

**PERILAKU SIMBOLIK KOMUNITAS KREATIF TELEMATIKA
(Studi Fenomenologi Relasi Antarpelaku Di Kota Malang)**

Dodot Sapto Adi, Budi Siswanto

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang
dodot.sapto@unmer.ac.id, budi.siswanto@unmer.ac.id

Abstract

The phenomenon of the creative community of telematics in the city of Malang is more interesting because it is in the process of social-cultural shift to metropolitan. This initiates the renewal of community positions and life as research urgency, focusing on constructing symbolic behaviors expressed as social and cultural products. The research process begins by conducting a scientific study in synthetic literacy, which collects information on several research reports and published scientific papers, and then conducts research using phenomenology method to formulate verification of the results with 12 informants considering the level of activity of informants pursue the field of activities, especially creative photography and videography. The research results of the creative community of telematics still need an effort to give space openly for its members for participation, with high awareness for its social role. It has strengthened the relational principle that gave birth to a growing community tradition in an alliances to grow in community empowerment, demonstrating efforts: (1) expanding member opportunities in intercommunity relationships through individual and group levels; (2) enhancing community image through facilitation forums that have a positive impact on the growth of inter-community integration; and (3) to maintain values based on mutual commitment and develop them into the identity of reformers.

Keywords: creative community of telematics, social and cultural identity, symbolic behavior.

Abstrak

Fenomena komunitas kreatif telematika di kota Malang semakin menarik karena berada dalam proses pergeseran sosial budaya menuju metropolitan. Hal ini menginisiasi pembaruan posisi komunitas beserta kehidupannya sebagai urgensi penelitian, berfokus pada upaya mengkonstruksi perilaku simbolik yang diekspresikan sebagai produk sosial dan budaya. Proses penelitian diawali dengan melakukan kajian ilmiah secara sintesis literasi, yaitu menghimpun informasi beberapa laporan penelitian maupun karya ilmiah terpublikasi, dan selanjutnya melakukan penelitian dengan menggunakan metode fenomenologi untuk merumuskan verifikasi atas hasil-hasilnya dengan 12 informan mempertimbangkan tingkat aktivitas informan menekuni bidang kegiatannya, terutama kreatif fotografi dan videografi. Hasil penelitiannya komunitas kreatif telematika masih perlu upaya memberi ruang secara terbuka bagi anggotanya untuk partisipasi, dengan kesadaran tinggi untuk peran sosialnya. Telah menguat prinsip relasional yang melahirkan tradisi tumbuh bersama dalam ikatan komunitas (*an alliances to grow in community empowerment*), dengan menunjukkan upaya: (1) memperluas peluang anggota dalam hubungan antarkomunitas melalui tataran individu maupun kelompok; (2) meningkatkan citra komunitas melalui forum fasilitasi yang berdampak positif terhadap pada tumbuhnya integrasi antarkomunitas; dan (3) mempertahankan nilai-nilai dengan dilandasi komitmen bersama serta mengembangkannya menjadi identitas pembaharu.

Kata kunci: komunitas kreatif telematika, identitas sosial dan budaya, perilaku simbolik.

PENDAHULUAN

Perdebatan mengenai komunitas kreatif telematika dapat diprediksi masih sangat panjang, mengingat dari sisi historis sampai dengan sekarang semakin merambah pada isu-isu politik nasional yang diusung dalam berbagai kampanye pemilihan kepala daerah. Penggiatan industri kreatif yang menjadi tumpuan utama pengembangan ekonomi kreatif, juga tidak bisa dilepaskan dari keberadaan komunitas kreatif telematika, yaitu dengan menyarankan terwujudnya hubungan sinerjitas diantara pelaku ekonomi bisnis yang memiliki kekuatan investasi dengan komunitas yang memiliki modal sosial berupa kemandirian.

Sebagaimana terungkap melalui hasil konvensi nasional yang digelar oleh Departemen (sekarang Kementerian) Perdagangan R.I., telah berhasil merumuskan Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2025. Pada saat itu menerbitkan kebijakan, bahwa seluruh BUMN (Badan Usaha Milik Negara) wajib menumbuhkembangkan *Incubator Business Center* (IBC). Adapun fokus kegiatannya berbentuk fasilitasi serta pembinaan secara intensif bagi calon-calon wirausaha pemula (*startup entrepreneur*), dengan prioritas golongan mikro kecil menengah (IMKM) sebagai penyangga utama kekuatan ekonomi nasional dengan berbasis pada potensi lokal (Pangestu, 2008).

