

# KOMODIFIKASI PERILAKU MENYIMPANG REMAJA DI DUNIA MAYA

Oleh : Dr. Maylanny Christin ,M.Si



### Abstrak

Media sosial *Youtube* merupakan suatu kesatuan yang dapat memberikan inspirasi atau hiburan bagi pendengar atau penontonnya. Hal tersebut seharusnya berlaku untuk semua *Youtubers* termasuk yang diproduksi oleh *Youtubers* Indonesia perempuan dengan akun Aw Karin. Faktanya video yang diunggah dalam *Youtube* Aw Karin ini mengandung unsur perilaku menyimpang pada remaja yang digunakan untuk dapat menarik perhatian masyarakat. Observasi yang dilakukan sejak tahun 2016 sampai dengan 2018 ini memperlihatkan bahwa sosok Aw Karin sebagai *selebgram* dan *vlogger* tengah menjadi perbincangan bagi masyarakat karena gaya hidupnya yang menggambarkan kenakalan remaja dan dianggap dapat merusak moral bangsa. Peneliti tertarik untuk meneliti fenomena ini karena peneliti mengidentifikasi bahwa telah terjadi proses komodifikasi yang dilakukan terhadap perilaku menyimpang remaja, sehingga bisa dikatakan hal ini sebagai salah satu bentuk perang *proxy*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk komodifikasi perilaku menyimpang yang terjadi di *web harianindo.com*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data dilakukan berdasarkan teori “Naratif milik Fisher” Berdasarkan hasil dari observasi dapat disimpulkan bahwa terjadi proses komodifikasi atas perilaku menyimpang yang dilakukan oleh remaja melalui berita yang dilakukan oleh situs *web harian indo*.

**Kata Kunci:** Komodifikasi, Media Sosial, Perilaku Menyimpang

### Abstract

*Social media Youtube is a unity that can provide inspiration or consolation for the listener or audience. This should apply to all Youtubers including those produced by Youtubers Indonesian women with Aw Karin account. In fact the video uploaded in Youtube Aw Karin contains elements of deviant behavior in adolescents that are used to attract the public's attention. Observations conducted since 2016 until 2018 shows that the figure of Aw Karin as a program and vlogger was a conversation for the community because of his lifestyle depicting juvenile delinquency and considered to damage the morale of the nation. Researchers are interested to examine this phenomenon because researchers identify that there has been a commodification process done against teenage deviant behavior, so it can be said this as one form of proxy war. The purpose of this research is to know the form of commodification deviant behavior that occurs in the web dailyindo.com. This research uses qualitative approach by using descriptive analysis method. Data analysis technique is based on Fisher's Narrative Theory Based on the result from observation it can be concluded that there is a commodification process for deviant behavior done by teenager through news done by daily website of Indonesian.*

**Keywords:** *Commodification, Social Media, Deviant Behavior*



## Pendahuluan

Pada era modern ini, perkembangan jaman yang semakin maju membawa kita untuk masuk ke dalam kehidupan yang tidak lepas dari teknologi. Keberadaan teknologi yang semakin canggih membawa dampak yang cukup signifikan pada berbagai bidang kehidupan, salah satunya adalah dalam bidang komunikasi. Teknologi melahirkan media yang dapat mempermudah manusia dalam melakukan aktivitas komunikasi yaitu menyampaikan pesan atau menerima pesan. Media elektronik, media cetak dan media sosial merupakan bentuk dari perkembangan teknologi. Dengan adanya media komunikasi tersebut manusia dapat memperoleh dan menyebarkan informasi tanpa adanya batasan waktu dan tempat.

Munculnya media komunikasi dengan berbagai macam fitur dapat mempermudah kita untuk terhubung dengan kehidupan orang lain atau rekan kita yang berada ditempat sangat jauh dari kita bahkan berbeda negara. Meskipun memiliki fungsi yang hampir sama, media sosial merupakan media yang sangat berbeda dengan media elektronik dan media cetak. Perbedaan yang mendasar terletak pada cara kerjanya, baik media elektronik ataupun media cetak tetap dapat berfungsi meskipun tanpa adanya koneksi internet, sementara itu media sosial tidak dapat berfungsi sama sekali tanpa adanya bantuan dari internet. Internet adalah jaringan global untuk berkomunikasi dari satu wilayah ke wilayah lainnya yang ada di seluruh belahan dunia.

Media sosial umumnya digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas, bahkan opini penggunanya. Jenis media sosial yang sudah tidak asing bagi kita diantaranya adalah *Facebook*, *Twitter*,

*Instagram*, *Youtube* dan lain-lain. Dengan keberadaan media sosial ini kita dapat mengetahui budaya ataupun gaya hidup di luar negeri. Hal ini yang dapat melunturkan nilai kebudayaan di Indonesia. Berdasarkan survey yang dilakukan Kemenkominfo pada tahun 2014 menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 82 juta pengguna dan 80% diantaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun yang rata-rata menggunakan internet untuk membuka media sosialnya.

## Komodifikasi sebagai bentuk *Proxy War* di Dunia Maya

Media sosial mampu mempermudah manusia dalam melakukan komunikasi jarak jauh. Namun penggunaan media sosial juga dapat memberikan dampak negatif apabila pengguna tidak bisa menggunakannya dengan tepat. Selain itu media massa memiliki kemampuan luar biasa dalam mempengaruhi dan membentuk opini publik yang bisa saja digunakan sebagai wahana *proxy war* di Indonesia<sup>1</sup>.

Salah satu contoh dampak negatif dari media sosial ini adalah pudarnya budaya kesopanan dalam kalangan remaja. Fitur media sosial yang membuat penggunanya mampu mengakses informasi dari berbagai daerah bahkan negara dapat mempermudah masuknya budaya asing ke Indonesia. Remaja yang tumbuh sebelum tahun maraknya media sosial cenderung menghabiskan waktunya dengan lingkungan sekitar, sehingga dalam hal ini remaja tersebut lebih banyak menyerap

<sup>1</sup> [https://www.kominfo.go.id/index.php/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/index.php/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker) diakses tgl 3/12/2016 pkl 02:11 WIB

etika ataupun norma yang berlaku dalam budaya Indonesia. Sementara remaja yang tumbuh pada tahun maraknya media sosial sebagian besar lebih banyak menyerap gaya hidup budaya asing.

Sebagai contoh, pada awal tahun 2018 ini Aw Karin mengunggah sebuah video di media sosial *Instagram* dalam video tersebut sukses membuat banyak pihak mengecamnya. Aw Karin mengajak temannya yang bernama Beje untuk shalat, namun temannya tersebut malah terdengar tidak percaya. Sedangkan saat Aw Karin mengajak Beje untuk mabuk, ia malah setuju. Setelah mendengar jawaban tersebut, Aw Karin dan temannya pun tertawa-tawa<sup>2</sup>.

