Dinamika Komunikasi

Konsep dan Konteks di Beragam Bidang Kehidupan

Dinamika Komunikasi

Konsep dan Konteks di Berbagai Bidang Kehidupan

Editor:
Muhamad Sulhan
Yani Tri Wijayanti

Penulis:
Agung Prabowo, Alip Kunandar, Basuki Agus Suparno, Betty Gama, Dian Arymami, Fajar Junaedi, Filosa Gita Sukmono, Irham Nur Anshari, Lisa Mardiana, Mite Setiansah, Muhamad Sulhan, Muria Endah Sokowati, Raditia Yudistira Sujanto, Rouli Manalu, Setio Budi H. Hutomo, Triyono Lukmantoro, Turnomo Rahardjo, Wildan Namora I. S, Wulan Herdiningsih, Yani Tri Wijayanti, Yohanes Widodo, Yoto Widodo

Desain Sampul dan Tata Letak:
Alip Yog Kunandar

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk fotokopi, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Diterbitkan oleh:
Aspikom Press
bekerjasama dengan
Galuh Patria Publishing

ISBN: 978-602-97613-3-7

Daftar Isi

Daftar Isi 3
Kata Pengantar 5
Pendahuluan:
Dari Keberagaman Menuju Kebermanfaatan
Muhamad Sulhan 10

SATU: KONSEP UTAMA DINAMIKA ILMU KOMUNIKASI
1 Komunikasi sebagai Fenomena Keilmuan
Turnomo Rahardjo 21
2 Eklektikisme Kajian Komunikasi: Tantangan Improvisasi di Tengah Kemiskinan Imajinasi
Muhamad Sulhan 39
3 Diantara Pertarungan Perspektif Barat dan Timur: Posisi Ilmu dan Pendidikan Komunikasi Indonesia menuju kontribusi global
Setio Budi H.H 58
4 Rethorical Criticism: Sebuah Alternatif Metode Penelitian Komunikasi Terapan
Agung Prabowo dan Basuki Agung Suparno 72

DUA: KONTEKS KAJIAN KOMUNIKASI
5 Internet dan Penelitian Ilmu Komunikasi di Indonesia: Kesempatan dan Tantangan dalam Eksplorasi Tema, Data, dan Metoda Penelitian Komunikasi
Rouli Manalu 103
6 Memahami Ulang Pembajakan Media Digital
Irham Nur Anshari 124
7 Startup Media dan Model Bisnis Media Digital
Yohanes Widodo 138
8 Mengurai Pertentangan Ekonomi Politik dan Kajian Budaya
Triyono Lukmantoro 158

9 Human Relations dalam Organisasi
Yani Tri Wijayanti 173
10 Telaah Komunikasi Keluarga dalam Interseksi Keintiman
Dian Arymami 192
11 Seks untuk Remaja: Antara Tabu dan Nikmat
Muria Endah Sokowati 207

TIGA: STRATEGI KOMUNIKASI
12 Ketika Propaganda, Jurnalisme, dan Public Relations Berkongsi : Pemberitaan Mengenai Kasus Terkait Hary Tanoe dalam Media MNC Group
Alip Kunandar 229
13 Senjakala Media Cetak, Kebangkitan Media Daring : Jurnalisme Sepakbola di Era Media Baru
Fajar Junaedi 248
14 Problematika Isu Multikultur dan Minoritas dalam Film Indonesia: Studi pada Komunitas Film di Yogyakarta
Filosa Gita Sukmono 260
15 Membangun Ketahanan Digital Anak Millenium Ketiga: Melindungi tanpa Menghalangi
Mite Setiansah 271
16 Dinamika Peran PR dalam Komunikasi Pemasaran Bisnis E-Commerce (Perspektif Customer Relationship)
Raditia Yudisthira Sujanto 287
17 Konstruksi Sosial Cultural Event sebagai City Branding Kota Solo
Betty Gama dan Yoto Widodo 307
18 Fenomena e-WOM dalam Komunikasi Pariwisata
Lisa Mardiana, Wulan Herdiningsih, dan Wildan Namora I. S 323

