



SUBYEKTIFITAS DAN KEHIDUPAN SOSIAL DALAM DUNIA DIGITAL DI CHINA (MEMAHAMI HUBUNGAN ANTAR NEGARA DAN MASYARAKAT PADA ERA MEDIA DIGITAL)

Donny Prasetyo¹

¹) Universitas Pelita Harapan, Jakarta, Indonesia, donnyprasetyo19@gmail.com

Korespondensi Penulis: Donny Prasetyo

Abstrak: Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya adalah inovasi teknologi komunikasi berupa media sosial. Dengan pesatnya perkembangan new media, telah memberikan dampak terhadap situs-situs komunikasi, dari sekedar email dan chatting, menjadi media sosial atau jejaring sosial. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna gadget saat ini adalah Instagram. Perkembangan teknologi informasi tidak saja mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat, sehingga tanpa di sadari manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (cybercommunity).

Kata Kunci : Instagram, Network Society, Komunikasi, Informasi, Teknologi

PENDAHULUAN

Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya new media tidak hanya terbatas kepada Internet namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era new media. Seperti dikatakan oleh Flew (2005:4), "The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media." Internet memang sangat fenomenal karena pada era telepon kabel dahulu tidak terbayangkan pada masa depan kabel-kabel telepon tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara. Dan nyatanya Internet pun berkembang terus, awalnya internet dimanfaatkan untuk email dan situs, kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, televisi internet, konferensi video, game online dan lain-lain. Internet juga tidak lagi mengandalkan kabel telepon melainkan sudah menggunakan teknologi Wireless Fidelity (Wi-Fi). Lap top generasi sekarang sudah dilengkapi fasilitas Wi-Fi dan area *hot spot* semakin banyak sehingga semakin mudah bagi seseorang untuk menjelajah Internet.

Menurut Flew (2005 : 3), "the idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies." Dalam hal ini beberapa pakar sepakat bahwa istilah *new media* digunakan untuk membedakan dari media lama atau media tradisional yang lebih dahulu ada. Misalnya, koran pada puluhan tahun silam berbentuk lembaran kertas dimana orang harus membeli atau berlangganan untuk mendapatkannya maka sejak adanya Internet, koran sudah banyak yang disajikan secara online lewat internet. Contoh lain, dulu orang berkirim surat melalui pos tetapi sekarang dapat melalui email. Tidaklah mudah menggolongkan suatu media ke dalam *new media* karena sulit untuk membedakan batasan antara *old media* dan *new media*. Sebagai contoh, Laser Disc (LD) dianggap kuno dibandingkan VCD, maka VCD dianggap sebagai *new media* namun VCD dianggap kuno dibandingkan DVD maka pertanyaannya apakah VCD termasuk *old media*? Sulit untuk menjawabnya. Meskipun demikian beberapa media yang umum dianggap sebagai *new media* adalah Internet dengan begitu banyak aplikasinya seperti situs, email, blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, game online, e-books, koran online dan lain sebagainya. Di luar Internet dapat dimasukkan antara lain; DVD, komputer multi media, handphone, SMS. Wikipedia, ensiklopedia gratis di Internet bahkan menyatakan contoh yang paling tepat dijadikan new media adalah situs Wikipedia. "Wikipedia, an online encyclopedia, is one of the best examples of the new media phenomenon, combining Internet accessible digital text, images and video with web-links, creative participation of contributors, interactive feedback of users and formation of a participant community of editors and donors."

Teknologi yang berkembang di masyarakat saat ini awal mulanya untuk memudahkan pekerjaan dan komunikasi. Tetapi berjalannya waktu justru teknologi mempengaruhi setiap apa yang dilakukan manusia. Marshall McLuhan pertama kali mengenalkan Teori Determinasi pada tahun 1962 dalam tulisannya yang berjudul "*The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*". Pokok gagasan dari teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi dalam berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain (McLuhan, 1994:108).

Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Situs dapat dimanfaatkan untuk mencari pengetahuan sebagai bahan pelajaran ataupun tulisan namun situs juga seringkali menampilkan gambar-gambar porno yang dapat merusak akhlak manusia terutama anak kecil karena sekarang sudah banyak anak kecil yang mahir bermain Internet. Akan tetapi semua itu dikembalikan kepada pengguna Internet yang sebagian besar masih memanfaatkan Internet untuk hal-hal yang positif. Dengan pertimbangan sangat banyak bidang yang memanfaatkan *new media* Internet maka dalam tulisan ini akan dibatasi dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya dimana keempat bidang ini berkaitan erat dengan media-media atau aplikasi yang terdapat di Internet.

