

MEDIA SOSIAL DALAM KONTEKS DATA KEPENDUDUKAN DI ERA PROSUMSI DIGITAL

Totok Imam Santoso
Pusat Pengkajian Strategi TNI, Jakarta
Jalan Kebon Sirih No. 42, Jakarta Pusat
tokims68@gmail.com

Abstract

Social media increasingly occupies an important position affecting the dynamics of social relations in society, including economic relations. In the era of digital prosumption, people consume and produce information at the same time. The problem is that from this prosumption relation, information becomes merely capital value, instead of to provide education. This is especially true of information in the form of population data. This non-research paper will discuss social media in the context of population data in the era of digital prosumption using the perspective of psychoanalysis, namely by looking at aspects of skin ego and archive fever. This paper argues that citizens basically have a tendency to share in their subconscious, coupled with a tendency to archive personal data. Both of these trends make social media an advantage over other sides because of its freedom factor, but on the other hand it also poses a threat to the society itself in the context of personal data security.

Keywords : *digital prosumption, population data, psychoanalysis, social media*

Abstrak

Media sosial semakin menempati posisi penting mempengaruhi dinamika relasi sosial dalam masyarakat, tidak terkecuali relasi ekonomi. Di era prosumsi digital, masyarakat mengkonsumsi sekaligus memproduksi informasi. Permasalahannya adalah dari relasi prosumsi tersebut, informasi menjadi sekedar bernilai kapital, bukan untuk memberikan edukasi. Hal ini terjadi khususnya terhadap informasi berbentuk data kependudukan. Tulisan non-penelitian ini akan membahas media sosial dalam konteks data kependudukan di era prosumsi digital dengan menggunakan perspektif psikoanalisis, yaitu dengan melihat pada aspek *skin ego* dan demam arsip. Tulisan ini berargumen bahwa masyarakat warganet pada dasarnya memiliki kecenderungan saling berbagi di alam bawah sadarnya, ditambah dengan kecenderungan untuk mengarsip data-data pribadinya. Kedua kecenderungan inilah yang membuat media sosial di satu sisi memiliki keunggulan dari media lain karena faktor kebebasannya, namun di sisi lain juga menjadi ancaman bagi masyarakat itu sendiri dalam konteks keamanan data pribadi.

Kata Kunci : data kependudukan, media sosial, prosumsi digital, psikoanalisis

Pendahuluan

Peran media saat ini tidak dapat dipungkiri sangatlah penting dalam mempengaruhi pola pikir masyarakat. Media pada dasarnya dapat dipahami sebagai alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan/informasi/data. Media merupakan bentuk jamak dari perantara (medium) yang dapat mendukung proses komunikasi. Pada perkembangannya, media semakin mengambil peran dalam masyarakat. Menurut Marshall McLuhan (1964), media tidak lagi hanya sekedar perantara (Mitchell & Hansen, 2010). Media tidak dapat lagi dianggap netral dan transparan, serta hanya bekerja menyuplai informasi yang mereka peroleh. Dengan kata lain, media tidak hanya mengantarkan pesan, melainkan media adalah pesan itu sendiri. Masyarakat dapat terpengaruh oleh media bukan pertama-tama karena

kontennya tapi karena kemasan mediumnya. Memahami media, oleh karenanya tidak dapat dilakukan hanya dengan memahami isinya saja. Secara etimologis, istilah media bukan hanya bentuk jamak dari medium. Menurut Kamus Inggris Oxford, media berasal dari bahasa latin *middle*, atau tengah, atau pusat, yang berarti: sesuatu yang berada di tengah-tengah dua derajat, jumlah, kualitas, atau kelas; dan atau seseorang yang berperan sebagai penengah (Mitchell & Hansen, 2010).

Sebut saja media televisi yang memang memberikan banyak informasi penting bahkan pengetahuan tertentu yang berguna bagi audiens penonton. Namun demikian, kehebatan televisi yang mampu memberikan informasi dan pengetahuan tersebut, kemudian menjadikan banyak orang semakin bergantung pada televisi

sebagai satu-satunya sumber informasi. Hal ini jelas memberikan kekuatan yang besar kepada televisi dalam mempengaruhi khalayak masyarakat. Semakin masyarakat bergantung pada televisi, semakin efektif televisi dalam memberikan pengaruh. Pada era media sosial yang semakin menggeser peran televisi dalam memberikan informasi dan pengetahuan, televisi kini tidak lagi berfokus pada penyediaan informasi dan pengetahuan, melainkan pada penyediaan hiburan. Mulai dari sinetron, *reality show*, acara musik, dan sebagainya. Audiens penonton tayangan televisi menerima konten yang dikemas sedemikian rupa, salah satu contohnya adalah tayangan sinetron yang mengemas drama kehidupan masyarakat sehari-hari. Sinetron dibuat sedemikian dekatnya dengan audiens penonton, dengan menyusun cerita yang sedapat mungkin mendekati kenyataan. Walaupun sifatnya fiksi, namun alur ceritanya seperti mewakili kehidupan masyarakat pada umumnya, dan di dalamnya terdapat pesan-pesan moral (Kurniawan, 2016). Hal ini merupakan bentuk upaya industri perfilman untuk menghadirkan nuansa yang akrab dan intens di benak para audiens penonton. Perasaan saling memiliki antara audiens penonton dengan tokoh yang ditonjolkan dalam sinetron, membuat penonton merasakan perasaan yang sama dengan yang tokoh rasakan.

Setelah berkembangnya perfilman melalui media televisi, muncul media alternatif yang berupaya memberikan kebebasan bagi warga negara mengakses berita secara lebih *realtime*, reliabel dan berpihak pada kepentingan publik. Lahirnya media baru memungkinkan masyarakat menyuarakan kepentingannya di tengah-tengah kompleksitas perkembangan teknologi informasi. Hal ini karena media baru menyediakan *jurnalisme warga* sebagai salah satu karakternya. Menurut Terry Flew, jurnalisme warga semakin menyamai peran jurnalisme arus utama (profesional) yang menjadi karakter media terdahulu (Flew, 2008). Meskipun tidak sampai menggantikan jurnalisme profesional, namun jurnalisme baru telah memicu diskursus publik yang mempertanyakan kembali tentang siapa yang bisa disebut sebagai 'seorang jurnalis', karena begitu banyaknya pihak baik kelompok maupun individu yang bisa dan mampu mempraktikkan jurnalisme. Praktik jurnalisme juga tidak lagi bergantung pada waktu dan tempat. Sepanjang seseorang memiliki alatnya dan

infrastruktur penunjangnya, maka ia dapat dengan mudah menyebarkan informasi kepada siapapun yang terhubung dengan infrastruktur komunikasi.

Infrastruktur yang memfasilitasi praktik jurnalisme di era media baru, saat ini dikenal dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). TIK adalah segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, pengelolaan dan penyampaian atau pemindahan informasi antar sarana/media. Kegiatan-kegiatan tersebut saat ini ditopang oleh adanya infrastruktur internet yang mempermudah pemindahan informasi. Internet sendiri berhasil dikembangkan sejak 1969 oleh *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET) yang berbasis di Amerika Serikat, dengan tujuan mempermudah komunikasi dan saling berbagi informasi hasil penelitian antar universitas, serta untuk mempermudah sistem komando dan kendali militer (www.bpptik.kominfo.go.id, diakses 13 Januari 2020). Dapat dikatakan bahwa internet merupakan pengembangan lebih lanjut dari kebutuhan manusia untuk tidak hanya dapat berkomunikasi, melainkan juga untuk berjejaring satu sama lain. Istilah "internet" itu sendiri merupakan singkatan dari *interconnected network*.

Kapabilitas internet untuk memfasilitasi komunikasi yang berjejaring, mendorong banyak perusahaan media untuk memanfaatkannya sebagai alat jurnalisme. Perusahaan media sudah mulai menggunakan internet untuk pemberitaan. Memasuki awal tahun 2000-an, banyak perusahaan media besar di Amerika Serikat seperti BBC, CNN dan New York Times mulai memiliki situs daring (*online*) di samping tetap menerbitkan media cetaknya (Flew, 2014). Gelombang peralihan ini semakin besar hingga sebagian besar perusahaan media telah memiliki kanal jurnalismenya di media daring. Gelombang peralihan inilah yang disebut sebagai awal dari kemunculan media baru. Gelombang ini kemudian berevolusi ke bentuk dan jenis yang semakin memisahkan diri dari bentuknya yang lama. Semakin banyak masyarakat yang memiliki situs-situs sendiri, baik itu kelompok maupun individu. Berbagai lembaga swadaya masyarakat juga semakin mampu membangun situs tersendiri dan memproduksi jurnalisme sendiri. Di sisi lain, individu juga dimungkinkan untuk membuat situs sendiri dengan membayar abodemen. Bahkan

internet menyediakan pembuatan situs secara gratis yaitu dalam bentuk *blog*.