Aktivitas Aw Karin yang menyimpang ini malah di komodifikasi oleh banyak media online yang justru membuat video yang diunggah oleh Aw Karin ini semakin menyebar luas dan semakin banyak orang mengakses *channel youtube* Aw Karin dan mengklik situs berita tersebut. Keriuhan Aw Karin di mulai sejak tahun 2016. Publik sempat memperbincangkan perilaku seorang remaja bernama Karin Novilda atau lebih dikenal dengan nama Aw Karin. Karin adalah seorang remaja berusia 19 tahun yang dianggap dapat merusak moral anak bangsa karena perilakunya. Melalui *account* media sosialnya, Karin memposting gambaran tentang pergaulannya, mulai dari gaya berpacaran yang vulgar, merokok, *clubbing*, mengeluarkan kata-kata kasar, hingga mengenakan pakaian terbuka<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> (<http://www.harianindo.com/2018/02/22/258324/awkarin-dikecam-usai-membuat-guyonan-dengan-kata-salat/> diunduh 03 Mei 2018 Pukul 16:00 Wib)

<sup>3</sup> <http://www.majalahict.com/berita-10717-dinilai-merusak-moral-selebgram-awkarin-dan-anya-geraldine-dilaporkan-ke-kominfo.html> tgl. 08/10/2016pkl.20.02 Wib)

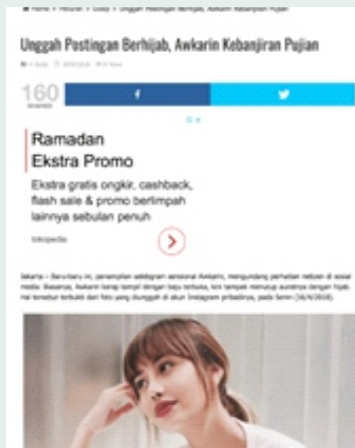
Puncak kepopuleritasan Karin ini terjadi pada bulan Juli 2016 yang lalu ketika Karin mengunggah *Video Blog (Vlog)* yang berjudul *Gaga's Birthday Surprise* dan *My Confessions* ke dalam *channel youtube*. Konten *Vlog* tersebut terkesan bersifat propaganda untuk hal yang dianggap buruk sehingga kembali menjadi kontroversi di dunia maya. Hal ini membuat orang-orang yang sebelumnya tidak mengenal Karin menjadi ingin mengetahui seperti apa sosok Aw Karin yang sedang fenomenal dan dianggap merusak moral bangsa ini. Sejak viralnya *vlog* tersebut, jumlah *followers* Karin di *Instagram* terus meningkat, hingga saat ini (01/12/2016) Aw Karin memiliki 1,3 juta *followers* di *Instagram* nya dan lebih dari 209 ribu *subscribers* di *channel youtube* pribadinya.

Perilaku Karin tersebut merupakan salah satu dampak dari penggunaan media sosial secara berlebihan. Dampak penggunaan media sosial ini bisa disesuaikan dengan tujuan dari penggunaannya. Tujuan setiap individu dalam menggunakan media sosial juga berbeda-beda diantaranya untuk melakukan komunikasi jarak jauh, sekedar mencari informasi, dokumentasi dan aktualisasi diri, bahkan untuk mendapatkan keuntungan materi. Selain menerapkan gaya hidup budaya asing, Karin juga telah berhasil melakukan aktualisasi diri melalui *account* media sosialnya, terbukti sekarang Karin menjadi lebih terkenal daripada sebelum adanya kontroversi di atas.

Dia bisa kapan saja mengubah identitas dirinya dari buruk menjadi baik, atau baik menjadi buruk seperti yang ditampilkan dalam berita Senin 16 April 2018, ketika menjelang bulan Ramadhan Aw Karin mengunggah foto di *Instagram*nya<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> [harianindo.com](http://www.harianindo.com) diunduh Jumat, 04 april 2018





Gambar 1.1

*Instagram* adalah media sosial berbasis foto atau gambar dimana pengguna dapat berbagi foto atau gambar kepada pengguna lain dengan cara mengunggahnya, pengguna juga dapat menikmati atau melihat gambar yang diunggah oleh pengguna lainnya. Kevin Strom yang merupakan pendiri *Instagram* sengaja membuat *Instagram* sebagai media khusus untuk mengunggah foto maupun video. Selain *Instagram*, media sosial lain yang juga di minati oleh banyak orang adalah *youtube*. *Youtube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak”. *Youtube* sendiri mulai diluncurkan pada tahun 2005. Sama seperti jejaring sosial lainnya, *youtube* juga memiliki fungsi sebagai sarana untuk melakukan aktualisasi diri. Banyak cara yang dilakukan orang-orang untuk melakukan aktualisasi diri melalui *youtube*, contohnya dengan melibatkan unsur kreativitas yaitu membuat film dokumenter atau video humor atau video dengan *genre* apapun dan membagikan video tersebut ke seluruh belahan dunia<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> <http://blog.gmee.com/gmee-online-in-60-seconds> di akses tanggal 02/12/2016 pukul 0.23 WIB)



Gambar 1.2

Pengguna Media Sosial dalam Satu Menit

Orang-orang yang berhasil melakukan aktualisasi diri melalui *youtube* biasanya menjadi cukup terkenal dikalangan masyarakat, biasanya kita kenal dengan sebutan “artis *youtube*” atau *youtubers*. *Youtube* bisa membantu kita dalam upaya mendapatkan keuntungan materil, biasanya video yang sering ditayangkan di *youtube* akan mendapatkan bayaran dari pihak *youtube*. Oleh sebab itu, belakangan ini semakin marak orang berlomba-lomba untuk meraih eksistensi di *youtube*. Persaingan untuk mendapat *viewers* yang banyak di *youtube* ini memaksa para *youtubers* untuk terus membuat video yang mampu menarik perhatian banyak orang. Banyak cara kreatif yang bisa dilakukan para *youtubers* untuk terus mempertahankan eksistensinya.

Keinginan untuk terus eksis di dunia *youtube* kadang membuat *youtubers* bahkan memanfaatkan hal-hal yang bernilai negatif hanya untuk mendapatkan perhatian masyarakat. Komodifikasi adalah sebuah proses mengubah barang atau hal-hal yang

awalnya mengandung nilai sosial menjadi barang atau hal yang memiliki nilai tukar atau nilai pasar di dalamnya. Dalam buku Post Komodifikasi (2013:45) dinyatakan bahwa komodifikasi merupakan kata kunci yang dikemukakan oleh Karl Marx sebagai “ideologi” yang bersemayam di balik media.