Tentang Penulis 341

6 MEMAHAMI ULANG PEMBAJAKAN MEDIA DIGITAL

Irham Nur Anshari
Departemen Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Gadjah Mada

Perkembangan teknologi media baru ditandai dengan terkonversinya media analog menjadi digital. Hal ini memungkinkan produk media digital menjadi lebih cepat dan mudah menyebar. Sirkulasi produk media digital yang sulit dikontrol ini melahirkan sebuah fenomena yang kerap disebut pembajakan media digital atau lebih singkatnya pembajakan digital. Salah satu definisi umum mengenai pembajakan digital atau *digital piracy* adalah praktik mengopi *(to-copy)* dan menjual secara ilegal produk film, musik, *software* komputer digital, dan media digital lainnya.

Bila dicermati lebih dalam, status "ilegal" yang disandingkan dengan praktik pembajakan digital ini berdasar pada logika sistem hak cipta. Di era di mana konsumen media tumbuh dalam lingkup media baru, menghakimi pembajakan digital sebagai praktik yang ilegal adalah suatu hal yang problematis. Misalnya bila kita menilik argumen Lawrence Lessig (2004: 75) yang menuliskan:

Ada banyak sekali jenis pembajakan atas materi-materi yang berhak cipta. Yang paling signifikan adalah pembajakan komersial, yaitu pengambilan tanpa izin konten orang lain dalam konteks komersial.... Akan tetapi, sama halnya dengan pembajakan komersial, ada jenis "pengambilan" lain yang terkait secara langsung dengan internet. Pengambilan itu juga tampak sebagai suatu yang salah bagi banyak pihak dan dianggap sebagai sesuatu yang salah (ilegal) di banyak kesempatan. Bagaimanapun juga, sebelum kita

menggambarkan pengambilan ini sebagai "pembajakan", sebaiknya kita memahami dahulu sifat dasar dari tindakan ini.

Lessig menggunakan konsep "pembajakan" (pembajakan dalam tanda kutip) untuk menunjukkan bahwa mendefinisikan pembajakan sebagai definisi tunggal adalah sebuah simplifikasi. Meninjau argumen Lessig, jika faktor kunci dari "pembajakan" yang mau diberantas oleh hukum adalah penggunaan yang "merampok" keuntungan si pencipta (2004: 81), ini berarti perlu dipastikan apakah dan seberapa banyak sistem berbagi dalam budaya mengopi menimbulkan kerugian. Memahami ulang pembajakan digital dari berbagai perspektif menjadi penting dilakukan sebelum mengilegal-kan praktik tersebut.

Lebih lanjut, Lessig mencontohkan kompleksitas proses *file-sharing* atau berbagi data yang sulit untuk semata-mata dihakimi sebagai pembajakan dalam pengertian yang salah dan ilegal. Ia mengkategorikan proses ini ke dalam empat tipe: *Pertama,* berbagi data sebagai pengganti membeli konten. *Kedua,* berbagi data untuk "mencicipi" karya tertentu sebelum membelinya. *Ketiga,* berbagi data untuk mendapatkan akses konten berhak cipta yang sudah tidak lagi dijual. *Keempat,* berbagi data materi yang tidak berhak cipta atau pemilik hak ciptanya ingin memberikannya secara gratis (2004: 82).

Berdasar paparan di atas, dalam satu dua kasus bisa disepakati bahwa pembajakan digital yang merugikan produsen media secara ekonomi. Namun, di sisi lain perlu adanya pemahaman baru mengenai pembajakan yang mencurigai bagaimana pembajakan dapat juga menguntungkan produsen media. Menghakimi sebuah pembajakan sebagai aktivitas ilegal yang melanggar hukum adalah sebuah perspektif sempit yang dibangun dari perspektif industri dengan logika distribusi konvensional. Perspektif ini menutup mata dari adanya negosiasi pelaku pembajakan yang terus berkembang seiring perkembangan ekonomi dan teknologi distribusi media.

