

GENERASI MILENIAL INDONESIA, MEDIA, DAN WARISAN BUDAYA

Oleh:

Asmyta Surbakti

Fakultas Ilmu Budaya – Universitas Sumatera Utara

mita_surbakti@yahoo.com

ABSTRAK

Generasi milenial Indonesia dipengaruhi dampak kemajuan teknologi media baik secara positif dan negatif. Akan tetapi, kenyataan menunjukkan dampak negatif lebih dominan di mana media internet digunakan untuk segala sesuatu yang bersifat pamer dan remeh-temeh khas milenial serta aktualisasi diri kering makna. Melalui penelitian para akademisi, milenial Indonesia dapat dijadikan kelompok subkultur dengan tujuan untuk mengasosiasikan ulang posisinya. Fenomena ini menarik dikaji dalam bidang kajian budaya (*cultural studies*) di mana kajian budaya diharapkan memberi pencerahan bagi masyarakat.

Metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode penelitian kualitatif. Sumber data primer diperoleh dari wawancara dengan tehnik wawancara terstruktur. Data sekunder diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, arsip pribadi, dan daring. Untuk menganalisis data penelitian digunakan teori budaya populer, kontra-hegemoni, dan teori dekonstruksi.

Hasil analisis menyimpulkan bahwa generasi Milenial Indonesia memiliki masalah dengan ranah ujaran dan bahasa serta memiliki sikap individualistis tinggi. Peran akademisi diharapkan untuk membantu mereka yang terhegemoni oleh sistem kapital sehingga lupa tanggung jawab sebagai generasi penerus bangsa. Dalam kajian budaya mereka disebut sebagai kelompok subkultur yang dalam konsepsinya memberi ruang bagi budaya populer atau perilaku yang dianggap menyimpang. Lima fungsi subkultur bagi akademisi kajian budaya diharapkan mampu membantu milenial dalam melibatkan diri dengan kehidupan global dan isu-isu pelestarian warisan budaya (*heritage*). Kekayaan warisan budaya dan kemampuan milenial Indonesia dalam teknologi media harus digunakan untuk membangun industri kreatif.

Kata kunci: *milenial Indonesia, media, kajian budaya, subkultur, dan warisan budaya.*

I. PENDAHULUAN

Manusia di dunia ini akan saling memengaruhi dan membentuk karakter yang sama karena melewati masa sosio-sejarah yang sama. Manusia era modern misalnya, berhasil dengan gemilang memperkenalkan narasi agungnya melalui jargon paham rasionalitas pemikitan Rene Descartes. Fenomena ini sangat menarik bagi para sosiolog Amerika

sehingga mereka membagi manusia menjadi sejumlah generasi yaitu seperti Generasi era depresi, Generasi Perang Dunia II, Generasi Pasca-PD II, Generasi X, Generasi Y (Generasi Milenial), lalu Generasi Z. Demikian juga dengan manusia pada masa Perang Dunia II dan manusia pasca Perang Dunia II pasti memiliki karakter yang berbeda meski saling mempengaruhi.

Generasi milenial merupakan generasi yang terbentuk setelah generasi tradisional, generasi *baby boomers*, dan generasi X. Dalam klasifikasi generasi di dunia, generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam kurun waktu tahun 1981 hingga awal tahun 2000an. Mereka lahir ketika teknologi canggih seperti gadget telah digunakan secara masif di ranah publik, mereka merupakan generasi melek informasi. Menurut Mannheim (dalam Putra, 2016: 125) generasi ini dikenal dengan generasi digital yang memiliki keinginan kuat untuk menjadi generasi yang hebat dibanding dengan generasi sebelumnya. Kualitas hidup generasi milenial tidak lepas dari tanggung jawab dan pengabdian orang tua mereka yang berasal dari generasi *baby boomer*.

Salah satu fakta mengenai generasi milenial yang menarik perhatian para psikolog adalah lebih egois atau *self-centered*. Sifat ini kemudian melatarbelakangi kemunculan kata 'narsisme' yang merujuk kepada perubahan kebudayaan kaum milenial. Terutama meningkatnya fokus individualisme sejak beberapa dekade terakhir. Contoh kongkret dari fakta ini bisa dilihat dari perilaku para orang tua dan masyarakat di Indonesia yang lebih menghargai prestasi individu anak dibanding prestasi anak sebagai seorang warga negara. Menggunakan waktu yang banyak dengan gadget membuat milenial memiliki masalah dengan ranah ujaran dan bahasa yang dalam istilah Lacan disebut dengan schizofrenia (Sarup, 2008).