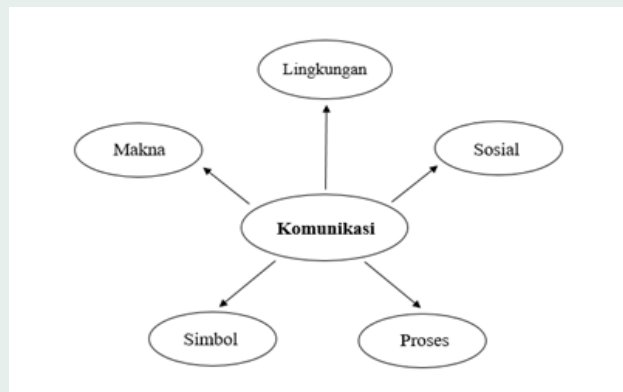
## Tinjauan Pustaka

### Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa latin “*communis*” atau “*common*” dalam bahasa inggris yang berarti sama. Berkomunikasi berarti kita sedang berusaha untuk mencapai kesamaan makna, “*commoneness*” atau dengan kata lain, melalui komunikasi kita mencoba berbagi informasi, gagasan atau sikap kita dengan partisipan lainnya. Richard West (West dan Turner: 2008:5) mendefinisikan komunikasi sebagai proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Definisi komunikasi menurut West tersebut memperjelas pandangan bahwa komunikasi juga mencakup komunikasi tatap muka maupun komunikasi dengan menggunakan media sebagai perantara.

West berpendapat bahwa komunikasi memiliki lima istilah penting yang digunakan dalam mendefinisikan komunikasi, yaitu sosial, proses, simbol, makna dan lingkungan. Pertama, komunikasi diyakini sebagai suatu proses sosial. Ketika menginterpretasikan komunikasi secara sosial, maksud yang disampaikan di sini adalah komunikasi selalu melibatkan manusia dan interaksi. Komunikasi dilakukan dengan melibatkan dua belah pihak yang sama-sama memiliki peranan

penting, yaitu pengirim pesan dan penerima pesan.



Gaabar 1.3

Istilah Penting dalam Mendefinisikan Komunikasi  
(sumber: Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi, 2008:5)

Untuk dapat mempermudah pemahaman akan proses komunikasi, maka diciptakanlah model-model komunikasi. Model komunikasi dibuat untuk menonjolkan unsur-unsur penting dalam proses komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (Mulyana, 2011:16) menjelaskan tiga model komunikasi, yaitu:

1. **Komunikasi Linier.** Komunikator memberikan suatu stimulus dan kemudian komunikasi memberikan respon atau tanggapan yang diharapkan, tanpa mengadakan seleksi dan interpretasi, seperti teori jarum hipodermik.
2. **Komunikasi Dua Arah.** Bisa juga disebut sebagai model komunikasi interaksional, merupakan kelanjutan dari komunikasi *linier*. Pada model ini, terjadi komunikasi umpan balik gagasan. Ada pengirim yang mengirimkan informasi, ada juga penerima yang melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan respon balik terhadap pesan dari si pengirim. Dengan demikian komunikasi berlangsung dalam proses dua arah.

### 3. **Komunikasi Transaksional.**

Komunikasi hanya dapat dipahami dalam konteks hubungan (*relationship*) diantara dua orang atau lebih. Proses komunikasi ini menekankan semua perilaku adalah komunikatif dan masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki konten pesan yang dibawanya dan saling bertukar dalam transaksi.

#### **Komunikasi Non Verbal.**

Komunikasi *non verbal* adalah bentuk komunikasi tanpa menggunakan bahasa lisan dan *non lisan*. Dengan kata lain, komunikasi *non verbal* merupakan segala bentuk komunikasi tanpa menggunakan lambang-lambang *verbal* seperti kata-kata, baik melalui percakapan langsung ataupun tulisan. Secara ringkas, komunikasi *non verbal* dapat berupa lambang-lambang seperti gerakan tubuh, warna, ekspresi wajah dan lain-lain (Nurudin, 2016:134).

Komunikasi *non verbal* memiliki beberapa fungsi, diantaranya seperti yang disebutkan oleh Paul Ekman dan Mark L. Knapp (Nurudin, 2016:135), yaitu:

1. **Menekankan.** Fungsi komunikasi *non verbal* yang pertama adalah sebagai bentuk penekanan. Contoh, ada seseorang yang sedang marah sambil menggebrak meja. Contoh tersebut menunjukkan bahwa komunikasi *non verbal* (menggebrak meja) itu berfungsi untuk menekankan apa yang diucapkan secara *verbal*.
2. **Melengkapi.** Fungsi komunikasi *non verbal* yang kedua adalah untuk melengkapi. Contoh, seseorang mengeluh bahwa ia sedang sakit perut sambil tangannya memegang perut. Gerakan tubuh tersebut digunakan untuk melengkapi pernyataannya.
3. **Menunjukkan kontradiksi.** Fungsi komunikasi *non verbal* yang ketiga adalah untuk menunjukkan adanya kontradiksi terhadap suatu pernyataan. Contoh, ketika seseorang berkata bahwa dirinya tidak apa-apa, namun ekspresi wajahnya terlihat sedang sedih. Ekspresi wajah tersebut merupakan bentuk perlawanan atas pernyataan verbal yang diucapkan orang tersebut.
4. **Mengatur.** Komunikasi *non verbal* juga dapat berfungsi sebagai pengatur. Contoh, ketika ada orang yang menempelkan jari telunjuknya ke bibir yang berarti menyuruh orang lain diam. Contoh tersebut merupakan gambaran bahwa komunikasi *non verbal* bisa digunakan untuk mengatur tanpa harus menggunakan bahasa *verbal*.
5. **Mengulangi.** Komunikasi *non verbal* juga biasa digunakan untuk mengulangi bahasa *verbal*. Contoh, ketika kita mengatakan tidak sambil menggelengkan kepala. Gerakan menggelengkan kepala tersebut seakan mengulangi kembali pesan *verbal* yang sudah diucapkan.
6. **Menggantikan.** Selain berfungsi sebagai pengulang, komunikasi *non verbal* juga bisa berfungsi sebagai pengganti. Contoh, ketika seseorang setuju akan suatu gagasan, orang tersebut tidak perlu berkata "setuju", hanya dengan menganggukkan kepala saja orang tersebut sudah menyampaikan pesan bahwa ia setuju.