Tulisan ini mencoba memberikan dua perspektif memahami pembajakan digital dari perspektif dalam melihat fungsi media sendiri. Di sini pembajakan dibicarakan dengan melihat media dalam dua fungsi: ekonomi dan politik. Fungsi ekonomi dalam hal ini akan meninjau pembajakan dari perspektif produk media sebagai komoditas. Sebagai komoditas, produk media adalah barang dagangan yang memiliki nilai ekonomi. Sementara fungsi politik

meninjau pembajakan dari perspektif produk media sebagai produk kultural. Sebagai produk kultural, produk media perlu dipahami tidak hanya barang dagangan tetapi produk dengan konten/pesan, sehingga persebarannya (baik secara legal maupun ilegal) berpotensi menguntungkan produsen media. Sebelum memasuki tinjauan pembajakan dari dua perspektif tersebut, pada bagian selanjutnya akan dipaparkan terlebih dahulu mengenai pemetaan kajian pembajakan digital.

Pemetaan Pembajakan Digital

Pemetaan kajian pembajakan, terutama yang muncul seiring perkembangan jaringan komunikasi telah banyak dilakukan dalam beberapa tulisan. Salah satunya yang dipetakan oleh Manuel Castells dan Gustavo Cardoso dalam *Piracy Cultures: Editorial Introduction* (2012). Castells dan Cardoso menyatakan bahwa perkembangan komunikasi jaringan membuat persoalan pembajakan menjadi tema yang menarik bagi para akademisi (Benkler, 2006; Boyle, 2008; Gillespie, 2007; Lessig, 2001, 2004, 2008; Netanel, 2008; Patry, 2009, 2012; Vaidhyanathan, 2001, 2005; Zittrain, 2008). Namun, kebanyakan literatur tersebut hingga kini berakar pada kajian pembajakan dalam bidang atau perspektif hukum.

Beberapa cabang penelitian lain yang berkembang memilih fokus pada implikasi ekonomi dari adanya aktivitas *file-sharing* pada berbagai pasar dan industri (Grassmuck, 2010; Liebowitz, 2006, 2008; Oberholzer-Gee & Strumpf, 2007, 2009; Rob & Walfogel, 2004, 2007; Zentner, 2005, 2006). Beberapa perspektif hukum dan ekonomi juga telah ditulis oleh beberapa penulis dari sudut pandang negara berkembang dengan mencoba meletakkan masalah hak cipta dalam konteks sosiokultural media global (Larkin, 2004; Liang, 2005, 2009; Wang, 2003).

Tren kajian pembajakan ini kemudian berkembang dalam kajian konsumsi media global, misalnya yang diinisiasi oleh Social Science Research Council (SSRC), yaitu kajian pada "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.

Pasca pemetaan yang dilakukan oleh Castells & Cardoso (2012), proyek kolaboratif dan komprehensif dalam kajian pembajakan dikembangkan dalam *special issue* 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, *Hadopi* 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.

Pemetaan yang termuat di atas berdasar pada perspektif disiplin dalam mengkaji pembajakan. Meskipun sangat berguna dalam memetakan kajian pembajakan kontemporer, peta ini kesulitan menggambarkan mengapa kajian dalam disiplin tertentu (hukum dan ekonomi) gagal secara krtitis menggambarkan kompleksitas pembajakan. Dalam *Transnational Piracy Research in Practice: A Roundtable Interview with Joe Karaganis, John Cross, Olga Sezneva, and Ravi Sundaram* (2012), Joe Karaganis menyatakan bagaimana pembajakan memainkan peranan penting dalam berbagai konteks. Karaganis memaparkan bahwa kelompoknya, Social Science Research Council (SSRC) dalam *Media Piracy in Emerging Economies*, berangkat untuk meneliti pembajakan namun pada akhirnya menemukan pertanyaan mengenai bagaimana akses pada media terregulasi dan terstruktur oleh hukum, teknologi, pasar, dan praktik sosiokultural yang berkembang. Untuk itulah perlu adanya kombinasi perspektif dalam memahami ulang pembajakan digital.

