Prosiding
CCCMS 2014

Conference on Communication, Culture, and Media Studies
Konferensi Kajian Komunikasi, Budaya, dan Media
Yogyakarta, 10-11 Desember 2014






Membayangkan Indonesia Baru
Indonesia in New Wave

Penerbit
Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
Universitas Islam Indonesia

==========

Membayangkan Indonesia Baru

Indonesia in New Wave

Konferensi Kajian Komunikasi, Budaya, dan Media

Conference on Communication, Culture, and Media Studies

Yogyakarta, 10-11 Desember 2014

==========

Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan

Membayangkan Indonesia Baru

1. Komunikasi 2. Budaya 3. Media

Membayangkan Indonesia Baru

Penulis:
Pemakalah Konferensi CCCMS 2014

Penyunting/Editor:
Muzayin Nazaruddin

Rancang Sampul
Zarkoni

Tata Letak
Aldila Rahmawa, Ali Minanto, Diyah Astuti

Foto Sampul
Zaki Habibi

Penerbit:
Program Studi Ilmu komunikasi UII
Jl. Kaliurang Km,14,5 , Besi, Sleman Yogyakarta 55584
Telp./Faks: 0274-898444 ext 3267
e-mail: komunikasi@uii.ac.id

Cetakan I, Desember 2014
iv+ 943; 21 X 29,7 Cm
ISBN : 978-602-71722-0-3

ALL YOU CAN COPY: REKOMODIFIKASI DALAM BUDAYA MENGOPI VIDEO DI WARNET

Irham Nur Anshari

Kajian Budaya dan Media, Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada
Jl. Teknika Utara, Pogung, Yogyakarta
Email: rikirham@yahoo.com

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, mengopi video digital (film atau program televisi) telah menjadi praktik sehari-hari pada beberapa warung internet (warnet) di Yogyakarta. Praktik tersebut berkembang menjadi budaya yang penting untuk dikaji. Tulisan ini berangkat dari penelitian yang bertujuan mendokumentasikan praktik budaya mengopi video tersebut serta memahami implikasinya pada industri distribusi video. Dengan menggunakan pendekatan etnografi baru, informan dalam penelitian ini adalah para pengopi atau pelaku budaya mengopi video di warnet. Temuan data dalam penelitian ini dianalisis dengan kombinasi teori-teori dari Lawrence Lessig (2004, 2008) dan Joe Karaganis (2011). Dalam tulisan ini, temuan akan dibagi ke dalam tiga tahap. *Pertama*, menyoroti transisi budaya mengonsumsi video yang dilakukan oleh para pengopi. *Kedua*, memaparkan perkembangan budaya mengopi video di warnet sejak kemunculannya hingga kini. *Terakhir,* meninjau implikasi budaya mengopi video tersebut terhadap akses konsumen pada industri distribusi video di Yogyakarta. Sebagai kesimpulan, penelitian ini menunjukkan bahwa budaya mengopi video merupakan rekomodifikasi produk media digital yang tumbuh sejalan dengan adanya perkembangan teknologi media dan perubahan kultural dalam mengonsumsi media. Budaya mengopi video berkembang dengan munculnya warnet-warnet yang menggunakan sistem bisnis *"all you can copy"*. Sistem bisnis ini tidak meletakkan harga satuan pada produk video, namun menggunakan tarif akses *database* warnet dalam hitungan waktu. Di sini terjadi rekomodifikasi produk media di mana sulit dipastikan produsen video memperoleh keuntungan ekonomi langsung dari konsumen video. Sebaliknya sebagai distributor, warnet yang mengambil keuntungan ekonomi langsung dari konsumen.

Kata kunci: media digital, budaya mengopi, video, rekomodifikasi, warnet

Pendahuluan

Sejak separuh dekade yang lalu, terdapat suatu aktivitas baru pada beberapa warung internet (warnet) di Yogyakarta. Beberapa warnet seolah beralih fungsi dari tempat yang sebelumnya hanya menyediakan layanan koneksi internet, menjadi penyedia data multimedia yang dapat dikopi oleh konsumen warnet. Data multimedia tersebut antara lain: video, musik, game, aplikasi komputer, dan *e-book*. Jika sebelumnya konsumen warnet harus mengunduh sendiri data-data tersebut dengan menggunakan jasa koneksi warnet, kini konsumen bisa langsung mengopi data yang ditawarkan dengan hanya membayar jasa warnet dalam tarif hitungan waktu.

Peneliti mendapati bahwa alih fungsi warnet ini membentuk budaya baru pada konsumen warnet. Konsumen datang ke warnet untuk mengopi beberapa data menggunakan alat penyimpan data (*harddisk external* atau *flashdisk*) untuk mereka akses di rumah ataupun tempat lain. Peneliti menyebut budaya baru di warnet ini sebagai budaya mengopi. Joe Karaganis dan Lennart Renkema dalam *Copy Culture in US and Germany* (2014), mendefinisikan budaya mengopi sebagai aktivitas mengopi, membagi, atau mengunduh musik, film, acara TV, dan media digital lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih fokus pada budaya mengopi data video. Warnet menawarkan data video yang dipilah dalam folder-folder yang tertata rapi sesuai kategori jenis dan wilayah produksi video. Beberapa kategori tersebut antara lain: Film Barat, Film Asia, Film Indonesia, Film Klasik, Film 3D (tiga dimensi), Serial TV Barat, dan Serial TV Asia. Tiap satu film atau serial TV, biasanya dikumpulkan dalam satu folder bersama dengan poster, sinopsis, dan *subtitle* dalam bahasa Inggris dan Indonesia.

Wacana hubungan antara warnet dan konsumsi video adalah wacana global yang muncul satu dekade terakhir sebagai tantangan industri film dan video. Di Cina misalnya, dibicarakan bagaimana warnet-warnet seolah telah berubah menjadi bioskop mini karena menawarkan banyak film untuk ditonton. Pada tahun 2010, China Film Copyright Association (CFCA) membuat kebijakan agar warnet membayar iuran per bulan karena telah menjadi tempat memutar film-film China (Xueqing, 2012).

Sementara di Selandia Baru, diberitakan bagaimana Kepolisian setempat merazia warnet-warnet yang diduga menawarkan film bajakan dalam jumlah yang besar. Seiring meningkatnya akses internet di rumah-rumah, warnet di Selandia Baru berjuang mencari cara untuk menarik konsumen. Beberapa warnet mencoba menambahkan jasa dengan memenuhi *server* mereka dengan film dan musik yang diperoleh secara ilegal dari internet, menawarkan konsumen akses "*all-you-can-eat*" dengan bayaran yang murah (Moses, 2013).

Dari paparan di atas, peneliti merumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana transisi budaya mengonsumsi video yang dilakukan oleh para pengopi video di warnet? (2) Bagaimana perkembangan budaya mengopi video di warnet sejak kemunculannya hingga kini? (3) Apa implikasi budaya mengopi video tersebut terhadap akses para pengopi pada industri distribusi video lain di Yogyakarta?