Semakin mudah dan bebasnya masyarakat dalam mengakses informasi, berbanding lurus dengan semakin mudahnya masyarakat dalam memproduksi informasi. Kemunculan media sosial dalam hal ini turut mendukung kebebasan tersebut. Menurut Jodi Dean dalam bukunya *Blog Theory*, hal tersebut karena internet mendorong apa yang ia sebut sebagai “penurunan efisiensi simbolik” (Dean, 2010). Maksudnya adalah, bahwa di dunia maya tidak ada otoritas yang dapat betul-betul mampu mengatur (*in charge*) perilaku para penggunanya. Begitu pula di media sosial. Mungkin saja pemilik perusahaan media (seperti Facebook, Twitter, Instagram, dsb.) bisa membatasi dengan merestriksi informasi yang beredar di dalamnya, namun mereka tidak akan mampu mengendalikan tautan-tautan yang sedianya dapat dibagikan di media sosial. Tautan-tautan (*link*) tersebut bisa dibagikan kepada siapa saja dan tidak ada algoritma yang membatasinya. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang tanpa batas yang memungkinkan penggunanya di satu sisi mengakses dan di sisi yang lain memproduksi informasi.

Polemik mengenai penyalahgunaan data kependudukan merupakan salah satu problematika di era teknologi informasi dan *Big Data*. Data kependudukan merupakan komoditas yang sangat berharga karena dapat digunakan untuk meraup keuntungan, sebut saja untuk kepentingan pemasaran dan periklanan. Di sisi lain, warga negara memiliki hak untuk terjaga privasi data-data pribadinya, selain untuk kenyamanan juga untuk keamanan dari pihak-pihak yang berpotensi mengancam. Polemik ini belakangan muncul manakala Alvin Lie Ling Piao, anggota Ombudsman mengkritik pemberian akses dari pemerintah ke perusahaan swasta untuk bisa mendapatkan data kependudukan (www.news.detik.com, diakses 16 Januari 2019). Alvin menyoroti kerja sama antara Direktorat Jenderal Catatan Sipil Kementerian Dalam Negeri (Ditjen Dukcapil Kemendagri) dengan PT Federal International Finance (FIF) dan PT Astra Multi Finance (AMF). Kerja sama tersebut meliputi pemanfaatan akses Nomor Induk Kependudukan (NIK) dan KTP Elektronik yang dimanfaatkan untuk menunjang layanan pembiayaan (www.wartaekonomi.co.id, diakses 16 Januari

2020). Dalam akun *Twitter*-nya pada tanggal 21 Juli 2019, Alvin membagikan pandangannya, bahwa pemerintah mengelola penyalahgunaan data pribadi warga negara RI dan mempertanyakan perlindungan data pribadi WNRI (<https://twitter.com/alvinlie21/status/1152726135840493568?lang=en>).

Berdasarkan peristiwa di atas, kita dapat merefleksikan dua fenomena yang terkait dengan berkembangnya jurnalisme warga, media sosial, dan *big data*. Pertama, Alvin sebagai warga negara telah mempraktikkan jurnalisme warga melalui media sosial. Hal ini meskipun Alvin adalah anggota Ombudsman RI, pendapat Alvin di *Twitter* mewakili dirinya sendiri karena menggunakan akun pribadi. Kedua, Alvin telah menyinggung sisi paradoksal keberadaan *big data*, yang di satu sisi memudahkan pekerjaan manusia melalui teknologi, namun di sisi yang lain berpotensi mengancam privasi penggunanya. Kedua fenomena inilah yang dikaji oleh Jacob Johanssen dari perspektif psikoanalisis. Fenomena yang pertama adalah bentuk dari rasa saling berbagi layaknya antara seorang ibu dengan anaknya yang masih bayi, yang menurut Johanssen efeknya juga dapat terasa di media sosial. Di sisi lain, data kependudukan dapat dikatakan menjadi salah satu bagian dari fenomena *big data* yang merupakan ciri khas Revolusi Industri keempat (4.0). Menurut Johanssen, datafikasi yang dilakukan perusahaan media untuk kepentingan komersialisasi, adalah sebuah perilaku yang didasarkan pada psikologi manusia yang secara natural ingin selalu “mengarsipkan” apapun yang dialaminya.

Berdasarkan kedua fenomena tersebut, makalah ini ingin mempertanyakan bagaimana media sosial di era *big data*, dalam hal ini, dapat mendorong jurnalisme warga dan penyalahgunaan data kependudukan? Pembahasan dalam makalah dibagi menjadi dua pokok bahasan yaitu (1) jurnalisme warga Alvin; dan (2) datafikasi data kependudukan.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan dua pokok bahasan yang telah disebutkan sebelumnya, kerangka pemikiran akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian konsep *skin ego* dalam kaitannya dengan perilaku *sharing*, dan bagian konsep datafikasi dalam kaitannya dengan *big data*. Dalam melihat

eksistensi media sosial dalam masyarakat, Jacob Johansen meyoroti penggunaan platform media sosial. Adanya media sosial membuat penggunanya merasakan kesenangan berbagi dengan orang lain. Johansen menggunakan konsep *skin ego* yang digagas oleh Anzieu (2016), yaitu di mana perilaku *sharing* yang biasa dilakukan dalam media sosial, sesungguhnya secara psikologis telah dilakukan manusia semenjak masih berada di kandungan sang ibu. Ibu dan anak memiliki satu kulit secara bersama-sama/berbagi kulit yang sama. Hal inilah yang terbawa bahkan manusia tumbuh dewasa, dan hal inilah yang berhasil dimanfaatkan oleh industri media sosial. Johansen kemudian melihat bahwa terdapat dua perilaku mayor dalam aktivitas warganet di media sosial, yaitu perilaku yang senang membagi dan perilaku senyap.

Perilaku yang senang *sharing* pada umumnya dilakukan dengan mengunggah status yang berasal dari aktivitas sehari-hari khususnya yang menarik. Mengutip Sigmund Freud, Johansen mendasarkan pada konsep inhibisi, yaitu sebuah represi terhadap alam bawah sadar manusia karena pengaruh dari luar. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Youtube, dsb., dapat dikatakan memberikan inhibisi kepada penggunanya, karena mendorong untuk senantiasa membagikan (*share*) apa yang ada di pikirannya saat itu juga. Di sisi lain, terdapat perilaku pengguna senyap (*silent audience*) yang muncul sebagai tanggapan terhadap standar kebiasaan di media sosial, bahwa seorang pengguna harus membagikan semua hal tentangnya dan tentang orang lain. Tanggapan ini bagi Johansen, adalah sebuah perlawanan terhadap inhibisi media sosial, yaitu di mana justru terdapat perilaku menghindari *sharing* dalam menanggapi isu tertentu (Johanssen, 2019). Inhibisi (larangan; pencegahan; hambatan (KBBIV)), adalah sebuah konsep dari bidang studi psikoanalisis, yang digagas oleh Sigmund Freud, yaitu tentang sesuatu yang mengalami represi dan hal-hal lain yang tidak menyenangkan secara sadar. Walaupun terjadi secara sadar, inhibisi didasari dari alam tidak sadar terhadap suatu objek. Inhibisi terjadi ketika objek di luar diri manusia melakukan represi terhadap alam bawah sadar manusia, sehingga mempengaruhi tindakan manusia.

Dalam melihat semakin pentingnya data di era media baru, Johanssen menggunakan konsep '**demam arsip**' yang dipinjam dari Jacques Derrida. Johansen memetaforakan proses datafikasi terhadap rekam jejak digital sebagai bentuk dari perilaku demam arsip yang dilakukan dengan sengaja agar manusia tidak lagi perlu mengingat sesuatu. Menurut konsep 'demam arsip', manusia cenderung mengarsipkan catatan-catatan kejadian penting tertentu agar tidak lagi harus mengingat, karena mengingat adalah sesuatu yang kuno. Di sisi lain, psike alam bawah sadar manusia sejatinya dapat menyimpan memori yang tak terbatas bahkan lebih dari metode pengarsipan yang dapat dilakukan oleh manusia di alam sadarnya. Oleh karena alam bawah sadar manusia kurang dapat dikuantifikasikan, maka kegiatan datafikasi dapat dikatakan sebagai upaya manusia untuk memindahkan psike alam bawah sadar manusia ke luar alam sadarnya sebagai upaya untuk memanfaatkannya lebih dari sekedar memori semata.

