kajian islam. Jam-jam tersebut adalah; Pada pukul 07:00 – 10.00 WITA melalui Youtube menonton murotal al-quran yang disiarkan langsung dari Makkah. Kemudian, pada pukul 15:00 – 17:00 sore menonton sinetron berjudul Love Story atau terakhir akan update berita gosip bersama saudaranya yang kerap kali hadir ke rumah di waktu-waktu sore hingga lepas magrib. Pada malam hari biasanya nenek akan duduk di Sofa Pijat yang terletak di kamarnya sambil menonton kajian Islam. Dengan pencahayaan terang dan lebih sering tidur miring di tempat tidur, nenek Kanarsih memenuhi hari-harinya dengan kajian Islam. Bagi dia, menonton murotal langsung dari Mekkah, mengajari dia untuk evaluasi pembacaan tajwid penghafalan ayat al-quaranya.

Miranda, Channel hiburan dipilih sejak awal memasang internet karena ia suka menonton film. Sehingga pilihannya seperti HBO, Cinemax, dan tambahannya adalah channel untuk anak. Handphone pribadi adalah Iphone 11, untuk handphone yang digunakan kerja adalah Samsung Note 20. Iphone 11 yang digunakan untuk media sosial dan menonton film, iphone jadi pilihannya sejak dulu karena mudah untuk mengakses aplikasi kesukaannya. Bagi Miranda, handphone sebagai alat menjalin silaturahmi, whatsapp grup keluarga termasuk sangat aktif. Selama satu bulan peneliti tinggal di rumah ini, tiga kali keluarga ini melakukan kegiatan kumpul saudara di rumah. Hal ini mempengaruhi pilihan untuk meningkatkan kapasitas kecepatan internet yang digunakan selain pengguna tetap tiga belas orang, hingga keluarga yang kerap kali hadir, baik menginap atau hanya bermain beberapa jam.

Netflix dan Telegram adalah aplikasi hiburan bagi Miranda, aplikasi ini setiap hari ia gunakan sebagai media hiburan menonton tayangan film. Netflix untuk pilihan drama korea dan film Hollywood. Telegram dipilih untuk film-film Korea. Menonton film wajib bagi Miranda, hampir setiap malam selama kurang lebih 2 – 3 jam ia menonton sambil tiduran atau duduk di sofa pijat yang terletak di kamarnya.

Selain Netflix, Miranda juga aktif bermain di instagram. Seperti dijelaskan pada sub sebelumnya mengenai konten pernikahan endogami yang kerap kali ia share dalam perspektif agama Islam. Selain itu Miranda menggunakan instagram untuk berbagai dan mencari resep makanan. Ia senang membuat proses berbagi konten bagi dia adalah media menjalin

silaturahmi dengan respon-respon yang ia terima dari unggahan di akunnya.

Hal-hal aktivitas diatas latar belakang kultural yang membuat Miranda mengambil keputusan berlangganan Indihome dengan kecepatan yang cukup tinggi. Pemilihan tayangan hiburan pun ia pilih sebagai salah satu faktor sosial.

Muhammad Rifan (53 tahun) dan Relawan (16 tahun), saat ini pak Rifan tidak bekerja. Informasi dari Ulfiani, pak Rifan sedikit sulit untuk diajak berkomunikasi. Keseharian Pak Rifan menyiapkan kebutuhan anaknya, baik dari makanan, perlengkapan sekolah, dan antar jemput ke sekolah. Interaksi yang dilakukan sesekali mengantar keponakan berangkat les. Rifan jarang berkomunikasi dengan keluarga, waktunya dipakai hanya dalam kamar. Rifan menggunakan Handphone Realme GT-Master Edition dan laptop yang relatif jarang digunakan. Sebagai pengguna internet lebih dari 12 jam. Rifan menghabiskan waktunya dengan mengakses aplikasi menonton yaitu VIU dan Catchplay. Setiap hari ia juga mengakses informasi dari Twitter. Twitter menjadi ruang hiburan bagi Rifan, dari menemukan berita dan menonton film. Menurut dia, salah satu contoh informasi yang ia dapat ialah jumlah korban gas air mata Kanjuruhan lebih cepat ia dapat di Twitter dibandingkan media nasional.

