

budaya digital

by Lian Agustina

Submission date: 27-Sep-2019 08:32PM (UTC+0700)

Submission ID: 1181268662

File name: BUDAYA_DIGITAL_DAN_LITERACY_MEDIA_BARU_GENERASI_MILENIAL.docx (43.61K)

Word count: 3651

Character count: 24751

Budaya Digital dan Literasi *New Media* Generasi Milenial

17

Lian Agustina Setiyaningsih

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Merdeka Malang

Muhammad Hanif Fahmi

Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Merdeka Malang

Sri Hartini Jatmikowati

Ilmu Administrasi Publik, FISIP, Universitas Merdeka Malang

lian.agustina@unmer.ac.id

Abstrak

Teknologi komunikasi membawa perubahan tersendiri dalam membentuk budaya baru. Sehingga terbetuklah konsep masyarakat teknologi dan informasi. Dalam konsep baudrilard, dahulu budaya baru terbentuk karena aspek bahasa. Namun, saat ini budaya baru muncul dikarenakan adanya arus besar dalam penggunaan media baru yang berbasis digital. Kaum muda yang kerap diistilahkan generasi milenial merupakan pengguna aktif dan masif dari media sosial yang merupakan produk media baru. Transformasi kognitisi, afeksi dan psikomotorik sudah terwadahi melalui masifnya penggunaan media baru. Termasuk terjadinya pergeseran dalam literasi media oleh generasi milenial. Dari fenomena tersebut, secara otomatis terbentuk budaya baru yakni budaya digital. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan studi literatur. Dari hasil kajian literatur yang ada bahwa terciptanya budaya digital tidak serta merta diikuti oleh keterbukaan informasi dan literasi media pada generasi milenial. Budaya digital yang terbangun berasal dari tingginya intensitas penggunaan media baru baik media sosial maupun media digital lainnya. Tantangan yang dihadapi generasi milenial dalam mengaplikasikan literasi media adalah memahami konten dengan kritis terutama dalam memahami konten. Dalam budaya literasi terdapat praktik pemusatan kegiatan yang berbasis internet dan menggunakan media digital. Budaya konvensional kaum muda lambat laun semakin bergeser menuju budaya yang lebih praktis dan modern. Budaya digital adalah budaya teks yang berkesinambungan, seperti : komodifikasi, konsumerisme, gaya hidup, eksistensi di media sosial, tindakan instan. Sub kultur budaya digital : teknokratis (*tekno-meritocratic*), *hacker*, komunitas virtual dan entrepreneurial. Keempat sub kultur tersebut memiliki korelasi dengan literasi media. Kegagalan literasi oleh generasi milenial membawa gear budaya.

Kata kunci : Budaya Digital, Literasi Media Baru, Generasi Milenial

Abstract

Communication technology brings its own changes in forming a new culture. So that formed the concept of technology and information society. In the concept of baudrilard, once a new culture was formed because of the language aspect. However, at this time a new culture emerged due to the large current in the use of new digital media. Young people who are often termed millennial generation are active and massive users of social media which are new media products. Cognitive, affective and psychomotor transformations have been contained through the massive use of new media. Including the shift in media literacy by millennial generation. From this phenomenon, a new culture is automatically formed namely digital culture. The research method used is qualitative descriptive with literature study. From the results of existing literature studies that the creation of digital culture is not necessarily followed by information disclosure and media literacy in millennials. The built-in digital culture stems from the high intensity of the use of new media both social media and other digital media. The challenge faced by millennial generation in applying media literacy is to understand content critically, especially in understanding content. In literacy culture there is a practice of centralizing activities that are internet based and use digital media. The conventional culture of young people is gradually shifting towards a more practical and modern culture. Digital culture is a culture of continuous texts, such as: commodification, consumerism, lifestyle, existence on social media, instant action. Digital culture sub-culture: technocratic (techno-meritocratic), hackers, virtual and entrepreneurial communities. The four sub-cultures have a correlation with media literacy. The failure of literacy by millennial generations brings cultural shock.