Hal ini menunjukkan tingginya kepedulian pemerintah untuk berusaha mengatasi masalah nasional, khususnya di bidang ketenagakerjaan yang diharapkan dapat memiliki dampak positif berkelanjutan terhadap pertumbuhan

ekonomi. Peran pemerintah menjadi sangat penting selaku penentu kebijakan untuk melakukan berbagai intervensi yang bertendensi positif, bahkan secara intensif juga dilaksanakan koordinasi dengan menggiatkan komunikasi melalui jalur birokrasi pemerintahan di daerah, sehingga menghasilkan sebuah rumusan *triple helics* yang disebut dengan ABG dengan melibatkan unsur kelompok akademisi, kalangan pelaku bisnis, dan birokrat pemerintahan pada tingkatan kota, kabupaten maupun provinsi.

Kota Malang yang termasuk di dalam wilayah provinsi Jawa Timur sebagai terbesar kedua setelah kota Surabaya, sejak tahun 2010-2012 baru dapat diikuti perkembangannya dengan mengalami pergeseran sosial budaya, khususnya mengenai penerapan model *triple helics* (ABG) sebagai masa transisi yang masih memerlukan solusi yang berlandaskan sifat atau karakter kedaerahan. Hal ini ditegaskan melalui hasil studi Supanto dan Adi (2013) yang mengungkapkan, bahwa penerapan sinerjitas BIG (*business, intellectual, government*) khususnya di wilayah Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu), akan sangat efektif dengan memposisikan komunitas (*community*) menjadi elemen utama sejajar dengan tiga elemen lainnya.

Begitu pentingnya posisi komunitas tersebut, maka perlu memformulasikan model penggiatan komunitas melalui sistem partisipatif yang mengedepankan saling menjaga keterbukaan, dengan secara bersama-sama pula dilakukan demi meningkatkan pendayagunaan potensi komunitas yang harus ditopang melalui sinerjitas program kelembagaan yang saling terkait,

selanjutnya memposisikan lembaga pemerintah sebagai katalisator/fasilitator yang menjauhi berbagai bentuk intervensi maupun penetrasi, dan semakin memperkuat reputasi melalui berbagai program yang mengarah kepada upaya meningkatkan keberpihakan pada komunitas secara komprehensif (Siswanto, 2012:72-74).

Pada studi berikutnya yang telah dilaksanakan Adi (2017) telah dapat memastikan, bahwa melalui penerapan *quadruple helix (community, business, intellectual, government)* akan memposisikan peran komunitas kreatif telematika semakin terbuka, karena berproses secara evolutif mandiri sampai terbentuk sebagai modal sosialnya, dan gerakannya konsisten searah menuju penguatan industri kreatif dengan didukung oleh berbagai pemberdayaan masyarakat. Bahkan berkegiatan dengan saling memberi fasilitasi sebagai sesama pelaku, memperkuat eksistensinya dengan membentuk jaringan sosial bagi industri sejenis, dan hampir semua mengawali kegiatan komunitasnya berdasarkan hubungan informal dengan intensitas tinggi.

Pembentukan jaringan sosial hanya bisa terbentuk dengan adanya proses pemberdayaan pada komunitas kreatif telematika, yaitu dengan melibatkan berbagai unsur dalam bentuk kegiatan aktif yang memiliki orientasi sama, dan semakin menguat menuju terciptanya keseimbangan peran individu maupun kelompoknya. Pola jaringan bersifat interaktif ini lebih mengarah pada kebebasan individu sebagai anggota komunitas untuk mempersepsikan dirinya sendiri, dan kemudian memahami dengan tepat (interpretasi diri) melalui proses social di dalam komunitasnya. Kondisi ini digolongkan oleh Blumer

sebagai hubungan yang direpresentasikan dalam bentuk tindakan berpola atau perilaku simbolik (Kusnadi, 2000 dalam Fachruddin, 2011:103-105). Apabila diterapkan pada komunitas kreatif telematika di kota Malang yang beraktivitas secara kolektif, maka pola interaksi dapat dimaknai sebagai upaya melakukan hubungan yang dilandasi keinginan mendekatkan individu pada kelembagaan yang lebih luas.

Pendekatan relasional komunitas ditentukan oleh komitmen bersama, dengan saling mengikatkan diri secara resiprositas sampai terbentuknya struktur jaringan yang selalu disempurnakan. Komunitas kreatif telematika tersebut, meskipun sudah memiliki pusat kegiatan sendiri ternyata masih saling berhubungan dalam berbagai kesempatan, dan intensitas tertinggi bersifat informal dalam rangka mengembangkan karya-karya kreatifnya. Hal ini memberikan makna, bahwa dalam proses relasi yang berorientasi bisnis (*achievement*), tidak dibiarkan mengganggu ikatan sosial yang ada (*ascription*), dan selanjutnya menjadi kebiasaan terpolakan sebagai identitas budaya komunitas. Kondisi seperti ini juga digambarkan dalam hasil studi Harini (2013), bahwa jaringan sosial komunitas dapat melibatkan peran aktif aktor-aktor dalam proses sosial, termasuk di dalamnya untuk meningkatkan kualitas hubungan. Jaringan inilah yang kemudian membentuk pola koneksi dalam hubungan kolektif.