Dengan pendekatan etnografi baru (Saukko, 2003: 55-72), dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian terhadap 10 orang pengopi atau pelaku budaya mengopi video di warnet selama kurun waktu 6 bulan hingga 1 tahun (antara Juli 2013 – Juli 2014). Para pengopi dipilih berdasarkan intensitas ke warnet yang tinggi (lebih dari sekali tiap bulan) dan lamanya melakukan budaya mengopi video di warnet (lebih dari satu tahun). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga cara: observasi, wawancara (kelompok dan personal), dan pemeriksaan dokumen (koleksi video yang dikopi). Penelitian ini juga meneliti warnet sebagai situs berlangsungnya budaya mengopi video. Peneliti memilih tiga warnet yang intensif dikunjungi oleh pelaku budaya mengopi yang menjadi informan penelitian ini, yaitu SatriaNet, PrimaNet, dan Luxury. Metode pencarian data di warnet hanya berupa observasi dan pemeriksaan dokumen (koleksi video di warnet).

Perspektif Pembajakan Media Digital

Salah satu kajian penting mengenai pembajakan digital, meliputi budaya mengopi, adalah kajian yang diinisiasi oleh Social Science Research Council (SSRC) dan tertuang dalam *Media Piracy in Emerging Economies* (Karaganis, 2011). Kajian komprehensif ini mengumpulkan tulisan dari beberapa kelompok riset di Bolivia, India, Mexico, Rusia, Afrika Selatan, dan Brasil selama lebih dari empat tahun. Kajian ini menarik karena tidak hanya mengkaji dari negara berkembang, tetapi juga mengaburkan batasan disiplin dengan melihat praktik pembajakan dari sudut pandang kombinasi hukum, ekonomi, sosial dan budaya.

Peneliti mencatat setidaknya proyek kolaboratif dan komprehensif dalam kajian pembajakan dikembangkan dalam dua proyek berikutnya: dalam *Piracy Cultures* (2012) yang diinisiasi oleh Castels dan Cardoso serta *special issue* dalam jurnal *Convergence* (2013, 19:3) dengan editor Robert Jewitt dan Majid Yar. Dalam editorial Jewitt dan Yar yang berjudul *Consuming the illegal: Situating Piracy in Everyday Experience,* mereka menyatakan penolakan pada dugaan simplistik pada pembajakan. Dugaan simplistik tersebut menurut mereka merupakan sebuah wacana moralisasi koheren yang membatasi diskusi nilai ekonomi dari konsumen "baik" sebagai oposisi dari konsumen "yang menyimpang". Jewitt dan Yar juga menyatakan penolakan pada kuasa simbolik untuk menyatakan "haram" dan layak hukum pada pembajakan sebagai aktivitas sehari-hari (2013: 1).

Jewitt dan Yar menambahkan bahwa kajian tersebut bukan untuk memperdebatkan bahwa kebijakan yang berpotensi mengkriminalisasi praktik konsumen tertentu (seperti *Digital Economy Act* di Inggris, Hapodi di Perancis, dan sebagainya), tetapi kajian tersebut menyarankan riset yang lebih pada praktik konsumsi ilegal sangatlah berharga dan akan membawa pandangan lebih dalam pada kompleksitas pembajakan kontemporer (2013). Dengan membuat kompilasi artikel, jurnal tersebut

berkontribusi dalam debat kritis mengenai bentuk konsumsi di mana pembajakan dapat dilihat sebagai praktik dan pengalaman sehari-hari.

Lawrence Lessig adalah salah satu penulis yang intens membicarakan pembajakan dari perspektif hukum dan ekonomi. Pemikirannya banyak dipakai dalam kajian-kajian pembajakan misalnya artikel Ian Condry yang berjudul *Cultures of Music Piracy: An Ethnographic Comparison of the US and Japan* (2004). Condry menggunakan kategorisasi Lessig dalam budaya mengopi untuk menganalisis bahwa hanya pembajakan komersil yang mengacaukan pasar, sedangkan mengunduh sampel musik justru mendukung seniman.

Dalam *Free Culture* (2004: 19), Lessig membuka tulisannya dengan menyatakan bahwa sekarang ini kita sedang berada di tengah-tengah "perang" lainnya terhadap "pembajakan". Internetlah yang memprovokasi perang ini karena internet memungkinkan persebaran konten yang efisien. Misalnya pada praktik yang disebutnya sebagai *peer-to-peer* (proses berbagi file ke sesama pengguna). Dengan menggunakan kecerdasan tersebar (*distributed intelligence),* sistem ini memudahkan proses berbagi konten yang tidak pernah terbayang di generasi sebelumnya.

Fokus Lessig dalam bukunya tersebut adalah bagaimana dengan relasi baru antara perkembangan jaringan komunikasi teknologi dan konten berhak cipta, hukum tidak hanya mengontrol kreativitas dari pencipta komersial, tetapi juga berdampak pada kreativitas semua orang. Manfaat hukum ini menjadi tidak berbanding dengan kerugian yang ditimbulkannya. Dari sini, Lessig menawarkan perlunya untuk memahami penggunaan konten berhak cipta dan menempatkan pertarungan yang disebut "pembajakan" tersebut dalam konteksnya yang sesuai.

Salah satu argumen penting Lessig adalah mengenai kompleksitas *file-sharing* (yang juga berlaku dalam budaya mengopi) bahwa tidak semua proses berbagi benar-benar menyalahi hak cipta. Jika kemudian hukum menyatakan seluruh proses berbagi ini sebagai aktivitas yang ilegal, ada beberapa aktivitas lain yang akan turut terkena dampak hukum ini. Baginya perlu diperhitungkan lagi seberapa jauh kerugian yang ditimbulkan dari aktivitas berbagi yang tumbuh sejalan dengan perkembangan teknologi informasi.

Dalam akhir bukunya, Lessig menawarkan alternatif dari regulasi atau hukum hak cipta. Baginya yang dibutuhkan ialah sebuah cara untuk mengatakan sesuatu yang di tengah-tengah. Bukan "seluruh hak dilindungi" atau "tidak ada hak yang dilindungi", melainkan "beberapa hak dilindungi". Tawaran alternatif ini dalam bentuk *Creative Commons* di mana pencipta dapat memilih lisensinya, misalnya: lisensi penggunaan macam apapun selama tetap disertakan atribusinya, lisensi untuk penggunaan non komersial saja, atau lisensi penggunaan apapun selama berlangsung di negara berkembang.

Dalam buku berikutnya *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy* (2008), Lessig mencoba mengembangkan pemikirannya mengenai subjek yang ia bahas empat tahun sebelumnya dalam buku *Free Culture* (2004). Lessig menaruh fokus pada bagaimana "perang" dari rezim hak cipta pada pembajakan berimplikasi pada generasi yang lebih muda. Pada era di saat teknologi meminta kita untuk mencipta dan menyebarkan karya kreatif yang berbeda dari sebelumnya, bagaimana landasan pemikiran yang akan menopang generasi ini? Bagaimana jika kebiasaan mereka dianggap sebuah perbuatan kriminal?