Relawan, anak dari pak Rifan yang sedang menjalani pendidikan SMP kelas 2 di Sekolah Luar Biasa. Sebagai anak spesial Attention-deficit hyperactivity disorder (ADHD) aktivitas Relawan sejak pagi hingga pukul 11:00 dilakukan di sekolah. Selebihnya Relawan lebih sering di rumah dan di dalam kamar bersama pak Rifan. Relawan senang mendengarkan musik, menonton bola, dan bermain game. Sejauh pengamatan peneliti, meski hanya sesekali berbincang. Relawan cukup aktif bermain game online dan menonton video. Tidak tau pasti berapa durasi waktu yang digunakan Relawan dalam mengakses internet di ponselnya, namun bisa dikatakan cukup intens melihat aktivitasnya di luar rumah sangat minim.

Pak Rifan dan Relawan, keduanya mengakses layanan internet Indihome dengan durasi cukup panjang. Latar belakang Pak Rifan pasca bercerai dan aktivitas yang tidak banyak, hal ini berimplikasi pada keduanya memiliki kecenderungan kecanduan internet atau escapism media practice. Internet escapism sebagai sebuah kecenderungan individu untuk melarikan diri ke internet guna meredakan stres atau memecah kepenatan dari aktivitas sehari-hari dan sebagai sarana mencari kepuasan.

(Warmelink dkk., 2009). Kurangnya aktivitas diluar rumah membuat pola konsumsi internet dengan durasi panjang semakin meningkat.

Kemal (50 tahun), bekerja sebagai Karyawan BUMN Patra Jasa. Koordinator pelayanan jasa kebutuhan operasional untuk perusahaan Pertamina. Pak Kemal selalu berangkat di pagi hari dan pulang kerja selepas Isya, pukul 20:00 WITA. Aktivitas screen time dilakukan sebelum berangkat kantor saat subuh dan pada saat malam hari, mendengarkan kajian Islam di youtube dengan pencahayaan yang redup. Pada akhir pekan, dua kali menjumpai pak Kemal melakukan meeting team secara online melalui via Zoom di laptop. M-team dilakukan di ruang tamu atau duduk di sofa bengkel. Perubahan pertemuan sejak pandemi merubah pola meeting atau interaksi antara tim atau pun antara atasan di setiap lokasi. Kemal bercerita, misal, ketika Pimpinan Jakarta ingin mengadakan meeting online pada malam hari pukul 19.00 maka di waktu WITA pada pukul 20:00 dan waktu WIT pukul 21:00. Waktu meeting pun tidak sebentar, bisa hingga pukul 02:00 WITA. Sejak pandemi, Kemal menyampaikan pola bekerja berubah, disatu sisi jadi lebih mudah sehingga tidak perlu hadir ke Jakarta untuk pertemuan. Kontrol absen tim bisa dilakukan secara online dengan aplikasi GPS MAPS Camera. Yang cukup melelahkan adalah, waktu meeting online bisa terjadi kapan saja diluar jam kerja. Sehingga pak Kemal kerap membawa pekerjaannya di rumah untuk online meeting.

Faradibah (22 tahun), aktivitas sebagai mahasiswa aktif dan sedang memasuki program magang pengabdian masyarakat sebagai tenaga kesehatan, Farah menghabiskan waktunya pada pagi hingga pukul 14:00 di salah satu puskesmas. Selebihnya dia sering di rumah menemani Abdullah, anak Miranda bermain dan menonton youtube. Selain mengakses twitter untuk mencari informasi, akhir-akhir ini ia suka mengikuti akun base skin care. Efek aktif bermain jejaring sosial membuat Farah beberapa kali membeli review produk yang ia lihat di Twitter. Farah juga menikmati Webtoon dan Apps Quora. Aplikasi Quora bagi Farah menarik karena bisa membahas opini-opini yang bisa didiskusikan. Menurut Farah, di circle yang diikuti, kebanyakan yang muncul dengan latar belakang pendidikan yang 'bagus-bagus' menarik bagi Farah. Bagi Farah, pertanyaan-pertanyaan di Quora bisa mind blowing. Aplikasi tontonan hiburan ia akses melalui Telegram karena secara kualitas bagus dan juga gratis. Ketika bosan, Tiktok dan Youtube menjadi hiburan bagi Farah. Tiktok, Instagram,

webtoon, Quora, Youtube, Telegram. Aktivitas screen time menggunakan Laptop atau ponsel Xiaomi 6A nya dilakukan pada pukul 21:00 – 23:00.