Keberadaan komunitas yang memiliki hubungan kolektif atau juga dimungkinkan bersifat multikultural, lebih berpeluang mendorong terciptanya iklim yang kondusif untuk menuangkan ide-ide kreatif. Mengadopsi hasil studi tentang komunitas ekonomi kreatif berbasis klaster oleh Utami (2014) menunjukkan, bahwa

dari berbagai bentuk kepentingan dalam membangun hubungan, maka pemahaman terhadap aspek sosial budaya menjadi faktor penentu untuk mempertahankan integrasi di dalam komunitas, karena dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan komunitas itu sendiri. Sesuai dengan perkembangan perkotaan, maka komunitas berkehidupan di lingkungan kota yang sarat dengan kecepatan menuju keragaman budaya (*multicultural divergences*). Hal ini diperkuat melalui studi Fukuyama (2003) yang mengilustrasikan, bahwa ciri komunitas selalu mengunggulkan modal kebersamaan yang tinggi, mampu mengelola potensi anggota melalui peningkatan kesadaran, dan memotivasi anggota komunitas untuk menghadapi tantangan yang selalu muncul mengiringi pertumbuhannya (Siswanto, 2017:71).

Kota Malang Sebagai akan selalu tumbuh subur jaringan komunitas kreatif telematika yang bersifat multikultural, dan akan membentuk pola interaksi yang kondusif serta memiliki kekuatan untuk mengatasi persoalan secara mandiri. Kondisi demikian selalu menampilkan realitas subjektif yang diproses melalui penafsiran anggota dengan menghasilkan makna-makna, dalam bentuk produk pikiran dan tindakan atau perilaku tertentu yang terus dipelihara serta diyakini sebagai kekhasan kenyataan (*accent of reality*). Kenyataan sosial dipahami dalam rangkaian tipifikasi yang ditentukan oleh intensitas interaksi tatap muka, dengan diperoleh melalui objektivasi dari proses yang membentuk akal-sehat. Situasi tatap muka akan memasuki ranah inter-subjektif, apabila pola dalam interaksi terus-menerus dimodifikasi melalui proses pertukaran makna. Pola interaksi akan membentuk identitas sosial, yaitu melalui

perkembangan kognitif saat proses interaksi secara heterogen maupun homogen. Kecenderungan melakukan interaksi dan pemahaman terhadap objek, ikut serta mempengaruhi identitas kultural yang diekspresikan (Berger dan Luckman, 2013: 37-41 dan 235-237).

Dengan memperhatikan fenomena yang dinamis mengenai komunitas kreatif telematika di kota Malang tersebut, dapat dipastikan realitanya masih menyimpan berbagai macam problematika bersifat individual maupun kolektif yang perlu diungkapkan secara wajar dan holistik. Terutama pemahaman posisi masing-masing anggota (*self disclosed*), yaitu dalam perannya berinteraksi di dalam komunitas yang lebih mengedepankan norma-norma, sedangkan sisi lain juga merasa menerima tuntutan untuk memperkuat eksistensi dalam kelembagaan komunitas yang setara dengan kelompok akademisi, kalangan bisnis, dan pemerintah. *Self disclosed* lebih berorientasi untuk mengungkap pandangan dunianya sendiri berdasarkan pemahamannya, khususnya menentukan perilaku-perilaku simbolik di dalam komunitas yang sarat dengan komitmen. Demikian pula keleluasaan anggota untuk memperoleh ruang yang cukup memadai, khususnya dalam mengkonstruksikan perannya secara resiprositas (bertimbang balik secara berkesinambungan), melalui bentuk perilaku asertif dalam berkomunikasi yang mengindahkan simbol-simbol sebagai identitas sosial dan kebudayaan yang berkembang di dalamnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan subjektif-kualitatif yang lebih

mementingkan pemahaman secara holistik, sedangkan jenis penelitiannya dilandasi prinsip-prinsip fenomenologi yang lebih mempertimbangkan kedalaman sasaran penelitian dalam memahami posisinya pada lingkungan sosial budaya tertentu. Dengan mengikuti metode tersebut, maka langkah-langkah dalam proses penelitian ini untuk menemukan realita yang masih tersembunyi, selanjutnya menggambarkan secara sistematis kaitan diantara fakta-fakta yang ada, selanjutnya mendeskripsikan dalam rangkaian analisis dengan menggunakan metode industif (*empirical-deduction process*), dan akhirnya mengungkapkan hasil-hasilnya berdasarkan konsep-konsep atau teori-teori yang memiliki relevansi dengan penelitian. Sebagaimana urgensi penelitian yang telah dirumuskan sebagai masalah utama, adalah pada upaya memberi ruang secara terbuka bagi anggotanya untuk partisipasi, dengan dilandasi kesadaran tinggi menentukan peran sosialnya.