Generasi milenial lahir di masa ekspansi perekonomian dunia sedang mengalami kemajuan. Mereka juga merupakan generasi pertama yang tumbuh sebagai anak dengan segudang aktifitas terjadwal. Generasi milenial merupakan generasi sangat identik dengan dunia globalisasi dan praktiknya. Mereka sangat mempercayai teknologi, oleh karena teknologi mampu menciptakan ruang kerja di mana saja dan kapan saja sesuai keinginan mereka. Generasi milenial merupakan generasi yang tidak terlalu menyukai dunia dan ruang pekerjaan konvensional. Mereka lebih menyukai pekerjaan yang memiliki arti bagi mereka. Pekerjaan yang mampu menghargai dan mewartakan visi, misi, serta inovasi yang mereka ciptakan. Mereka ingin mengembangkan pemikiran kreatif dalam dunia kerja dan mendukungnya dengan kemampuan akademisi yang tepat.

Saat ini generasi milenial mulai menjadi topik yang cukup hangat dibicarakan di kalangan masyarakat di pelbagai belahan dunia. Segala aspek yang bersinggungan dengan mereka menarik untuk dibahas seperti misalnya mulai dari aspek pendidikan, teknologi, moral dan budaya, hingga gaya hidup generasi milenial terutama yang tinggal di perkotaan. Para peneliti milenial lazim mengetahui bahwa karakteristik masing-masing individu dari generasi milenial memiliki perbedaan tergantung di mana ia dibesarkan serta strata ekonomi dan lingkup sosial keluarganya. Namun, pada umumnya mereka memiliki cara tersendiri dalam meluapkan ekspresi mereka lewat hiburan dan teknologi terutama internet.

Gambaran generasi milenial di Indonesia saat ini lebih didominasi oleh generasi yang lebih tidak peduli terhadap keadaan sosial di sekitar mereka seperti dunia politik ataupun perkembangan ekonomi di dalam negeri, terjadi krisis identitas para anak muda. Kebanyakan dari mereka hanya mempedulikan pengembangan pola hidup bebas dan hedonis serta memiliki visi yang tidak realistis dan terlalu idealis, yang penting bisa bergaya. Gergen dalam (Ibrahim, 2011) menjelaskan fenomena pergolakan identitas di tengah kepuangan nilai-nilai asing yang datang menyerbu dari segala penjuru ini sebagai dilema masyarakat postmodern.

Telah dijelaskan bahwa generasi milenial dibentuk oleh perkembangan teknologi informasi yang dalam perkembangannya bergerak dengan sangat cepat dan masif. Kita selayaknya menaruh empati yang mendalam kepada mereka karena mereka sebenarnya adalah korban teknologi. Dapat dibayangkan dampak terhadap mereka yang selalu hanya berkutat pada urusan up date status, chatting, text messaging, minat baca sangat rendah, hanya suka pada gambar-gambar pamer kemewahan, dan lain sebagainya. Karakteristik milenial yang individualistis, cukup mengabaikan masalah politik, mengagungkan nilai-nilai materialistis, dan kurang peduli terhadap sesama menjadi penting untuk dibicarakan dalam konteks Indonesia dalam hubungannya dengan MEA 2015 dalam kaitannya dengan isu-isu pelestarian warisan budaya.

Gaya hidup dan media yang menjadi kecenderungan kaum milenial Indonesia sangat menarik dikaji dari sudut pandang kajian budaya yaitu berkaitan dengan identitas. Identitas di sini dimaksudkan sebagai penanda perbedaan. Gaya hidup ini berhubungan dengan subkultur urban melek teknologi yang menikmati perkembangan musik, olah raga, dan kesukaan-kesukaan lainnya (Hartley, 2010). Oleh sebab itu, peran para akademisi kajian budaya sangat diperlukan untuk memberi solusi kepada para milenial Indonesia sebagai generasi penerus bangsa. Gaya hidup dan media yang menyerang kaum milenial Indonesia sangat menarik bila

dihubungkan dengan subkultur sebagai satu arena perjuangan untuk membela korban kapitalisme.

II. PEMBAHASAN

II.1 Milenial dan Media

Lazim diketahui maraknya budaya global dan gaya hidup pada era globalisasi sekarang ini menghasilkan homogenisasi budaya di mana para milenial yang lahir dan tumbuh di era booming internet membuat mereka memiliki interes yang sama. Interes yang sama dan paling menonjol adalah menjunjung pola hidup bebas, budaya pop/musik, yang penting bisa gaya, dan penggunaan teknologi. Tiada hari tanpa upload foto dengan aneka gaya, status di lokasi wisata, mall, foto makanan dan segala sesuatu yang bersifat remeh-temeh. Ya, mereka merupakan generasi tanggap dan cakap teknologi, penguasaan atas gadget seperti handphone sangat luar biasa.