#### **Komodifikasi.**

Komodifikasi adalah kata kunci yang dikemukakan oleh Karl Marx sebagai "ideologi" yang bersemayan di balik media. Menurutny, kata itu bisa dimaknai sebagai



upaya mendahulukan peraihan keuntungan dibandingkan tujuan-tujuan lain (Burton, 2008:198). Dalam buku Komunikasi dan Komodifikasi (2014), Komodifikasi (*commodification*) merupakan titik masuk awal untuk menteorisasikan ekonomi politik komunikasi. Menurut Vincent Mosco (2009:156), mendefinisikan komodifikasi sebagai “proses mengubah barang dan jasa, termasuk komunikasi yang dinilai karena kegunaannya, menjadi komoditas yang dinilai karena apa yang akan mereka berikan dipasar.”

Berdasarkan buku Komunikasi & Komodifikasi (2014), Adam Smith dan penganjur ekonomi politik klasik telah membedakan antara produk yang nilainya muncul dari pemuasan keinginan dan kebutuhan khusus manusia, yakni “nilai guna” (*use value*), dan produk yang nilainya didasarkan atas apa yang bisa ia berikan dalam pertukaran, yakni “nilai tukar” (*exchange value*). Komoditas adalah bentuk tertentu dari produk ketika produksinya terutama diorganisasikan melalui proses. Sehingga komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar (Mosco, 2009:129).

Berdasarkan jurnal Perspektif Ekonomi Politik Media yang dibuat oleh Kamaruddin dan Deddy (2009), tiga hal yang saling terkait dalam komodifikasi media adalah: isi media, jumlah *audience* dan iklan. Berita atau isi media adalah komoditas untuk menaikkan jumlah *audience*. Jumlah *audience* juga merupakan komoditas yang dapat dijual pada pengiklan. Uang yang masuk merupakan *profit* dan dapat digunakan untuk ekspansi media. Sama hal nya seperti kinerja *web harianindo.com*, semakin suatu video di *youtube* banyak yang menonton,

maka jumlah *viewers* nya juga semakin banyak. Banyaknya jumlah *viewers* pada suatu video di *youtube* merupakan faktor pertimbangan perusahaan iklan untuk memasang iklan *online* di video tersebut. Akhirnya pemilik *account* akan mendapatkan keuntungan dari hasil pemasangan iklan.

Proses komodifikasi media memperlihatkan dominasi peran kekuatan pasar. Di sisi lain proses komodifikasi justru menunjukkan menyempitnya ruang kebebasan bagi para konsumen media untuk memilih dan menyaring informasi. Mosco dalam (Ibrahim, 2014:142), memaparkan pendapatnya tentang dua dimensi signifikan terkait hubungan komodifikasi dan komunikasi:

1. Proses dan teknologi komunikasi telah berkontribusi pada proses umum komodifikasi dalam ekonomi secara keseluruhan. Praktik dan teknologi komunikasi juga berkontribusi pada proses komodifikasi secara umum dalam masyarakat. Misalnya penemuan teknologi komputer memungkinkan semua perusahaan, tidak hanya perusahaan komunikasi, memegang kendali lebih besar terhadap seluruh proses produksi, distribusi dan pertukaran, sehingga memungkinkan para pedagang eceran untuk memonitor tingkatan penjualan dan ketersediaan dengan ketepatan yang belum pernah dicapai sebelumnya.
2. Proses komodifikasi yang bekerja pada masyarakat secara keseluruhan menembus proses komunikasi dan institusi, sehingga perbaikan dan kontradiksi dalam proses komodifikasi sosial mempengaruhi komunikasi

sebagai suatu praktik sosial. Misalnya, kecenderungan internasional untuk melakukan liberalisasi dan privatisasi usaha, telah mengubah institusi telekomunikasi dan media publik serta media yang digerakan negara diseluruh dunia menjadi usaha privat.

Secara umum ada tiga tipe komodifikasi yang penting bagi komunikasi, yaitu komodifikasi isi, komodifikasi khalayak dan komodifikasi tenaga kerja (Ibrahim, 2014:131):

1. **Komodifikasi Isi.** Ketika pesan atau isi komunikasi diperlakukan sebagai komoditas, ekonomi politik cenderung memusatkan kajian pada konten media dan kurang memperhatikan khalayak media dan tenaga kerja yang terlibat dalam produksi media. Proses komodifikasi dalam komodifikasi berkaitan dalam transformasi pesan berkisar dari *bit* data ke dalam pemikiran yang lebih bermakna, ke dalam produk yang *marketable*. Sebagai contoh, dalam media cetak koran, reporter membuat sebuah artikel yang telah dikemas dan kemudian koran ini dijual dengan informasi berupa artikel sebagai produk utama.
2. **Komodifikasi Khalayak.** Dallas Smythe (1997), mengatakan bahwa khalayak adalah barang komoditas utama bagi media. Menurut Smythe, program-program yang muncul melalui media digunakan untuk mengkontruksi khalayak atau menarik khalayak yang diberi istilah dengan "*free lunch*". Dari titik pandang ini, khalayak merupakan produk utama bagi media. Mythe juga menyatakan bahwa pemahaman tentang komodifikasi media itu melibatkan tiga poin utama yang saling berhubungan

yaitu terkait dengan industri media, khalayak dan periklanan. Industri media menggunakan program mereka untuk membangun khalayak sehingga khalayak sampai pada bentuk periklanan dimana menggunakan kekuatan dari komoditas untuk memperluas hubungan.

3. **Komodifikasi Tenaga Kerja.** Braverman (1974), dalam kajiannya dia berfokus pada pekerja dan proses yang terjadi pada produksi di media industri. Menurut Braverman, dalam proses komodifikasi, model ini bertindak untuk memisahkan konsepsi dari eksekusi. Dimana terjadi pemanfaatan tenaga dan pikiran pekerja secara optimal untuk melaksanakan tugas. Hal ini juga berkonsentrasi pada kekuatan konseptual yang merupakan bagian dari pemilik modal atau representasi kepentingan.

### Media Baru

Secara umum media merupakan wadah untuk membawa pesan dalam proses komunikasi. Sementara *new media* sendiri merupakan hasil kolaborasi antara media tradisional dengan kemajuan teknologi. Dalam buku Teori Komunikasi Massa (McQuail, 2011:42) menyatakan bahwa istilah media baru telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam.

Buku Teori Komunikasi Massa (McQuail, 2011:43) juga menyebutkan ciri utama media baru yang diantaranya adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka dan sifatnya yang ada di mana-

mana. *New media* sangat tidak asing lagi dalam kehidupan masa kini. Bentuk *new media* yang sangat sering kita gunakan salah satunya adalah jejaring sosial (media sosial).