Keywords: Digital Culture, New Media Literacy, Millennial Generation

PENDAHULUAN

Media mainstream telah mengalami metamorfosa hingga pada level evolusi media. Dengan adanya internet, evolusi media semakin tajam terlihat membawa dampak perubahan sosial yang signifikan. Peristiwa bergesernya media mainstream ke media baru yang berbasis internet, turut juga menggeser kebiasaan manusia yang analog menjadi digital. Perubahan budaya konvensional bergeser menjadi budaya digital yang semua berpusat pada internet. Tindakan komunikasi tatap muka semakin tereduksi dan tergantikan oleh komunikasi dengan menggunakan media yang berbasis internet. Kelebihan media baru adalah dapat mengatasi permasalahan tentang dimensi ruang dan waktu, pesan lebih cepat sampai, lebih efisien dan biaya yang digunakan sangat murah.

Praktik interaksi sosial masyarakat di atas membawa karakter baru yakni masyarakat teknologi informasi. Dimana masyarakat saat ini selalu mengandalkan teknologi untuk mendapatkan informasi. Tawaran pemikiran baru yang telah masuk ke dalam kebiasaan masyarakat teknologi informasi memfokuskan pada kecepatan pesan yang melibatkan teknologi komunikasi. Media yang mendukung eksistensi masyarakat teknologi informasi adalah media yang mampu menyampaikan, mengakses dan merespon pesan dan informasi pada saat yang bersamaan. Generasi milenial memiliki kondisi paling dekat dengan ketergantungan dalam penggunaan media baru. Penggunaan jejaring sosial yang tercatat (2015) menyebutkan beragamnya aplikasi yang dimanfaatkan dan dikonsumsi oleh anak muda.

Tabel 1. Prosentase Penggunaan Internet

Aktifitas Internet	Prosentase
Aplikasi/Konten Media Sosial	87,4%
Searching	68,7%
Messaging	59,9%
Berita	59,7%
Download/Upload Video	27,3%

Sumber : olahan data penelitian APJII

Perubahan sosial tersebut tidak secara otomatis memunculkan literasi di kalangan milenial. Kalangan milenial merupakan pengguna aktif media baru, bahkan mereka menganggap identitas di dunia maya menjadi identitas nyata mereka. Literasi media baru tidak tercipta secara otomatis dengan beralihnya kehidupan menjadi budaya digital. Downy & Fenton (2003), menyebutkan bahwa literasi media baru dianggap sebagai keterampilan komunikasi dalam penerimaan informasi sekaligus kemampuan mereka dalam menggunakan perangkat teknologi.

Transformasi kognitisi, afeksi dan psikomotorik sudah terwadahi melalui masifnya penggunaan media baru. Termasuk terjadinya pergeseran dalam literasi media oleh generasi milenial. Budaya digital di kalangan milenial terlihat dari gaya hidup terutama saat melakukan konsumsi informasi dan teknologi. Generasi milenial sudah tergolong dalam masyarakat teknologi informasi, dimana mereka sudah memasuki fenomena *global village*. Bahwa peristiwa yang dekat secara fisik dengan mereka belum tentu menjadi hal penting, namun sebaliknya peristiwa yang jauh dari mereka dan terhubung dengan menggunakan media baru justru menjadi bagian terpenting. Hal ini dikarenakan segala kebutuhan gaya hidup telah didukung oleh media baru yang berasas disonansi kognitif. Media baru dapat

membantu melakukan eksplorasi kognitif sebab menggunakan pendekatan kognitif dan berbasis pada kecerdasan buatan.