Gambaran milenial di Indonesia tidak jauh dari apa yang dijelaskan Grossberg (dalam Barker, 2009) yang memaparkan konsep atau kategori ‘anak muda’ sebagai bagian penting dalam kajian budaya. Mereka sama-sama identik antara lain dengan isu-isu musik, gaya, dan ke-Amerikaan. Mereka direpresentasikan sebagai konsumen yang memanjakan diri dari *fashion*, suka bergaya, pelbagai aktifitas hiburan, pesta, dan lain sebagainya dengan sifat hanya untuk berhura-hura semata. Kelompok ini mewakili komodifikasi anak muda dengan dukungan penuh terhadap praktik penciptaan pasar konsumen yang terbentuk dari semangat hura-hura karena dukungan finansial cukup memadai dalam menunjang *lifestyle* sehari-hari.

Kaitan antara milenial dan media menimbulkan beberapa dampak negatif seperti yang lazim terlihat yakni kebiasaan memegang atau menggunakan perangkat ponsel di tempat-tempat umum. Salah satu ciri khas dari para milenial adalah mereka terbiasa untuk selalu terkoneksi dengan internet guna menjelajah beragam aplikasi di perangkat ponsel bahkan saat sedang melaksanakan aktifitas lain seperti makan misalnya. Kegiatan yang umum dilakukan saat terkoneksi dengan internet yakni permainan daring, *chatting*, atau sekedar memperbaharui status dan *check-in* di beragam media sosial. Bahkan komunikasi dalam sebuah keluarga menjadi terabaikan ketika anggotanya menggunakan perangkat ponselnya masing-masing di waktu yang bersamaan seperti gambar-gambar di bawah ini.



Gambar 1. Kegiatan Para Pengunjung Salah Satu Plaza di Kota Medan (Dok. Surbakti, 2018)

Kaitan antara milenial dan media tentunya tidak selalu menimbulkan dampak yang negatif. Apabila di gunakan dengan arif, media mampu mengubah generasi milenial menjadi generasi wirausaha kreatif yang mampu membuka lapangan pekerjaan baru bagi sesama. Nadiem Makarim (Go-Jek), William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison (Tokopedia), Achmad Zaky (Bukalapak), Andrew Darwis (Kaskus), dan Zainuddin Nafarin (Smadav) misalnya. Mereka adalah sebagian kecil dari generasi milenial yang berhasil menggunakan media internet sehingga menawarkan berbagai kemudahan bagi masyarakat dalam segala bidang. Bahkan aplikasi yang mereka ciptakan mampu bertahan dan bersaing dengan aplikasi sejenis pabrikan luar negeri. Mereka adalah bukti generasi milenial Indonesia yang berhasil menggunakan media dengan kreatif sehingga mampu menyumbang lapangan pekerjaan baru bagi bangsa.



Gambar 2. Beragam Aplikasi Karya Generasi Milenial Indonesia (Sumber: google)

Fenomena para milenial ini dapat dikategorikan sebagai kajian budaya populer dalam kajian budaya. Thornton menyebut mereka sebagai kelompok ‘subkultur’ di mana kebudayaan dipandang sebagai ruang atau tempat bagi budaya menyimpang untuk mengasosiasikan ulang posisi mereka atau untuk meraih tempat bagi diri sendiri atau kelompok (Thornton dalam Barker, 2009). Akan tetapi, perilaku para milenial sangat bertentangan dengan para subkultur karena para milenial tidak mampu mengisi fenomena jaman bahkan mereka merayakannya sehingga mereka lupa akan tanggung jawab dan eksistensinya sebagai generasi penerus bangsa. Dengan kemampuan teknologi media misalnya, mereka seyogianya diarahkan untuk lebih kreatif dalam bidang kebudayaan dan warisan budaya sesuai semangat Revolusi 4.0 yang sedang digalakkan pemerintah Indonesia.