Attaya (9 tahun) dan Ameera (11 tahun), adalah anak kandung Miranda yang sedang mengenyam pendidikan berbasis ilmu Islam. Bersaudara sepupu dengan Faradibah, mereka bertiga adalah generasi gen Z. Pola penggunaan aplikasi yang digunakan hampir mirip.

Ada beberapa aplikasi yang mereka gunakan, yaitu Tiktok, Instagram, Netflix, Hapalan al-quran, Best Station, Ruang Guru, Youtube, dan Mobile Legend. Meski Miranda melarang mereka bermain Tiktok, mereka secara diam-diam mendownload aplikasi ini untuk menonton tayangan yang sedang tren di kalangan seusianya terutama di sekolah. Ameera suka menonton anime di aplikasi Best Station dan Attaya sedang mengikuti salah satu influencer di TikTok Nessie Judge. Nessie Judge kerap kali membuat konten bertemakan horor, konspirasi, dan sebagainya. Kedua aplikasi ini menjadi latar belakang sosial, pen jembatan bagi pergaulan seusia mereka ketika berinteraksi baik di sekolah maupun jejaring sosial.

Santi (22 tahun) dan Tina (29 tahun) , kedua nya bekerja sebagai Asisten Rumah Tangga. Mereka akan saling bergantian berbagi tugas termasuk menjaga Abdullah. Selain mengurus rumah dan menemani Abdullah menonton Paket Internet - TV di ruang tengah. Santi berasal dari Kupang. Ia sendiri menikmati internet pada malam hari pukul 21:00 - 22:00 di kamarnya, lantai satu dekat dengan ruang makan dan dapur. Aktivitas lain Santi juga sebagai mahasiswa, ia berkuliah pada hari Sabtu dan Minggu dari jam 13:00 - 19:00. Santi jarang sekali menyalakan handphone ketika sedang bersama Abdullah atau mengerjakan tugas rumah. Ia biasanya mengakses layer handphone atau laptop pada jam tidur siang Abdullah atau pada malam hari. Santi menyukai menonton sinetron Indonesia, ia menonton sinetron Indonesia dengan aplikasi Facebook, namun di minggu terakhir peneliti menetap. Ia mengikuti salah satu sinetron Indonesia yang baru rilis di akun Tiktok. Bagi dia menonton film Indonesia lebih relate, seperti terjadi di sekelilingnya. Perasaan marah dan sedih turut ia bisa rasakan.

Berbeda dengan Tina, ia justru tidak terlalu menyukai menonton sinetron. Waktu luangnya ia pakai video call keluarga di Lembata, Flores atau menonton video-video yang sedang viral dari daerah asalnya. Seperti pada suatu waktu, ia sedang latihan salah satu gerakan senam yang sedang nge-trend di sana. Tina senang menonton video artis-artis yang sedang

melakukan travelling keluar negeri atau tempat-tempat bagus. Selain konten artis-artis, Tina juga senang melihat video-video Mukbang (Video orang yang menikmati makanan, misal makanan Korea).

Tina mendapatkan kamar di lantai atas, terdapat teras untuk jemuran. Di kamar dan teras itu Tina biasanya mengakses internet pada siang hari dan malam hari dengan handphone Galaxy A10s miliknya. Selain mengakses untuk kebutuhan pribadi, juga menemani Abdullah menonton Paket Internet - TV dengan channel OTT KIDS layanan dari Indihome. Mereka berdua mampu menemani Abdullah bermain dan menonton hingga 8 jam dalam satu hari.