Internet juga dapat digunakan sebagai media untuk sesuatu yang berkonotasi negatif misalnya ajakan untuk memboikot sesuatu. Kejadian berikut terjadi di negara RRC (Cina) yaitu

pada tahun 2008 ketika muncul ajakan kepada pengguna Inter- net di Cina untuk memboikot Carrefour, raksasa retail dari Perancis. Ajakan boikot terhadap Carrefour memang berbau bisnis namun sebenarnya persoalan ini berkaitan dengan masalah politik. Seperti diceritakan oleh Chung Tai Cheng (2009) dalam artikelnya berjudul *New Media and Event : A Case Study on the Power of the Internet*, Carrefour yang memiliki 120 toko di lebih dari 30 kota di RRC dituduh mendukung Dalai Lama dan kelompok-kelompok independen pro Tibet. Seperti diketahui, Cina menganggap Tibet adalah bagian dari Cina sehingga tidak mengakui Dalai Lama sebagai pemimpin Tibet. Untuk menghukum Carrefour, beberapa pengguna Internet di Cina menganjurkan untuk memboikot Carrefour dan mendesak pengguna Internet di Cina agar mau bergabung dengan cara dikirim *text message* dan postingan pada forum online. Dimulai pada tanggal 14 April 2008, sina.com (situs hiburan dan mesin pencari terkenal di Cina) menyelenggarakan sebuah survei mengenai opini dari pengguna Internet di Cina apakah akan memboikot Carrefour atau tidak. Pada tanggal 16 April 2008, hampir 4,8 juta pengguna Internet berpartisipasi dalam survei ini. Sebagian besar dari mereka mendukung dilakukannya aksi boikot terhadap Carrefour dan merek-merek Perancis lainnya dan berjanji tidak akan berbelanja di Carrefour selama sebulan penuh. Anjuran untuk memboikot tidak hanya direspon oleh para pengguna Internet saja namun juga mencapai orang-orang yang berada di luar dunia maya. Meskipun pada akhirnya boikot itu sulit dilaksanakan karena masalah itu akhirnya ditangani secara G to G namun paling tidak ada pelajaran yang dipetik yaitu melalui Internet dapat digalang dukungan untuk tujuan politis dalam tempo yang cepat dan jumlah yang besar sebagai alat penekan terhadap kelompok lain.

KAJIAN TEORI

Media Baru

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu/ orang yang hidup bersama, masyarakat disebut dengan "*society*" artinya adalah interaksi sosial, perubahan sosial, dan rasa kebersamaan, berasal dari kata latin *socius* yang berarti (kawan). Istilah masyarakat berasal dari kata bahasa Arab *syaraka* yang berarti (ikut serta dan berpartisipasi). Dengan kata lain pengertian masyarakat adalah suatu struktur yang mengalami ketegangan organisasi maupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah secara ekonomi menurut (Karl Marx). Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya, masyarakat sebagai sekumpulan manusia yang hidup bersama, bercampur untuk waktu yang cukup lama, mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan dan mereka merupakan suatu system hidup bersama. (Emile Durkheim).

Studi media baru muncul sebagai salah satu cabang teori komunikasi seiring klaim bahwa lingkungan media tradisional menghadapi tantangan inovasi teknologi. Namun pada level ekologis, secara substansial, lebih pada perubahan kualitatif daripada pengembangan inkremental terhadap lingkungan media. Salah satu perubahan substansial terhadap media dilakukan Marshall McLuhan, penemu istilah media' dalam *Electronic Revolution: Electronic Effects of New Media*, McLuhan berargumentasi bahwa pengaruh revolusi elektronik pada

1950-an di Amerika Serikat sehingga membuat para pendidik salah- menempatkan kehidupan orang-orang dalam suatu dunia yang sedikit dikerjakan dengan lainnya di mana mereka tumbuh. Bagi McLuhan, revolusi ini menghasilkan ruang-kelas tanpa dinding sebagai telekomunikasi dan televisi yang membawa suatu struktur informasi berkesinambungan untuk masyarakat elektronik. Selain itu McLuhan (1964, 2001) menyatakan bahwa efek dari teknologi baru komunikasi, terjadi tidak hanya pada level pengetahuan dan pendapat secara sadar. Teknologi juga dapat memengaruhi individu pada tingkat bawah-sadar (subliminal) dari rasio akal dan pola persepsi, sehingga McLuhan mengatakan bahwa "media adalah pesan." Baginya, perkembangan teknologi dari perspektif kontemporer melihat bahasa itu sendiri sudah berperan sebagai alat, pesan itu ada pada media, dan sebaliknya.