Pengarsipan adalah sebuah proses yang sangat menuntut secara total pengetahuan dari yang lain, bahkan melalui aktivitas pengawasan (*surveillance*). Arsip tentang seseorang hampir selalu dilakukan oleh orang lain. Hasrat untuk selalu mengarsipkan sesuatu, digerakkan oleh perlawanan terhadap kendali menuju kematian (*death drive*). Hasrat untuk selalu mengarsipkan sesuatu ini disebut '**demam arsip**'. Menurut Johansen, tindakan warganet menyimpan memori di media sosial, adalah salah satu bentuk dari demam arsip. Warganet merasa dikenal dan terhubung dengan warganet lainnya melalui arsip yang mereka simpan dalam bentuk status, hari ulang tahun, pertemanan, catatan bepergian, foto-foto, dan lain sebagainya. Tentu hal-hal tersebut adalah sebagian kecil dari ribuan data lain yang disimpan di gawai *smartphone*-nya untuk mendapatkan akses melalui registrasi data-data pribadi yang diunggah, baik untuk membuat akun email maupun data-data lain yang digunakan. Hasrat untuk mengarsipkan memori menjadi data, dengan demikian mengeksploitasi psike alam bawah sadar kita untuk menjadi komoditas yang diperjualbelikan.

Konsep kedua yang digunakan Johansen dalam adalah '**pembalikan**' (*perversion*). Pembalikan di sini maksudnya adalah penentangan terhadap segala sesuatu yang sudah

wajar, atau melakukan sesuatu yang dianggap tidak senonoh atau melecehkan, atau dapat dikatakan pemurtadan. Di bidang psikoanalisis, menurut Dainelle Knafo dan Rocco Lo Bosco (2017), konsep pembalikan merujuk pada hal-hal yang terkait dengan trauma dan kehilangan. Namun dari perspektif relasional, pembalikan dimaksudkan sebagai tindakan benci, kekejaman, dan penghinaan. Menurut Johansen, konsep ini dapat menggambarkan bagaimana perusahaan media sosial memandang warganet penggunaannya, yakni sebagai komoditas yang dapat dieksploitasi sedemikian rupa, sehingga warganet akan mengalami kekelaman karena nilai dari dirinya yang tidak dihargai sama sekali. Konsep pembalikan ini digunakan untuk menggambarkan sisi gelap dari *big data* yang menurut Johansen sangat 'jahat'.

Masyarakat kapitalis

Kapitalisme tidak hanya berbicara mengenai hal-hal yang terkait ekonomi. Selain akumulasi kapital yang umumnya berbentuk uang, terdapat pula akumulasi kekuasaan dan akumulasi kultural (kebudayaan). Akumulasi kekuasaan dilakukan dengan mempengaruhi keputusan yang mempengaruhi aspek kehidupan masyarakat di komunitas dan sistem sosial tertentu. Hal ini dilakukan melalui kendali pemerintahan, institusi birokrasi, parlemen, militer, kepolisian, partai politik, lembaga swadaya masyarakat, dsb. Akumulasi kultural dilakukan dengan mempengaruhi nilai dan pengertian moral yang membentuk apa yang benar dan salah, dan apa yang penting bagi masyarakat. Akumulasi kultural dilakukan melalui kendali struktural yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi definisi nilai moral di masyarakat, seperti univristas, kelompok agama, kelompok intelektual, kelompok pengamat, dsb. Ketiga bentuk akumulasi dalam kapitalisme tersebut membentuk apa yang disebut masyarakat kapitalis.

Bagaimana hubungan antara akumulasi dalam sistem kapitalisme dengan waktu? Pertanyaan besar ini mengawali upaya Fuchs untuk menggali relevansi praktik akumulasi di era modern, yang menurutnya merupakan karakteristik kapitalisme di era berkembangnya media sosial. Konsep tentang 'waktu', dapat dipahami dalam konteks kapitalisme melalui pemikiran Marx. Menurutnya, waktu adalah segalanya dalam kapitalisme.

Artinya, waktu dapat dihitung secara kuantitatif, sehingga dapat dihitung pula untuk melakukan akumulasi khususnya akumulasi kapital. Pengertian ini kemudian dijabarkan kembali lebih rinci oleh Postone (1993), dengan membagi waktu ke dalam dua jenis, yaitu waktu abstrak dan waktu konkrit. Waktu abstrak adalah waktu yang kita kenal saat ini, yang diukur berdasarkan angka (detik, menit, jam, hari, bulan, tahun, dsb.). Waktu konkrit adalah waktu yang terkait dengan kejadian-kejadian alam (musim hujan/kemarau, pagi/siang/sore/malam, dsb.). Seiring dengan lahir dan berkembangnya kapitalisme, jenis waktu abstrak semakin digunakan sebagai landasan dan ukuran kinerja. Menurut Postone, pada abad ke-14 di Eropa Barat masih menggunakan patokan waktu menurut musim. Penemuan jam memang baru terjadi setelah abad ke-14, yaitu pada tahun 1656. Pada rentang waktu tersebut industrialisasi baru terjadi dan kapitalisme muncul sebagai jawaban atas kritik terhadap feodalisme.

Di era modern, waktu yang dimiliki oleh masyarakat bermakna nilai guna, yaitu waktu sebagai yang dihidupi; dan di saat yang bersamaan bermakna nilai tukar, yaitu waktu sebagai yang dijual. Hal ini menjadi acuan dalam menilai profesionalitas suatu perusahaan. Jika perusahaan mampu memisahkan kedua jenis waktu tersebut dalam penerapannya terhadap pekerja, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah matang. Nilai guna dari waktu adalah waktu yang digunakan untuk individu untuk "hidup", yaitu untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya baik secara fisik maupun mental. Sedangkan nilai tukar dari waktu adalah waktu yang digunakan untuk "kerja" sesuai dengan apa yang dibutuhkan perusahaan. Waktu yang dihabiskan untuk kerja, dapat dikatakan secara lugas berbeda dengan waktu untuk hidup. Waktu untuk kerja didedikasikan untuk berjalannya roda kehidupan perusahaan, sedangkan waktu yang dihabiskan untuk hidup didedikasikan sepenuhnya untuk diri sendiri. Konsepsi waktu ini telah diteorikan oleh Anthony Giddens sebagai ciri khas kapitalisme. Giddens melihat pentingnya komodifikasi waktu buruh dalam menjelaskan pengorganisasian ekonomi dalam masyarakat modern.

Namun demikian, menurut Fuchs, Giddens kurang memberi perhatian pada ekonomi waktu secara lebih luas. Giddens masih melihat secara hitam-putih relasi antara jam kerja

dan jam hidup. Kapitalisme membutuhkan akumulasi secara terus-menerus yang tidak hanya dari sisi kapital, melainkan dari sisi politik dan kultural. Dengan kata lain, dibutuhkan dukungan dari semua dimensi untuk dapat membangun sebuah masyarakat kapitalis. Waktu, dalam hal ini adalah unsur terpenting yang merekatkan ketiga dimensi utama tersebut. Dengan memperpanjang waktu kerja, maka dimensi kekuasaan kapitalisme akan merambah ke dimensi selain ekonomi. Hal ini ditekankan oleh Fuchs, untuk menjelaskan bahwa oleh karena waktu adalah unsur terpenting dalam kapitalisme, maka waktu akan digunakan semaksimal mungkin untuk mendukung akumulasi dengan atau tanpa pembatasan antara waktu kerja dan waktu hidup. Dengan demikian, perusahaan atau pemilik modal, sesuai kebutuhannya akan menambah waktu kerja jika dibutuhkan untuk memperlancar akumulasi kapital.