Salah satu tawaran Lessig adalah mendekriminalisasi proses mengopi. Baginya hukum seharusnya tidak mengatur proses mengopi karya kreatif yang merupakan bentuk reproduksi modern. Sebaliknya hukum hanya bisa mengatur penggunaan karya kreatif tersebut, seperti distribusi publik dari kopian karya berhak cipta yang masih terkoneksi langsung dengan hukum hak cipta. Jika hak cipta juga mengatur proses mengopi sementara mengopi telah menjadi perbuatan sehari-hari maka regulasi pada proses mengopi adalah hukum yang mengatur terlalu jauh.

Seperti pemikiran-pemikiran di buku sebelumnya, Lessig di sini juga tidak berpihak sepenuhnya pada rezim hak cipta ataupun rezim anti hak cipta. Ia memilih menawarkan posisi *hybrid* di tengahnya. Dalam konklusinya, Lessig (2008: 289) mengatakan bahwa teori ekonomi di balik hak cipta membenarkannya sebagai alat untuk berurusan dengan apa yang disebut para ekonom sebagai "*the problem of positive externalities"*. *Positive externality* adalah sebuah efek dari perbuatan seseorang kepada orang lain, misalnya ketika seseorang menyetel musik cukup keras, orang di sekitarnya juga bisa mendengarkan musik tersebut.

Internet dan digitalisasi membuat *positive externality* semakin mudah menyebar. Jika seseorang memiliki file video, dengan satu klik seseorang lain bisa memilikinya. Permasalahannya jika semua menjadi "gratis", para ekonom mengkhawatirkan akan sedikit sekali keinginan untuk memproduksi. Dalam konteks inilah hak cipta diperlukan untuk menjaga berkembangnya *positive externality*. Namun, Lessig melihat hak cipta telah melahirkan implikasi yang mungkin juga membatasi kreativitas dalam memproduksi. Misalnya penggunaan karya dengan hak cipta untuk diadaptasi atau diolah ulang. Tidak

hanya itu, implikasi lainnya adalah perang pada generasi muda yang melakukan pembajakan. Generasi muda ini dianggap musuh dan dikriminalisasikan. Di sinilah diperlukan sistem hak cipta yang baru, sistem yang menggabungkan peluang ekonomi dan kreativitas.

Lessig setidaknya adalah akademisi pertama yang menggagas untuk memandang pembajakan dalam konteks kontemporer tidak secara sempit sebagai praktik "negatif". Baginya alih-alih melabeli pembajakan sebagai kriminal, perlu dilakukan tinjauan ulang pada hukum hak cipta. Atau dalam bahasanya sesuai sub judul bukunya, perlu adanya tinjauan pada bagaimana media besar memakai teknologi dan hukum untuk membatasi budaya dan mengontrol kreativitas. Majid Yar dalam artikelnya *The Rethoric and Myth of Anti-Piracy Campaign: Criminalization, Moral Pedagogy, and Capitalist Property Relation in the Classroom* (2008) seolah mewarisi pemikiran Lessig ini dengan menggambarkan bagaimana kampanye-kampanye anti pembajakan mereproduksi ideologi kepemilikan kapitalis.

Pemahaman yang diajukan Karaganis (2011) maupun Lessig (2004, 2008) menawarkan perspektif lebih luas dari definisi konvensional pembajakan sehingga dapat membantu dalam meneropong budaya mengopi. Namun, riset dengan teori ini masih cukup problematis. Meski sudah mempertimbangkan perspektif dari pelaku pembajakan (ekonomi lokal yang rendah, perubahan cepat konsumen dan praktik kultural), media dalam definisi ini seringkali masih dimaknai sebagai komoditas belaka. Pemaknaan sempit media ini bisa menjebak dalam melihat pembajakan dalam bingkai yang selalu menguntungkan pelaku (konsumen media) dan merugikan produser media. Untuk itu teori-teori dalam perspektif ini hanyalah pintu masuk meninjau pembajakan digital dalam budaya mengopi. Perspektif ini masih perlu dilengkapi dengan perspektif lain dalam meninjau produk media, misalnya melihat produk media sebagai produk kultural dalam konteks media global.

Budaya Mengopi Video di Warnet

Transisi Budaya Konsumsi Video

Budaya mengopi video di warnet dalam penelitian ini di satu sisi merupakan aktivitas yang muncul seiring berkembangnya jaringan komunikasi internet. Namun berbeda dari aktivitas *download* serta *file-sharing s*ecara *online* di mana proses distribusi media berjalan dalam dunia *cyber,* dalam budaya mengopi video di warnet ini proses distribusi dapat dilacak dalam ruang sosial yang konkret. Meskipun video dalam budaya mengopi di warnet ini tidak memiliki bentuk fisik seperti keping VCD/DVD, aliran distribusi media tetap dapat dipetakan. Dengan kata lain, budaya mengopi di warnet adalah bentuk pembajakan media digital di era internet yang lebih *visible.*

Dari penelitian terhadap para pengopi video di warnet di Yogyakarta, peneliti menemukan bahwa sebelum kemunculan warnet, ada dua aktivitas yang berkembang sebagai bentuk budaya konsumsi video. Pertama, budaya menyewa video di rental. Budaya ini seringkali dianggap sebagai pembajakan karena beberapa video (VCD/DVD, film atau serial) yang disewakan seringkali bukanlah produk resmi dari distributor video. Budaya menyewa ini setidaknya lebih dominan di kalangan anak muda Yogyakarta daripada membeli VCD/DVD baik produk resmi ataupun produk bajakan.

Budaya yang kedua adalah men-*download* atau mengunduh video di internet. Seperti halnya di wilayah atau tempat lain, budaya ini berkembang seiring tawaran internet dengan berbagai media digital baik yang resmi ataupun bajakan. Seperti dibahas sebelumnya, budaya ini lebih sulit untuk dipetakan dalam konteks wilayah karena berada dalam ruang-ruang personal dalam jaringan dunia *cyber.* Mengunduh sendiri video di warnet, khususnya film dan serial yang memiliki durasi panjang, membutuhkan koneksi internet yang tinggi dan waktu yang cukup relatif panjang dibanding mengopi secara *offline*.

Para pengopi memiliki alasan masing-masing mengapa beralih dari budaya menyewa VCD/DVD di rental video ke budaya mengopi video di warnet. Salah satunya adalah alasan ekonomi di mana mengopi video di warnet tidak meletakkan harga satuan pada video. Warnet hanya meletakkan harga akses per jam dengan harga sekitar 5000-6000 rupiah per jam. Dengan waktu akses ini, pengopi bisa mengopi video sesuai keinginan mereka tanpa adanya biaya tambahan. Saat penelitian ini dibuat, biaya untuk menyewa satu VCD-DVD berkisar antara 3000-5000 rupiah per judul.