II.2 Milenial dan Warisan Budaya

Cakupan kajian budaya seperti yang telah dijelaskan di atas, menaruh perhatian kepada kaum subkultur yang dalam tulisan ini dimaksud sebagai kaum milenial. Milenial di sini dapat dianggap sebagai korban atau kelompok terpinggirkan yang wajib dibela terkait masa depan mereka sendiri ataupun bangsa dan negara. Generasi milenial dalam pandangan kajian budaya yang disebut sebagai subkultur dalam konsepsinya memberi ruang bagi budaya (populer) atau perilaku yang dianggap menyimpang untuk mengasosiasikan ulang posisi mereka atau untuk meraih tempat bagi diri atau kelompok. Arus deras globalisasi dengan segala dampaknya terhadap para milenial di Indonesia dapat dikaunter atau sebagai kontra-hegemoni dan perlawanan budaya dominan yang erat mendekap para milenial.

Subkultur sebagai ruang kaunter para milenial Indonesia dapat dimaksudkan bagaimana mereka mengkonstruksi ulang posisi dalam masyarakat serta mampu menatap masa depan dalam dunia yang penuh persaingan. Sebagai awalan, kata *sub* dipahami sebagai

identitas dalam oposisi terhadap budaya dominan (Hartley, 2010). Milenial Indonesia sebagai subkultur sejatinya mampu meraih masa depan. Brake (dalam Barker, 2009: 343) menjelaskan lima fungsi subkultur untuk meraih masa depan seperti di bawah ini.

1. Menyediakan suatu solusi ajaib atas berbagai masalah sosio-ekonomi dan struktural;
2. Menawarkan suatu bentuk identitas kolektif yang berbeda dari sekolah dan kerja;
3. Memperoleh suatu ruang bagi pengalaman dan gambaran alternatif realitas sosial;
4. Menyediakan berbagai aktivitas hiburan bermakna yang bertentangan dengan sekolah dan kerja;
5. Melengkapi solusi bagi dilema identitas eksistensial.

Kepribadian manusia di perkotaan dan di pedesaan menurut penelitian para sosiolog tidak jauh berbeda, tidak ada perbedaan yang menyolok di antara keduanya (Horton and Hunt, 1999). Masyarakat pedesaan sebagai akibat kemajuan teknologi dan media juga sudah demikian berubah. Dengan demikian dampak media terhadap kepribadian para milenial pedesaan tidak jauh dengan gambaran kepribadian milenial perkotaan. Horton and Hunt (1999: 154) menjelaskan fenomena kepribadian urban ini sebagai berikut.

“kehidupan urban menciptakan kepribadian urban yang jelas berbeda, yakni kepribadian yang anomis, materialistis, berdikari (self-sufficient), impersonal, tergesa-gesa, dangkal, manipulatif, dan cenderung disertai perasaan tidak aman dan disorganisasi pribadi”.

Dalam kajian budaya, peran intelektual adalah memberikan proses pencerahan serta berada di balik gerakan emansipatoris dan melalui penelitiannya diharapkan menghasilkan perubahan sosial. Menurut Foucault seorang intelektual tidak mungkin lepas diri dari isu-isu demokrasi (Lubis, 2006). Oleh sebab itu, para intelektual harus lebih intens membicarakan para milenial Indonesia. Menurut Alvara Research Center (2017) data Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan 50% dari penduduk usia produktif Indonesia berasal dari generasi milenial yang pada tahun 2020 hingga 2030 jumlahnya diperkirakan mencapai 70%. Mereka memegang peran penting dalam pelbagai posisi 10 hingga 20 tahun mendatang di Indonesia (Ali dan Purwandi, 2017).

Hal tersebut di atas menjadi perhatian Dewan Riset Nasional (DRN) Indonesia melalui kebijakan tentang Bidang Sosial Humaniora dalam buku Agenda Riset Nasional 2016-2019 yang telah disosialisasikan di seluruh Indonesia. Disebutkan penguasaan

pengetahuan diharapkan dapat menghasilkan dan memanfaatkan hasil-hasil penelitian, pengembangan, dan desain penguatan kemasyarakatan yang mengutamakan pencapaian kesejahteraan berkeadilan bagi masyarakat, serta berdaya saing di era globalisasi (DRN 2016-2019, 2016: 121). Dibutuhkan masyarakat tangguh dalam mengatasi pelbagai perubahan kebudayaan, yaitu masyarakat aktif, kreatif, dan berkesenian serta inovatif yang perlu ditelaah dan dikembangkan.