Sarwono (2002) kognitif dalam dimensi manusia melihat informasi menjadi sumber perilaku dan sikap manusia. Jika dilihat dari teori kognitif, fenomena literasi media oleh generasi milenial dalam penggunaan media, mereka membentuk persepsi di lingkungannya tidak sekedar dari alat indra, akan tetapi memberikan makna pada suatu objek menjadikan awal dari perilaku literasi mereka. Sehingga benang merah yang menyambungkan antara penggunaan media, literasi dan budaya digital adalah kesadaran generasi milenial dalam memanfaatkan media baru untuk kebutuhan informasi dan teknologi.

Hasil kajian penggunaan media baru Triono, dkk (2017) website sebagai produk dari media baru mampu memenuhi kebutuhan kalangan muda. Website menyediakan ruang dialog terfokus melalui sarana untuk membangun diskusi melalui internet maupun tatap muka dengan publik. Selain itu kalangan muda bisa dengan mudah menemukan informasi secara utuh dalam mengakses sebuah website. Kristiyono (2015) juga menjelaskan dari hasil penelitiannya penggunaan media baru secara berlebihan menimbulkan masalah berupa perubahan perilaku hingga kriminalisasi di dunia maya. Selanjutnya, budaya baru yang muncul adalah sinergi dari 4 budaya yaitu, budaya teknokratis, *hacker*, *virtual communitarians* dan *entrepreneurial*. Permasalahan mengenai budaya baru dapat diatasi melalui menumbuhkembangkan literasi media di kalangan milenial.

Kompleksnya permasalahan generasi milenial dalam penggunaan media baru dikarenakan adanya gegar budaya, terutama pada cara mereka menerima, memaknai dan decoding informasi. Budaya baru yang berupa budaya digital tidak serta merta bisa diterima sepenuhnya oleh kalangan milenial. Sebab, penerimaan budaya bergantung pada kesiapan individu dalam menerima dan mengalami perubahan sosial. Hal yang paling kentara adalah dari cara mereka memaknai nilai budaya digital, kebiasaan kecil misalnya dalam mengerjakan tugas sekolah atau kuliah mengandalkan *search engine* google. Sikap ketergantungan ini melahirkan budaya baru di kalangan milenial yakni memindahkan semua data dari *search engine* tanpa melakukan pengolahan. Hal ini mengakibatkan tingginya tingkat plagiasi di dunia pendidikan.

Fenomena di atas merupakan salah satu contoh dari bergesernya budaya konvensional penggunaan media menuju budaya digital yang melekat penyimpangan sosial. Media sosial yang juga menjadi produk media baru turut andil dalam membentuk budaya baru pada generasi milenial. Media sosial berperan sebagai etalase dan perwajahan individu dalam berinteraksi. Sehingga identitas dalam melakukan interaksi bukan dari fisik manusia yang ada, namun melainkan dari identitas virtual. Budaya komunikasi tatap muka sudah tergeser melalui penggunaan aplikasi whatsapp, pengguna dapat dengan mudah mengirim informasi tanpa menunggu kehadiran dari komunikan ataupun komunikator.

Dari kajian yang telah ada mengenai media baru dan literasi, studi ini memiliki kebaruan dalam melihat kaitan perkembangan budaya digital yang dianggap sebagai budaya baru dengan literasi di kalangan milenial. Tujuannya adalah mengetahui korelasi budaya digital dan literasi media sekaligus menganalisis dampak gegar budaya di kalangan milenial atas penggunaan media baru. Literasi media dan budaya digital menjadi tantangan sekaligus permasalahan bagi generasi milenial. Sebab, penggunaan media baru memiliki dampak secara langsung kepada penggunanya. Filter yang mampu menjaga noise maupun

distorsi dalam komunikasi media baru selain individu juga kontribusi lingkungan sosial dalam menanamkan nilai.