Dari dimensi politik, kapitalisme mendorong adanya akselerasi dalam penentuan keputusan dalam perumusan kebijakan. Korporasi akan menekan pemerintah untuk sesegera mungkin mengeluarkan kebijakan tanpa ada nya pertimbangan yang matang. Korporasi akan menekan pemerintah untuk menuntut deregulasi (mengurangi undang-undang yang tidak berpihak pada investasi dan pasar bebas), menuntut pengurangan pajak dan menekan kepentingan buruh. Dengan kata lain, kebijakan yang dirumuskan akan cenderung bersifat jangka pendek, pragmatis, dan hanya menguntungkan pihak perusahaan ketimbang masyarakat. Akselerasi yang dimaksud Fuchs tentu terkait dengan makna waktu itu sendiri. Waktu semakin dipampatkan sedemikian rupa untuk kepentingan akumulasi modal. Berbagai slogan-slogan yang menyertainya, menambah pengaruh kekuasaan dalam mengakumulasi. Jika berbicara dalam ranah ekonomi, maka slogan yang berlaku biasanya adalah “waktu adalah uang”, dalam konteks politik slogannya adalah “waktu adalah kekuatan”, sedangkan dalam konteks kultural adalah “hidup ini hanya singkat (sementara)”.

Ekonomi Kapitalis

Pada prinsipnya, kapitalisme membutuhkan waktu untuk mensirkulasikan investasi berdasarkan bahan baku, memproduksi komoditas baru dan menjualnya. Peran ‘waktu’ di

sini terletak pada durasi kerja yang dibutuhkan untuk mendorong sirkulasi tersebut. Produktivitas untuk mengakumulasi kapital terletak pada kemampuan buruh dalam memproduksi komoditas. Kekuatan buruh perlu direproduksi terus-menerus agar mampu meningkatkan daya saing antara satu perusahaan dengan perusahaan lain. Kondisi ini membuat buruh tidak lagi memusingkan waktu yang semakin tersita untuk bekerja, melainkan berpikir bagaimana waktu yang ada dapat digunakan untuk memaksimalkan produktivitas. Dalam hal ini, menurut Marx terjadi perang kelas antara pemilik modal dan pekerja, untuk mencapai kata sepakat dalam menentukan waktu kerja yang ideal. Proses perang kelas tersebutlah yang membuat waktu bekerja berkembang dari waktu ke waktu. Dalam proses tersebut, terjadi tawar-menawar antara kedua kelas yang berbeda tersebut (yang tentu dapat terjadi secara fisik maupun diplomatis). Proses tawar-menawar tersebut menggeser sedikit demi sedikit konsepsi waktu produksi.

Dialektika buruh dan waktu dalam kapitalisme adalah dialektika transformasi waktu kerja dari standar satu ke standar yang baru. Proses tawar-menawar tersebutlah yang menjiawi dialektika yang dimaksud. Dalam hal ini, dialektika antara waktu abstrak dan waktu konkrit terjadi. Waktu abstrak digunakan dalam sistem kerja kapitalis, di mana manusia hanya dibayar berdasarkan waktunya bekerja (bukan keahlian/nilai komoditas yang diproduksinya). Waktu abstrak ini tentu digugat oleh para buruh yang merasa nilai komoditas yang dihasilkannya lebih tinggi dan menguntungkan pemilik modal. Buruh menuntut waktu konkrit untuk lebih dihargai, sehingga waktu konkrit kembali lagi menenggang. Hubungan antara waktu abstrak dan waktu konkrit inilah yang nantinya akan menghasilkan sintesis; yaitu jalan tengah bagi perusahaan dan buruh untuk menyepakati panjangnya waktu yang tepat untuk melakukan produksi dan reproduksi.

Media sosial dan perubahan waktu kapitalis

Dialektika waktu yang dijelaskan Fuchs melalui pemikiran Postone, mempengaruhi arah perkembangan teknologi dalam mendukung laju kapitalisme. Menurut Marx, teknologi komunikasi dan transportasi adalah yang paling pesat perkembangannya untuk mendukung laju

kapitalisme. Hal ini karena kedua teknologi tersebut dapat memampatkan ruang dan waktu. Menurut David Harvey, hal ini akan mempermudah akumulasi kapital. Teknologi Informasi dan Komunikasi memungkinkan pemampatan ruang dan waktu, yang oleh karenanya juga mempermudah akumulasi kapital. Untuk mengoperasikan teknologi informasi dan komunikasi, diperlukan kemampuan intelektual yang tinggi baik dari segi teknis maupun tata kelola informasi. Menurut Marx, kondisi ini akan memunculkan apa yang disebut dengan *general intellect*, yaitu intelektualitas umum yang digunakan sebagai alat mereproduksi komoditas. *General intellect* menyediakan fleksibilitas yang tinggi karena unsur pengetahuan lebih dibutuhkan dalamnya. Kerja pengetahuan kini masuk ke ranah kerja buruh yang dipandang oleh Marx semakin dieksploitasi.

Dalam kondisi tersebut, terminologi buruh semakin terdiversifikasi dari pekerja kasar meluas hingga mencakup pula pekerja intelektual. Padahal kerja intelektual sangat sulit dibatasi oleh waktu kerja yang sedemikian rigid (kaku). Kerja intelektual yang semakin dibutuhkan tersebut, membuat rezim pengaturan waktu semakin menyesuaikan pula dengan pola kerja intelektual yang sulit ditakar tersebut. Menurut Hartmut Rosa (2005), hal ini memunculkan deregulasi kerja, produksi *just-in-time* dan kerja berbasis proyek. Pada titik inilah terjadi peniadaan diferensiasi waktu kerja dan waktu liburan. Batas antara keduanya semakin tidak jelas, membuat Fuchs kemudian menggolongkan perubahan waktu ini mewujud pada fenomena prosumsi. Dengan semakin kaburnya batas-batas antara waktu kerja dan waktu liburan, semakin kabur pula batas antara buruh yang dibayar dan buruh yang tidak dibayar (*unpaid labour*). Kaburnya batas-batas tersebut menurut Fuchs, saat ini dimungkinkan oleh adanya media sosial.

Di media sosial, warganet dapat membuat kontennya sendiri dalam bentuk profil pribadi, berinteraksi dalam grup ataupun langsung, dsb. Perusahaan media sosial memanfaatkan penggunaan ini untuk menjual ruang periklanan kepada para produsen. Inilah model akumulasi kapital perusahaan media sosial. Melalui data pribadi yang diunggah warganet, klien pengiklan dapat menayangkan iklan sesuai dengan profil warganet tertentu, sehingga produk yang

dipasarkan akan terjual dengan lebih mudah karena tepat sasaran. Warganet adalah konsumen yang produktif dalam menghasilkan komoditas dan keuntungan. Kerja produktif mereka dieksploitasi, namun tidak terasa seperti eksploitasi karena dikemas seperti permainan dan dilakukan di waktu liburan. Namun demikian, Fuchs menegaskan bahwa perubahan sosial ini bukan berarti menghilangkan rezim kapitalis yang memisahkan antara waktu kerja dan waktu liburan, melainkan upaya untuk meminimalkan waktu liburan untuk menambah produktivitas waktu kerja.

Pengaruh media dari aspek imaterial yang mempengaruhi gaya hidup

Perkembangan pesat media mempengaruhi adanya kecenderungan dalam pembentukan perilaku seseorang melalui proses mempelajari ideologi. Adanya perbedaan pola pikir dan motivasi didasarkan pada pengalaman belajar. Lingkungan akan mempengaruhi sikap, nilai-nilai serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka dalam menanggapi informasi yang datang. Perbedaan individu disebabkan karena perbedaan lingkungan yang menghasilkan perbedaan pandangan. Pesan informasi yang disampaikan oleh media akan menimbulkan tafsiran yang berbeda-beda dari masyarakat sesuai dengan budayanya. Ada beberapa cara yang ditempuh oleh media massa dalam mempengaruhi sikap individu tersebut. Pertama, informasi yang disampaikan dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku, sehingga harus dipatuhi. Kedua, media massa dapat menciptakan budaya baru yang dapat melengkapi atau menyempurnakan budaya lama yang tidak bertentangan. Ketiga, media massa dapat merubah norma-norma budaya yang telah ada dan berlaku sejak lama serta mengubah perilaku masyarakat itu sendiri (Syukri, 2017). Media menunjukkan kepada masyarakat bagaimana standar hidup layak bagi seorang subjek, sehingga secara tidak langsung mempengaruhi penilaian masyarakat terhadap suatu isu tertentu. Pesan/informasi yang disampaikan oleh media bisa jadi mendukung pergeseran pola tingkah laku yang diakibatkan oleh media massa baik di keluarga, sekolah, dan dalam kehidupan bermasyarakat. Wujud perubahan pola tingkah laku lainnya yaitu gaya hidup.