Perhatian para ahli yang semakin intensif mencapai kulminasi pada 1990-an dari beragam latar belakang seperti George Gilder (2000), Nicholas Negroponte (1996), dan Howard Rheingold (2000) hingga ke yang lebih analitik teori seperti Mark Poster (1995) dan Sherry Turkle (1997)—mereka yang mendeklarasikan bahwa era siaran telah berakhir menyusul bersinarnya jaringan interaktif. Perkembangan pemikiran didukung lingkungan percepatan difusi media digital dari sektor telekomunikasi dan teknologi informasi. Studi media menemukan jati diri sebagai satu objek baru penelitian dan jadi cabang baru teori komunikasi.

Teknologi Digital

Di banyak negara Barat, email masih menjadi komponen penting, terutama dalam urusan pekerjaan. Baik di Amerika Serikat dan Inggris, email adalah aktivitas *online* yang paling populer. Sekitar 90,9% pengguna internet di AS menggunakan email. Sementara persentase di Inggris mencapai 86%. Di dua negara itu, penggunaan email mengungguli aktivitas dalam jaringan lainnya. Aktivitas ini lebih kerap dilakukan ketimbang penjelajahan informasi tentang produk dan jasa, proses perbankan secara online, bahkan penggunaan media sosial. Namun hal berbeda terjadi di China. Masyarakat China mengecek email 22% lebih jarang daripada pengguna ponsel secara global. Persentase itu muncul dalam survei konsumsi ponsel di China tahun 2018 yang dilakukan kantor akuntan internasional, Deloitte. Sebaliknya WeChat begitu dominan di China. Sekitar 79,1% pengguna ponsel pintar di negara itu merupakan pengguna WeChat. Adapun, sekitar 84,5% pengguna aplikasi pesan singkat di China juga merupakan pengguna WeChat. Preferensi yang sama juga muncul di perkantoran di China, berdasarkan laporan perilaku pengguna WeChat tahun 2017 yang disusun Penguin Intelligence, sebuah unit penelitian bentukan Tencent. Laporan itu menyebutkan bahwa sekitar 88% dari 20.000 orang yang mereka survei mengaku menggunakan WeChat untuk komunikasi kerja harian. Telepon, SMS, dan faksimile digunakan 59,5% responden. Email berada di urutan ketiga dengan persentase mencapai 22,6%. Memiliki satu miliar pengguna di China, WeChat adalah aplikasi super yang digunakan di berbagai tempat di China. Namun penyebab warga China lebih gemar berkomunikasi di platform seperti WeChat mungkin telah terbentuk beberapa tahun sebelum aplikasi itu dibuat. Pada tahun 1999, perusahaan teknologi China, Tencent, merilis produk yang mereka sebut QQ. Nama itu dibuat mirip dengan program pesan instan yang populer saat itu, yaitu ICQ, yang dimiliki AOL. Pada masa itu, menurut Bank Dunia, hanya ada 1,2 komputer per 100 orang di China. Sebagai komparasi, dalam periode serupa ada satu komputer untuk setiap dua orang di AS. Meski begitu, pada dekade 2000-an warung internet mulai di seluruh

China. Keberadaannya pun dengan cepat menarik minat kaum muda negara itu. QQ merupakan alasan utama mengapa warung internet begitu populer di China. Kafe-kafe internet menyediakan hiburan seperti gim video, musik, dan jejaring sosial China yang memungkinkan warganet membuat unggahan ke blog. Dibandingkan dengan email, QQ menawarkan lebih banyak interaksi. Penggunaanya dapat membuat avatar dan ada pula fitur pesan instan.

Dalam buku berjudul *Supertrends of Future China* yang terbit tahun 2008, James Yuann dan Jason Inch menulis bahwa masyarakat China akan mengalami kesulitan menjalani keseharian jika tak memiliki akun QQ atau MSN. "Situasinya hampir seperti apa yang orang Barat pikirkan tentang seseorang yang tak memiliki SIM," tulis mereka. Pimpinan perusahaan biasanya akan mencantumkan nomor QQ mereka di kartu nama. Entitas bisnis juga memiliki akun QQ tersendiri. Pada tahun 2012, setiap bulan terdapat 798 juta pengguna aktif QQ. Jumlah itu lebih dari setengah populasi China pada tahun yang sama. Namun WeChat, yang juga dibuat Tencent dan dirilis pada 2011, akan menjadi alat komunikasi terpopuler di China. Situasi itu bakal terjadi seiring ponsel pintar yang akan menggantikan komputer desktop sebagai perangkat komputasi utama di China. Memiliki alamat email, bagi masyarakat di banyak negara, merupakan bagian dari identitas diri, kata Matthew Brennan, ekspatriat asal Inggris yang bekerja sebagai konsultan inovasi digital China di negara itu sejak tahun 2004. Alamat email, menurutnya, vital untuk mendaftar ke banyak layanan online. Namun di China, aplikasi seluler sering kali didahulukan. Anda dapat melakukan semua transaksi online setelah masuk ke aplikasi yang menawarkan berbagai fitur.