Adapun fokus utama penelitian pada upaya mengkonstruksi perilaku simbolik yang diekspresikan sebagai produk sosial dan budaya komunitas, khususnya dalam mengatasi setiap persoalan serta menemukan solusinya, antara lain: (1) memperluas peluang anggota untuk mewujudkan hubungan antarkomunitas; (2) meningkatkan citra komunitas melalui forum fasilitasi antarkomunitas; dan (3) mempertahankan nilai-nilai dengan dilandasi komitmen bersama. Dalam penelitian ini telah menetapkan sebanyak 12 informan yang dinilai layak, dan memenuhi syarat berdasarkan seleksi yang menggunakan metode purposif, dengan mempertimbangkan antara lain: (1) posisinya di dalam kehidupan komunitas; (2) lamanya beraktivitas menekuni bidang

utama fotografi dan videografi; (3) melakukan pembinaan bagi anggota-anggotanya berdasarkan prinsip-prinsip kemitraan; (4) kontribusinya dalam mengembangkan komunitas; dan (5) lain-lain mendukung pertimbangan sebelumnya. Adapun yang menjadi sasaran penelitian ini sebanyak 5 komunitas antara lain: Efrat Multimedia, Cakrawala Creative, Hexagonal, Minimax, Yung Photograph, dan GAP.

Untuk memperoleh kualitas hasil terhadap proses analisis data dan interpretasinya, maka peneliti memanfaatkan pula metode pendekatan sintesis berdasar perolehan informasi yang dihasilkan dari studi dokumen terhadap hasil penelitian belum terpublikasi maupun sudah dipublikasikan (*the synthesis of literacy methods*). Hal ini dimaksudkan agar lebih tepat untuk dapat mengungkap fenomena secara lebih leluasa serta bersifat holistik, baik sebelum penelitian berlangsung sampai dengan menyusun laporan hasil penelitian. *The synthesis of literacy* mengutamakan terumuskannya pernyataan-pernyataan ilmiah yang dilandasi oleh pengalaman empiris, dalam rangka mencapai pemahaman melalui ketrampilan pikiran, dan pemanfaatan potensi yang ada dalam komponen kognitif peneliti untuk konsisten berada dalam fokus penelitian (Unesco, 2006).

Penetapan menggunakan pendekatan fenomenologi lebih memberikan ruang kebebasan beraktivitas dalam proses kajian, yaitu sebagaimana dipandu berdasarkan metode transendental dengan menekankan pada pengalaman hidup. Fenomenologi bertugas menjelaskan segala fakta yang dapat ditangkap sebagai fenomena, dan kemudian meneruskan menjadi informasi

yang bermanfaat untuk dideskripsikan secara lengkap serta menyeluruh atau komprehensif-deduktif atas seluruh peristiwa sebagai realita yang ada, dengan mempertimbangkan antara lain: (1) fenomena yang tampak dan dapat diikuti perkembangannya (*empirical approach*); dan (2) noumena yang masih ada tersimpan di dalam benak atau pikiran sebagai ide (*ideation concept*). Proses ini merujuk pada transformasi pemikiran yang dikembangkan oleh Husserl berawal dari pengalaman empiris menuju makna esensi yang dinamakan *ideation*, justru dapat mengungkap pengalaman setiap anggota komunitas maupun pihak-pihak terkait di luar komunitas, sehingga setiap identitas yang menjadi entitas dapat digali kesadaran atau persepsinya dan intuitif atau pikirannya (Kuswarno, 2009: 39-42).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku Simbolik Dalam Memperluas Relasi

Dengan memperhatikan perspetif interaksi simbolik, maka sebenarnya perilaku yang ditampakkan merupakan representasi dari nilai diri, dan lebih berorientasi pada pengembangan mentalitet anggota komunitas kreatif telematika. Semua merupakan bentukan atau produk dari norma sosial yang selalu membawa pengaruh positif, semua sangat bergantung pada pemberian kadar efektivitas berdasarkan nilai-nilai yang dipahaminya. Untuk itulah pada komunitas cenderung lebih cepat berkembang dibandingkan pada kelompok masyarakat yang senantiasa mempertahankan diri. Perilaku simbolik selalu digerakkan oleh keinginan yang diadaptasi secara positif, yaitu dengan dilandasi oleh harapan untuk

mewujudkan sesuatu yang sudah dibatinkannya. Itulah yang menjadi modal sosial dari komunitas untuk melakukan berbagai kegiatan yang terarah. Komunitas kreatif telematika tidak akan pernah melakukan kegiatan dengan pertimbangan personal sentris, karena pengetahuan dan pengalaman yang menjadi preferensi, mengharuskannya untuk selalu melibatkan anggota lainnya sebagai gagasan partisipatif. Perbedaan ini sejalan dengan hasil studi Hasbullah (2006), bahwa setiap komunitas memiliki karakter berbeda, khususnya pada komunitas yang relatif tertutup, walaupun memiliki respositas internal yang kuat, tetapi belum tentu menghasilkan nilai positif bagi komunitas yang lain maupun lingkungan sosialnya yang lebih luas (Hasbullah, 2006 dalam Supono, 2011).