Selain ekonomi, peralihan teknologi menjadi salah satu alasan. Soni, salah satu pengopi, misalnya beralih dari rental VCD/DVD karena ia kemudian lebih banyak menonton di laptop (*notebook*) yang tidak memiliki pemutar VCD/DVD. Menonton data digital dalam medium penyimpan data seperti *harddsik external* atau *flashdisk* jadi pilihan untuk menonton di laptop. Beberapa alasan lain peralihan dari rental ke warnet mengacu pada kualitas video rental (terutama video bajakan) yang sulit untuk memenuhi standar penonton. Seperti diungkapkan oleh beberapa pengopi di bawah ini:

> "Aku dulu nge-rental, serialnya update juga. Hanya kadang-kadang dulu itu subtitlenya ada yang Bahasa Malaysia. Tapi tidak ada pilihan (untuk mengganti sendiri subtitle). Dulu misalnya aku nonton serial *H-2* pakai subtitle bahasa Malaysia. Begitu ada warnet, aku kopi lagi serial itu." (Mulya)
>
> "VCD/DVD bajakan kemungkinan di Indonesia itu satu sumbernya. Jadi kalau kamu menemukan satu film rusak di tengah-tengah, di tempat (rental video) lain sama rusaknya. Satu sumber kayaknya. Kalau di warnet kita bisa dapat kualitas HD (High Definition)/Blu-Ray Rip yang nggak bisa didapat di pedagang VCD/DVD." (Anto)

Perkembangan jaringan komunikasi internet yang menawarkan akses film-film tidak berbayar membuat beberapa penyewa rental sempat beralih ke budaya mengunduh atau men-*download* video. Namun dengan mengunduh video di internet, para pengunduh membutuhkan kapasitas internet yang cepat. Di Yogyakarta (dan secara umum di Indonesia), internet dengan kecepatan tinggi masih merupakan barang mewah dan eksklusif. Sebagai gambaran untuk berlangganan internet di rumah membutuhkan harga minimal sekitar 50.000 rupiah untuk kecepatan minimal.

Beberapa pengopi di warnet sebelumnya mengalami kendala ketika mengunduh video menggunakan koneksi internet di rumah. Alternatif lain yaitu mengunduh video di kantor atau ruang publik lain (seperti kafe) yang menawarkan akses internet dengan kecepatan tinggi. Namun kecepatan ini dianggap tetap tidak seefisien mengopi video di warnet. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

> "Dulu kalau nggak mengopi punya teman ya download. Aku ke warnet karena nggak bisa download dan kelamaan download, jadi mengopi saja. Kalau pengen download yang size-nya besar itu pertama lama, kedua belum tentu bisa. Kamu bisa tinggalin tidur ternyata tetap gagal download-nya." (Anto)
>
> "Aku hobinya mengikuti serial barat yang keluar tiap minggu. Dulu waktu di Jakarta, aku harus menghabiskan waktu untuk download. Aku biasa download di kantor yang internetnya cepat. Waktu download dulu aku jarang bahkan nyaris nggak pernah download film, karena berat. Kalau serial kan durasinya paling 20 menit." (Nadia)

Perkembangan Budaya Mengopi Video di Warnet

Jika kita mendeskripsikan budaya mengopi video di warnet sebagai aktivitas mengopi video digital dari database warnet, budaya ini sebenarnya bukanlah sebuah budaya yang baru dan dapat ditemui di berbagai daerah. Setidaknya sejak awal kemunculan warnet di Indonesia, beberapa warnet menyediakan *database* untuk menyimpan data hasil unduhan para konsumen, termasuk data video. Perkembangan teknologi penyimpan data dengan kapasitas tinggi yaitu *flashdisk* dan *harddisk external* telah memungkinkan konsumen warnet untuk mengopi video di warnet, tanpa perlu mengunduh sendiri.

Di Yogyakarta, sejak lebih dari sepuluh tahun, aktivitas mengopi video di warnet telah dilakukan dalam skala kecil. Tapi sejak separuh dekade terakhir aktivitas ini menjadi masif dan mulai diperbincangkan ketika munculnya warnet yang memiliki *database* sangat besar. Soni menceritakan bagaimana awalnya pada tahun 2010 menemukan database film dan serial yang sangat banyak di Warnet Merapi. Warnet Merapi pada saat itu menawarkan beragam video baik yang populer maupun yang klasik, yang tidak pernah ia temui di warnet lain. Meskipun letak warnet jauh dari tempat tinggalnya tapi ia merasa puas karena bisa mendapatkan banyak video yang beragam.



Figur 1. Tampilan Awal Komputer di Warnet SatriaNet.

Beberapa warnet dengan database video yang banyak ini kemudian ditemui di beberapa warnet lain. Setidaknya ketika penelitian ini dibuat ada 7 warnet di Yogyakarta yang ditemukan peneliti dengan sistem multimedia yang sama dengan Merapi yaitu: JagoNet, DewaNet, Net City, PrimaNet, SatriaNet, serta Luxury. Maksud peneliti dengan sistem multimedia yang sama ini merujuk pada jumlah koleksi video yang banyak dan *update*-nya yang serentak di warnet-warnet tersebut. Beberapa pengopi menyebutnya jaringan warnet ini sebagai warnet jaringan Merapi (Merapi Group) atau jaringan Prima.

Kehadiran warnet jaringan Merapi membuat para pengopi beralih dari mengopi video di warnet lain dengan berbagai alasan. Dari titik inilah budaya mengopi di warnet mulai terlihat masif. Seiring perkembangannya, warnet-warnet lain di luar jaringan Merapi/Prima mulai menjadikan koleksi data multimedia sebagai nilai jual warnet. Meski demikian warnet jaringan Merapi/Prima menjadi yang paling sering dibicarakan. Adanya pelevelan warnet oleh para pengopi dapat dilihat dari ucapan beberapa pengopi sebagai berikut:

> "Dulu sempat aku ke Platinum waktu Prima updatenya mentok. *Running man* dulu sempat Prima nggak update. Di Platinum tetap update walaupun kualitasnya jelek. Di sana filmnya yang kecil-kecil (ukuran kualitas). Harddisk-nya mungkin cuma "delapan giga". Walaupun ada film-film tertentu yang ada di Platinum tetapi nggak ada di Prima, tapi karena di Platinum kualitasnya jelek jadi aku tetap request di Prima." (Ucok)

> "Aku awalnya tahu (jaringan Prima) dari mengopi (video) di teman. Aku tanya teman mengopinya di mana? 'Di warnet Prima.' Mulailah menular. Sebenarnya sudah pernah dengar dari beberapa orang kalau Platinum nggak ada apa-apanya dari Prima. Terus waktu aku ke Prima awalnya aku lihat langsung membatin "kacau-kacau", Platinum *nggak* ada apa-apanya. Kalau Platinum parah banget (folderingnya), ya udah (videonya) terhampar begitu, nggak ada klasifikasi abjad. Kalau di Prima klasifikasi per abjad aja udah banyak banget. Jauh databasenya, primitif (Platinum) ini." (Nadia)

Dengan tawaran untuk mengopi video sebanyak yang diinginkan, beberapa pengopi tidak memiliki agenda rutin untuk ke warnet. Berbeda dengan menyewa video di rental di mana para penyewa maksimal hanya bisa menyewa tiga hingga lima judul video sekali datang. Dan harus kembali ke rental untuk mengembalikan dalam jangka waktu satu sampai tujuh hari. Namun tingkat update video di warnet yang cepat seringkali menggugah para pengopi untuk rutin datang ke warnet. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

"Kalau dibilang berapa sering sih aku lebih tergantung koleksi di harddisk. Kalau sudah nonton semua filmnya, karena aku pada dasarnya suka nonton atau kadang-kadang aku suka random kepikiran ngumpulin film-film tertentu ya aku ke warnet. Jadi lebih nggak teratur sih, nggak mesti sebulan tiga kali atau gimana." (Dina)

"Setiap minggu setidaknya sekali aku ke warnet. Paling maksimal lima jam, setidaknya tiga jam." (Mulya)

Beberapa pengopi menggunakan *harddisk external* untuk mengopi video di warnet. Beberapa yang lain menggunakan *flashdisk*. Semua bergantung pada kebutuhan banyaknya video yang dikopi. Nadia misalnya mengungkapkan bahwa masih cukup dengan flashdisk 32 GB, karena ia ke warnet seminggu sekali. Sementara Soni yang tinggal di dua kota (Yogyakarta dan Jakarta), setiap pulang ke Jogja biasanya meminjam *harddisk* teman untuk mengopi video stok selama di Jakarta. Stok video ini terlalu besar untuk dikopi hanya menggunakan *flashdisk*.