METODE

Artikel ilmiah ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan studi kepustakaan. Riset ini berdasarkan kajian literatur dan analisis terhadap permasalahan yang berkembang di masyarakat. Objek penelitiannya berupa permasalahan di kalangan generasi milenial mengenai munculnya budaya digital dan penerapan literasi media baru. Hal ini dikarenakan belum siapnya generasi milenial dalam menyambut budaya digital, terlihat dari belum sepenuhnya mereka bisa melakukan literasi media. Analisis penelitian ini melalui kajian pustaka dengan membaca dan menganalisa fenomena, konsep, teori tentang budaya digital, literasi media, media baru sehingga pada akhirnya dapat menghasilkan kesimpulan. Riset ini juga mengacu pada metodologi model Vom Brocke, dkk (2009). Studi ini mengandalkan kekuatan literatur dan dokumen untuk menganalisis fenomena di atas. Metode ini menggunakan lima tahap kerangka berpikir antara lain : 1) mendefinisikan fenomena, 2) membenturkan fenomena dengan konsep dan teori, 3) menambahkan literatur penelitian yang berkaitan, 4) analisis dan sintesis literatur, 5) menetapkan kesimpulan kajian literature.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya Baru - Budaya Digital

Rogers (2003) evolusi komunikasi berkontribusi besar pada perubahan media (mediamorfosis), dalam periode yang cukup singkat mediamorfosis terjadi karena perubahan teknologi oleh agen yang memiliki pengaruh besar terhadap semua individu, waktu dan realitas itu sendiri dengan adanya media baru (*new media*) yang muncul dan tersebar ke seluruh dunia. Perubahan pola komunikasi tatap muka menjadi termediasi membawa dampak besar atas terciptanya budaya *cyber* (*cyberculture*) dalam lingkungan *cyber* (*cyber space*).

Kultur media digital sejalan dengan pemikiran McLuhan, dimana terciptanya peradaban baru yang ditengarai dengan budaya baru. Fenomena tersebut merubah tatanan kehidupan sosial masyarakat Indonesia, yang paling terdampak adalah generasi milenial. Tahun 1960, McLuhan menggambarkan mozaik yang dimunculkan oleh teknologi baru pada saat itu sebagai antithesis terhadap zaman tipografik sehingga terciptanya *global village* (Fidler, 1997).

Kondisi di atas terjadi hingga saat ini, media mainstream bernetamorfosa menjadi media baru berbasis teknologi. Kemunculan media ini membawa dampak luar biasa dalam bentuk budaya baru yakni budaya digital. Bentuk dari budaya digital memiliki konsekuensi dalam kehidupan generasi milenial. Konsekuensinya berupa kekuasaan yang mengontrol peran serta fungsi media baru. (Straubhar, 2002; Wuryanta, 2004) Penguasaan dan hegemoni informasi selalu terjadi disetiap proses produksi, konsumsi dan distribusi pesan dari media baru. Semakin berdampak karena generasi milenial memiliki intensitas tinggi atas pertukaran dan penggunaan teknologi komunikasi. Globalisasi juga turut berkontribusi dalam perkembangan budaya digital, dimana industrialisasi dan teknologi komunikasi menjadikan media baru sebagai komodifikasinya.

8 Setyaningsih (2019) dalam risetnya menjelaskan komodifikasi media baru terhadap waktu luang ibu rumah tangga pengguna media baru bisa dilihat dari bergesernya aktifitas

primer dari dunia aktual mereka ke dunia maya. Komodifikasi ini membentuk gaya hidup baru merupakan budaya digital, dimana ibu rumah tangga pengguna grup whatsapp mentransformasi aktifitas penyebaran informasi konvensional menjadi digital. Tidak hanya penyebaran informasi, pemenuhan kebutuhan barang maupun jasa menjadi lebih mudah dan cepat saat mengakses media baru. Sehingga konsumerisme juga menjadi bagian dari budaya digital. Selain itu, eksistensi di media sosial merupakan bagian dari budaya digital dengan membuat identitas digital di akun media sosial.