Gaya hidup yang dijadikan pedoman kebanyakan masyarakat, dapat dikatakan gaya hidup yang berorientasi pada budaya barat. Konsumsi yang dilakukan terus-menerus adalah penopang gaya hidup (Paukovic dkk, 2011). Hal ini mempengaruhi cara kita melakukan, memiliki, menggunakan dan menampilkan perilaku (Ropke, 2009). Pada tataran normal, gaya hidup berubah perlahan, namun globalisasi memengaruhi perubahan itu secara cepat terutama pada kelas menengah akibat dari media dan informasi yang terbuka. Gaya hidup (*lifestyle*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain, yang berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh yang tidak hidup dalam masyarakat modern, sedangkan cara hidup bertumpu pada norma, ritual, pola-pola tatanan sosial, dan cara berbahasa. Gaya hidup bisa dilihat melalui apa yang dikenakan, apa yang dikonsumsi, dan bagaimana cara bersikap atau berperilaku (Suyanto, 2014).

Hadirnya media sosial saat ini semakin memungkinkan masyarakat mengkonsumsi lebih banyak informasi, bukan hanya karena perusahaan media meningkatkan produksi informasi, namun juga karena pengguna media sosial dapat memproduksi informasi. Sumber informasi menjadi semakin jamak, sehingga konsumsi juga semakin ditingkatkan. Dalam hal ini, Christian Fuchs memandang bahwa media sosial telah memungkinkan eksploitasi kelas berkuasa terhadap kelas pekerja (Fuchs, 2014). Eksploitasi ini dilakukan terhadap waktu yang dimiliki oleh masyarakat, yaitu waktu liburannya sendiri yang kemudian diekstraksi menjadi waktu kerja. Melalui sosial media, masyarakat dimungkinkan untuk mengekspresikan dirinya melalui *posting status*, *sharing* kegiatan sehari-hari, dan melakukan obrolan-obrolan yang ringan. Kapabilitas ini membuat masyarakat bertransformasi menjadi buruh digital, yang dengan gratis memberikan nilai-nilai kerjanya kepada perusahaan media sosial. Hal ini dilakukan dengan memberikan “ruang untuk beriklan” kepada penjual dan produsen.

Penggunaan media sosial juga dapat memicu kecanduan. Menurut penelitian aktif di media sosial lebih sulit dihentikan dibandingkan dengan rokok dan alkohol. Media sosial berubah

lebih cepat dari yang dapat diikuti oleh para ilmuwan, jadi berbagai kelompok berupaya untuk melakukan studi perilaku kompulsif terkait dengan penggunaannya- sebagai contoh ilmuwan dari Belanda telah membuat skala mereka sendiri untuk mengidentifikasi kemungkinan kecanduan. Kecanduan media sosial merupakan sebuah tipe kecanduan internet yang tergolong merupakan gangguan kesehatan. Pada 2011, Daria Kuss dan Mark Griffiths dari Universitas Nottingham Trent di Inggris melakukan 43 studi kasus untuk mengkaji masalah tersebut, dan menyimpulkan bahwa kecanduan media sosial merupakan gangguan mental yang membutuhkan perawatan medis (www.bbc.com, diakses 21 November 2019). Ditemukan bahwa penggunaan berlebihan berkaitan dengan adanya masalah dalam hubungan, pencapaian akademik buruk dan kurang berpartisipasi dalam komunitas yang tidak terkait dengan internet. Ditemukan pula bahwa mereka yang lebih rentan terhadap kecanduan media sosial antara lain mereka yang memiliki ketergantungan pada alkohol, orang yang sangat tertutup, dan mereka yang menggunakan media sosial sebagai kompensasi karena kurangnya hubungan pada kehidupan nyata.

Jurnalisme warga Alvin

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, Alvin Lie Ling Piao anggota Ombudsman, menulis di status akun Twitter-nya mengenai dugaan penyalahgunaan data kependudukan oleh Ditjen Dukcapil karena bekerjasama dengan perusahaan swasta (Grup Astra). Alvin menyoroti hal ini karena berpotensi mengganggu privasi pengguna. Foto status Alvin di akun Twitter-nya dapat dilihat dari gambar di bawah ini. Dalam statusnya tanggal 21 Juli 2019, ia menyebutkan bahwa Grup Astra mendapatkan akses data penduduk. Hal ini dianggap penyalahgunaan data kependudukan yang diatur dalam UU Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan. Disebutkan “...Penduduk mempunyai hak untuk.... perlindungan atas Data Pribadi...”.

Status Alvin di Twitter telah mendapatkan respon yang cukup banyak baik dari pengguna Twitter maupun media. Status tersebut telah di-*retweet* sebanyak 2.800 kali dan mendapatkan 2.400 *like*. Berbagai media elektronik besar seperti *detik.com*, *tirto.id*, *tempo.co*, dan *cnnindonesia.com* juga

meliput dan membuat editorial mengenai hal tersebut. Berbagai tanggapan muncul di trid status Alvin tersebut. Ada warganet yang setuju dengan ikut mengecam, namun ada juga warganet yang memberikan penjelasan bahwa kerja sama antara Ditjen Dukcapil dan Grup Astra tersebut hanya sebatas untuk mengecek/memvalidasi data. Di editorial media elektronik, perdebatan lebihimbang karena pihak Ditjen Dukcapil, Zudan Arief Fakrullah memberikan penjelasannya. Menurut Zudan, kerja sama tersebut sudah sesuai dengan perangkat hukum UU No 24 Th 2013 tentang Administrasi Kependudukan (Adminduk) dan Peraturan Menteri Dalam Negeri No 1 Th 2015. Menurutnya, pemberian akses data menggunakan data Dukcapil Kemendagri bertujuan untuk memverifikasi data dan mendorong layanan menuju digital (www.tirto.id, diakses 17 Januari 2020).

Tidak sampai berbulan-bulan, polemik ini ternyata meredam bahkan cenderung tidak berlanjut. Hal ini karena Alvin Lie kemudian menarik dugaan penyalagunaan data kependudukan oleh Ditjen Dukcapil karena memahami bahwa sebetulnya bukan akses data yang diberikan kepada Grup Astra melainkan akses verifikasi data (www.politik.mol.id, diakses 17 Januari 2020). Menurutnya hal ini masih wajar dan bukan penyalahgunaan data kependudukan. Namun ia menyoroti kesalahan teknis penggunaan redaksional oleh Ditjen Dukcapil, yaitu kata “akses data”, yang seharusnya “akses verifikasi”. Hal ini menurutnya yang membuat publik bingung dan mengira Grup Astra memiliki akses data-data pribadi kependudukan. Diskursus publik justru beralih ke penyalahgunaan data kependudukan yang dilakukan oleh oknum-oknum “pemulung data” di media sosial yang mengambil data-data KTP yang dengan sengaja diunggah oleh warganet. Zudan memberikan peringatan kepada masyarakat agar tidak menunggah sembarangan data pribadinya ke media sosial karena akan dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

Penyalahgunaan data kependudukan juga pernah disinggung dalam sebuah akun Twitter bernama @hendralm, yang mengunggah foto yang berisi jual-beli data Kartu Keluarga (KK) dan Nomor Induk Kependudukan (NIK) yang dilakukan di media sosial Facebook (www.surabaya.kompas.com, diakses 11

November 2019). Pemilik akun tersebut menunggunya dengan harapan dapat ditindaklanjuti oleh pihak berwenang. Berita ini seketika menjadi viral di media sosial dan akhirnya sampai ke telinga Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, yang kemudian berkoordinasi dengan Kepolisian Republik Indonesia (POLRI). Polri lalu langsung melakukan pengusutan terhadap pemilik akun Facebook yang diduga melakukan kegiatan ilegal tersebut (www.kompas.com, diakses 11 November 2019). Bahkan Polri melakukan patroli siber dalam rangka menganalisis dan memantau dugaan kegiatan ilegal tersebut.

Kasus ini menunjukkan bahwa Twitter sebagai media sosial, mampu menjadi fasilitator bagi masyarakat sipil dalam mengalamatkan sebuah isu penting yang bisa dikatakan sebagai ancaman. Masyarakat sipil dimungkinkan secara bebas untuk melakukan *framing* terhadap suatu isu, sehingga isu tersebut ‘didengar’ oleh pihak yang berwajib sebagai masalah keamanan. Dari kasus ini pula kita dapat melihat *skin ego* yang dimaksudkan Johansen justru berlaku. Karena adanya perasaan (afeksi) untuk berbagi kepada warganet apa yang ia temukan di media sosial lain sebagai sebuah ancaman bagi masyarakat sipil, ia kemudian terdorong (kompulsif) untuk membaginya dengan orang lain yang ia pandang sangat membutuhkan informasi tersebut. Hal ini tentu ia lakukan juga sebagai bentuk upaya menunjukkan eksistensinya sebagai pengguna Twitter yang senantiasa didorong untuk melakukan *sharing*.