Perspektif Produk Media sebagai Komoditas

Lawrence Lessig adalah salah satu penulis yang intens membicarakan pembajakan dari perspektif hukum dan ekonomi. 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* 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?

Dalam pendahuluannya, Lessig menuliskan cerita tentang Jack Valenti, kepala Motion Picture Association of America (MPAA). Valenti menemukan bahwa 90% dari siswa mengaku mengunduh musik secara ilegal di salah satu situs internet, Napster. Ia mendeskripsikan perbuatan siswa sebagai tindakan "mencuri". Namun, siswa merespon dengan mengatakan: "Perbuatan itu mungkin memang mencuri tapi semua melakukannya, jadi di mana letak masalahnya?" Respon tersebut membuat Valenti bertanya-tanya tentang landasan moral yang akan menopang anak-anak muda ini di masa mendatang (2008: xvii).

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 menentang 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 (Lessig, 2004).

Pemikiran Lessig 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. 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.

Meski membawa tawaran pemikiran baru, tetapi pemikiran Lessig ini terjebak dengan melihat media sebagai komoditas belaka. Dengan ini, praktik konsumsi dimaknai dengan pendekatan produsen-teks-konsumen di mana pembajakan merupakan sebuah negosiasi pada praktik konsumsi media yang dikonsep oleh produsen. Pemikiran ini menjadi tidak spesifik pada praktik konsumsi media karena bisa dipakai juga dalam praktik konsumsi komoditas lain yang sarat dengan isu pembajakan, misalnya fesyen

atau *gadget.*

Pemahaman pembajakan digital dengan perspektif produk media sebagai komoditas yang terangkum di atas telah memberikan pespektif baru untuk tidak menghakimi semata pembajakan digital sebagai praktik ilegel. Namun, definisi baru ini serta riset dengan teori ini masih 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 perlu dilengkapi dengan perspektif lain dalam meninjau produk media, yakni sebagai produk kultural. Pada bagian berikutnya, akan dipaparkan bagaimana konsep pembajakan dengan perspektif produk media sebagai produk kultural.

Perspektif Produk Media sebagai Produk Kultural

Jika Lessig muncul dengan tradisi pemikiran hukum dan ekonomi, Joost Smiers menjadi pemikir yang membicarakan praktik konsumsi dalam konteks global. Dalam bukunya *Arts Under Pressure* (2009), Smiers juga menawarkan alternatif pada sistem hak cipta sembari mengajukan kelemahan pada sistem *Creative Commons* yang diajukan Lessig. Di sini Smiers memaknai media sebagai produk kultural yang bermuatan ideologi, sebuah tawaran baru dalam kajian pembajakan.

Mengenai pembajakan, Smiers (2009: 99) mengatakan bahwa meskipun segala macam tindakan pencegahan dan pembasmian telah dilakukan, pembajakan akan terus terjadi selama pengopian material masih mudah untuk dilakukan. Ke depan malah semakin parah saja. Dengan berbagai teknologi digital, kopian ke-seribu masih akan sama bagusnya dengan kopian yang pertama. Persoalan ini menjadi semakin penting saja di masa depan karena adanya pengembangan lanjutan dari *laser disk* dan teknologi-teknologi komunikasi baru lainnya. Mengenai hal tersebut, Smiers mengutip pernyataan Richard Barnet dan John Cavanagh:

Para bintang sekarang berharap dapat dilihat dan didengar di banyak tempat di seluruh pelosok dunia berkali-kali dalam seharinya. Tetapi semakin sukses hit-nya, semakin besar saja kemung-

kinan pencipta dan pemilik hit tersebut harus berbagi keuntungan dengan para pembajak. Sementara para cendekiawan dan politikus di negeri-negeri miskin mencela "imperialisme budaya" yang dilakukan oleh raksasa-raksasa media global, para pengusaha bawah tanah sebenarnya juga melakukan hal yang sama. (Barnet dan Cavanagh 1994: 141)

Pernyataan ini selaras dengan apa yang dikatakan Dave Laing bahwa efek paling penting dari pembajakan bukanlah kekacauan yang disebabkannya pada penghasilan perusahaan-perusahaan transnasional dan para seniman yang karyanya dibajak, tetapi lebih kepada cara pembajak ini mendorong penyebaran musik internasional dan menyurutkan perkembangan rekaman nasional di banyak negara (Burnett 1996: 88-9).