Kehadiran media sosial merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia (Nasrullah, 2015:207). Media sosial merupakan hasil dari perkembangan media baru. Menurut Van Dijk (2013) dalam buku Media Sosial (Nasrullah, 2015:11) media sosial adalah *platform* media yang fokus pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Blossom (Nasrullah, 2015:19) menyatakan bahwa konten dalam media sosial bisa menjadi komoditas bisnis. Bahkan, menurut Cesareo (Nasrullah, 2014:137), di era modern ini, digital informasi merupakan produk yang menjadi komoditas unik dan berbeda dengan produk yang selama ini dikenal dalam pasar tradisional termasuk bagaimana komoditas digital itu dikonsumsi. Adapun karakteristik media sosial adalah sebagai berikut:

1. **Jaringan (*network*).** Karakter media sosial yang pertama adalah membentuk jaringan diantara penggunanya. Media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi tanpa memperdulikan apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna tersebut saling kenal atau tidak. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini akhirnya akan membentuk suatu komunitas.
2. **Informasi (*information*).** Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Pengguna media sosial

mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan di media sosial informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh penggunanya. Informasi diproduksi, dipertukarkan dan dikonsumsi yang akhirnya menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme.

3. **Arsip (*archive*).** Arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apa pun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan.
4. **Interaksi (*interactivity*).** Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan (*followers*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda "*like*".

Fenomena media sosial dapat memberikan sisi yang berbeda. Sebagaimana dijelaskan oleh Turkle (2011) bahwa kemajuan teknologi dan perangkatnya menyebabkan komunikasi dan hubungan dengan orang lain semakin banyak serta luas. Akan tetapi dalam konteks lain, hubungan itu sekedar jaringan teknologi. Tidak ada keintiman dan kedekatan di antara



orang-orang yang terhubung sebagaimana yang ada di dunia nyata. Contoh dari dampak kehadiran media sosial adalah lunturnya sekat antara ruang privasi dengan ruang publik. Ada beberapa kasus pengguna media sosial yang mengungkapkan kondisi dirinya, persoalan berita dan mempublikasikannya di dunia *online* yang akhirnya diketahui oleh publik.

Realitas ini adalah konsekuensi adanya media *online* dan semakin maraknya pengguna media sosial. Media sosial tidak hanya ditempatkan lagi dalam konteks saluran atau medium, tetapi media sosial itu sudah merupakan gaya hidup dari hubungan antara pengguna dengan teknologi. Salah satu bentuk media sosial yang cukup populer dalam kehidupan kita adalah *youtube*. *Youtube* merupakan bentuk media sosial yang kontennya adalah video, memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal atau *channel*. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun di *youtube*. Di kanal ini, pengguna bisa mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan (Nasrullah, 2015:32). Kekuatan fitur *youtube* bahkan telah digunakan sebagai tolak ukur popularitas bagi para artis dan selebriti dunia. Hanya dengan mengunggah video karyanya, seseorang bisa saja menjadi populer dalam sekejap.

### Perilaku Menyimpang


Perilaku menyimpang adalah tindakan atau tingkah laku yang dianggap tidak sesuai dengan kebiasaan, aturan atau norma yang sedang berlaku. Penyimpangan terjadi apabila seseorang atau sekelompok orang tidak mematuhi norma dan nilai yang telah berlaku di masyarakat. Penyimpangan terhadap norma-norma atau nilai-nilai masyarakat disebut sebagai deviasi

(*deviation*) sedangkan pelaku atau individu yang melakukan penyimpangan tersebut disebut dengan devian (*deviant*) (Sarwono, 2016:253).

Pada dasarnya, perilaku menyimpang yang dilakukan pada usia remaja atau transisi masa anak-anak menuju dewasa seperti membolos, merokok, berbicara kasar, menggunakan pakaian yang terbuka di tempat umum dan sebagainya belum merupakan tindakan yang melanggar hukum pidana, karena yang dilanggar adalah norma dalam lingkungan. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan apabila perilaku menyimpang tersebut dibiarkan terus berlanjut, maka akan memasuki tahapan kenakalan remaja.

Kenakalan remaja atau dalam istilah asing dikenal dengan sebutan *Juvenile Delinquency* merupakan suatu perbuatan atau tingkah laku yang tidak hanya melanggar aturan dalam masyarakat tapi juga melanggar norma dan aturan dalam hukum dan umumnya pelaku kenakalan remaja juga mengetahui bahwa apabila perilakunya tersebut diketahui oleh petugas hukum, ia bisa dikenai hukuman pidana (Kartono, 2014:6). Banyak faktor yang menyebabkan terbentuknya perilaku kenakalan remaja, salah satunya seperti yang dibahas dalam teori strain yang dikemukakan oleh Merton (Sarwono, 2016:255). Merton menyatakan bahwa individu-individu dari kelas sosial rendah bisa menjadi frustrasi karena ketidakmampuannya untuk beradaptasi dalam tingkat ekonomi yang lebih luas, sehingga akan mengarahkan individu tersebut untuk melakukan tindakan kriminal supaya dapat memperoleh perekonomian yang lebih baik.


Teori strain merupakan teori yang menjelaskan faktor penyebab terbentuknya kenakalan secara situasional (delinkuensi situasional). Delinkuensi ini dilakukan oleh remaja yang normal (tidak memiliki gangguan secara biologis) namun mereka banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor situasional dan tekanan lingkungan yang memberikan efek “menekan-memaksa” pada pembentukan perilaku buruk. Faktor situasional seperti ini umumnya dimaksudkan untuk mencari pengakuan sosial dan status tinggi ditengah masyarakat. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai pihak di dunia maya untuk melakukan monetisasi<sup>6</sup>.

