

## **Pemanfaatan Media Sosial Facebook Bagi Masyarakat Baduy Luar**

**Adi Adrian<sup>1</sup>, Rizki Briandana<sup>2\*</sup>**

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Jakarta

\*Corresponding author [rizki.briandana@mercubuana.ac.id](mailto:rizki.briandana@mercubuana.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The human need for information has led to an increase in the development of technology and information. The Baduy community is one of the tribes in Indonesia that still maintains cultural values that are owned and believed to be in the midst of the times. Even though it is regulated by customary law, there is a group of Baduy people who are still open to technological developments, namely the Outer Baduy people, they use social media Facebook in their daily life. This study aims to determine the use of Facebook social media by the Outer Baduy Community in the village of Cikadu Kanekes. This study used the social phenomenology method with interview and observation data collection techniques. The results of the study show that there are three people's motives for using Facebook, namely: profit motive, conformity motive, and existence motive. The use of Facebook social media for the Outer Baduy community can be interpreted as opening up the Outer Baduy community to changing times and technological developments while still following customary rules.*

**Keywords:** *Baduy Luar, Culture, Social Media, Phenomenology.*

### **ABSTRAK**

Kebutuhan manusia terhadap informasi menyebabkan meningkatnya perkembangan teknologi dan informasi. Masyarakat baduy merupakan salah satu suku di Indonesia yang masih mempertahankan nilai-nilai budaya yang dimiliki dan diyakini ditengah perkembangan zaman. Meski diatur hukum adat, terdapat sekelompok masyarakat Baduy yang masih terbuka dengan perkembangan teknologi, yaitu masyarakat Baduy Luar, mereka menggunakan media sosial facebook dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial facebook oleh Masyarakat Baduy luar di desa Cikadu Kanekes. Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi sosial dengan teknik pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga motif masyarakat dalam memanfaatkan facebook, yaitu: profit motif, konformitas motif, dan eksistensi motif. Pemanfaatan media sosial facebook bagi masyarakat Baduy Luar dapat dimaknai sebagai telah terbukanya masyarakat Baduy Luar terhadap perubahan zaman, dan perkembangan teknologi meski tetap mengikuti aturan adat.

**Kata kunci:** Baduy Luar, Budaya, Media Sosial, Fenomenologi.

### **Pendahuluan**

Di era globalisasi saat ini, bidang ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan teknologi informasi dan komunikasi semuanya berkembang pesat, mempengaruhi tatanan sosial budaya dan sosial psikologis masyarakat internasional

(Senoaji, 2010). Penyebaran informasi yang merambah setiap penjuru dunia dari waktu ke waktu menyebabkan manusia menjadi lebih terbuka terhadap wawasan tentang peristiwa-peristiwa dunia, secara langsung maupun tidak langsung (U. Wahid dkk, 2021).

Globalisasi budaya didominasi oleh penyebaran ideologi sekular seperti nasionalisme; liberalisme dan sosialisme; serta penyebaran nilai-nilai praktis yang diasosiasikan dengan ilmu pengetahuan modern (Simamora dkk, 2021). Industri budaya yang mencakup lembaga yang terlibat dalam memproduksi makna secara sosial merupakan salah satu elemen utama dalam produksi budaya (Fransisca & Briandana, 2022). Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa proses globalisasi budaya yang terjadi, tidak lepas dari peran industri budaya, yang sangat mendominasi peran dari penyebaran globalisasi budaya itu sendiri (Chalaby, 2016). Industri budaya yang dimaksud dalam hal ini adalah media massa, media periklanan, *broadcasting*, industri musik, video dan *game* computer (A. Mulyana dkk, 2019).

Teknologi komunikasi dan globalisasi dalam perkembangannya mengakibatkan aneka macam persoalan dalam bidang kebudayaan, misalnya mulai menipis serta hilangnya budaya-budaya orisinal suatu negara atau suatu wilayah, terjadinya erosi nilai-nilai budaya, menurunnya rasa agama diri akan budaya bangsa sendiri, serta menipisnya gaya hayati ketimuran atau meningkatnya gaya hayati kebarat-baratan (Harry dkk, 2021). Munculnya internet pada semua belahan

dunia merupakan sebuah fenomena yang menghadirkan media sosial telah membawa pengaruh tersendiri terhadap kegiatan yang dilakukan oleh manusia waktu ini (Kang, 2012). Sebagaimana yang diketahui, media sosial merupakan media online yang membuat para penggunanya dapat ikut mencari berita, berkomunikasi serta mencari pertemanan menggunakan segala fitur dalam perangkat lunak yang dimilikinya seperti blog, facebook, twitter, instagram serta lainnya (Rains dkk, 2015).