Peran para akademisi tentu sangat diharapkan untuk membuat penelitian-penelitian yang diharapkan dapat membantu milenial Indonesia menyongsong masa depannya. Penguasaan teknologi dan media harus digunakan untuk dapat hidup bersaing di tataran global dalam gelombang peradaban manusia yang sekarang ini telah memasuki gelombang keempat peradaban dengan mengusung konsep ekonomi kreatif berbasis warisan budaya. Pemerintah Indonesia pada tahun 2007 telah mensosialisasikan pengembangan ekonomi kreatif berbasis seni, budaya, warisan budaya, dan ekonomi kepariwisataan (Surbakti, 2008). Hal ini terlihat sejalan dengan agenda DRN, milenial Indonesia diharapkan kontribusinya, dan penelitian para akademisi diharapkan tepat sasaran untuk membantu milenial tersebut.

Subkultur dan lima fungsi subkultur dalam meraih masa depan yang sudah dijelaskan di atas dapat digunakan sebagai patron. Ke lima fungsi tersebut adalah sebuah jaminan yang dapat memperbaiki milenial Indonesia untuk mengisi dan meraih masa depan serta dapat bersaing dan bertahan dalam tataran kehidupan global. Media sudah saatnya dijadikan tempat berekspresi dan aktualisasi diri ilmu pengetahuan dan ide brilliant bukan sebagai tempat mencari jati diri dalam pergaulan maya dan nyata. Bukan lagi berurusan akun dan profil semata serta tebar pesona kering makna. Kemampuan teknologi dan media milenial Indonesia harus bisa mengangkat warisan budaya dan dijadikan potensi dalam membangun perekonomian seperti misalnya, yang telah dilakukan Malaysia, Thailand, Jepang, Cina, Korea Selatan, Malaysia, bahkan Vietnam. Pariwisata Budaya sebagai wadah pelestarian warisan budaya dan pengembangan pariwisata memiliki peran strategis dalam MEA 2015.

Generasi milenial Indonesia harus bangkit sesuai semangat milenial yang sadar dengan kesempatan dan peluang di depan mata sesuai semangat posmodernisme yang mengusung warisan budaya luhur tinggalan leluhur. Sudah saatnya berpikir kritis, bangun ide dari warisan budaya dan industri kreatif. Banyak contoh yang dapat dilihat. Korea Selatan dengan revolusi budaya lewat K-Pop misalnya merupakan bukti nyata bagaimana para milenial mengangkat isu-isu warisan budaya yang diperkenalkan lewat media. Semangat

yang diusung Korea Selatan juga sangat bernafas kepada filsafat posmodernisme, yaitu berbasis warisan budaya lewat *tagline* “Connecting Between The Past, Present, and Future”.

III. Penutup

Dampak negatif media terhadap milenial Indonesia menjadi perhatian para peneliti milenial Indonesia. Dalam kajian budaya para intelektual di universitas diharuskan membela yang berkaitan dengan isu-isu demokrasi sehingga dampak media bagi milenial penting untuk dibicarakan. Kelompok subkultur merupakan wadah di mana para milenial dapat diarahkan untuk lebih menaruh perhatian terhadap isu-isu pelestarian warisan budaya yang sedang menjadi kecenderungan global. Lima fungsi subkultur ditengarai dapat membantu mereka untuk meraih masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., dan Purwandi, L. 2017. *The Urban Middle-Class Millennials Indonesia: Financial and Online Behaviour*. PT. Alvira Strategi Indonesia: Jakarta.
- Barker, C. 2009. *Cultural Studies Teori & Praktik (terjemahan)*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Lubis, A. Y. 2006. *Dekonstruksi Epistemologi Modern: Dari Posmodernisme, Teori Kritis, Poskolonialisme Hingga Cultural Studies*. Jakarta: Pustaka Indonesia Satu.
- Surbakti, A. 2008. “Pusaka Budaya dan Pengembangan Pariwisata di Kota Medan: Sebuah Kajian Budaya”, disertasi (doktor/S3), Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Dewan Riset Nasional. 2016. “Agenda Riset Nasional 2016-2019”.
- Hartley, J. 2010. “Communication, Cultural, and Media Studies: Konsep Kunci” (terjemahan). Yogyakarta: Jalasutra.
- Horton, P, B. dan Hunt, C, L. 1999. *Sosiologi (terjemahan)*. Jakarta: PENERBIT ERLANGGA.
- Ibrahim, I, S. 2011. *Kritik Budaya Komunikasi: Budaya, Media, dan Gaya Hidup dalam Proses Demokratisasi di Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Putra, Y. S. 2016. *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*. Jurnal Among Makarti STIE AMA Salatiga Vol. 9, No. 18, Desember 2016.
- Sarup, M. 2008. *Panduan Pengantar untuk Memahami Postrukturalisme & Posmodernisme*. Yogyakarta: Jalasutra.