Kondisi yang sama berlaku pada generasi milenial, budaya digital menempatkan anak kalangan milenial menjadi pengguna atau penonton yang kosong yang dibanjiri informasi. Kenyamanan sosial semacam ini sekaligus menjadi rimba informasi digital yang membuat ruang personal dan privat yang semakin sempit. Wuryanta (2004) reduksi digitalistik dalam ruang pribadi masyarakat tidak menutup kemungkinan menimbulkan kehampaan baru atas proses pemaknaan realitas yang seharusnya dilakukan oleh setiap pribadi. Melissa (2010) Budaya digital adalah budaya teks yang berkesinambungan. Teknologi digital membuka kemungkinan tentang fleksibilitas dan kesempatan bagi pengguna untuk mengkonsumsi sekaligus memproduksi kembali teks dalam media. Budaya teks memiliki korelasi dengan gaya hidup yang lebih modern, terbuka, bebas dan dinamis, sesuai dengan karakteristik generasi milenial.

Castel (2001) budaya digital terdiri dari budaya teknokratis (*tekno-meritocratic*), budaya *hacker*, budaya komunitas virtual dan budaya entrepreneurial. Secara bersama-sama, keempat struktur lapisan budaya tersebut memberikan kontribusi yang besar pada nilai positif dan negatif yang terkandung dalam budaya digital di kalangan milenial. Teknokratis merupakan budaya digital muncul dalam dunia akademik dan sains. Dalam konteks nilai positif, inovasi dengan mudah dibuat sedangkan dalam nilai negatif generasi milenial memiliki kebiasaan *shortcut* atau instan dalam pemanfaatan *search engine*.

Sub budaya *hacker*, terciptanya *mindset* teknologi bisa diakses oleh semua orang. Fenomena penggunaan media sosial generasi milenial, memiliki kebiasaan dengan bebas mengekspos identitas dan hal privat dalam akun media sosial. Sehingga batas ruang privat dan publik menjadi samar. Sedangkan komunitas virtual, gaya hidup berkembang tergantung pada komunitas virtual yang dominan. Perilaku komunal yang seperti ini menimbulkan kebutuhan baru yang dengan mudah ditangkap oleh pengembang teknologi. Seperti misalnya penggunaan aplikasi hiburan karaoke maupun lipping yang banyak diminati generasi milenial. Hal ini berdampak pada bergesernya fungsi dominan media yang awalnya memberikan informasi dan edukasi menjadi fungsi hiburan.

Sub budaya digital yang lainnya adalah entrepreneurial, menciptakan peluang sekaligus tantangan dalam gaya hidup generasi milenial. Melalui sub kultur ini, generasi muda bisa dengan mudah berjejaring untuk membuat bisnis platform dengan untung yang besar. Namun, di sisi lain bagi milenial yang tidak belum bisa melakukan literasi media mereka akan menjadi korban dalam commerce. Seperti misalnya meningkatnya konsumerisme terhadap segala inovasi, disibukkan dengan mental konsumsi dari pada produksi.

Literasi Media Baru

Sejak tahun 1960-an, istilah literasi media sudah diperkenalkan di kajian media dan komunikasi, menekankan pada pengajaran tentang menggunakan media daripada melalui media. Istilah literasi merujuk pada perkembangan teknologi informasi, lebih spesifiknya merujuk pada media massa. Bergesernya media arus utama menjadi media baru juga mempengaruhi perubahan terminologi literasi media yang dikolaborasi dengan literasi digital. Wahid (2017) menyebutkan bahwa literasi media identik dengan literasi digital sebab memiliki korelasi dalam pemanfaatan media digital. Literasi media diartikan sebagai praktik pengguna media lebih khususnya komunikasi atau audiens dilihat dari kapasitas dan kompetensi dalam memaknai dan memanfaatkan media. Memanfaatkan media bisa dimaknai dari proses produksi, konsumsi serta transformasi ke masyarakat.