Aplikasi yang masuk kategori itu adalah WeChat atau Alipay, yang dibuat raksasa ritel online, Alibaba. Anda dapat membuat janji, membayar belanjaan, dan mengirim pesan kepada kolega dalam satu aplikasi yang sama

Media Sosial China

Seperti kita ketahui saat ini China bangun kediktatoran Digital lewat sistem 'kredit sosial' dalam kata lain China sedang membangun kediktatoran digital untuk melakukan kontrol terhadap 1,4 miliar warganya. Bagi sebagian orang, "kredit sosial" akan membawa keistimewaan - bagi orang lain, Jaringan besar dari 200 juta kamera CCTV di seluruh China memastikan tidak ada sudut gelap untuk bersembunyi. Setiap langkah yang dia ambil, setiap tindakannya besar atau kecil - bahkan apa yang dia pikirkan - dapat dilacak dan dinilai. Apa yang terdengar seperti gambaran distopia tentang masa depan sudah terjadi di China. Dan itu membuat dan menghancurkan kehidupan. Partai Komunis menyebutnya "kredit sosial" dan mengatakan ini akan beroperasi penuh pada 2020. Dalam beberapa tahun, sebut sebuah pernyataan resmi Partai, "akan memungkinkan orang-orang yang dapat dipercaya untuk bebas berkeliaran sementara menyulitkan orang yang didiskreditkan untuk mengambil satu langkah". Kredit sosial seperti kartu penilaian pribadi untuk setiap 1,4 miliar warga China. Dalam satu program percontohan sudah ada, setiap warga negara telah diberi skor dari 800. Di program lain itu 900. Mereka, "skor warga" teratas mendapatkan perlakuan istimewa di hotel dan bandara, pinjaman murah dan jalur cepat ke universitas dan pekerjaan terbaik. "Ini akan memungkinkan orang-orang yang dapat dipercaya untuk berkeliaran dengan bebas di bawah langit sementara menyulitkan orang-orang yang didiskreditkan untuk mengambil satu langkah."

Mereka yang berada di skor bawah dapat dikunci dari masyarakat dan dilarang bepergian, atau dilarang mendapatkan kredit atau pekerjaan pemerintah. Sistem ini akan diterapkan oleh sistem pengawasan berteknologi tinggi terbaru saat China mendorong untuk menjadi pemimpin dunia dalam kecerdasan buatan. Kamera pengintai akan dilengkapi dengan pengenalan wajah, pemindaian tubuh, dan pelacakan geografis untuk memberikan pandangan konstan terhadap setiap warga negara. Aplikasi ponsel cerdas juga akan digunakan untuk mengumpulkan data dan memantau perilaku online sehari-hari. Kemudian, data besar dari sumber yang lebih tradisional seperti catatan pemerintah, termasuk pendidikan dan medis, penilaian keamanan negara dan catatan keuangan, akan dimasukkan ke dalam skor individu. Percobaan kredit sosial sekarang dalam berbagai tahap pengembangan di setidaknya seluruh kota di seluruh China. Beberapa perusahaan bekerja dengan negara untuk menasionalkan sistem, mengkoordinasi dan mengonfigurasi teknologi, dan menyelesaikan algoritma yang akan menentukan skor warga negara. Ini mungkin proyek rekayasa sosial terbesar yang pernah dicoba, suatu cara untuk mengendalikan dan memaksa lebih dari satu miliar orang. Jika berhasil, itu akan menjadi kediktatoran digital pertama di dunia.