No	Tanggal	Visual Berita	Komodifikasi Berita
1	22/02/2018	<p><b>Awkarin Dikecam Usai Membuat Guyonan Dengan Kata Salat</b></p>  <p>Jakarta – Bukan Awkarin namanya jika tak memberikan jagad hiburanment tanah air. Kali ini, Awkarin mengunggah sebuah video di media sosial Instagram yang mana video tersebut sukses membuat banyak pihak mengecamnya. Dalam video tersebut, Awkarin mengajak temannya yang bernama Beje untuk salat, namun temannya tersebut malah mendengar tidak percaya. Sedangkan saat Awkarin mengajak Beje untuk mabuk, ia malah setuju. Setelah ...</p>	<p><b>Aw Karin Dikecam Usai Membuat Guyonan dengan Kata Shalat</b></p> <p>Video Aw Karin yang diunggah di <i>youtube</i> yang menjadikan Shalat sebagai guyonan adalah ketika Aw Karin mengajak Salat pada Beje namun ditolak oleh Beje.. ketika Aw Karin mengajak mabuk Beje setuju dan mereka berdua tertawa bersama.</p> <p>Shalat adalah kewajiban bagi umat muslim</p> <p>Seperti di riwayatkan dalam Al-Qur'an Surat Al Bayyinah ayat 5,</p> <p><i>“Dan tidaklah mereka disuruh, kecuali supaya menyembah Allah dengan mengikhlaskan ketaatan kepadaNya dalam (menjalankan) agama yang lurus, dan supaya mereka mendirikan shalat dan menunaikan zakat dan yang demikian itulah yang lurus.”(QS. Al-Bayyinah: 5).</i></p>

<sup>6</sup> <http://www.harianindo.com/2018/02/22/258324/awkarin-dikecam-usai-membuat-guyonan-dengan-kata-salat/>

No	Tanggal	Visual Berita	Komodifikasi Berita
2	04/02/2018	 <p><b>Awkarin Tak Memandang Pernikahan Sebagai Sebuah Target</b></p> <p>Jakarta – Awkarin atau selebritas yang bernama asli Karin Novilda memang sudah berhasil menarik banyak minat perhati karyanya bernama A-Management. Dirinya mengaku tahun ini sudah berhasil menampung 10 gadis bertakat. Walaupun sempat berada di titik terendah dan mendapat hujatan dari banyak pihak, namun dirinya kini mengaku sudah berubah dan ingin serius menjalankan bisnisnya. “Bu kanthun saya. Saya menyibutnya sebagai ketekahan dalam ...</p>	<p><b>Aw Karin Tak Memandang Pernikahan Sebagai Sebuah Target</b></p> <p>Dalam kehidupan sehari-hari manusia sudah diatur oleh hukum baik itu hukum negara, hukum agama maupun hukum adat, semuanya sudah diatur sedemikian mungkin. Didalam hal perkawinan juga telah diatur menurut agamanya masing-masing, agama manapun telah mengatur hukum tentang perkawinan</p>
3	13/10/2017	 <p><b>Inilah Pose Sensual Awkarin Yang Membuat Brandon Salim Gemas</b></p> <p>Jakarta – Bukan Awkarin namanya jika tak menimbulkan ketekahan dikalangan netizen. Baru-baru ini, Awkarin mengunggah foto koleksi dirinya dengan mengenakan rok pink dan atasan crop top berwarna senada yang cukup seksi. Wanita bernama asli Karin Novilda itu berpose sensual dengan mengangkat satu tangannya ke atas sambil memegang rambut. Di lengan kanannya tampak mengintip tato bentuk bunga. “Aku sudah</p>	<p><b>Inilah Pose Sensual Aw Karin yang Membuat Brandon Salim Gemas</b></p> <p>Wanita bernama asli Karin Novilda itu berpose sensual dengan mengangkat satu tangannya ke atas sambil memegang rambut. Di lengan kanannya tampak mengintip tato bentuk bunga.</p> <p>“Aku sudah menghabiskan 4 bulan terakhir. Memikirkan semua cinta yang pernah terjadi, putus dan terbakar dan berakhir,” tulisnya di keterangan foto.</p> <p>Menariknya postingan ini menarik perhatian Brandon Salim yang tergerak untuk memberikan komentar. Putra Ferry Salim itu membubuhkan emoticon gambar api diunggah Aw Karin tersebut.</p> <p>Tak lama kemudian, Aw Karin langsung merespon komentar Brandon Salim dengan nada menggoda. “@brandonsalim kebakaran ya? mau dipadamin ga? heheh,” katanya.</p> <p>Tiga bulan lalu, Aw Karin sendiri baru saja merasakan duka mendalam. Mantan kekasihnya, Oka Mahendra Putra, meninggal dunia. Oka diduga melakukan bunuh diri lantaran terlilit utang.</p>



No	Tanggal	Visual Berita	Komodifikasi Berita
4	22/04/2017	 <p>Peringati Hari Kartini, Awkarin Justru Bertingkah Seperti Ini</p> <p>Jakarta - Di hari peringatan Ibu Kartini, Jumat (21/4/2017), selebgram Awkarin dan Anye Geraldine justru membuat netizen berang. Pasalnya, dalam postingan <i>story instagramnya</i>, Awkarin yang terlihat bersama dengan Anye Geraldine, menenggak minum keras jenis bir. Anye Geraldine tampak mencium Awkarin yang tengah menenggak bir dengan memampatkan lidahnya di pipi Awkarin. Tetap dengan muka datar, Awkarin masih terus saja minum...</p>	<p><b>Peringatan Hari Kartini Aw Karin Justru Bertingkah Seperti ini....</b></p> <p>Hari peringatan Ibu Kartini, Jumat (21/4/2017), selebgram Aw Karin dan Anye Geraldine justru membuat <i>netizen</i> berang. Pasalnya, dalam postingan <i>story instagramnya</i>, Aw Karin yang terlihat bersama dengan Anya Geraldine, menenggak minum keras jenis bir...</p>

Ideologi adalah sebuah sistem kesadaran palsu yang dibentuk oleh para pihak penguasa untuk mendominasi kelas pekerja (Fiske, 2014:270). Pada penelitian ini, ideologi yang ingin dicapai adalah ideologi kapitalisme. Sistem kapitalisme ini menganut pemikiran bahwa sistem ekonomi dan perdagangan akan diatur oleh pihak-pihak penguasa dengan tujuan untuk meraih keuntungan bagi pemilik saham.

Pada artikel ini, penulis melihat bahwa perilaku menyimpang pada remaja dijadikan sebuah komoditas dalam media *web harianindo.com*. Perilaku menyimpang merupakan tindakan-tindakan yang negatif yang dapat merusak pola pikir anak-anak di bawah umur. Saat ini, Aw Karin merupakan selebriti dunia maya yang memiliki *fans* berusia anak-anak sampai remaja. Menjadikan perilaku menyimpang sebagai sebuah komoditas untuk mendapatkan keuntungan tentunya secara tidak langsung dapat merugikan pihak lainnya, contohnya *followers* dan Aw Karin yang masih dibawah umur mungkin bisa menjadi tertarik untuk mengikuti perilaku menyimpang tersebut. Membuat *konten* yang kontroversi seperti ini, bisa menarik perhatian dari masyarakat, sehingga Ia bisa mendapatkan *royalty* yang besar atas jumlah *viewers* yang dimilikinya.

Hal seperti ini disebut dengan monetisasi, dimana pada setiap video yang ditempel iklan oleh *youtube*, maka pemilik *account* tersebut akan mendapatkan komisi. Begitu juga dengan laman *harianindo* yang memuat kumpulan berita Aw Karin.