Dari paparan di atas, apa yang diajukan Smiers adalah melihat pembajakan tidak semata-mata sebagai hal yang menguntungkan bagi konsumen. Pembajakan menyebabkan semakin mudahnya konten menyebar dari media kelompok atau wilayah tertentu sehingga menyurutkan suara dari media di tingkat lokal atau kelompok dan wilayah tertentu. Perkembangan media yang juga mengambil fungsi pemasaran membuat penyebaran ini tidak menjadi suatu yang merugikan bagi produsen, tetapi justru sebagai pemasaran yang efisien. Meski konsumen dapat mengakses media dengan harga lebih terjangkau namun konsumen mengkonsumsi hal atau komoditas lain yang ditawarkan di dalam media tersebut.

Lebih lanjut dituliskan bahwa hiburan di satu sisi menjadi produk perdagangan itu sendiri, namun di sisi lain kebanyakan hiburan menjadi stimulus bagi penjualan dan penggunaan produk-produk lainnya. Tidak banyak artinya jika hanya memiliki kontrol oligopolistik atas nyaris semua saluran informasi dunia bila anda tidak sekaligus juga memiliki "muatan" yang akan disebarkan melalui teknologi-teknologi baru tersebut (Smiers, 2009: 90). Oligopolistik dalam konteks ini merujuk pada struktur pasar di mana hanya ada beberapa perusahaan yang menguasai pasar, baik secara individu maupun secara diam-diam bekerja sama.

Terkait pandangan di atas, film tidak lagi hanya sekedar film, tapi menurut Thomas Schatz, ia juga menjadi "waralaba" alias lisensi untuk menjual produk perusahaan. Dengan itu menjelmalah film sebagai aneka produk hiburan yang meledak di pasar, yang dapat direproduksi secara sistematis di berbagai bentuk media. Film layar lebar yang ideal zaman sekarang bukan hanya yang

meraih sukses *box-office,* melainkan juga sebuah promosi dua-jam untuk serangkaian produk multimedia. Apa yang tengah kita saksikan adalah pertemuan hiburan, informasi, dan iklan (Schatz, 1997: 73-4, 101). Ilustrasi dari pendapat ini bisa ditemui misalnya dari bagaimana produser film animasi anak-anak justru lebih banyak memperoleh keuntungan dari penjualan mainan berbentuk tokoh film.

Pemikiran dengan perspektif produk media sebagai produk kultural dapat kita temui dalam kajian-kajian pembajakan yang menaruh fokus pada tantangan distribusi tak seimbang dari kapital media global (Larkin, 2004; Pang, 2006; Sundaram, 2010; S. Wang, 2003; dan Li, 2012). Laikwan Pang dalam *Cultural Control and Globalization in Asia: Copyright, Piracy, and Cinema* (2006) misalnya, menolak salah satu perspektif yang umum dipakai dalam kajian hak cipta sebelumnya. Salah satunya penolakan pada kajian Ramasoota (2003) yang melihat pembajakan sebagai strategi melawan sistem informasi global. Perspektif ini meragukan karena pembajakan tidak semudah itu direduksi sebagai proyek politis. Pang meneliti pembajakan VCD film-film Hollywood di Cina dan meragukan proses pembajakan muncul sebagai senjata ideologi melawan industri. Pada kenyataannya audiens di Asia tertarik pada produk-produk tersebut karena hasrat mengkonsumsi citra-citra Hollywood.