Abdullah (3 tahun), anak terakhir Miranda. Abdullah menikmati layanan OTT Paket Internet - TV dari Indihome yaitu Youtube dan Kids Channel. Keduanya secara bergantian mengakses akun VLAD AND NIKI, ROMAN and DIANA, Dunia Anak, Baby first, Dunia Otan. Selama satu bulan penelitian, konten yang sering di tonton yaitu dunia binatang atau jenis-jenis transportasi. Pada pukul 07:00 – 12:00 Abdullah di ruang tengah, ia akan menyalakan Paket Internet - TV Indihome, makan, sambil juga bermain. Aktivitas bermain sambil menonton televisi akan berlanjut pada pukul 15:00 – 19:00. Selama kurang lebih 10 jam, televisi akan menyala baik ditonton maupun tidak. Tayangan televisi bukan hanya berperan sebagai latar ruang namun juga sebagai teman bermain Abdullah saat makan atau sedang asik dengan mainan legonya. Tayangan cenderung sering diulang-ulang dari hari kehari dengan tema-tema tertentu.

Selain anggota keluarga yang disebutkan di atas, ada anggota keluarga lain; Akbar (41 tahun), Slamet (28 tahun) dan Gemilang (21 tahun) yang jarang tinggal di rumah. Akbar suami Miranda hadir di waktu weekend, Slamet baru saja pulang dari touring komunitas VW, dan Gemilang sedang melaksanakan program magang di Yogyakarta.

#### **2.4.4. Aspek Sosio-Kultural-Ekonomi yang Mempengaruhi Pemilihan dan Penggunaan Layanan Indihome**

##### **a. Posisi Sosial di Masyarakat**

Pada sebuah wawancara, Miranda kerap kali mengulang kata *“Sejak dahulu selalu menggunakan Telkom untuk berlangganan internet atau telepon, dan selalu mengambil paket yang kecepatannya tinggi untuk di rumah”*. Dominasi penggunaan Telkom bagi kalangan menengah ke atas

hingga Indihome hadir sebagai layanan internet dari Telkom menjadi pilihan tetap untuk keluarga menengah atas. Hal ini bisa berarti pemilihan gaya hidup terhadap penggunaan internet dipengaruhi pandangan hidup masyarakat Bugis tentang *'siri'*, untuk berusaha memiliki posisi sosial di masyarakat.

#### **b. Aspek Keluarga Besar dan Penempatan Televisi**

Dari pengamatan terhadap keluarga besar yang menetap dalam satu rumah ini, interaksi antara anggota keluarga terlihat mengalir, meski tetap memiliki potensi konflik. Jumlah anggota keluarga yang banyak mempengaruhi pemilihan jenis paket internet-TV Indihome yaitu; paket premium.

Kebiasaan berkumpul dan melakukan aktivitas secara bersama-sama dalam keluarga besar hal ini menjadi tradisi di keluarga Kinarsih. Tidak hanya di akhir pekan, kerap kali saudara sepupu datang berkunjung di hari-hari biasa sekedar makan bersama, nonton film, gossip. Praktik bermedia bisa saja tidak terjadi dikarenakan asik dengan berbincang bersama, namun pada saat penelitian berlangsung terlihat anak-anak asik menonton video bersama di tablet dan TV ruang tengah terus menyala. Selain 13 orang yang tinggal, rumah nenek Kanarsih menjadi ruang pertemuan dengan saudara-saudara. Bagi Mirada dalam wawancaranya, hal ini salah satu pertimbangan mengapa ia meng-upgrade kecepatan pada layanan internet Indihome.

Televisi yang diletakkan di ruang tengah keluarga Kanarsih masih menggunakan LED TV bukan Smart TV. Saat penelitian berlangsung, beberapa pilihan OTT masih menggunakan fitur lama. Indihome mencoba meng-upgrade tampilan pada layar televisi, kemudian barulah muncul pilihan Disney Hotstar, Netflix, atau Viu. Setelah di-upgrade, pilihan menonton masih terpaut pada Youtube. Beberapa kali ketika berkumpul keluarga, channel kids menemani mereka bermain dan berinteraksi, baik itu anak-anak maupun orang dewasa. Di ruang bersama yang terbuka dianggap bisa mengontrol praktik menonton. Penempatan ini juga mempengaruhi praktik pemilihan tayangan TV, Video, film, Youtube, ketika ditempatkan di ruang bersama yang terbuka.