Kualitas video menjadi salah satu pertimbangan saat memilih video yang ingin dikopi. Namun alat penyimpan data, baik *harddisk external* ataupun *flashdisk* juga turut menjadi pertimbangan ketika mengopi video di warnet. Semakin bagus kualitas sebuah video, semakin besar kapasitas yang dibutuhkannya. Karena itu tiap-tiap pengopi akan mempertimbangkan kebutuhannya ketika mengopi, seperti yang terangkum dalam percakapan berikut:

"Nggak usah yang besar-besar size-nya, menuh-menuhin harddisk. Mending yang kualitas kecil tapi dapat banyak film dan serial daripada kualitas bagus tapi cuma dapat sedikit tontonan." (Soni)

"Aku kalau ngopi dua: yang versi HD sama yang kecil. Yang HD untuk ditonton kalau yang kecil untuk disimpan." (Ucok)

Menonton video dalam data digital *softfile* membuat video dan *subtitle* atau terjemahan terletak secara terpisah. Dalam hal ini tidak semua *subtitle* cocok dengan video. Beberapa pengopi memilih aktif untuk mencari *subtitle* yang cocok melalui situs-situs *online.* Sementara beberapa pengopi memilih tidak jadi menonton jika *subtitle* mengalami masalah. Seperti yang terdokumentasikan dalam wawancara berikut:

"Nggak semua subtitle yang ada di warnet, betul *sync*-nya (sinkronisasi gambar dan teks). Jadi aku mencari subtitle di situs lain. Kadang-kadang aku nyari yang bahasa Indonesia kalau males mikir. Tapi masalahnya gak semua subber Indonesia bener ngartiinnya. Sebagian masih sebatas kamus mengartikannya." (Anto)

"Kalau aku biasa cari aja di google subtitle-nya kalau nggak oke. Nanti masuk ke situs-situs tertentu." (Nadia)

Kemudahan memperoleh video secara masif dalam waktu singkat menjadi salah satu implikasi dari budaya mengopi di warnet. Di sini para pengopi berkembang dari sekedar penonton menjadi kolektor. Tidak seperti video dalam keping VCD/DVD, video digital dalam bentuk *softfile* mampu disimpan secara lebih efisien karena tidak memiliki fisik yang menyita tempat ataupun mudah rusak. Pengoleksian menjadi salah satu pilihan pengopi agar dapat menonton film tersebut kapan saja. Namun tawaran koleksi warnet membuat koleksi masing-masing tidak terlalu berharga. Perihal mengoleksi ini terucap dalam wawancara berikut:

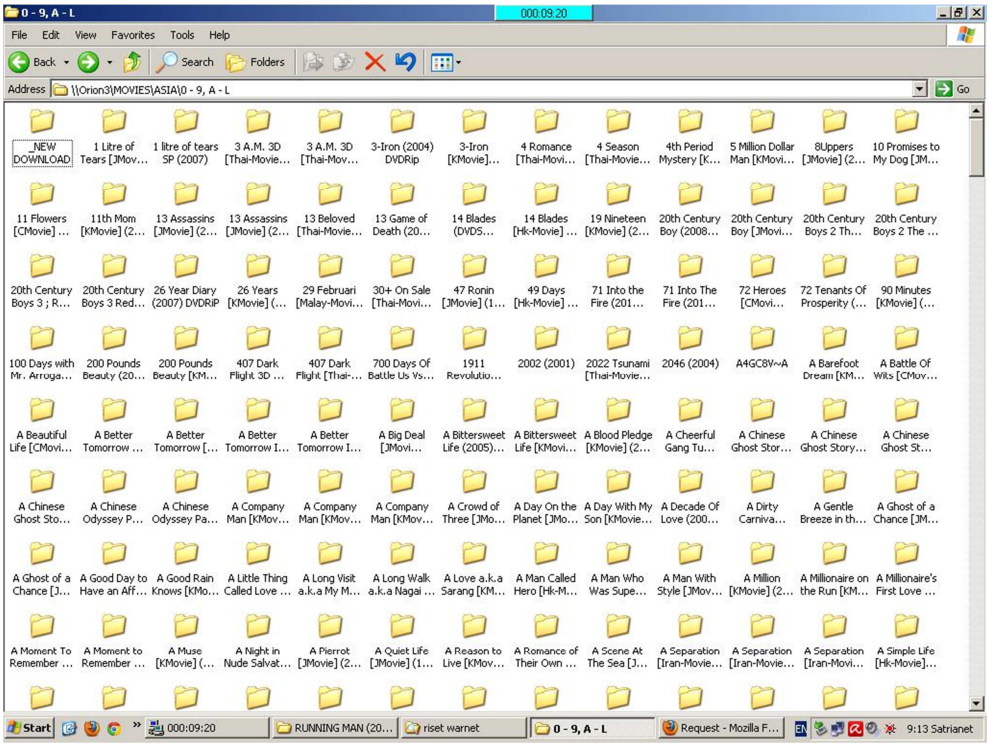
"Semua yang disimpan digital itu cenderung lebih permanen, disimpan dua tahun pun nggak apa-apa." (Mulya)

"Aku simpen paling cuma satu atau dua dari yang aku kopi. Yang kolektibel aja. Misal serial *Modern Family* yang aku ikutin dari awal sampai terbaru. Aku belum terlalu merasa penting beli harddisk karena aku tahu kalau aku hapus film ini nanti aku bisa ngopi lagi." (Nadia)

Dengan menilik perkembangan praktik budaya mengopi video di warnet di atas, dapat ditemukan adanya penyesuaian yang dilakukan oleh dua pihak. Di satu sisi pihak warnet yang berlomba-lomba menawarkan jasa akses data digital seiring tumbuhnya bisnis "baru" warnet ini. Di sisi lain pihak konsumen video yang mengikuti budaya ini dengan melahirkan praktik-praktik baru dalam mengonsumsi video seperti: memiliki alat penyimpan data digital (*harddisk* dan *flashdisk*), memahami atribut vdeo digital (kualitas, *subtitle*), ataupun mengoleksi video digital.