Pang (2006: 96) menuliskan bahwa "apropriasi taktil" yang muncul dalam pembajakan, yang tidak dilakukan dengan refleksi intelektual, justru semakin memudahkan distribusi manipulasi film-film Hollywood. Pada kenyataannya semakin menyebarnya pembajakan, semakin populerlah produk tersebut. Dalam hal ini pembajakan melenggangkan penyebaran ideologi dalam film, sehingga pembajakan tidak bisa dilepaskan sebagai bagian dari terbentuknya globalisasi.

Berseberangan dengan argumen Pang yang bernada "pesimis" mengenai pembajakan di Cina, Jinying Li dalam *From D-Buffs to the D-Generation: Piracy, Cinema, and an Alternative Public Sphere in Urban China* (2012) justru mengambil posisi sebaliknya. Li meminjam konsep 'publik' Hansen sebagai sebuah *"social horizon of experience"* dan dikonseptualisasi sebagai "*a mixture of competing modes of organizing experiences"* sehingga menjadi "*a potentially volatile process"* (Hansen, 1993: 205). Dengan hal ini, selain fungsi komunalnya mengorganisasi penonton, pembajakan

mempunyai senjata politis yang terus hidup: efektivitas membentuk budaya "bocoran" untuk melawan sensor.

Mengacu pada argumen-argumen di atas, pembajakan dengan perspektif media sebagai produk kultural seolah bermata dua bergantung pada daya kritis konsumen atau audiens. Pembajakan menyebabkan semakin lancarnya distribusi media global di tingkat lokal. Konsumen yang tidak kritis akan termakan oleh strategi-strategi baru produsen global dengan menjadikan media sebagai promosi dari komoditas-komoditas lain. Di satu sisi daya kritis konsumen dapat menjadikan pembajakan sebagai bentuk melawan sensor pengetahuan dari penguasa budaya dominan di tingkat lokal.

Kesimpulan

Tulisan ini mencoba memberi tawaran pemahaman baru terhadap pembajakan digital. Dalam hal ini, pembajakan digital tidak lain adalah bentuk baru reproduksi media di era internet dan digitalisasi media. Sifatnya sangat cair, nyaris tidak memerlukan perantara teknologi fisik, bersifat global, dan sulit dilabeli dengan nilai ekonomi dalam konteks komoditas klasik. Pembajakan digital tumbuh seiring perubahan praktik-praktik kultural mengonsumsi media, perkembangan teknologi media, dan rekomodifikasi dalam industri distribusi media. Di satu sisi pembajakan digital berimplikasi pada terbentuknya relasi kuasa media global baru yang tetap memiliki pusat-pusat. Di sisi lain sifat produk media yang cair memungkinkan tumbuhnya pusat media yang lebih terseleksi dan ternegosiasi sehingga makin beragamnya konsumsi produk media global.

Dengan memahami pembajakan media dalam dua perspektif, yakni perspektif produk media sebagai komoditas dan produk kultural, diharapkan praktik-praktik pembajakan digital tidak semata-mata dihakimi sebagai aktivitas yang merugikan industri media. Sebaliknya industri media perlu beradaptasi dengan perubahan teknologi media di era digitalisasi dan globalisasi. Mengenai adanya potensi relasi kuasa media global yang terpusat, industri media lokal perlu berstrategi dalam menjangkau konsumen. Para konsumen pun perlu memiliki kemampuan negosiasi yang kritis terhadap tawaran-tawaran produk media global. Hal ini penting untuk mencegah adanya dominasi kultural dari kelompok tertentu seiring persebaran produk medianya.

Daftar Pustaka

Barnet, Richard J dan John Cavanagh. 1994. *Global Dreams. Imperial Corporations and the New World Order*. New York: Simon & Schuster.

Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.

Boyle, J. 2008. *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind.* London: Yale University Press.

Burnett Robert. 1996. *The Global Jukebox. The International Music Industry*. New York/london: Routledge.

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).

Gillespie, T. 2007. *Wired shut: Copyright and the Shape of Digital Culture*. Cambridge, MA: MIT Press.