### c. Pola Pengasuhan dan Pendidikan Anak

Miranda sensitif dengan radiasi seperti suara listrik dan cahaya televisi, hal ini adalah satu alasan kenapa tidak ada TV di kamarnya. Namun keputusan Miranda meletakkan TV dengan layanan OTT Indihome di ruang tengah adalah salah satu cara Miranda mengajak semua berkumpul di ruang tengah dan bermain bersama di waktu luang. Keputusan meletakkan TV di ruang keluarga dilakukan sejak Ameera kecil dan berlanjut hingga hadirnya Abdullah.

Layanan yang didaftarkan di TV adalah layanan channel anak. Miranda juga men-setting aplikasi di youtube agar hanya terhubung pada layanan channel anak-anak. Penggunaan konten Youtube yang aman bagi anak usia dini diharuskan adanya pengawasan dari orang tua agar tetap terkontrol, karena terdapat kekurangan yaitu konten yang video tidak pantas dilihat oleh anak usia dini, terdapat iklan dalam video anak-anak yang tidak pantas untuk anak, keamanan digital belum tentu terjamin, dan sarana prasarana yang ada masih terbatas (Neumann & Herodotou, 2020) dan (Burroughs, 2017).

Rutinitas pagi Miranda menemani Abdullah menonton TV dari pukul 07:00 – 09:30 sambil sarapan. Setelah itu, Miranda akan berangkat kantor. Menjadi ‘teman bermain’ anak. Anak tidak selalu berkonsentrasi menonton, ia selalu menyelingi praktik menontonnya dengan bermain dengan permainan yang tersedia. Dalam hal ini TV bukan semata-mata berlaku sebagai ‘*noise background*’ atau ‘*electronic wallpaper*’.

Miranda cukup *strict* dengan aturan penggunaan handphone. Ameera dan Attaya wajib menyerahkan handphone mereka ketika sudah memasuki pukul 21:00 dan kembali memegang handphone selepas subuh. Miranda juga membatasi penggunaan aplikasi, Miranda melarang Attaya dan Ameera untuk mengupload postingan di Tik Tok. Suatu hari Attaya pernah mengunggah video pendek dengan latar musik, dan diketahui oleh Miranda. TikTok tersebut pun dihapus Miranda. Bagi Miranda, musik haram sesuai dalam ajaran Islam. Meski begitu, Miranda mengakui dirinya kontradiktif karena dia menikmati film sebagai media hiburannya. Di lain waktu, peneliti mengetahui bahwa Ameera dan Attaya diam-diam *download* aplikasi Tiktok dan mencari konten yang sedang populer di kalangan seusianya. Pada remaja, terdapat beberapa faktor pendorong dari penggunaan internet, seperti: didapatnya pengaruh dari teman sebaya, pandangan bahwa internet dapat menambah jaringan pertemanan, sebagai sarana untuk berbagi/self-disclosure, mendapatkan

perasaan lekat dengan teman sebaya, dan dianggap sebagai sesuatu yang interaktif; dianggap sebagai sarana pembentukan identitas; memiliki fungsi penghemat waktu, sarana tepat untuk pengerjaan tugas rumah (Lin & Tsai, 2002; Throuvala dkk., 2019; Yang & Tung, 2007; Zhao dkk., 2011).

Miranda tidak mengintervensi saudara-saudaranya untuk turut serta dengan pemahamannya, namun wajib menerapkan pendidikan Islam kepada anak-anaknya. Pada saat wawancara, Miranda mengakui bahwa larangan bersifat preventif, seperti tidak mendengarkan musik, menonton film, akan memberikan reward jika telah menghafal beberapa ayat Al-Qur'an. Dia pun tau, ia belum bisa sepenuhnya berhenti menonton film atau mampu menghafal ayat al-quran. Hal ini adalah cara dia mendidik ajaran Islam yang dipahami, namun Miranda merasa ketika anak-anak dewasa, dia sadar bahwa anak-anak nya akan memiliki pilihan-pilihan hidupnya. Munculnya aturan ini juga memberikan dampak pilihan layanan paket internet-TV Indihome dikontrol langsung oleh Miranda agar anak-anak tidak asal menonton film atau memutar video musik di Televisi yang terletak di ruang tengah

Miranda dan suaminya, Akbar, berbagi peran pada saat Akbar pulang dari bekerja di Papua. Setiap akhir pekan di hari Jumat sore – Minggu, Akbar banyak beraktivitas bersama anak-anak baik jalan-jalan keluar rumah seperti *outing* atau menemani Abdullah menonton lewat handphone. Pemilihan dan ketegasan dalam mengakses internet cukup intens dilakukan. Namun praktik ini tetap saja lepas dari kontrol ketika Miranda tidak bersama mereka.