Perilaku simbolik komunitas kreatif telematika, selalu terekspresi menjadi kompetensi komunikasi yang mengharuskan memiliki kemampuan menegosiasikan identitas saat berinteraksi. Kompetensi komunikasi diperlengkapi juga dengan manajemen relasi dan manajemen identitas kultural yang efektif, dan selalu direfleksikan melalui pengembangan hubungan interpersonal. Hal ini juga diperkuat hasil studi yang dilakukan oleh Zheng (2010), bahwa titik temu manajemen identitas ditunjukkan melalui tahapan dalam pengembangan hubungan, dimulai dari perkenalan awal sampai hubungan keintiman dan komitmen yang meliputi: (1) kedekatan dengan sesama anggota komunitas kreatif telematika; (2) keintiman emosional merujuk pada komunikasi verbal dan nonverbal, perilaku, kepribadian yang stabil; (3) kepercayaan dalam pertukaran yang memberi energi pada saling

ketergantungan; (4) pengalaman bersama berdampak pada sikap saling memiliki identitas bersama; (5) berbagi bersama dalam membangun masyarakat informatif; dan (6) pengungkapan diri (*self disclosure*) sebagai kadar ikatan sebagai sesama anggota komunitas. di dalam . Demikian pula pada sebuah komunitas yang terdiri dari orang-orang yang relatif homogen, maka sikap saling percaya dan identitas bersama selalu terakomodasi melalui kegiatan yang pernah dilakukannya (Avidiansyah, 2015).

Pada komunitas kreatif telematika di kota Malang yang masih mempertahankan prinsip-prinsip multikultural, dan masih ditopang dengan menjunjung tinggi nilai-nilai persahabatan, justru memudahkan berkembangnya komunitas menjadi lebih kuat dan semakin besar anggotanya. Apalagi ditopang juga oleh sumberdaya manusia yang disediakan oleh lembaga pendidikan menengah dan tinggi, sehingga memungkinkan untuk mudah membangun komunitas baru dilengkapi dengan identitas kultural yang baru juga yang diperlengkapi dengan hadirnya teknologi baru di lingkungan pendidikan tersebut, karena perkembangan baru teknologi selalu diawali dengan sosialisasi atau promosi melalui lembaga pendidikan dan komunitas. Kondisi ini sejalan dengan hasil studi yang telah dilaksanakan oleh Heryadi dan Silvana (2015) yang menegaskan, bahwa interaksi yang terbangun di dalam komunitas selalu menunjukkan sifat integratif, dengan komponen-komponen perilaku simboliknya sesuai budaya masing-masing, juga mengharuskan dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya yang selalu berkembang cepat sesuai kemajuan teknologi. Komunitas yang pembentukannya berbasis pada teknologi

telematika, dengan kekuatan modal sosialnya akan membentuk satu ekosistem tersendiri.

Kota Malang sebagai Kota Pendidikan, dengan memiliki Sekolah Menengah Kejuruan dan Perguruan Tinggi yang berbasis multimedia sebagai *base of education culture*. Dengan perkembangan ekosistem yang ditopang teknologi maya (internet), maka perilaku simbolik komunitas kreatif telematika juga semakin berkembang secara bervariasi. Ruang interaksi yang semakin terbuka luas, justru merepresentasikan semakin sempitnya jarak sosial kota besar dan kecil dalam merespons kemajuan teknologi telematika di Indonesia. Kondisi seperti ini juga dideskripsikan dari hasil studi yang dilakukan oleh Anandhita (2015) yang mengemukakan, bahwa keberadaan Indonesia yang memiliki kreativitas pembuatan konten dan aplikasi di tingkat internasional, sangat berpotensi untuk pengembangan *ICT (Information and Communication Technology) Ecosystem*, dan semakin memiliki kekuatan sumberdaya bangsa yang hebat, apabila anggota komunitas diberi saluran untuk mengembangkan keahliannya. Sudah saatnya seluruh sektor baik pemerintah maupun swasta, bekerjasama untuk membangun Inkubator ICT sebagai pusat kegiatan *capacity building*. Dengan demikian seluruh pemikiran untuk merespons secara cepat dan tepat, akan karena menjadi lumbung insentif untuk menopang keberadaan industri kreatif telematika yang fokus pada konten serta aplikasi, khususnya diutamakan untuk meraih potensi besar penyerapan tenaga kerja dan pengembangan kewirausahaan.