Grassmuck, V. 2010. "Academic Studies on the Effect of File-sharing on the Recorded Music Industry: A Literature Review." dalam *Projeto de Pesquisa de Grupo de Pesquisa em Política Pública para o Acesso à Informação Escola de Artes, Ciências e Humanidades.* São Paulo: Universidade de São Paulo.

Hansen, M. 1993. "Early cinema, Late cinema: Permutations of the Public Sphere" dalam *Screen*, *34*(3), 197–210.

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

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

Larkin, B. 2004. "Degraded Images, Distorted Sounds: Nigerian Video and the Infrastructure of Piracy" dalam *Public Culture*, *16*(2), 289–314.

Lessig, Lawrence. 2001. *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in the Networked World*. New York: The Penguin Press .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.

Li, Jinying. 2012. "From D-Buffs to the D-Generation: Piracy, Cinema, and an Alternative Public Sphere in Urban China" dalam *International Journal of Communication* 6 (2012), 542–563.

Liebowitz, S. 2006. "File sharing: Creative Destruction or just Plain Destruction?" dalam *Journal of Law and Economics*, *49*(1), 1–28 .

Liebowtiz, S. 2008. "Testing file-sharing's Impact by Examining Record Sales in Cities" dalam *Management Science*, *54*(4), 852–859.

Lobato, Ramon and Julian Thomas. 2012. "Transnational Piracy Research in Practice: A Roundtable Interview with Joe Karaganis, John Cross, Olga Sezneva, and Ravi Sundaram" dalam *Television New Media* 2012 13: 447.

Netanel, N. 2008. *Copyright's Paradox*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Oberholzer-Gee, F., & Strumpf, K. 2007. "The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis" dalam *Journal of Political Economy*, *115*(1), 1–42.

Oberholzer-Gee, F., & Strumpf, K. 2009. "Filesharing and Copyright" dalam J. Lerner & S. Stern (Eds.), *NBER's innovation policy and the economy series*, volume 10. Cambridge, MA: MIT Press.

Pang, Laikwan. 2006. *Cultural Control and Globalization in Asia Copyright, Piracy, and Cinema*. Oxon: Routledge.

Patry, W. 2009. *Moral Panics and the Copyright Wars*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Patry, W. 2012. *How to Fix Copyright*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Rob, R., & Waldfogel, J. 2004. "Piracy on the High C's: Music Downloading, Sales Displacement, and Social Welfare in a Sample of College Students" dalam *Journal of Law and Economics*, *49*(1), 29–62.

Rob, R., & Waldfogel, J. 2007. "Piracy on the Silver Screen" dalam *Journal of Industrial Economics*, 55(3), 379–393.

Schatz, Thomas. 1997. "The Return of the Hollywood Studio System" dalam Barnouw, erik dkk. 1997. *Conglomerates and the Media*. New york: The New Press.

Smiers, Joost. 2009. *Arts Under Pressure: Memperjuangkan Keanekaragaman Budaya di Era Globalisasi* (terj.). 2009. Yogyakara: Insistpress.

Sundaram, R. 2009. *Pirate Modernity: Delhi's Media Urbanism*. London: Routledge.

Vaidhyanathan, S. 2001. *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How It Threatens Creativity*. New York: NYU Press.

Vaidhyanathan, S. 2005. *The Anarchist in the Library. How the Clash between Freedom and Control is Hacking the Real World and Crashing the System*. New York: Basic Books

Wang, S. 2003. *Framing piracy: Globalization and Film Distribution in China.* Lanham , MD: Rowman & Littlefield.

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).

Zentner, A. 2005. "File Sharing and International Sales of Copyrighted Music: An Empirical Analysis with a Panel of Countries" dalam *Topics in Economic Analysis & Policy*, *5*(1).

Zentner, A. 2006. "Measuring the Effect of File Sharing on Music Purchase" dalam *The Journal of Law and Economics*, *49*(1), 63–90.

Zittrain, J. 2009. *The Future of the Internet—And How to Stop It*. New Haven, CT: Yale University Press.