Perilaku menyimpang pada remaja merupakan suatu tindakan yang melanggar norma dan aturan yang berlaku di masyarakat, biasanya pelakunya adalah remaja berusia 18-22 tahun. Dalam hal ini, perilaku menyimpang pada remaja seakan menjadi komoditas untuk menarik perhatian masyarakat. Mosco menjelaskan bahwa komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar. Dengan kata lain, sesuatu yang pada awalnya tidak memiliki nilai tukar atau nilai jual diolah menjadi sesuatu yang mampu menghasilkan nilai jual. Perilaku menyimpang yang dilakukan oleh Aw Karin kemudian dijadikan konsep berita dengan judul yang bombastis ini karena pada dasarnya, sebagian masyarakat memang tertarik dalam mencari tahu hal-hal yang bersifat kontroversi. Sifat inilah yang juga dimanfaatkan oleh tim pembuat berita harian indo tersebut untuk mendapatkan keuntungan melalui konsep perilaku negatif Aw Karin.

Penyimpangan dalam gaya berpakaian tokoh utama wanita atau Aw Karin. Karin menggunakan pakaian yang terbuka hingga memperlihatkan pakaian dalamnya. Perilaku ini dianggap menyimpang karena tidak sesuai dengan kebudayaan timur. Penggunaan pakaian terbuka yang tidak pada tempatnya dapat memancing timbulnya tindakan kriminalitas, contohnya kejahatan seksual, hingga kekerasan<sup>7</sup>.

Salah satu faktor yang menyebabkan meningkatnya kejahatan seksual terhadap wanita adalah karena wanita yang menggunakan pakaian terbuka tidak pada tempatnya dapat meningkatkan daya tarik seksual bagi lawan jenis yang melihatnya, meskipun tidak pada semua orang namun hal ini sangat perlu untuk diantisipasi. Pada dasarnya mungkin menggunakan pakaian terbuka dilakukan bukan untuk menggoda lawan jenisnya namun secara tidak langsung cara berpakaian seperti itu dapat menarik perhatian lawan jenis hingga menyebabkan dampak yang buruk.

### **Ekspresi yang di Eksploitasi**

Ekspresi yang merupakan bagian dari komunikasi *non verbal* berfungsi sebagai pelengkap yang dapat memberikan dorongan untuk memperkuat makna atau pesan yang ingin disampaikan. Unsur ekspresi bisa ditemukan pada narasi berita inilah pose sensual Aw Karin yang membuat Brandon Salim Gemas.

Teknik pengambilan gambar sebagai faktor pendukung terbentuknya makna. Teknik pengambilan gambar dilakukan untuk menempatkan posisi kamera supaya terdapat kesan yang lebih nyata di mata

pembaca berita. Teknik pengambilan gambar juga bisa memberikan *clue* kepada pembaca berita mengenai fokus apa yang ingin diperlihatkan saat suatu gambar tayang.

### **Kekuatan Kata dalam sebuah Narasi**

Teknik *lead* atau intro narasi memiliki kekuatan yang mampu menyedot perhatian pembaca jika digunakan dengan benar dan tepat. Sebaliknya, penggunaan teknik ini mampu mengacaukan konteks, struktur dan pesan yang akan disampaikan dalam berita seandainya salah menerapkan *lead* narasi. Teknik *lead* narasi adalah cara berkisah atau bertutur dalam menyampaikan berita pada *lead* atau kepala berita atau pada seluruh berita. Cara bertutur ini merupakan teknik kuno yang dimodifikasi dari kebiasaan manusia yang menyampaikan suatu pesan secara *verbal* atau lisan.

Narasi dengan kata "sensual" tentu akan membuat tanda tanya seperti apakah pose sensual itu. Rata-rata visual yang digunakan dalam laman harianindo adalah tampilan visual dan ekspresi yang memperlihatkan bagian tubuh Aw Karin yang pribadi seperti bagian dada dan bagian paha.

Narasi sendiri merupakan bentuk komunikasi yang disampaikan melalui bahasa *verbal*. Makna yang disampaikan dalam narasi memiliki artian yang lebih jelas dibandingkan dengan makna yang diambil dari komunikasi *non verbal*. Narasi yang menggambarkan perilaku menyimpang terdapat pada narasi dalam sebuah artikel berjudul Aw Karin dikecam usai membuat guyonan dengan kata Shalat.

Dalam video tersebut, Aw Karin mengajak temannya yang bernama Beje untuk shalat, namun temannya tersebut malah terdengar tidak percaya. Sedangkan saat Aw Karin mengajak Beje untuk mabuk, ia malah setuju. Setelah mendengar jawaban

<sup>7</sup> [http://www.kompasiana.com/septialestari12/penyebab-maraknya-kasus-pemerkosaan-dan-pelecehan-seksual\\_576759fb2a7a61ed045afcc7\\_](http://www.kompasiana.com/septialestari12/penyebab-maraknya-kasus-pemerkosaan-dan-pelecehan-seksual_576759fb2a7a61ed045afcc7_), diakses tanggal 31/01/2017 pukul 19:22 WIB),

tersebut, Aw Karin dan temannya pun tertawa.

“Beje, shalat yuk,” ajak Aw Karin. “Apa? Apa? Lu sama gue sama-sama masuk neraka,” sahut Beje.

“Beje, mabuk yuk,” ujar Aw Karin. “Yuk,” jawab Beje sambil tertawa. “Tuh, Ya Allah, astagfirullah...” ucap Aw Karin.

Setelah video tersebut diunggah ulang oleh akun gosip, seketika saja *netizen* pun langsung menanggapi. Mereka menyebut Aw Karin ingin namanya semakin tenar sehingga sering membuat sensasi.

“Kayak gitu lucu ya?? Ga banget!!!” komentar akun @lelly\_\*\*\*\*\*nti\_280884. “Pengen terkenal gtu jg x hadoooh nie org kebanyakan micin pasti jd g pya etika,” imbuah akun @girl\*\*\*\*\*s\_. “Sadar woiiii mak lu malu tu liat video lu. mo tenar lu ya. Kampungan,” sahut akun @kar\*\*\*\*\*366.

“Kaya gini ngerinya ditiru remaja jaman now,” tulis akun @mam\*\*\*\*\*qia. “Cuma bisa ngelus dada sambil bilang astagfirulloh,” tambah akun @din\*\*\*\*\*iani. “Ga usah di post min ntr jd terkenal, skrng kan dia udh mulai tenggelem udh lama ga cari sensasi s o a l n y a w k w k ,” i m b u h a k u n @herbal\_\*\*\*\*\*\_beauty.