Perilaku Simbolik Dalam Meningkatkan Citra Komunitas

Identitas sosial dan kebudayaan bagi komunitas kreatif telematika merupakan sebuah citra diri berupa konsep menyeluruh, sebuah cetak biru yang menggambarkan kondisi sosial budaya suatu komunitas, dan sekaligus menjadi panduan bersifat tunggal untuk memahami seluk beluk dinamika yang terjadi di dalamnya. Dua pola yang dipergunakan dalam menyelami kondisi sosial dan budaya tersebut, menjadi penting untuk dijadikan kunci pembuka pintu gerbang dalam rangka memperoleh gambaran nyata serta mendalam, yaitu mengenai segala proses perubahan sosial yang terjadi dengan menggunakan orientasi berpikir maupun sebaliknya yang berorientasi pada fakta. Orientasi tersebut sangat tepat untuk memahami komunitas yang bersifat multikultural, dengan mempertimbangkan berbagai bidang kegiatan berbasis teknologi informasi dan komunikasi, beserta norma-norma yang dipertahankan sebagai elemen inti (*core culture*). Untuk itulah perangkat yang digunakan dalam memperluas pengetahuan ini, akan memperkuat interpretasi dengan mempolakan identitas sosial sebagai citra diri komunitas yang bersentuhan langsung dengan dinamika pembangunan di wilayah kota Malang.

Citra diri komunitas yang terintegrasi apabila disentuh dengan perkembangan teknologi telematika yang begitu pesat, semakin menimbulkan peluang untuk membuka forum diskusi yang memfasilitasi pergeseran nilai-nilai kebaruan, dan menjadikannya masalah bersama yang memperteguh rasa kebersamaan untuk menghadapi setiap tantangan. Sebaliknya tantangan terbesar

bagi komunitas di kota Malang, apabila terjadi perubahan yang berdampak pada kerapuhan filter diri, yaitu pada saat menghadapi tekanan perkembangan teknologi global beserta dampak kompleksitas yang menekan, maka akan semakin mempertegas terjadinya peradaban dunia modern mengakibatkan kebanjiran budaya (*cultural overwhelmed*). Ironisnya komunitas muda kreatif telematika yang lemah serta memahami budayanya sendiri, harus berhadapan dengan tekanan berbagai budaya asing yang memiliki kekuatan sangat besar, bahkan ditopang oleh superioritas teknologi informasi dan komunikasi, sehingga mengakibatkan kekurangberdayaan untuk membangun modal sosial yang memadai bagi komunitasnya (Spradley, 2007; Nugrahani, 2011 dalam Nugrahani, 2012).

Demikian pula pada tataran komunitas kreatif telematika di wilayah kota Malang, sudah seharusnya menunjukkan adanya keseiringan norma dalam mengembangkan komunitasnya yang melibatkan individu maupun kelompok sosialnya yang cenderung multikultural. Komunitas kreatif yang terbesarnya beraktivitas di wilayah kota, selalu dihadapkan dengan perubahan sosial budaya sangat pesat dan masif, apalagi setiap saat bersentuhan dengan canggihnya teknologi informasi dan komunikasi berbasis komputer, sehingga berdampak pula pada kekuatan interaksi dengan komunitas global. Pentingnya mempertimbangkan pembentukan identitas sosial dan kebudayaan komunitas yang bersifat multikultural, maka perlu dirumuskan berdasarkan penerapan integrasi sosial yang secara umum dapat diadopsi prinsip-prinsipnya antara lain:

Pertama, bahwa komunitas kreatif telematika di kota Malang secara tersembunyi masih menyimpan problematika multidimensional sangat krusial, dan perlu diwaspadai agar jangan sampai berimbas pada krisis yang bersifat struktural maupun fungsional.

Kedua, bahwa masih perlunya meningkatkan kekuatan kultural (*cultural forces*), sehingga setiap terjadi pergolakan yang rawan politik di kota Malang, dapat direspons secara proporsional tanpa mengganggu proses kinerja komunitas kreatif telematika .

Ketiga, bahwa sebagai salah satu kekuatan dalam elemen pembangunan di wilayah kota Malang, maka sudah selayaknya komunitas kreatif telematika mempertahankan nilai-nilai sosial dan kultural yang mandiri sebagai modal sosialnya.

Keempat, bahwa komunitas kreatif telematika merupakan rumah yang menaungi kehidupan bersama (*communality centred*), bukan atas dasar kepentingan atau dominasi dari beberapa individu terhadap keberadaan yang lainnya, atau juga bukan atas dasar kekuasaan mayoritas terhadap minoritas, sehingga menjadi modal awal terwujudnya identitas sosial budaya baru dalam bentuk perilaku komunitas madani yang bermartabat (Siswanto, 2017: 118-119).