Penggunaan media baru merupakan bentuk partisipasi aktif generasi milenial dalam transformasi informasi. Akan tetapi bentuk partisipasi aktif tidak dibarengi dengan literasi media. Sub kultur digital membawa nilai negatif dan positif bagi pengguna media baru. Nilai atau dampak negatif muncul jika kondisi generasi muda tidak memiliki kemampuan untuk melakukan literasi media. Literasi media berfungsi sebagai tindakan filter atas nilai dari konten yang diakses melalui media baru. Kebebasan penggunaan media baru yang berlebihan juga berdampak terhadap gaya hidup baru seperti misalnya konsumerisme, eksistensi yang tidak sehat.

Kemampuan seseorang dalam penggunaan media diawali dengan adanya pendidikan media, pendidikan secara formal dan pendidikan informal. Khusus pendidikan informal ini yang memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memberikan pendidikan media untuk seseorang karena melalui pendidikan yang dilakukan dalam kehidupan keluarga, bagaimana etika dan nilai-nilai itu diberikan secara informal hingga memberikan pengetahuan dalam interaksi komunikasi menggunakan media secara bijak dan baik itu merupakan cara yang terbaik, optimal dan lebih personal kepada tiap individu atau pribadi untuk membentuk media literasi yang baik (Carlsso, 2008).

Praktik Komodifikasi yang dibantu teknologi informasi merupakan konvergensi media baru. Ditambah lagi dengan budaya digital yang membuka banyak kesempatan baru dalam mengakses konten media baru secara bebas. Mengingat hal tersebut, literasi media sangat dibutuhkan bagi kalangan milenial agar proses konsumsi dan produksi media menjadi lebih sehat. Selain itu, budaya digital yang tercipta menjadi budaya yang membawa dampak positif dan inovatif bagi generasi milenial. Kurnianingsih, dkk (2017) Literasi media tidak hanya menekankan pada penerapan strategi penelusuran dan pemanfaatan informasi serta kemampuan mengakses informasi. Namun, kemampuan evaluasi sumber informasi dan konten media baru menjadi bagian untuk melek media bagi generasi milenial. Keseluruhannya didapatkan dari pendidikan keluarga, komunitas, serta lingkungan sosial. Di lingkungan sekolah melek media didukung melalui program budaya membaca, menulis, mengolah, dan mengevaluasi informasi pada era digital.

Konflik sosial yang muncul saat literasi media baru tidak terealisasikan di kalangan milenial adalah gagalnya pemahaman atas fungsi komunikasi. Sehingga menciptakan pengaruh buruk yakni generasi Z yang juga disebut milenial gagal melakukan pemaknaan secara kontekstual. Akibatnya banyak konten negatif yang diproduksi dan dimaknai oleh audiens. Seperti misalnya kekerasan dengan cara *bullying*, pencemaran nama baik, bahkan tindakan kriminalitas lainnya. (DeLisi et al., 2013; Ferguson, 2013).

Gegar Budaya Digital di Kalangan Milenial

Generasi Z juga tergolong dalam generasi milenial, mereka merupakan sasaran empuk dari budaya konsumeris digital. Kritik terhadap perkembangan teknologi adalah munculnya *shock culture* (gegar budaya) antar generasi. Perbedaan latar belakang, pengalaman, referensi serta usia menjadi faktor penentu hasil penerimaan informasi dari media baru. Begitu juga dalam hal literasi media, faktor di atas turut menyumbang tingkat literasi media. Budaya digital berkuat pada budaya teks yang dikonsumsi dari media baru (Bassiouni, 2014).

Belum terealisasinya literasi media menimbulkan masalah baru di kalangan milenial. Gegar budaya menjadi tantangan dan hambatan baru muncul dikarenakan benturan atau gesekan budaya antara generasi milenial dengan generasi sebelumnya. Pertentangan nilai menjadi fokus dari konflik yang disebabkan oleh media digital. Permasalahan yang muncul berupa dinamika komunikasi antar generasi *global village* ke budaya *cyber culture* dan literasi media beda generasi. Pergeseran budaya tidak hanya berasal dari nilai sosial yang disepakati, sesuai dengan konsep Baudrillard budaya bergeser karena hegemoni bahasa. Budaya digital yang ada merupakan akumulasi dari budaya teks yang pemaknaannya sangat bergantung pada komunikasi.