#### **d. Aspek Generasional**

Generasi Z yaitu Relawan, yang juga ditemani oleh sepupunya Ameera dan Attaya. Meski secara latar belakang mental berbeda, namun ada kemiripan dalam mengkonsumsi internet. Relawan yang bersekolah berkebutuhan khusus tentu memiliki teman sepermainan. Selama penelitian, Relawan beberapa kali menunjukkan antusiasnya dalam menonton video musik konser, bola, dan bermain game online. Waktu di sekolah tidak sebanyak aktivitas Ameera dan Attaya, hal ini yang membuat Relawan banyak menghabiskan waktu menggunakan akses internet Indihome di rumah.

Relawan, Ameera, dan Attaya memasuki masa remaja, mereka adalah generasi Z yang dekat dengan media digital dan teknologi sebagai

medium explorasi. Remaja merupakan suatu periode perkembangan dari anak-anak menuju dewasa yang biasanya dimulai saat umur 10-12 tahun dan berakhir antara 18-21 tahun dengan disertai perubahan-perubahan pada dimensi biologis, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, 2014). Beberapa contoh tugas perkembangan remaja diantaranya berupa menerima perubahan-perubahan fisik; menjadi mandiri (independen dan otonom), mengeksplorasi dan membentuk identitas diri yang kohesif; mendapatkan pola pikir yang logis, abstrak, dan idealis; mendapatkan suatu bentuk persahabatan, mengikuti aturan hukum dan moral dalam berperilaku (Fingerman dkk., 2011; Santrock, 2014). Perbedaan cara pandang mulai timbul antara orang tua dengan anak remaja mereka. Misal saat Attaya mengunggah video di aplikasi Tiktok dan berseberangan dengan aturan dari ibunya, Miranda. Sama hal terjadi para Relawan, pada minggu ke-tiga penelitian, keluarga besar Kanarsih pergi piknik keluarga ke Malino, Pak Rifan menyarankan anaknya turut ikut namun Relawan menolak dan memilih untuk bermain internet di rumah.

Perubahan fisik dan psikis tentu dialami oleh Relawan, Attaya, dan Ameera. Perubahan ini berimplikasi pada hal-hal yang mempengaruhi pilihan-pilihan sikap dalam kehidupan sehari-hari mereka. Praktik bermedia menjadi hal menarik, sama halnya seperti Attaya dan Ameera sebagai ruang explorasi dan jembatan komunikasi bersama rekan-rekan seusianya.

#### **e. Nilai Agama**

Nenek Kanarsih sebagai generasi Baby Boomers yang dianggap tidak intense dalam penggunaan teknologi dan media digital/internet ternyata mampu menghabiskan waktu sekitar 8 jam sehari untuk satu channel youtube yang menayangkan aktifitas ibadah (sholat, pembacaan Quran, ceramah, thawaf) secara langsung dari Mekkah. Nenek Kanarsih menghayati tayangan Youtube ini meski ia memiliki keterbatasan penglihatan dan pendengaran. Hal ini sangat mungkin dipengaruhi oleh nilai ajaran Islam yang ia percayai, bahwa cukup mendengar lantunan ayat-ayat Qur'an, dan ceramah keagamaan saja selama berjam-jam bisa menambahkan pahala dalam kesehariannya. Lebih lama ia mendengarkan itu, lebih banyak pahala yang akan didapatkan.

#### **f. Pelarian (Eskapisme) dari Interaksi Sosial**

Pak Rifan, meskipun tinggal di rumah keluarga besar nenek Kanarsih, tetapi ia cenderung lebih suka menyendiri di kamarnya menghabiskan waktu (10 jam per hari) menonton film melalui Catchplay. Kebiasaan menyendiri ini terutama dipicu oleh perceraian dan depresi yang menyertainya. Hal ini menunjukkan perilaku bermedia yang sering disebut sebagai; eskapisme. Eskapisme (melarikan diri) seringkali dipandang sebagai penghindaran dari hal-hal yang nyata, manifestasinya bisa berupa menghindari pekerjaan nyata, teman, dengan kata lain hal-hal yang ada di dunia nyata (Calleja, 2010). Pilihan untuk menonton film dengan durasi berjam-jam di jejaring sosial dan membaca berbagai berita dari twitter adalah cara pak Rifan untuk melarikan diri dari interaksi sosial sehari-hari.