Perilaku Simbolik Sebagai Identitas Pembaharu

Kehidupan komunitas kreatif telematika di kota Malang relatif sangat dinamis, dengan berusaha mengembangkan perilaku yang cenderung repetitif, atau istilah lain sebagai perilaku yang menjadi kebiasaan serta dilakukan secara berulang-ulang (*habits*). Kebiasaan

ini merupakan produk belajar dari pengalaman, dan implementasinya memungkinkan digunakan dalam mengatasi hambatan pada situasi tertentu, baik untuk kebutuhan diri sendiri maupun saat berhubungan dengan pihak lain. Semakin terlihat pada saat terjadi komunikasi secara interpersonal, yaitu anggota komunitas saling mengamati yang kemudian merespons kebiasaan yang dilakukan lainnya. Secara tidak langsung setiap anggota dapat mengantisipasi situasi (*preventif*), dan atau sebaliknya menggantungkan posisinya pada kebiasaan anggota lainnya (*responsif*). Dengan kondisi yang diciptakan oleh para anggota yang terlibat, maka sangat mudah menginisiasi terbentuknya komunikasi yang sesuai dengan karakternya (*typication*). Intensitas dalam berkomunikasi, justru akan menentukan kepemilikan atas kebiasaan (*habits*) yang menjadi norma bersama. Dari proses inilah akan terbentuk institusi yang menaungi kepentingan bersama, dibatinkan secara bersama-sama, dan selanjutnya dipelihara sesuai dengan tuntutan jaman.

Deskripsi tersebut memberikan makna yang mengarah pada perilaku simbolik anggota komunitas, bahwa semua melalui proses sosial yang akan tumbuh dengan sendirinya, dan terjadi sebagai akibat dari hubungan antarsubjek yang selanjutnya berkembang memperbaiki keadaan. Apabila mengadopsi hasil studi yang dilakukan oleh Harini (2013) dan Utami (2014) dengan menerapkan pada kehidupan komunitas, maka begitu pentingnya peran aktif anggota komunitas yang secara individu menjadi aktor-aktor di dalam maupun di luar komunitasnya, yaitu dalam rangka mengupayakan akselerasi tumbuhnya komunitas kreatif telematika yang selaras dengan

kecepatan kemajuan teknologi, selanjutnya akan terus berkembang menjadi jaringan sosial yang kuat. Disinilah terjadi peningkatan peran anggota komunitas (*roles*), bahkan membentuk gugusan peran yang menjadi perilaku terbiasakan (*habitual behavior*), dan semuanya dilandasi untuk mewujudkan harapan yang dinyatakan (*manifest*) maupun belum terungkap (*latent*). Kondisi ini sejalan dengan hasil studi Supanto dan Fristin (2017), apabila penumbuhan dan pengembangan komunitas di wilayah kota Malang berlangsung terus-menerus secara konsisten, maka dalam siklusnya akan mengalami peremajaan kondisi, dengan memasuki identitas pembaharuan (*reification*). Hal ini menunjukkan apabila pada awalnya dilandasi dengan orientasi sosial, maka untuk selanjutnya berkembang dengan dilandasi orientasi ekonomi dan bisnis. Untuk memperkuat konstruksi realitas tersebut, dapat mengadopsi prinsip-prinsip dasar yang dikembangkan antara lain: (1) perilaku simbolik komunitas telah berhasil dimanifestasikan pada kehidupan sosial anggotanya; (2) perilaku simbolik komunitas masih terus berkembang secara stabil sebagai produk kultural selaras pembangunan di kota Malang; dan (3) perilaku simbolik komunitas merupakan kesadaran bersifat plural, relatif dan dinamis sesuai harapan komunitas (Endang dalam Suyanto, 2010: 152-153).

PENUTUP

Simpulan dan Saran

Perilaku simbolik dalam komunitas kreatif telematika di wilayah kota Malang, telah memberikan dampak yang positif terhadap perkembangan

hubungan antarkomunitas maupun anggotanya. Tiga tawaran konsep pengembangan juga telah direspons melalui berbagai kegiatan positif, yaitu melalui penggiatan fasilitasi ruang publik yang luas tanpa menimbulkan gejolak sosial, memperkuat struktur jaringan komunitas yang adaptif terhadap tantangan jaman, dan mempermudah bagi komunitas untuk berpartisipasi sebagai jalur memperkuat daya ungkit (*stimulant*) melalui program pemberdayaan. Komunitas kreatif telematika di kota Malang memiliki tingkat kemandirian yang tinggi, karena terbentuknya diperkuat oleh kesamaan ideologi (proses inkulturasi) yang diintegrasikan melalui ikatan sosial (proses mobilisasi). Kesungguhan pemerintah kota Malang dengan melakukan upaya untuk mendongkrak pertumbuhan ekonomi kreatif yang sebelumnya menggunakan model *triple helics*, juga menyempurnakannya dengan menerapkan model *quadruple helics* yang melibatkan penuh partisipasi komunitas kreatif telematika.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Dodot S., (2017). *Quadruple Helics Model In Inspiring The Development of Telematics Creative Industries Community-Based*. Prociding: International Conference On Sustainable Development Goal 2030. The University of Merdeka Malang. ISBN: 978-979-3220-41-3 <http://sintadev.ristekdikti.go.id/authors/detail?id=5994408&view=overview>. Accessed: January, 11, 2018 on 09.20 pm.
- Anandhita, Vidyantina Heppy. (2015). Analisis Ekosistem TIK Indonesia Untuk Mendorong Perkembangan