Ketidaksiapan generasi milenial atas perubahan budaya menjadikan terciptanya gegar budaya. Tindakan menyimpang menjadi dampak negatif atas kekegetan yang ditimbulkan dari perubahan budaya. Contoh kasus yang dengan cara *bullying*, pencemaran nama baik, bahkan tindakan kriminalitas lainnya (DeLisi et al., 2013; Ferguson, 2013).

Dari riset oleh APJII (2015) menarik untuk dikaji 49% yang mengakses media baru berusia 18-25 tahun dari penduduk di Indonesia. Usia ini termasuk dalam golongan produktif dan milenial. Kappas (2011) Pada usia produktif, internalisasi nilai yang diadopsi dari konten di media baru mengandung nilai budaya dan sosial seperti norma (*deontological values*). Secara ideal konsep *deontological values* menuntut kepatuhan dan kesadaran pengguna atas norma dan nilai yang terkonstruksi dalam lingkungannya.

Dahlan (2000), kombinasi antara media baru dan budaya digital menciptakan percepatan dan pembuatan jaringan baru. Artinya informasi bersifat eksponal, dimana menuntut generasi milenial untuk memiliki kemampuan literasi. Ini disebabkan generasi milenial dibanjiri informasi dalam waktu yang singkat, seperti analogi gelas yang terisi air hingga tumpah. Gambaran tersebut merupakan bentuk dari gegar budaya, dimana informasi merupakan komodifikasi yang bisa berhubungan dengan aspek kehidupan.

SIMPULAN

1. Budaya digital adalah budaya teks yang berkesinambungan. Bentuk Budaya digital : komodifikasi, konsumerisme, gaya hidup, eksistensi di media sosial, tindakan instan. Praktik Komodifikasi yang dibantu teknologi informasi merupakan konvergensi media baru dan budaya digital.
2. Sub kultur dari budaya digital meliputi teknokratis (*tekno-meritocratic*), budaya *hacker*, budaya komunitas virtual dan budaya entrepreneurial. Setiap sub kultur melekat nilai dan dampak positif serta negatif bagi generasi milenial.
3. Literasi media baru merupakan tindakan filter bagi generasi milenial. Literasi media baru mengerucut pada keterampilan komunikasi dalam melakukan tindakan menerima informasi dan menggunakan perangkat teknologi.