Ketika kredit sosial diterapkan sepenuhnya, apa yang dia masukkan ke troli dapat mempengaruhi skor sosialnya. Membeli terlalu banyak alkohol mungkin menunjukkan ketergantungan; dia akan kehilangan beberapa poin. Tetapi membeli satu pak popok mungkin menyarankan tanggung jawab; dia akan mendapatkan beberapa poin. Sistem akan "live" sehingga skornya akan diperbarui seiring waktu. China telah lama menjadi negara pengintai, jadi warga negara terbiasa dengan pemerintah yang mengambil peran menentukan dalam urusan pribadi. Bagi banyak orang di China, privasi tidak memiliki posisi tinggi yang sama seperti di Barat. Orang China menempatkan nilai yang lebih tinggi pada kepentingan masyarakat versus hak individu, sehingga sebagian besar merasa bahwa, jika kredit sosial akan membawa masyarakat yang lebih aman, lebih terjamin, lebih stabil, maka jalankan saja. Tetapi sebagian besar tampaknya tidak memahami kontrol kredit sosial yang mencakup semua kemungkinan akan sampai kemana, dan tidak ada debat publik tentang penerapan sistem di dalam China. Secara pribadi, ada beberapa keresahan di kelas menengah yang berpendidikan tentang skor warga yang menjadi satu-satunya kriteria untuk penilaian karakter. Tapi itu tidak akan menghentikan penerapan. Partai menggunakan sistem untuk memenangkan kembali sebagian kendali yang hilang ketika China membuka diri ke dunia pada tahun 1980-an dan diikuti perkembangan pesat. Ini adalah cara untuk membungkam perbedaan pendapat dan memastikan dominasi absolut Partai. Sudah sekitar 10 juta orang dihukum untuk masalah percobaan kredit sosial.

Pandangan Dunia Digital China

"Pada 2020, penguasa Cina akan mengimplementasikan sistem Orwellian yang digunakan untuk mengendalikan hampir segala aspek kehidupan manusia, yang disebut skor kredit sosial," kata Mike Pence, Wakil Presiden Amerika Serikat, di 2018 lalu dalam ceramahnya di Hudson Institute. Pence, sebagaimana ditulis Louise Matsakis dari Wired, menitikberatkan skor kredit sosial itu sebagai pelanggaran hak asasi manusia. Dengan demikian, kata Pence, "(sistem skor tersebut) akan 'memudahkan mereka yang dipercaya oleh pemerintah cina untuk bepergian ke mana pun, (tetapi) akan menyulitkan mereka yang

memiliki skor buruk untuk mengambil satu langkah pun. Skor kredit sosial, merujuk pada publikasi berjudul "Ikhtisar Rencana Pembangunan Sistem Kredit Sosial" oleh pemerintah Cina pada 14 Juni 2014 lalu, berkisah tentang bagaimana negara memanfaatkan big data—dari rekam jejak WeChat, Weibo, dan berbagai sumber tambang data lainnya—para warganya untuk menciptakan skor: baik-buruk, untuk segala aspek kehidupan. Ini, masih merujuk tulisan Matsakis, seolah membuat mimpi buruk teknologi dalam serial Black Mirror masuk ke kehidupan nyata. Sistem skor sosial Cina memang menakutkan. Paling tidak, ini terjadi pada minoritas Muslim Uyghur yang berada di Provinsi Xinjiang, Cina. Pemerintah Cina sejak 2017 melakukan aksi bersih-bersih Muslim Uyghur memanfaatkan aplikasi komputer yang dibuat CETC, perusahaan pencipta peralatan militer yang dimiliki pemerintah Cina. Selain skor sosial, Cina pun diprotes dunia internasional karena kelakuannya menciptakan tembok pembatas dunia maya antara Cina dan dunia internasional melalui "The Great Firewall of China."

Pasca-masuknya teknologi Internet ke Cina di Januari 1996, negeri tirai bambu itu mulai membangun tembok penyensoran internet yang mencakup pada pembicaraan-pembicaraan yang berseliweran melalui internet, pengendalian ruang-gerak, dan bahkan memblokir situs web asing. Selain itu, "tembok Cina" itu juga ditujukan untuk menurunkan laju lalu lintas internet dari Cina menuju luar negeri. Hal ini terkait dengan biaya bandwidth internasional yang harus dibayar mahal jika laju lalu lintas menuju situs web-situs web luar terlampaui banyak. Sebagaimana dikutip dari Business Insider, pada tahun 2010, terdapat 1,3 juta situs web yang diblokir otoritas Cina. AS, dan dunia internasional lain, melihat tingkah laku penguasa Cina sebagai hal buruk. Tapi, benarkah? Masih dari Wired, Jeremy Daum, peneliti senior pada Paul Tsai China Center, Yale Law School, menegaskan bahwa "saya yakin Anda akan menemukan persentase yang lebih besar dari orang Amerika yang menyadari kredit sosial Cina, daripada Anda akan menemukan orang-orang Cina yang menyadari kredit sosial Cina." Kredit sosial dan Tembok Maya Cina memang meresahkan, tetapi itu sesungguhnya merupakan hal yang 'biasa saja.' Situasi yang serupa sesungguhnya juga di negara-negara lain. AS, misalnya, melalui National Security Agency (NSA), sebagaimana diwartakan The Guardian, menyimpan metadata online jutaan pengguna internet, terlepas dari apakah orang-orang yang datanya disimpan NSA sedang diselidiki agen itu atau tidak.