- Industri Lokal dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, JPPI Vol 5, Nomor: 1. DOI: 10.17933/jppi.2015.0501004.
- Avidiansyah, Zulfa. (2015). *Pembentukan Identitas Sosial Remaja Dalam Komunitas Baca Goodreads Indonesia Regional Surabaya*. *Jurnal Universitas Airlangga*. ISSN: Vol. 4 Nomor: 2 September 2015. <http://journal.unair.ac.id/LN@pembentukan-identitas-sosial-remaja-dalam-komunitas-baca-goodreads-indonesia-regional-surabaya-article-9191-media-136-category-8.html>. Diakses pada tanggal 13 Oktober 2017 pukul: 13.15.
- Berger, PL dan Luckmann T. (2013). *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: LP3ES.
- Fahrudin, Adi. (2011). *Pemberdayaan Partisipasi dan Penguatan Kapasitas Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Harini, Novi Dwi. (2013). *Dari Miyang Ke Longlenan: Pengaruh Jaringan Sosial Pada Transformasi Masyarakat Nelayan*. *Jurnal Komunitas* Volume 4 Nomor 2. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/komunitas>. Diakses pada 17 Maret 2017 pukul 10.33
- Heryadi, Hedi dan Silvana, Hana. (2013). *Komunikasi Antarbudaya Dalam Masyarakat Multikultural*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol 1, Nomor 1, Juni 2013.
- JITC Malang. (2013-2017). *Kliping Dokumen Kegiatan Komunitas: Media Cetak dan Online*.
- Kuswarno, Engkus. (2009). *Fenomenologi: Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Supanto, Fajar dan Adi, Dodot S. (2013). *Simulasi Kampung Elektronika dan Telematika di Malang Raya*. LPPM UNMER Malang.
- Supanto, Fajar and Fristin, Yuntawati (2017). *Community-Based Acceleration Model of Entrepreneurship Growth and Development on Telematics Creative Industries in Malang Raya Indonesia*. *Journal of Applied Economis Sciences (JAES)*. Volume XII Issue 7 (53) Winter 2017. ISSN-L: 1843-6110 ISSN: 2393-5162. [http://cesmaa.org/Docs/JAES%20Winter%20XII%207\(53\)2017_%20online.pdf](http://cesmaa.org/Docs/JAES%20Winter%20XII%207(53)2017_%20online.pdf). Accessed: March, 18, 2018 on 07.48 pm.
- Pangestu, Mari Elka. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Hasil Konvensi 4-8 Juni 2008. Departemen Perdagangan R.I: <http://dgi.or.id/wp-content/uploads/2015/05/hasil-konvensi-pengembangan-ekonomi-kreatif1.pdf> Diakses tanggal 16 Januari 2017 pukul: 12.34.
- Sadhana, Kridawati. (2013). *Realitas Kebijakan Publik*. Universitas Negeri Malang.
- Siswanto, Budi. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat*. Malang. Servaminora.
- _____. (2017). *Transformasi Sosial*. Tangerang: Lembaga Literasi Dayak
- Supono, Boedyo. (2011). *Peranan Modal Sosial Dalam Implementasi Manajemen dan Bisnis*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 11 Nomor: 1 April 2011. <https://media.neliti.com/media/publications/23397-ID-peranan-modal-sosial-dalam-implementasi-manajemen-dan-bisnis.pdf> Diakses

pada tanggal 2 Oktober 2017 pukul:
19.15

Suyanto, Bagong. (2010). *Anatomi dan Perkembangan Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Aditya Media Publishing.

Turner, Bryan S. (2012). *Teori Sosial Dari Klasik Sampai Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Unesco. (2006). Understanding of Literacy.

http://www.unesco.org/education/GMR2006/full/chapter6_eng.pdf

Utami, Ni Gusti Made Kerti. (2014). *Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Bandung Melalui Klaster Wisata*. Jurnal Barista, Volume 1, Nomor 2, Desember 2014. <http://ejournal.stp-bandung.ac.id/index.php/v01/article/download/17/17>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2017 pukul: 13.15