Narasi tersebut berbunyi “dikecam” memiliki kesan sebuah reaksi yang buruk dan tidak sopan. teguran yang keras; kritikan; celaan. Hal ini yang akhirnya memaksa para pembaca penasaran untuk terus mencari kelanjutan berita. Pola pikir inilah yang kemudian disebut sebagai hegemoni atau penanaman ideologi oleh pemilik modal kepada masyarakat. James Lull (Saputri, 2015:5), mengungkapkan bahwa hegemoni adalah proses di mana ideologi dominan disampaikan, kesadaran

dibentuk dan kuasa sosial mulai dijalankan. Sehingga dapat memberikan keuntungan bagi pihak penguasa dan merugikan pihak kelas bawah secara tidak langsung.

### Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan tanda-tanda terjadinya komodifikasi terhadap perilaku menyimpang pada remaja dapat dilihat pada representasi ini dapat dilihat pada unsur teknik pengambilan gambar dan narasi. Dalam hal ideologi menunjukkan bahwa ideologi yang terkandung merupakan ideologi kapitalisme. Terdapat tiga asumsi dasar kapitalisme, yaitu kebebasan individu, kepentingan diri dan pasar bebas. Dalam penelitian ini, memanfaatkan eksistensi dari perilaku menyimpang yang dilakukan Aw Karin untuk mendatangkan khalayak menuju *channel youtube*nya dan di viralkan dalam bentuk berita.

Kemudian di monetisasi sehingga *Google* dapat menempelkan iklan pada *channel youtube* Aw Karin maupun pada laman harian indo. Maka, semakin banyak iklan dalam video tersebut dilihat, semakin banyak juga keuntungan yang akan diterima.

### Saran

Berdasarkan simpulan dari uraian di atas, *proxy war* dapat membentuk suatu komoditas. Aspek yang dapat dijadikan komoditas wajar saja bila digunakan sebagai strategi untuk memperoleh keuntungan bagi *creator*. Keunggulan Narasi dalam hal mengolah cerita dapat dimanfaatkan untuk melawan hal-hal negatif dengan memproduksi hal positif dengan cara yang kreatif. Diperlukan kewaspadaan untuk menanggapi *proxy war* ini oleh karena itu pentingnya literasi digital diketahui oleh generasi muda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, Robert dan Taylor, Steven J. 1992. Pengantar Metode Penelitian Kualitatif. Surabaya: Usaha Nasional.
- Burton, Graeme. 2014. Media dan Budaya Populer. Yogyakarta: Jalasutra.
- Effendy, Heru. 2009. Mari Membuat Film. Bandung: Erlangga.
- Ekman, Paul. 2013. *Pedoman Membaca Emosi Orang*. Jogjakarta: DIVApress.
- Eriyanto. 2001. Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media. Yogyakarta: Lkis.
- Fiske, John dan Hartley, John. 2003. Reading Television. London: Routledge.
- Fiske, John. 2014. Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Ketiga. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Frost, Raymond. 2009. E-Marketing 5<sup>th</sup> Edition. New Jer: Pearson Prentice Hall.
- Ibrahim, I.S. dan Akhmad B.A. 2014. *Komunikasi & Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kartono, Kartini. 2014. Patologi Sosial 2: Kenakalan Remaja. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2000. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mosco, Vincent. 2009. The Political Economy Of Communication. London: Sage Publication.
- Mulyana, deddy. 2011. Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munir. 2013. *Multimedia: Konsep & Aplikasi dalam Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution. 2003. Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif. Bandung: Tarsito.
- Neuman, W.L. 2000. Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Boston: Allyn and Bacon.
- Nurudin. 2016. Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Pease, Allan. 1992. *Bahasa Tubuh: Bagaimana Membaca Pikiran Seseorang Melalui Gerak Isyarat*. Jakarta: Penerbit Arean
- Rusmana, Dadan. 2014. *Filsafat .....a*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Sarwono, Sarlito W. 1989. Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2004. *.....a Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kombinasi. Bandung: Alfabeta.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Humanika.
- Wangsajaya, Yehu. 2016 Meningkatkan Kewaspadaan Nasional Terhadap *Proxy War* PT Raja Grafindo Persada Jakarta
- Makalah, Jurnal dan Thesis**
- Ardianda Abi. 2015. *REPRESENTASI KECANTIKAN DALAM ..... BERCAHAYA (Analisis .....a John Fiske Dalam Iklan Kosmetik POND'S)*. Universitas Telkom.

- Indra Hutami Negoro. 2016. *MEMBEDAH KOMODIFIKASI ISI PESAN MINI DRAMA LINE “NIC AND MAR” (Analisis .....a John Fiske Terhadap Mini Drama Line)*. Universitas Telkom.
- Nur Amala Saputri. 2015. *MONETISASI DALAM EKONOMI POLITIK KOMUNIKASI (Studi Kasus Youtube)*. UNIVERSITAS GAJAH MADA.
- Ronaldy Zefanya Telling. 2012. *KOMODIFIKASI “KEGILAAN” TONI BLANK DALAM SOCIAL MEDIA*. Universitas Indonesia.
- Rulli Nasrullah. 2012. *Komodifikasi Warga dalam Ruang Citizen Journalism*. Universitas Gadjah Mada.
- Yohana Fenny. 2016. *REPRESENTASI MASKULINITAS DALAM VARIETY SHOW: (Analisis .....a John Fiske Pada Tayangan Variety Show The Return of Superman Episode 34)*. Universitas Telkom.

### Website

- [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker) , diakses tanggal 31/12/2016 pukul 02:11 WIB
- <http://www.majalahict.com/berita-10717-dinilai-merusak-moral-selebgram-awkarin-dan-anya-geraldine-dilaporkan-ke-kominfo.html> tgl. 08/10/2016 pkl. 20.02 WIB
- <https://www.youtube.com/user/unclesamind> o di akses tanggal 20/09/2016 pukul 14.32 WIB
- <http://tekno.kompas.com> di akses tanggal 04/09/2016 pukul 22:30 WIB
- <http://blog.qmee.com/qmee-online-in-60-seconds/> di akses tanggal 02/12/2016 pukul 0.23 WIB

### BIODATA PENULIS



**Dr. Maylanny Christin**, MSi lahir di Bandung 11 Mei 1981, pendidikan: Sarjana dari Fakultas Ilmu Budaya Universitas Padjadjaran (1999-2003), Magister Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (2009-2011), Doktor Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran (2014-2018) Pernah menempuh pendidikan di *International School of Storyteller Emerson Collage United Kingdom*. Pekerjaan : Dosen pada Universitas Telkom.