#### **g. Literasi Media dan Teknologi**

Berdasarkan pengalaman sebelumnya ketika memilih tayangan tontonan khusus dengan maksud berlangganan hanya dalam 1 bulan saja, namun kurangnya edukasi cara mengoperasikan layanan OTT, tidak mengetahui cara pemberhentian berlangganan berdampak pada tagihan pembayaran per-bulan yang cukup tinggi. Keluarga Kanarsih melakukan pemberhentian berlangganan tanpa konfirmasi. Hal tersebut membuat keluarga ini hanya menggunakan TV mereka untuk mengakses Youtube (terutama untuk anak-anak mereka) ketika memutuskan berlangganan kembali.

Orang tua (Miranda) cenderung menggunakan ponselnya sendiri untuk menonton tayangan drama korea di Netflix, Iflix, dll, secara private. Meski dengan latar belakang islam yang cukup kuat, Keluarga Kanarsih cukup update dengan perkembangan layanan media.

### **3. Rekomendasi**

Berdasarkan pada temuan riset aspek sosio-kultural yang mempengaruhi pemilihan dan penggunaan layanan Indihome, berikut adalah beberapa rekomendasi yang relevan dengan peningkatan pelayanan Indihome kedepan:

- Berkaitan dengan aspek sosio-kultural; pola pengasuhan dan pendidikan anak, Indihome bisa menjadikan aspek ini sebagai salah satu tema layanan utama yang ditawarkan kepada konsumen. Seluruh keluarga, di luar

perbedaan kelas, etnis, dan identitas keagamaan, dalam riset etnografi ini menjadikan pengasuhan dan Pendidikan anak sebagai faktor penentu memilih layanan Indihome.

- Mengenai aspek kontrol orang tua pada praktik menonton anak, Indihome bisa lebih intens dan terarah memberikan informasi mengenai fitur parental control di UseeTV Indihome.
- Berhubungan dengan aspek nilai keagamaan yang sangat mewarnai pemilihan jenis tayangan, Indihome bisa menambahkan lebih banyak konten keagamaan yang beragam ke dalam paket layanannya.
- Perlu promosi yang lebih intens, luas, dan terarah mengenai aplikasi UseeTV Go untuk melayani pelanggan yang ingin mengakses layanan Indihome di sela-sela pekerjaan mereka. Dalam hal ini, termasuk pekerjaan rumah tangga.
- Berhubungan dengan kebiasaan penggunaan layanan Indihome hanya untuk menonton Youtube saja, Indihome harus mempertahankan kebijakan pembebasan akses Youtube dari FUP (Fair Usage Policy).
- Mengenai kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai kebijakan dan tatacara pembayaran layanan OTT, Indihome perlu meningkatkan penyebaran informasi mengenai hal tersebut melalui berbagai saluran informasi.
- Tentang aspek posisi sosial dan Tindakan sosial untuk memamerkan diri dalam menggunakan layanan Indihome, perlu dipertimbangkan untuk memberikan penghargaan bagi pelanggan yang setia. Penghargaan tersebut dirancang sedemikian rupa agar bisa dikenali oleh lingkungan di mana si pelanggan berada.