Metadata itu, sebut The New York Times, dibangun untuk membangun profil sosial warga AS dengan menambang berbagai data dari hasil aktivitas daringnya. Lebih mengejutkan lagi, NSA pun diketahui membeli data-data warganya dari perusahaan-perusahaan komersial, misalnya penyedia kartu kredit. Di belahan dunia lain, Presiden Rusia Vladimir Putin menandatangani peraturan tentang 'kedaulatan internet,' populer disebut Runet, pada awal Mei 2019. Pemerintah Rusia mesti menciptakan infrastruktur Domain Name System (DNS) sendiri. Sebagai catatan, DNS merupakan sistem yang menyimpan informasi tentang nama host atau domain. Secara sederhana, diwartakan CNN, Rusia hendak mencipta jaringan internet sendiri yang mampu bekerja tanpa bantuan negara lain. Runet diperkirakan menelan biaya 20,8 miliar rubel atau sekitar Rp4,5 triliun.

Awal mula sentimen negatif terhadap kebijakan digital Cina, masih dari Wired, bersumber pada publikasi American Civil Liberties Union yang sama sekali tak beroperasi di

negeri itu. Salah satu hasil kerja mereka, yang ditulis salah satu penelitiannya bernama Jay Stanley, ialah publikasi berjudul "China's Nightmarish Citizen Scores Are a Warning for Americans." Alih-alih melakukan penelitian langsung di lapangan, tulisan itu disusun pada sumber tangan-kedua. Publikasi itu sebagian besar bersumber dari cerita serupa di Privacy News Online, yang berdasarkan pada artikel dari situs web Swedia. Padahal, ada "lost in translation" antara apa yang dipahami publik AS tentang kredit sosial dengan versi Cina. Bagi warga AS, kredit sosial menandakan suatu "referensi hubungan interpersonal." Bagi publik Cina, hal ini merupakan "kepercayaan publik." Kebijakan Cina di sektor digital ternyata memberikan dampak positif bagi dunia teknologi domestik, yakni kemunculan layanan-layanan baru buatan orang Cina seperti Weibo (pengganti Facebook dan Twitter) serta Baidu (pengganti Google) serta Alibaba (pengganti Amazon). Layanan itu menggantikan peranan Facebook, Twitter, Google hingga Amazon dan tak kalah canggih dari produk-produk teknologi barat tersebut.

Lebih lanjut, layanan digital di Cina yang paling gemilang adalah WeChat. WeChat lahir pada 2010 dari rahim Tencent Guangzhou Research and Project Centre. Sebelum WeChat, Cina adalah negara yang biasa-biasa saja dalam ranah digital. Untuk berkomunikasi via protokol internet, warga tirai bambu menggunakan QQ, peranti lunak pesan instan pada komputer yang dimiliki Tencent. Ponsel pintar saat itu belum populer. Namun, merespons kelahiran iPhone dan Android, Tencent akhirnya membentuk tiga tim internal dengan tugas sederhana: menciptakan serupa QQ untuk perangkat mobile. Sebagaimana dilansir South China Morning Post, Zhang Xiaolong alias Allen Zhang, yang pernah memimpin divisi QQ Mail di Tencent, sukses menciptakan aplikasi pesan instan mobile. WeChat tak hanya memfasilitasi pengiriman pesan. Kemajuan teknologi di bidang QR Code, melahirkan dompet digital WeChat Pay. Pada 2019, uang senilai 26,9 triliun Yuan berputar dalam platform pembayaran digital. WeChat termasuk yang diuntungkan. Bagaimana tidak, 76 persen responden dalam survei di Statista menyatakan mereka menggunakan WeChat. Pada kuartal I-2019, Tencent memperoleh uang senilai 27,2 miliar Yuan. Sebanyak 16 persen dari perolehan itu disumbang WeChat. WeChat menginspirasi. Bukan hanya bagi perusahaan rintisan (startup) lokal, tapi juga internasional. Selain itu, akibat kebijakan ketat Cina soal dunia digitalnya ini, startup lokal tumbuh subur untuk melayani kebutuhan-kebutuhan warganya. Hingga 2018, mengutip Pymnts, terdapat hampir 100 startup yang memiliki valuasi lebih dari USD1 miliar.