Sebagai implikasi dari variasi tawaran data digital di internet dan kebutuhan konsumen, warnet tidak hanya menawarkan film-film komersil yang dalam waktu hampir bersamaan tayang di bioskop. Dalam warnet dapat ditemui produk-produk yang sulit diakses secara komersil di luar budaya mengopi ini. Misalnya serial televisi dari stasiun televisi luar negeri, film-film klasik, ataupun film-film independen yang tidak dipublikasikan secara komersil. Tawaran video ini ditempatkan bak etalase di tampilan awal desktop komputer warnet dalam folder yang terkategorisasi secara rapi. Konsumen warnet

yang awalnya hanya ingin menggunakan jasa akses internet bukan tak mungkin tergoda untuk menengok etalase dan mengopi video.



Figur 2. Salah Satu Folderisasi Video di Warnet Jaringan Merapi/Prima.

Implikasi Budaya Mengopi pada Akses Industri Distribusi Video

Sejauh penelitian ini dilakukan, warnet dengan tawaran video yang besar baru ditemukan di Yogyakarta. Soni misalnya mengungkapkan ke Yogyakarta tidak lengkap kalau tidak ke warnet. Menurut Soni, biasanya kalau teman-teman di luar kota tahu, mereka akan menitip video untuk dikopikan. Dengan ini, Soni akan ke warnet berbekal sejumlah daftar film dan serial titipan dari teman-teman di luar kota. Budaya yang identik dengan Yogyakarta ini juga membuat beberapa pengopi yang merupakan pendatang di Yogyakarta khawatir akan kehilangan budaya ini bila meninggalkan Yogyakarta. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

> "Aku kalau pulang teman-temanku pada nanya: 'Serius di Jogja ada gini? Sejamnya berapa warnet?' 'Enam ribu.' (jawabku). (Mereka terkejut) 'Hah serius enam ribu bisa dapat sebanyak ini? Wah gila!' Menurutku emang fenomenal banget kota Jogja dengan warnetnya ini. Mungkin kalau aku udah pindah dari Jogja yang aku kangenin ya warnet." (Dina)
>
> "Nanti misalnya kalau aku lulus, salah satu yang paling aku kehilangan di Jogja bukan kuliah, tapi warnet. Nggak usah jauh-jauh lulus, sekarang aja kalau pulang liburan aku pasti nyetok (video). Kalau aku di Medan, download satu video Youtube aja sampai mampus aku nungguin." (Ucok)

Tawaran video yang banyak membuat fokus bisnis warnet di jaringan Merapi/Prima ini seolah beralih. Beberapa pengopi menganggap bahwa bisnis utama dari warnet ini adalah sebagai pusat mengopi video atau data digital lain. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

> "Zaman sekarang di Jogja, warnet kalau nggak ada filmnya ya nggak laku." (Soni)
>
> "Kalau kita ke Prima, colokan harddisk yang di depan komputer kan kelihatan udah mau jebol. Bahkan sampai pada buka colokan bagian belakang. Itu berarti udah berapa ratus orang yang nyolokin harddisk di situ. Aku juga dulu sempat buka kaca colokan belakang di Prima. Sebentar lagi di Luxury pasti juga gitu. Yang lucu dulu pernah ada orang dateng ke warnet, terus karena ngantri dia minta operatornya tolong kopikan aja film tertentu. Ya jelas nggak boleh, wong yang mereka jual ya bisnis ngopi film itu." (Mulya)
>
> "Selama warnet masih murah, bisnis warnet ini pasti nggak akan mati. Masalahnya biaya warnet kan gak berhubungan sama inflasi (secara langsung), beda sama bisnis makanan atau transportasi yang naik begitu

BBM (Bahan Bakar Minyak) naik. Cuma yang bikin ragu, sejauh mana masalah legal dan ilegal bisnis ini ke depannya." (Anto)

Akses pada film di warnet seringkali menimbulkan pertanyaan, bagaimana implikasi budaya menonton video di warnet ini pada budaya menonton di bioskop. Beberapa pengopi mengungkapkan bahwa budaya mengopi ini tidak serta merta menghapus budaya menonton ke bisokop, namun tetap berimplikasi pada keputusan menonton di bioskop. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

"Kalau aku ke bioskop ya karena ingin merasakan cinema experience-nya. Gimana sih kalau nonton film ini ramai-ramai dengan orang lain. Aku kalau nonton film-film kopian biasanya sendiri karena kadang nggak enak nonton film tertentu ramai-ramai. Misal ada komentar-komentar penonton lain yang mengganggu." (Mulya)

"Aku ke bioskop kalau ingin nonton bareng teman misalnya. Biasanya film-film yang canggih spesial effect-nya, yang kalau ditonton di bioskop beda dibanding nonton di rumah." (Nadia)

Pesatnya minat para pengopi pada tawaran warnet dapat dikatakan terkait erat dengan budaya mengakses data digital. Beberapa rental video di Yogyakarta mencoba beradaptasi dengan menawarkan jasa mengopi video dalam bentuk data digital *softfile* atau tidak dalam keping VCD/DVD dengan sistem tarif per giga dari data yang dikopi. Namun, sistem tarifnya yang memakai hitungan per giga membuat beberapa pengopi di warnet merasa tawaran ini jauh kalah memuaskan dari warnet. Seperti yang diungkapkan oleh para pengopi sebagai berikut:

"Sekarang beberapa rental juga bisa jadi tempat untuk mengopi film. Mereka hitungannya per giga. Jadi kalau kita mengopi berapa giga, nanti pembulatan ke atas berapa giga kali tarif per giga." (Anto)

"Sekarang beberapa rental video udah tutup. Cuma aku masih belum tahu apa itu cuma yang di sekitar sini atau di tempat-tempat lain. Di Bima Sakti (salah satu rental video) bisa juga untuk ngopi video 10 ribu per giga. Ini mahal banget kalau dibandingin warnet yang sepuluh ribu kita bisa dapat berapa film." (Ucok)

Dari paparan pada bagian ini, dapat kita tinjau bagaimana budaya mengopi video di warnet membuat satu "terobosan" atau karakteristik baru pada cara mengakses video. Secara ekonomi, budaya ini tidak meletakkan nilai ekonomi satuan pada video seperti halnya jika kita menonton di bioskop atau membeli serta menyewa VCD/DVD. Bisnis yang ditawarkan warnet adalah akses *database* warnet per jam. Meminjam istilah bisnis restoran "*all you can eat*" di mana pengunjung cukup membayar sekali untuk makan sepuasnya, peneliti menyebut bisnis warnet ini sebagai bisnis "*all you can copy*".

Jika sebelumnya produk media dikonsumsi oleh konsumen dengan memberikan keuntungan ekonomi langsung pada produsen (dalam bisnis bioskop atau penjualan keping video), dalam bisnis warnet *"all you can copy"* ini sulit dipastikan adanya keuntungan yang diperoleh produsen. Sebaliknya dalam bisnis ini warnetlah yang dapat dipastikan memperoleh keuntungan ekonomi secara langsung. Di sini terjadilah rekomodifikasi (proses pembentukan komoditas ulang) produk media. Keuntungan ekonomi langsung tidak dimiliki oleh produsen video melainkan para distributor yang mampu memperoleh dan "menjual ulang" produk media baik dalam hitungan per jam ataupun per giga.