- Gegar budaya merupakan produk dari ketidaksiapan generasi milenial dalam menggunakan media baru. Pintu masuk dari gegar budaya adalah tidak terealisasinya literasi media, sebab budaya digital merupakan budaya teks yang membutuhkan kesiapan mentalitas dan mindset untuk menghadapi hegemoni bahasa dari konten di media baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Bassiouni Dina H., & Hackley, Chris. 2014. 'Generation Z' children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of customer Behaviour* Volume 13. <https://sci-hub.tw/10.1362/147539214X14024779483591>
- Carlsson Ulla, et all. 2008. *Empowerment Through Media Education: An Intercultural Dialogue*. Nordicom. Goteborg University, Sweden.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy: Reflection on the Internet*. Business and Society. Oxford University Press, New York. Downey, John and Natalie Fenton. 2003. *New Media, Counter Publicity and the Public Sphere*. Sage Journals Publication, Volume 5 (2). Diakses dari <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444803005002003>
- Dahlan, Alwi. 2000. *Perkembangan Industri dan Teknologi Media*, makalah untuk pelengkap kuliah Industri dan Teknologi Komunikasi Semester Genap 1999/2000, Jakarta: Universitas Indonesia.
- DeLisi, M., Vaughn, M.G., Gentile, D.A., Anderson, C.A., & Shook, J.J. (2013). *Violent Video Games, Delinquency, and Youth Violence: New Evidence*. *Youth Violence and Juvenile Justice*, 11(2), 132-142. DOI : 10.1177/1541204012460874
- Kappas Arvid and Krammer Nicole C. (2011). *Face to Face Communication over the Internet*. Cambridge University Press, London.
- Melissa, Ezmieralda, 2010. *Budaya Digital Dan Perubahan Konsumsi Media Masyarakat*. <http://repository.ut.ac.id/2267/> Universitas Terbuka.
- Fidler, Roger. (1997). *Mediamorfosis: Understanding New Media*. Pine Forge Press. Thousand Oaks.
- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of Innovation*, Macmillan Publishing, New York.
- Kristiyono, Jokhanan. 2015. *Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat*. *Jurnal SCRIPTURA*, Vol. 5, No. 1, Juli 2015, 23-30. <http://scriptura.petra.ac.id/index.php/iko/article/view/19386>. DOI: 10.9744/scriptura.5.1.23-30
- Kurnianingsih, Indah, dkk., 2017. *Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital bagi Tenaga Perpustakaan Sekolah dan Guru di Wilayah Jakarta Pusat Melalui Pelatihan Literasi Informasi*. *Indonesian Journal of Community Engagement. Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, Vol. 3, No. 1, September 2017. <https://journal.ugm.ac.id/jpkm/article/view/25370/18954>. DOI : 10.22146/jpkm.25370
- Sarwono, S. W. 2004. *Psikologi remaja*. Edisi revisi 8. Jakarta : Raja Grafindo Pustaka.
- Setyaningsih, Lian Agustina, & Jatmikowati, Sri Hartini. 2019. *Media Baru Dalam Komodifikasi Waktu Luang Ibu Rumah Tangga*. *Ettisal Journal Of Communication*

- ¹¹
Vol. 4, No. 1, June 2019.
https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/ettisal/article/view/3069/pdf_27. DOI :
¹10.21111/ettisal.v2i2.3069.
14. Straubhaar, Joseph dan Robert La Rose. 2002. *Media Now: Communication Media in the Information Age*: Australia: Wadsworth ³
15. Triono, Maulid Agung., Setyaningsih, Lian Agustina. 2017. *Desain Disonansi Kognitif Sebagai Faktor Anteseden Untuk Penguatan Kualitas Informasi Pada Website*. Seminar Nasional Sistem Informasi 2017, 14 September 2017 Fakultas ³ Teknologi Informasi – UNMER Malang.
<https://jurnalfiti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/11/5>
16. Wahid, Abdul dan Dhinar Aji Pratomo. 2017. *Masyarakat dan Teks Media (Membangun Nalar Kritis Masyarakat pada Teks Media)*. Malang: UBPress. ⁶
17. Wuryanta, AG. Eka Wenats. *Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 1 No 2 2004.
¹²
<http://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/view/163/247>
18. vom Brocke, J., Simons, A., Niechaves, B., Plattfaut, R., & Clevén, A. 2009. *Reconstructing The Giant: on The Importance of Rigour in Documenting The Literature Search Process*. *ECIS 17 European Conference on Information System* (p. 2-13)
19. <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>, diakses terakhir 13 Mei 2015

budaya digital

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	adoc.tips Internet Source	1%
2	www.tandfonline.com Internet Source	1%
3	jurnalfti.unmer.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to 60892 Student Paper	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
6	journal.walisongo.ac.id Internet Source	1%
7	munzirujier.blogspot.com Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	1%
9	Submitted to University of Greenwich Student Paper	1%

10	media.neliti.com Internet Source	1 %
11	afi.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
12	ejournal.unida.gontor.ac.id Internet Source	<1 %
13	biologi.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
14	www.stttorsina.ac.id Internet Source	<1 %
15	docobook.com Internet Source	<1 %
16	www.univerciencia.org Internet Source	<1 %
17	apjiki.wordpress.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off