E-Commerce di China

Cina memiliki jumlah penduduk terpadat di dunia. Ini sebanding dengan pengguna internetnya yang mencapai 800 juta (Kompas 2018). Cina mengungguli Amerika Serikat yang selama ini selalu bertengger di peringkat teratas dalam penggunaan internet. Rata-rata pengguna internet di Cina berumur 15-35 tahun. Pada usia tersebut pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan hidup sangat besar. Hal ini menjadi keuntungan sendiri bagi perusahaan digital Cina dalam membangun *e-commerce*. Hal menarik dari *e-commerce* yang berkembang di Cina adalah karena terciptanya lingkungan industri yang berkembang dengan sangat pesat, Cina dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya sendiri. Cina dengan iklim perdagangan mereka yang bagus mampu memberikan inovasi berbelanja *online* yang baik kepada konsumen, baik dari sisi kenyamanan berbelanja, keamanan data, dan kemudahan akses informasi, mampu

menjadikan Cina menjadi pasar digital terbesar di dunia pada 2018 (Digital Economy Compass Statista 2018). Fakta tersebut adalah prestasi terbesar Cina karena gaya berbelanja daring ini belum banyak dilirik oleh masyarakat Cina sekitar 2000an awal. “Sumber utama pertumbuhan ekonomi Cina yang fantastis adalah berasal dari faktor tenaga kerja dan bukan dari teknologi.” (Li 2001). Selain itu masyarakat Cina juga disugahi oleh sistem *cashless* di mana mereka hanya membutuhkan *smartphone* serta ketersediaan jaringan internet untuk melakukan transaksi.

Peran *e-commerce* sangat besar untuk mendistribusikan barang ke daerah lain di dalam dan luar Cina. Lalu mereka juga memiliki sistem logistik yang maju. Sebuah artikel menuliskan kemajuan sistem infrastruktur yang sempat menjadi penghambat perkembangan *e-commerce* pada 2006 silam. Salah satu *e-commerce* yang mengembangkan infrastruktur logistiknya adalah JD.com (Antarnews 2018). Mereka menawarkan *one day service* dengan memanfaatkan teknologi *drone* untuk mengantarkan barang. Harga yang dikenakan sesuai dengan fasilitas yang didapat. Selain itu beberapa kebijakan unik juga diterapkan oleh *e-commerce* ini yaitu dengan mengirimkan barang pada alamat kedua jika barang tersebut akan dikirimkan pada siang hari. Setelah *e-commerce* yang mereka bangun berkembang pesat, mereka merambah bisnis *offline store* dengan bantuan *smart system* dan *self service*. Hal ini membuat konsumen menjadi tidak perlu berlama-lama lagi antre membayar barang belanjaan. *Offline store* ini pada umumnya dirancang untuk menjual berbagai macam barang harian dengan masa kedaluwarsa yang pendek.

Mata Uang Digital di China

Dalam beberapa bulan terakhir China telah mulai menguji versi digital mata uangnya di 3 kota (Shenzhen, Suzhou, Chengdu, dan zona Xiongan dekat Beijing) dan baru-baru ini mengumumkan bahwa penyedia layanan transportasi online terbesar di negara itu (Didi Taxi yang memiliki 550 juta pengguna) juga telah mulai menguji yuan digital. Dengan lebih dari 1,15 miliar pengguna dompet digital, Tiongkok adalah negara paling berpengalaman dalam dompet dan pembayaran digital di dunia. Jangkauan ini telah meluas ke banyak komunitas pedesaan yang tidak terjangkau oleh bank dan mengadopsi dompet digital sebagai bentuk bank zaman baru, asuransi, dan fasilitas kredit. Menggunakan dompet digital sekarang menjadi norma tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga melalui komunitas pedesaan di seluruh Cina. Pengetahuan kolektif yang diperoleh dari kemajuan ini sekarang diimplementasikan ke dalam yuan digital, yang menampilkan kemampuan revolusioner untuk melakukan transaksi tanpa koneksi internet. Jika orang sudah menggunakan dompet digital (e-wallet) dan melakukan pembayaran digital, mengapa evolusi yang tampaknya sederhana menuju yuan digital ini berdampak besar? Dan mengapa ini akan mengubah dunia dan menguntungkan Cina? Jawabannya menjadi jelas saat kita menggabungkan peluncuran yuan digital dengan strategi "One Belt One Road" China; di mana China membangun infrastruktur utama seperti pelabuhan, jembatan, jalan, dan lain-lain di Asia Tengah, Asia Barat, Timur Tengah, Afrika, dan Negara-negara Eropa yang pada akhirnya bertujuan untuk mengamankan rantai pasokan global ke dan dari China. Proyek infrastruktur raksasa ini (\$160 miliar di lebih dari 78 negara dan organisasi internasional) telah melihat China berinvestasi dan lebih signifikannya lagi, memberikan pinjaman ke berbagai negara. Di antara para penerima adalah banyak negara yang, dengan PDB mereka saat ini dan masa depan, akan memakan waktu puluhan tahun dalam mengembalikan pinjaman tersebut. Hal ini akan semakin menjadi ketidakpastian mengingat perlambatan

ekonomi yang dihadapi negara-negara akibat pandemi sekarang ini. Pemahaman tentang negara-negara ini dapat menawarkan China platform yang sempurna untuk pada akhirnya mengeksport teknologi yuan digital mereka ke negara mitra One Belt One Road mereka yang mungkin tidak memiliki kemampuan atau keahlian.