## Referensi

- Adnjani, M., & Mubarak, M. (n.d.). The Audience Habit of Media Consumption in The Transition of Digitalization Broadcasting in Central Java. *Proceedings of the International Conference of Communication Science Research (ICCSR 2018)*.
- Amada, N., & Hakim, A. (2022). Analisis Penggunaan Youtube sebagai Media Ajar Pendidikan Anak Usia Dini di Era Digital. *Jurnal Riset Pendidikan Guru PAUD*, 2(1).
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. SRA Consulting.
- Couldry, N. (2011). *Why Voice Matters: Culture and Politics after Neoliberalism*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington: SAGE.
- Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- DetikNews. (2021, November 8). *Memenangkan Persaingan Pasar ISP dengan Paham Customer Experience*. Retrieved December 5, 2022 from detikNews: <https://news.detik.com/adv-nhl-detikcom/d-5802433/memenangkan-persaingan-pasar-isp-dengan-paham-customer-experience>
- Fitriana, A. D. (2020). Pergeseran Sistem Pernikahan Endogami Masyarakat Etnis Bugis. *Al-Qalam*, 26(1), 71-80.
- Ingold, T. (2008). Anthropology is Not Ethnography. *Proceedings of the British Academy*, 154.
- Istanto, F. H. (1999). Peran Televisi dalam Masyarakat Citraan Dewasa Ini Sejarah, Perkembangan dan Pengaruhnya. *Jurnal Nirmana*, 1(2), 95-108.
- Jamaluddin, A., & et al. (2022). Exploration of the Indonesian Makassar-Buginese Siri' educational values: The foundation of character education. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 11(1), 10-19.
- Jurriëns, E., & Tapsell, R. (Eds.). (2017). *Digital Indonesia: Connectivity and Divergence*. ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Kadir, Y. (2021). Pojiale: Another side of the Buginese. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 6(2), 307-316.

- Kapojos, S. M., & Wijaya, H. (2018). Mengenal Budaya Suku Bugis. *Jurnal Lembaga STAKN Kupang MATHETEUO*, 6(2), 153.
- Kusnandar, V. (2021, September 21). *Pendapatan Indihome Tumbuh 24,2% pada Semester I-2021*. Retrieved December 5, 2022 from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/21/pendapatan-indihome-tumbuh-242-pada-semester-i-2021>
- Latif, H. (2005). *Kepercayaan Orang Bugis di Sulawesi Selatan: Sebuah Kajian Antropologi Budaya*. Universitas Hasanuddin.
- Mappangara, S. (2003). *Sejarah Islam di Sulawesi Selatan*. Biro KAPP Setda Sulsel bekerja sama Lamacca Press.
- Mattulada, A. (1974). Bugis-Makassar : manusia dan kebudayaannya. *Berita Antropologi*(16).
- Maxentia, R., & Rahmandani, A. (2021). Hubungan Antara Escapism Dengan Kecenderungan Kecanduan Game Online Pada Anggota Komunitas Esport X Semarang. *Jurnal Empati*, 10(5).
- McAnany, E. (2011). *Couldry, Nick. Why Voice Matters: Culture and Politics after Neoliberalism*. Retrieved 12 22, 2022 from <https://questia.com/library/journal/1g1-274521301/couldry-nick-why-voice-matters-culture-and-politics>
- Millen, D. (2000). Rapid ethnography: time deepening strategies for HCI field research. *DIS '00: Proceedings of the 3rd conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques* (pp. 280-286). New York: Association for Computing Machinery.
- Moore, S. (2012). 'Loose Ends: Lines, Media and Social Change', *EASA Media Anthropology Network e-Seminar*. Retrieved 12 22, 2022 from <http://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/3191>
- Pelras, C. (2006). *Manusia Bugis*. Nalar [bekerjasama dengan] Forum Jakarta-Paris, Ecole française d'Extreme-Orient.
- Pink, S. (2012). *Situating Everyday Life: Practices and Places*. New York, California: SAGE Publications Ltd.
- Pink, S. (2015). Approaching Media through the Senses: Between Experience and Representation. *Media International Australia*, 154(1).

Pink, S., & Morgan, J. (2013). Short-Term Ethnography: Intense Routes to Knowing. *Symbolic Interaction, 36*(3), 351-361.

Sewang, A. M. (2005). *Islamisasi Kerajaan Gowa: abad XVI sampai abad XVII*. Yayasan Obor Indonesia.

Sukindro, S., & Kaloeti, D. (2022). Hubungan Antara Internet Escapism dan Kecenderungan Kecanduan Internet Dengan Resiliensi Online Sebagai Moderator Pada Remaja di SMA N 4 Kota Bekasi. *Jurnal Empati, 11*(2).

Wilson, T. (1993). *Watching Television: Hermeneutics, Reception, and Popular Culture*. Polity Press.