Di sisi lain, dengan melakukan *sharing* tersebut, ia memperoleh dukungan dari pengguna lain untuk melaporkannya ke pihak berwenang. Sempat beredar kabar bahwa Dukcapil justru akan melaporkan pemilik akun @hendralm ke kepolisian atas dugaan pencemaran nama baik, dan Dukcapil telah mengeluarkan pernyataan bahwa tidak ada kebocoran yang terjadi karena ulah orang dalam. Namun Dukcapil segera membantah pemberitaan tersebut, dan menyatakan bahwa pemilik akun @hendralm justru harus diberikan penghargaan atas tindakannya tersebut. Hal ini tentu tidak dapat diketahui secara pasti apakah Dukcapil sebetulnya dirugikan atau diuntungkan atas laporan tersebut, namun yang dapat dipastikan dari pengamatan

langsung adalah bahwa isu ini dapat segera ditindaklanjuti karena ada faktor viralitas yang cukup kuat. Ketika banyak orang yang melihat dan mengadukan tindakan ilegal tersebut, pihak berwajib seperti langsung terlihat sigap menanggapi laporan tersebut.

Kasus ini sangat penting untuk dibahas, karena masyarakat sipil perlu memiliki corong aspirasi seperti media sosial dalam mengangkat suatu isu sebagai ancaman atau bukan. Pasalnya, pemerintah perlu mendapatkan *check and balance* dari masyarakat. Hal ini untuk menghindari praktik-praktik dari pemerintah sendiri yang justru akan merugikan masyarakat. Kasus terangkatnya penjualan ilegal data kependudukan di atas mungkin hanya sedikit dari kasus yang belum terungkap. Pemerintah dalam hal ini perlu dibantu unjuk lebih jeli dalam melihat permasalahan tersebut. Selain itu, pemerintah juga perlu mendapatkan masukan, karena justru pemerintah itu sendiri menjual data kependudukan kepada pihak swasta yang seharusnya tidak boleh menerimanya. Seperti yang dilansir oleh CNN Indonesia, Dukcapil malah mengadakan kerja sama dengan anak perusahaan PT Astra Internasional untuk menyuplai Nomor Induk Kependudukan (NIK), Data Kependudukan dan Kartu Tanda Penduduk (E-KTP), untuk keperluan verifikasi data calon konsumen. Hal ini kemudian dikritik oleh salah satu komisioner Ombudsman Alvin Lie lewat unggahannya di Twitter. Ia menyayangkan langkah Dukcapil tersebut, dan menyebutkannya sebagai 'penyalahgunaan data pribadi WNRI yang dikelola pemerinah', dan mempertanyakan perlindungan data pribadi WNRI. Menurutnya, data kependudukan adalah informasi yang hanya boleh dimiliki oleh lembaga milik negara.

Johansen dalam ini menjelaskan perilaku beberapa pengguna yang justru tidak terpengaruh dengan acara televisi yang cukup terkenal, dengan tidak membahasnya di media sosial. Satu hal yang berusaha dihubungkan oleh Johansen adalah konsep *skin ego* dengan konsep *sharing* di media sosial, khususnya Twitter. Baginya konsep *skin ego* dapat menjelaskan mengapa pengguna media sosial secara natural melakukan *sharing* kehidupannya sehari-hari. Jika *sharing* tidak dilakukan, maka akan terjadi apa yang dialami oleh Johansen sendiri, yaitu perasaan kurang dan kehilangan. Ketika ia mulai melakukan *sharing*,

dengan memasang status yang menarik, orang-orang mulai memberikan tanggapan dan seketika ia akan merasa dihargai dan diakui. Pemahaman ini sungguh faktual jika dihadapkan pada realita bahwa pengguna media sosial memang mencari suatu pengakuan dan penghargaan dari orang-orang di sekitarnya yang tentu berteman di media sosial karena memiliki unsur kedekatan tertentu. Tanggapan dari orang lain diharapkan dapat memberikan semacam penghargaan terhadap narasi yang kita ciptakan dalam linimassa media sosial kita. Konsep *skin ego*, dengan kata lain dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam yang cukup menjelaskan fenomena yang berbau afeksi ini. Sebagaimana hubungan kita dengan ibu kita pada saat di kandungan sangatlah erat, bahkan dapat dikatakan kita berbagi kulit yang sama dengan ibu kita; demikian pula di media sosial di mana kita berbagi ruang linimassa dengan orang lain.

Datafikasi Data Kependudukan di Era Media Sosial

Polemik penggunaan data kependudukan oleh Ditjen Dukcapil untuk keperluan akses data atau akses verifikasi untuk sementara dapat direndam dengan pernyataan-pernyataan otoritatif yang memberikan suatu 'jaminan' bahwa perusahaan diberikan akses yang terbatas dan tidak menyentuh data-data pribadi. Dalam hal ini, media sosial telah menjadi *skin ego* bagi masyarakat untuk waspada dan kritis terhadap penggunaan data-data pribadinya oleh pihak manapun termasuk negara. Menurut Ketua Komisi II DPR RI, Herman Khaeron, hal ini karena warga negara wajib menyerahkan data-data pribadinya kepada negara, sehingga negara wajib pula untuk melindungi kerahasiaan data-data pribadi tersebut (www.youtube.com, diakses 22 Januari 2020). Adapun hingga September 2019, tercatat 1.238 lembaga yang telah melakukan kerja sama pemanfaatan data kependudukan dengan Ditjen Dukcapil untuk akses pemanfaatan Nomor Induk Kependudukan (NIK), data kependudukan, dan KTP elektronik (KTP-el). Kerja sama ini melingkupi pemanfaatan data dan dokumen kependudukan di antaranya akses data perseorangan untuk verifikasi data calon nasabah dan/atau nasabah, pemadanan database nasabah masing-masing lembaga keuangan untuk keakuratan data, dan akses pemanfaatan data melalui penggunaan perangkat pembaca KTP-el

untuk verifikasi KTP-el nasabah dan/atau calon nasabah (www.wartaekonomi.co.id, diakses 21 Januari 2020). Dirjen Dukcapil Zudan Arief Faktullah mengemukakan bahwa praktik kerja sama dengan perusahaan swasta sudah terjadi sejak 2013, setelah adanya UU No. 24 Th 2013 tentang Adminduk. UU tersebut diklaim memberikan wewenang, prosedur, dan tujuan yang jelas kepada pemerintah untuk memberikan akses data kependudukan. Wewenang diberikan kepada Menteri Dalam Negeri untuk memberikan akses data, dengan prosedur mengadakan perjanjian kerja sama (*Memorandum of Understanding* (MoU)), dan dengan tujuan mewujudkan *single identity number*.

Jika melihat salah satu contoh kerja sama yang dilakukan oleh Ditjen Dukcapil yaitu dengan Grup Astra, maka dapat dilihat bahwa kerja sama tersebut untuk memenuhi kebutuhan verifikasi terhadap calon konsumen yang ingin menyicil kendaraan bermotor. Bisnis layanan keuangan ini menyediakan fasilitas pembiayaan dan pinjaman kepada nasabah melalui teknologi informasi dan komunikasi, atau apa yang dalam istilah Revolusi Industri 4.0 disebut *Financial Technology (fintech)*. Bisnis *Fintech* telah merambah dari layanan pinjaman atau kredit, menjadi layanan yang semakin mikro seperti dompet elektronik yang menyediakan layanan pembayaran nir-tunai (*cashless*). Bisnis *fintech* tentu mengolah begitu banyak data yang terkumpul dari banyaknya nasabah. Hal ini untuk memastikan kelancaran transaksi dan menjamin keamanan dan kenyamanan kedua belah pihak. Komoditas yang dipertukarkan dalam bisnis ini sangatlah sensitif dan menyangkut keberlangsungan jalannya suatu perusahaan. Bahkan keberlangsungan suatu negara dapat ditentukan oleh berjalannya bisnis di pasar keuangan ini. Krisis yang terjadi pada 1998 dan 2008 adalah contoh nyata kolapsnya sistem keuangan karena bisnis layanan keuangan.