Rekomodifikasi dalam Budaya Mengopi

Beberapa penelitian mengenai pembajakan media digital kontemporer lebih banyak membicarakan aktivitas pembajakan yang berkembang seiring kemajuan jaringan komunikasi, khususnya apa yang ditawarkan oleh internet (Lessig, 2004; 2008). Meskipun pembajakan digital dalam konteks ini adalah suatu aktivitas yang nyaris berlangsung di seluruh dunia, para pengkaji seringkali kesulitan untuk mengontekskan pembajakan digital ini dalam konteks wilayah khusus karena aktivitas berlangsung dalam ruang-ruang pribadi dan jaringan global.

Budaya mengopi di warnet menjadi salah satu contoh menarik bagaimana perkembangan pembajakan digital kontemporer tidak hanya berada dalam wilayah jaringan dunia *cyber*. Dalam hal ini, pembajakan digital memanfaatkan teknologi internet yang memungkinkan distribusi produk media lintas negara dan benua namun proses tersebut melalui pihak distributor jenis baru, yaitu warnet. Sebagai distributor media global ini warnet tidak memerlukan kesepakatan dengan para produsen media, namun cukup dengan kemampuan koneksi internet yang tinggi.

Berkembangnya produk dalam bentuk digital membuat aktivitas berbagi produk media ini menjadi tantangan baru yang oleh beberapa penulis dikategorikan sebagai pembajakan digital.

Pemahaman konvensional mengenai pembajakan digital atau *digital piracy* adalah praktik mengopi dan menjual secara ilegal film, musik, *software* komputer digital, dan media digital lainnya. Dengan menganalisis praktik dan implikasi budaya mengopi video di warnet, peneliti mencoba menunjukkan bahwa pemahaman konvensional tersebut terlalu simplistik.

Seperti halnya Jewitt dan Yar (2013) yang menolak memperdebatkan kebijakan yang berpotensi mengkriminalisasi praktik konsumen tertentu (seperti *Digital Economy Act* di Inggris, Hapodi di Perancis, dan sebagainya), penelitian ini pun tidak membicarakan mengenai kebijakan hak cipta di Indonesia ataupun mengajukan kebijakan alternatif. Lebih dari itu, penelitian ini mencoba memaparkan pandangan lebih dalam pada kompleksitas pembajakan kontemporer, di mana pembajakan dapat dilihat sebagai praktik dan pengalaman sehari-hari yang tidak lepas dari konteks sosiokultural suatu masyarakat.

Lessig (2004) menggambarkan bahwa sekarang ini kita sedang berada di tengah-tengah "perang" lainnya terhadap "pembajakan". Internetlah yang memprovokasi perang ini. Internet memungkinkan persebaran konten yang efisien, yang tidak lagi mengacu pada batasan tradisional hak cipta. Dengan hal ini, kemampuan mengakses internet memungkinkan warnet untuk menjadi pusat-pusat produk media digital. Dalam konteks di Indonesia, khususnya Yogyakarta, akses internet yang cepat bukanlah barang yang murah. Untuk mengakses internet cepat di rumah dibutuhkan biaya berlangganan yang tinggi. Sedangkan akses internet gratis di ruang publik cenderung berkoneksi lambat.

Bila menghubungkan aspek ekonomi pengopi dan akses pada video global, anggapan lama Joseph Straubhaar dalam *(Re)Asserting National Television and National Identity Againts the Global, Regional, and Local Levels of World Television* (2002) bahwa audiens yang menyaksikan tayangan televisi global sebagian besar adalah kelas menengah ke atas dan kelas atas dapat dipatahkan. Fokus Straubhaar pada akses *channel* global yang dianggap seringkali terbatas pada kapital ekonomi diruntuhkan oleh adanya budaya mengopi video di warnet.

Tawaran video dalam bentuk digital yang mudah diakses melalui internet turut melahirkan budaya menonton digital yang baru. Menonton video di televisi melalui medium VCD/DVD mulai dianggap tidak praktis bagi para pengopi video yang lebih banyak menggunakan medium komputer atau laptop. Di samping itu, data digital pun lebih mudah diolah sesuai keinginan audiens, misal dengan mengganti *subtitle* sesuai bahasa yang mampu mereka pahami. Dalam hal ini internet memungkinkan persebaran *subtitle* dalam berbagai bahasa yang pembuatannya seringkali merupakan inisiatif kelompok audiens tertentu (Lihat Leonard, 2005; Hu, 2005, 2009), sehingga memberikan lebih banyak alternatif video bagi para penonton.

Dengan memahami budaya konsumsi video dalam bagian ini sebagai praktik memperoleh dan menonton, diperlihatkan bahwa budaya mengopi (dan menonton) video di warnet merupakan transisi dari setidaknya dua budaya sebelumnya. Dua budaya tersebut yakni menyewa video di rental dan mengunduh video di internet, dianggap kalah efisien dari budaya mengopi video di warnet. Yang menarik dari transisi ini adalah pelaku pembajakan tidak semata-mata merupakan pihak yang sebelumnya mengonsumsi produk resmi. Di sini dapat dikatakan bahwa pembajakan dapat tumbuh karena adanya kultur mengkonsumsi produk bajakan dalam masyarakat tersebut.

Dalam perkembangan kajian pembajakan dengan perspektif produk media sebagai komoditas, pembajakan media dapat dipahami sebagai sebuah permasalahan tarif global sebagai hasil harga media yang terlalu tinggi, keuntungan lokal yang rendah, dan difusi teknologi digital yang murah serta perubahan cepat konsumen dan praktik kultural (Karaganis, 2011:i). Telah ditunjukkan dalam temuan data bagaimana budaya mengopi video di warnet, sebagai bentuk pembajakan digital, telah memungkinkan audiens untuk mengakses produk media secara lebih ekonomis. Namun aspek ekonomi ini tidak semata-mata mengacu pada tarif resmi produk media.

Para pengopi video di warnet bukanlah audiens video yang sebelumnya menonton film di bioskop atau membeli video original di toko-toko resmi. Para pelaku budaya mengopi video di warnet ini sebelumnya adalah para penyewa video di rental dan pengunduh video di internet, dua aktivitas yang sebenarnya cenderung dikatakan sebagai pembajakan digital juga. Transisi pada budaya mengopi di warnet turut berkembang dengan alasan perubahan praktik kultural dan teknologi. Dalam budaya mengopi di warnet ini, pembajakan digital yang ada memungkinkan akses produk media lebih efisien bagi konsumen.

Dalam budaya mengopi video di warnet dapat ditemui komplekstias proses berbagi data yang dijabarkan oleh Lessig (2004: 82). Alih-alih melabeli mana video yang diperoleh secara legal atau ilegal oleh pihak warnet, apa yang bisa dilabeli adalah bagaimana warnet memperoleh video seiring tawaran akses produk-produk digital melalui internet. Internet dan digitalisasi mengaburkan batasan-batasan mana

produk yang legal ataupun ilegal. Beberapa video bisa saja didapatkan secara cuma-cuma dari situs "pembajak", sementara video lain bisa saja didapatkan dari digitalisasi VCD/DVD/BD resmi produk video tersebut yang berbayar.