Kita mungkin berada di ujung posisi yang mirip dengan tahun 1945 ketika dolar AS menggantikan Pound Inggris sebagai mata uang cadangan dunia. Digital Yuan mungkin akan menjadi katalisator yang menjadikan Yuan China sebagai mata uang cadangan dunia berikutnya. Ranah pembayaran digital dan cryptocurrency yang dulunya dikucilkan, distigmatisasi, dan dianggap sebagai ranah geek dan anarkis kini menjadi hal yang perlu dipelajari dan dirangkul oleh pemerintah. Bank sentral lain perlu mengejar secara agresif atau berisiko diganggu, oleh pesaing digital dari negara asing atau bahkan korporasi (seperti proyek Libra milik Facebook) Banyak yang telah menyadari bahwa masa depan mata uang digital tidak dapat dihindari dan akan segera terjadi, semakin dipercepat karena pandemi COVID19. Dalam beberapa bulan terakhir saja, bank sentral Thailand, Inggris, Filipina, Swiss, dan Jepang bersama dengan Singapura (proyek Ubin) telah menunjukkan keinginan dan kemajuan dalam upaya mereka untuk membentuk mata uang digital bank sentral (Central Bank Digital Currency - CBDC) mereka sendiri, tetapi banyak lainnya juga bergerak lambat atau tidak bergerak sama sekali. Dengan COVID19 menjadi sorotan pada tahun 2020 dan mendatangkan malapetaka pada ekonomi global, yuan digital yang berada di bawah radar mungkin akan memiliki dampak domino yang lebih lama dan lebih banyak di pasar global.

Alibaba - Taobao

Alibaba Group adalah perusahaan B2B yang membawahi berbagai bidang bisnis yang dioperasikan melalui digital. Perusahaan yang dibuat pada 1999 oleh Jack Ma ini, berhasil menguasai pasar digital di 200 negara. Anak usaha Alibaba Grup mencakup bidang *e-commerce*, logistik, dan kecerdasan buatan. Pada bidang *e-commerce* Alibaba Grup memiliki anak usaha yang bernama Taobao. Taobao merupakan perusahaan B2B (*business to business*) dan C2C (*consumer to consumer*) yang berdiri pada 2003. Saat ini, Taobao memiliki lebih dari 4000 “*Taobao Village*” yang berfungsi untuk memenuhi permintaan konsumen. Terciptanya “*Taobao Village*” saat ini telah mengubah perekonomian masyarakat Cina menjadi lebih baik daripada sebelumnya. Tidak hanya membantu perputaran perekonomian dalam negeri, perusahaan Alibaba telah membantu banyak negara dalam perkembangan ekonominya. Mereka menggunakan *live streaming* yang ditayangkan pada aplikasi Taobao untuk mempromosikan barang yang dijual. Dengan banyaknya pengguna Tao Bao di seluruh dunia mereka berhasil menjual barang dalam kuota besar dengan waktu singkat. Salah satunya pemasaran 1,5 ton *Rwandan Coffe* milik petani asal Afrika dan berhasil terjual hanya dalam waktu 1 detik saja.

DAFTAR RUJUKAN

- McLuhan, M. (1962). *"The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man, the medium is the message: Understanding The Media: Extension of A Man.*
- Flew, T. 2005. *New media : an introduction* (edisi kedua). Oxford University Press.
- Chung Tai Cheng (2009) dalam ar- tikelnya berjudul *New Media and Event.*

- Emile Durkheim dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11
- Slevin. (2000). *The Internet and Society*. Cambridge: Polity Press.
- Gilder, George F. (1994). *Life after television*. W. W. Norton. 216 pages.
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media: The Extentions of Man*. McGraw-Hill Company, 318 pages.
- Darsono P, Dr., SE., SF., MA., MM., 2006, *Karl Marx – Ekonomi, Politik, dan Aksi Revolusi*, Jakarta: Diadit Media.
- Negroponte, Nicholas. (1999). *Being Digital*. Bandung: Mizan Pustaka
- Rheingold, Howard.** (1993). *The Virtual Community: Homesteading on The. Electronic Frontier*.
- Berger, P. L. (n.d.). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociological of Knowledge*, 1966.