Dengan kata lain, bisnis *fintech* sangat terkait bahkan bergantung dengan *big data*. Kerja sama antara Ditjen Dukcapil dengan Grup Astra, dengan demikian sangat terkait dengan fenomena *big data* saat ini. Jika merujuk pada besarnya keuntungan yang bisa didapatkan dari data, maka sangat wajar apabila banyak pihak yang mempertanyakan kebijakan Kemendagri untuk memberikan izin kepada Ditjen Dukcapil untuk mengadakan kerja sama dengan perusahaan

swasta. Dalam hal ini, Herman Khaeron menilai kebijakan tersebut sangat mengkhawatirkan karena penggunaan data-data elektronik yang terkait kependudukan jika UU Adminduk Pasal 84, wajib disimpan dan dilindungi oleh negara dan diatur oleh Peraturan Pemerintah. Artinya kerja sama harus diatur dalam Peraturan Pemerintah. Jika ingin ada *single identity*, maka harus ada aturan yang jelas untuk memberikan aksesnya kepada pihak lain. Menteri bisa memberikan MoU, namun tetap harus ada Peraturan Pemerintah untuk memberikan akses kepada pihak lain (www.youtube.com, diakses 22 Januari 2020). Alvin Lie menambahkan, ketika perusahaan swasta mengakses data, perlu dipertanyakan bagaimana memastikan data tersebut tidak dipergunakan untuk kepentingan marketing. Bagaimana masyarakat tahu datanya dipakai oleh siapa dan untuk apa. Contoh ada orang yang datanya digunakan untuk mendaftar telepon seluler. Warga negara perlu mengetahui NIK nya digunakan untuk apa saja. Masyarakat resah mendapatkan penawaran dari SMS dan telepon.

Yang cukup menarik adalah, Dirjen Dukcapil Zudan justru menggunakan contoh kasus di mana pada faktanya data penduduk diserahkan kemana-mana ketika registrasi. Ketika data itu ada dimana-mana belum tentu itu berasal dari pemanfaatan data itu. Bisa jadi ketika daftar prabayar, masyarakat memberikan data-data lain. Menurutnya, Dukcapil memiliki mekanisme kontrol yang lebih ketat dalam memberikan data, sehingga dapat terlihat pihak mana yang sedang membuka data kependudukan. Argumen ini terdengar logis, namun justru di sinilah aspek yang dapat disoroti dengan mengacu pada penjelasan Jacob Johanssen mengenai *big data*. Negara memiliki kekuasaan untuk memusatkan kepemilikan data dengan tujuan mengendalikan gerak-gerik penduduknya. Hal ini tentu positif karena masyarakat terlindungi dan terjamin keamanannya. Dengan data yang memadai, militer dan kepolisian misalnya, dapat memantau dan mencegah serangan dari luar ataupun tindak kriminal di dalam yang mengancam keamanan nasional. Namun demikian, dengan memberikannya kepada pihak lain seperti perusahaan swasta, mekanismenya akan menjadi semakin rumit karena memerlukan banyak aturan. Berdasarkan teori **demam arsip**, kecenderungan psikologi manusia untuk mendatafikasi apapun

dapat menjelaskan perilaku tersebut. Perusahaan swasta, khususnya yang berkecimpung dalam dunia *fintech*, sangat membutuhkan data pribadi warga negara tidak hanya untuk kepentingan verifikasi, namun juga untuk kepentingan pemasaran (*marketing*). Dengan mengarsip, berarti juga melakukan pengawasan karena objek diketahui kondisinya secara mendetail.

Big Data memiliki karakter 4V, yaitu *volume, velocity, variety, veracity*. Keempat karakter ini dikembangkan oleh Gartner (2012) dan kemudian digunakan oleh perusahaan komputer IBM. Karakter *volume*, menggambarkan bahwa semakin banyak data yang diperoleh, semakin bagus dan semakin menguntungkan. Karakter *velocity*, maksudnya adalah bahwa semakin cepat data dapat diproses, semakin data tersebut bernilai. Karakter *variety*, maksudnya adalah semakin beragamnya sumber data, semakin data tersebut berkualitas dan dapat menjelaskan suatu pola. *Veracity*, maksudnya adalah bahwa semakin akurat suatu data, semakin data tersebut mampu memberikan masukan untuk pengambilan keputusan. Dari keempat karakter utama *big data* tersebut, dapat dikatakan bahwa perusahaan swasta semakin membutuhkan sumber data yang reliabel dan dapat dipercaya, yang tidak lain adalah pemerintah. Bisnis *fintech* yang memutar begitu banyak uang di dalamnya, sangat membutuhkan keempat karakter ini jika ingin bertahan.

Menurut Ana Sofa Yuking, senada dengan Alvin Lie, saat ini terdapat urgensi untuk membentuk produk hukum untuk memberikan perlindungan terhadap data pribadi konsumen. Permenkominfo No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik menurutnya masih lemah (Yuking, 2018). Hal ini karena telah banyak terjadi penyalahgunaan data di masyarakat terkait dengan bisnis *fintech* tersebut. Kasus yang disebarluaskan oleh akun @hendralm adalah kasus nyata yang menjadi perhatian di Indonesia. Dirjen Dukcapil dalam hal ini mengatakan adanya praktik “pemulung data” yang praktiknya banyak dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Menurutnya, banyak warganet yang dengan sembarangan mengunggah data-data pribadinya seperti KTP dan nomor KK di media sosial. Data tersebut dapat digunakan oleh oknum pemulung data untuk mendaftarkan pinjaman atau kredit ke salah satu perusahaan *fintech*, sehingga sang

pemilik data dalam hal ini akan dirugikan karena harus membayar cicilan dari uang yang tidak pernah dipinjam.

Istilah “pemulung data” disematkan kepada oknum yang mengumpulkan data-data kependudukan, yang dengan sengaja maupun tidak sengaja dibagikan oleh warganet di media sosial ataupun platform berbagi di dunia maya lainnya. Menurut pengamat keamanan siber ESET, Yudhi Kukuh, saat ini pemulung data semakin merajalela mengincar warganet yang dengan sukarela mengunggah gambar KTP dan KK-nya. Warganet, menurutnya memiliki alasan yang bervariasi, namun umumnya dilakukan dengan niat menolong orang-orang yang kehilangan dokumen-dokumen seperti SIM, KTP, dan KK. Namun demikian, sayangnya informasi-informasi yang sensitif seperti alamat rumah dan NIK tidak dihitamkan agar tidak terlihat oleh khalayak (www.cnnindonesia.com, diakses 23 Januari 2020). Menurut pemilik akun @hendralm, Samuel Christian, oknum pemulung data membuat grup khusus di media sosial Facebook, dan melakukan aktivitas jual-beli di dalamnya. Untuk mengumpulkan data kependudukan sebagai komoditas dalam grup tersebut, setidaknya terdapat empat modus atau cara (www.news.detik.com, diakses 23 Januari 2020). Pertama, dengan menjalankan situs jual-beli daring yang mensyaratkan data pribadi untuk melakukan transaksi. Kedua, dengan modus informasi lowongan kerja yang juga mensyaratkan data KTP. Ketiga, dengan membuat aplikasi di Google yang mengatasnamakan Ditjen Dukcapil. Keempat, dengan modus pinjaman dana yang ditawarkan melalui layanan pesan SMS. Menurut Zudan, hal ini lagi-lagi terkait dengan bisnis *fintech* yang liar.

Kondisi ini tentu mengalihkan pandangan kita kepada eksistensi media sosial sebagai kanal arus informasi baru yang tidak saja memudahkan masyarakat untuk berinteraksi, namun juga mendorong masyarakat untuk membagi data-data pribadinya ke media sosial bahkan secara sukarela. Terkait dengan perilaku tersebut, Kusumawardhani dan Hanggoro (2018) melihat bahwa media sosial menjadi salah satu alternatif penyimpanan arsip digital bagi masyarakat masa kini (Kusumawardhani dan Hanggoro, 2018). Hal ini khususnya dilakukan oleh arsiparis perseorangan. Menurut Marie Scwirtlich, manusia

pasti menciptakan dan menyimpan arsip dalam kehidupannya, seperti buku harian, surat, tabungan, sertifikat, foto dan video (Kusumwardhani dan Hanggoro, 2018). Di media sosial, terjadi interaksi sosial yang hampir menyamai interaksi yang terjadi di kehidupan nyata. Warganet dapat mengobrol, mengomentari konten, bahkan membangun jaringan pertemanan dan bisnis. Di dalam proses interaksi tersebut, terdapat aktivitas pribadi yang terekam. Aktivitas yang terekam tersebut bahkan dapat memberitahukan pandangan pribadi, prasangka terhadap orang lain, bahkan preferensi politik serta kecenderungan selera produk. Dengan kata lain, media sosial melakukan pengarsipan terhadap segala interaksi yang terjadi di dalamnya.