Budaya mengopi berkembang dengan warnet-warnet yang menggunakan sistem bisnis *"all you can copy"*. Di sini terjadi rekomodifikasi produk media. Sulit dipastikan produsen video memperoleh keuntungan ekonomi langsung dari konsumen. Sebaliknya sebagai distributor, warnet mengambil keuntungan secara langsung dari konsumen. Tawaran internet sebagai pusat produk media digital membuat siapa yang memiliki kemampuan mengakses internet dengan cepat akan menjadi pusat produk media digital.

Jika di Selandia Baru, warnet-warnet diduga menawarkan film bajakan dalam jumlah yang besar seiring meningkatnya akses internet di rumah-rumah (Moses, 2013), hal ini bisa bisa jadi juga menjadi alasan warnet di Yogyakarta berjuang mencari cara untuk menarik konsumen. Namun, di sini tidak hanya kemampuan akses internet yang menjadi kunci bisnis warnet. Kapasitas *harddisk* warnet yang mampu menyimpan *database* video yang besar menjadi keunggulan warnet. Beberapa warnet yang memiliki akses internet cepat tidak serta merta bisa menerapkan bisnis "*All you can copy"* selama tidak memiliki kapasitas *harddisk* yang besar.

Pada pemaparan di atas telah ditunjukkan bagaimana budaya mengopi memungkinkan para penonton untuk mengakses produk media secara lebih efisien. Meski demikian terlalu dini untuk melabeli pembajakan digital sebagai ruang demokratisasi media yang membuka ruang pada audiens ataupun pengguna media untuk mengatur dan memperoleh apa yang akan mereka konsumsi. Terlalu dini pula menyimpulkan bahwa produsen media adalah pihak yang dirugikan dalam pembajakan digital ini. Pada titik ini, peneliti menyarankan perlunya perspektif lain dalam meneropong budaya mengopi video di warnet ini, yakni melihat produk media dalam pembajakan digital sebagai produk kultural. Dalam hal ini, budaya mengopi di warnet dapat dipandang dalam konteks luas mengacu pada relasi kuasa aliran produk media global.

Daftar Pustaka

Castells, Manuel dan Gustavo Cardoso. (2012). "Piracy Cultures Editorial Introduction" dalam *International Journal of Communication 6* (2012), 826–833.

Condry, Ian. (2004). "Cultures of Music Piracy. An Ethnographic Comparison of the US and Japan" dalam *International Journal of Cultural Studies* Vol 7 (3).

Hu, Kelly. (2005). "The Power of Circulation: Digital Technologies and the Online Chinese Fans of Japanese TV drama." Dalam *Inter-Asia Cultural Studies* 6: 171-186.

Hu, Kelly. (2009). "Chinese Subtitle Groups and the Neoliberal Work Ethics" dalam *Journalism Research* 101:177-241.

Jewitt, Robert dan Majid Yar. (2013). "Consuming the illegal: Situating Piracy in Everyday Experience" dalam *Convergence* Vol 19(3).

Karaganis, Joe dan Lennart Renkema. (2014). *Copy Culture in US and Germany* (versi daring). Terarsip dalam http://piracy.americanassembly.org/copy-culture-report/ diakses pada 1 April 2014

Karaganis, Joe. (Ed.) (2011). *Media Piracy in Emerging Economies*. New York: Social Science Research Council.

Leonard, Sean. (2005)."Progressagaints the law: Anime and fandom, with the key to the globalization of culture." dalam *International Journal of Cultural Studies* 8 (3): 281-305.

Lessig, Lawrence. (2004). *Free culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity.* New York: Penguin Press.

Lessig, Lawrence. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy.* London: The Penguin Press.

Moses, Asher. (2013). "Internet Cafes Clean Out after Raid" terarsip dalam http://www.smh.com.au/news/technology/internet-cafes-clean-out-after-raid/2008/01/17/1200419959751.html diakses pada 17 Januari 2013.

Saukko, Paula. (2003). *Doing Research in Cultural Studies*. London: Sage Publication.

Straubhaar, Joseph. (2002). "(Re)Asserting National Television and National Identity Againts the Global, Regional, and Local Levels of World Television." dalam Joseph M. Chan dan BryceT. McIntyre (eds.), *In Search of Boundaries: Communication, Nation-States, and Cultural Identities.* Westport, CN: Ablex Publishing.

Xueqing, Jiang. (2012). "Internet Movie Fans Fear Twist in the Tale" terarsip dalam http://www.chinadaily.com.cn/china/2010-11/18/content_11566608.htm diakses pada 18 November 2012.

Yar, Majid. (2008). "The Rethoric and Myth of Anti-Piracy Campaign: Criminalization, Moral Pedagogy, and Capitalist Property Relation in the Classroom" dalam *New Media and Society* Vol 10 (4)

Wawancara:

Anto (pegawai negeri sipil, 26 th) pada 27 dan 29 Maret 2014
Dina (mahasiswi, 23 th) pada 16 Mei 2014
Mulya (sutradara, 28 th) pada 27 dan 30 Maret 2014
Nadia (karyawan swasta, 26 th) pada 29 Maret 2014
Soni (dosen, 28 th) pada 15 April 2014
Ucok (mahasiswa, 26 th) pada 21 April 2014

Menilik Indonesia dalam kurun lima tahun terakhir, sama-sama kita saksikan pergulatan yang makin kompleks dalam berbagai ranah kehidupan. Demokratisasi dan keterbukaan kian menjadi semangat utama, tetapi praktik-praktik kekerasan sektarian maupun oligarki kekuasaan juga masih terjadi di berbagai wilayah negeri ini. Begitu juga pertumbuhan ekonomi yang tampaknya meyakinkan, namun tidak sedikit rakyat yang masih kesulitan mengakses kebutuhan dasar mereka. Tahun 2014 menjadi penanda penting dalam kompleksitas tersebut. Bukan saja karena tahun ini menandai perubahan kepemimpinan nasional, tetapi juga berbagai gagasan dan inisiatif yang mewarnai sepanjang proses menuju, saat, dan setelah pergulatan ini amat beragam dan patut menjadi sorotan tersendiri. Tidak terkecuali dalam konteks komunikasi, budaya, dan media secara khusus.

CCCMS 2014 mengundang berbagai gagasan dalam ranah kajian komunikasi, budaya, dan media untuk mendiskusikan situasi kekinian Indonesia yang berada dalam gelombang baru ini, Indonesia in new wave. Negeri yang tengah dalam pusaran antara harapan dan tantangan. Indonesia yang sedang dalam pergulatan antara polarisasi aspirasi dan sentralisasi sumber daya dalam bidang komunikasi, budaya, dan media berhadapan dengan berbagai inisiatif kreatif dalam semangat alternatif berbasis komunitas dan berskala global. Mendialogkan kompleksitas dan keragaman itulah yang menjadi semangat konferensi ini.

ISBN 978-602-71722-0-3

Penerbit
Program Studi
ILMU KOMUNIKASI
Universitas Islam Indonesia