Hal inilah yang menjadi esensi pembentuk karakter 4V dari *Big Data* yang telah disinggung sebelumnya. Media sosial saat ini digunakan oleh kurang lebih 60 juta orang di Indonesia dan merupakan yang terbesar keempat di seluruh dunia (www.kominfo.go.id, diakses 23 Januari 2020). Dengan kondisi tersebut, bisnis *e-commerce*, salah satunya *fintech* semakin merajalela. Ekonomi digital di Indonesia tercatat berkontribusi Rp 814 triliun atau 5,5% dari PDB di tahun 2018, dan membuka sedikitnya 5,7 juta lapangan pekerjaan atau 4,5% dari total keseluruhan tenaga kerja (www.katadata.co.id, diakses 23 Januari 2020). Dengan potensi tersebut, media sosial menjadi ladang subur bagi para pemulung data, khususnya data kependudukan. Dilihat dari karakter *volume*, jelas media sosial menyediakan begitu banyaknya data-data yang dapat diperjualbelikan. Dilihat dari karakter *velocity*, kecepatan para oknum pemulung data untuk segera memanfaatkan data tersebut melalui berbagai modusnya, memberikan keuntungan bagi para pebisnis di bidang *fintech*. Dilihat dari karakter *variety*, interaksi yang dilakukan di media sosial begitu beragam karena berasal dari berbagai kalangan. Namun, dari sisi *veracity*, kebenaran data dalam konteks pelanggaran penyalahgunaan data tentu masih dipertanyakan. Dengan demikian, data kependudukan yang saat ini telah tersebar di mana-mana dan menjadi komoditas bisnis, mengalami proses datafikasi.

Kesimpulan

Semakin berkembangnya pendayagunaan media sosial di masyarakat, memiliki potensi dan ancaman di saat yang sama. Di satu sisi, media

sosial berpotensi untuk menjadi corong demokrasi baru melalui praktik jurnalisme warga. Jurnalisme warga yang dipraktikkan oleh Alvin Lie dan Samuel Christian, merupakan bukti bahwa media sosial dapat menjadi kanal bagi warga negara untuk menyuarakan kepada pemerintah tentang ancaman yang dapat mengganggu kenyamanan dan keamanan masyarakat, khususnya dalam hal perlindungan data pribadi. Secara konseptual, konsep inhibisi dan konsep *skin ego* yang digunakan oleh Jacob Johanssen dapat menjelaskan perilaku berbagi dalam praktik jurnalisme warga yang dilakukan oleh Alvin Lie dan Samuel Christian tersebut. Dari konsep ini, kita dapat mengetahui bahwa media sosial merupakan kelanjutan dari natur manusia untuk saling berbagi.

Di sisi lain, media sosial telah menjadi lahan subur bagi para pemulung data untuk memperjualbelikan data pribadi yang secara sengaja dan tidak sengaja diunggah oleh warganet pengguna media sosial. Dari kasus penyalahgunaan data kependudukan yang diangkat sebelumnya, dapat menjelaskan sifat *big data* yang negatif. Platform media sosial menjadi wadah bagi masyarakat untuk menjadi media pengarsipan alternatif. Masyarakat menjadi cenderung menyimpan data-data pribadi, bukan hanya data administrasi namun juga pola interaksi yang terjadi di dalamnya. Kesimpulan aplikatifnya, adalah bahwa nilai kebersamaan dalam media sosial harus digunakan dalam koridor kontrol terhadap aturan-aturan yang dibuat pemerintah, yaitu sebagai kritik membangun agar masyarakat bisa mendapatkan manfaat dari informasi-informasi yang ada di internet, khususnya melalui media sosial. Hal ini tentu dapat meningkatkan mutu demokrasi di negara yang mengizinkan beroperasinya media sosial.

Daftar Pustaka

- Backhaus, Breukers Paukovic, dkk. (2011). *Sustainable lifestyles: Today's facts & tomorrow's trends*. Jerman: Wuppertal
- Dean, Jodi. 2010. *Blog Theory*. Polity
- Flew, Terry. (2014). *New Media: An Introduction*. South Melbourne: Oxford University Press

- Fuchs, Christian. (2014). "Digital prosumption labour on social media in the context of the capitalist regime of time". *Time & Society* 23 (1)
- Johanssen, Jacob. (2019). *Psychoanalysis and Digital Culture: Audiences, Social Media, and Big Data*. New York: Routledge
- Kurniawan, Afrizal. (2016). *Karakteristik dan Respon Audiens Penonton Tayangan Sinetron Tukang Bubur Naik Haji The Series*. Skripsi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung
- Kusumawardhani, Gayatri dan Bening Tri Hanggoro. 2018. "Media Sosial sebagai alternatif penyimpanan arsip digital pribadi". *Jurnal Kearsipan* Volume 13 Nomor 1
- Mitchell, W.J.T. dan Mark B.N. Hansen (ed.). (2010). *Critical Terms for Media Studies*. Chicago & London: The University of Chicago Press
- Røpke. (2009). *The role of consumption in global warming-an ecological economic perspective. Anthology on global warming*. Routledge.
- Suyanto. (2014). *Sosiologi ekonomi*. Jakarta: Prenada Media
- Syukri, Ahmad. (2017). "Pengaruh Media Massa Bagi Masyarakat". Diakses dari <https://medium.com/>, diakses pada 21 November 2019
- Yuking, Ana Sofa. (2018). "Urgensi Peraturan Perlindungan Data Pribadi dalam Era Bisnis *Fintech*". *Jurnal Hukum dan Pasar Modal* Vol. VII. Ed. 16
- "2 Perusahaan Pembiayaan Grup Astra Gandeng Dukcapil", diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read236856/2-perusahaan-pembiayaan-grup-astra-gandeng-dukcapi.html>, diakses pada 16 Januari 2019
- "14 Lembaga Keuangan Gandeng Dukcapil Manfaatkan Data Kependudukan", diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id>, diakses pada 21 Januari 2020
- "Apa saja bukti pengaruh media sosial kehidupan Anda", diakses dari <https://www.bbc.com/>, diakses pada 21 November 2019
- "ARPANET", diakses dari <https://searchnetworking.techtarget.com/>, diakses pada 13 Januari 2020
- "Teknologi Informasi dan Komunikasi", diakses dari <https://bpptik.kominfo.go.id>, diakses pada 13 Januari 2020
- "Alvin Lie: Yang Diberikan ke Swasta Bukan Akses Data, Tapi Akses Verifikasi", diakses dari <https://politik.rmol.id/>, diakses pada 17 Januari 2020
- "Bagaimana Pemerintah Memperlakukan Data Kependudukan Kita?", diakses dari <https://tirto.id/>, diakses pada 17 Januari 2020
- "Banyak Modus Pemulung Data e-KTP, Mendagri: Hati-hati Fintech Liar", diakses dari <https://news.detik.com>, diakses pada 23 Januari 2020
- "Disorot Ombudsman, Dukcapil Jelaskan 'Swasta Bisa Akses Data Penduduk'", diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-4634108/disorot-ombudsman-dukcapi-jelaskan-swasta-bisa-akses-data-penduduk>, diakses pada 16 Januari 2019
- "Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang", diakses dari <https://kominfo.go.id/>, diakses pada 23 Januari 2020
- "Lima Sektor Harapan Ekonomi 2020 di Tengah Kegagalan Global", diakses dari <https://katadata.co.id/>, diakses pada 23 Januari 2020
- "Ombudsman: Data Dukcapil untuk Mencegah Kejahatan atau Bisnis?", diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=fh0ePnJr-pc>, diakses pada 22 Januari 2020
- "Pengamat Ungkap Marak Profesi 'Pemulung Data' di Era Digital", diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/>, diakses pada 23 Januari 2020
- "Polisi Usut Jual-Beli Data KK dan NIK di Medsos", diakses dari <https://amp-kompas.com/>, diakses pada 11 November 2019
- "Viral Indikasi Jual-Beli Data Kependudukan hingga Dilaporkan, Begini Kronologinya", diakses dari <https://surabaya.kompas.com>, diakses pada 11 November 2019
- Conceptual Foundations*. [Atikel Weblog]. Diakses dari www.hoffmandonna.blogspot.com.