Dengan kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, kebutuhan manusia akan informasi menyebabkan perkembangan teknologi untuk memenuhi kebutuhan informasi semakin meningkat, dan dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang, dan waktu (Scharrer & Ramasubramanian, 2015). Misalnya, sekarang orang bisa dengan mudah mendapatkan segala macam informasi tentang apa yang sedang terjadi di beberapa belahan dunia tanpa harus pergi ke tempat itu. Bahkan manusia bisa berkomunikasi dengan siapa saja di berbagai belahan dunia ini, hanya dengan memanfaatkan teknologi canggih salah satunya *smartphone* (Walters, 2022).

Kebudayaan Indonesia sangat beragam, hal tersebut menjadi kebanggaan sekaligus tantangan buat mempertahankan

serta mewarisi kepada generasi berikutnya (Surahman, 2016). Keberagaman budaya pada konteks ini lebih banyak diartikan menjadi produk atau hasil kebudayaan yang ada pada masa sekarang (Ramadani, 2020). Pada konteks rakyat yang multikultur, eksistensi keberagaman kebudayaan merupakan sesuatu yang harus dijaga dan dihormati keberadaannya. Keragaman budaya diartikan memotong perbedaan budaya masyarakat yang hidup pada Indonesia (Sya dkk, 2020).

Budaya adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan setiap aspek kehidupan manusia, yang dimiliki dan dimiliki bersama (D. Mulyana & Rakhmat, 2010). Dalam kebudayaan terdapat kepercayaan, kesenian dan adat istiadat. Mempelajari keragaman budaya di zaman modern ini sangat menarik dan unik (Briandana & Azmawati, 2021).

Dari berbagai suku di Indonesia, masyarakat baduy merupakan salah satu suku yang sampai saat ini masih mempertahankan nilai-nilai budaya dasar yang dimiliki dan diyakininya, ditengah-tengah kemajuan zaman (M. Wahid, 2011). Masyarakat Baduy adalah salah satu kelompok masyarakat yang mengasingkan diri dari dunia luar, dengan pola hidup yang patuh terhadap hukum adat, hidup mandiri, dan tidak mengharapkan bantuan

dari orang lain atau orang luar (Sumaryadi dkk, 2020). Secara kelompok mereka terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Baduy luar dan Baduy dalam. Dalam menjalankan kehidupannya mereka diatur oleh hukum adat yang tidak tertulis dan memiliki perbedaan hukum adat antara baduy dalam dan baduy luar (Bahrudin & Zurohman, 2021). Salah satu aturan adat, mereka menolak modernisasi seperti menggunakan transportasi hingga menggunakan teknologi komunikasi (Asteria dkk, 2021).

Suku Baduy tinggal di Desa Kanekes Kecamatan Leuwidamar Kabupaten Lebak, sekitar 64 km kearah selatan dari kota Rangkasbitung. Mereka salah satu contoh masyarakat atau sekelompok orang yang terisolasi dari perkembangan zaman, yang tetap memegang erat dan teguh pesan-pesan dari leluhur yang mereka yakini (konon) dari zaman padjajaran hingga detik ini. Keragaman budaya menampakkan diri dalam berbagai bentuk, dari berbagai konsep yang digunakan untuk menggambarkan kebudayaannya (Hakiki, 2015). Budaya yang didalamnya terkandung ukuran, pedoman dan petunjuk bagi kehidupan manusia, yaitu norma dan nilai yang menjadi standar berinteraksi, dibangun oleh manusia dari generasi ke

generasi melalui proses komunikasi panjang (Widowati, 2014).

Meski diatur hukum adat, terdapat sekelompok masyarakat Baduy yang masih terbuka dengan perkembangan teknologi, yaitu masyarakat Baduy Luar. Masyarakat Baduy Luar menggunakan media facebook dalam kehidupan sehari-harinya. Berdasarkan pra-riset yang peneliti jalankan bahwa masyarakat di Baduy Luar sebagian besar memiliki *smartphone* dan menggunakan facebook dalam waktu yang lama (Simamora dkk, 2021). Salah satu narasumber menggunakan facebook sejak tahun 2010 hingga saat ini. Kehadiran media sosial semakin menjadi bagian dalam sebuah kehidupan. Terlebih di masa pandemi seperti sekarang ini kebutuhan internet mengalami peningkatan yang begitu tajam disertai dengan meningkatnya pemakaian media sosial. Peran yang dimiliki media sosial pun menjadi penting.

Melalui facebook masyarakat Baduy dapat mengenal satu sama lain lebih jauh, hanya dengan melihat profil, teman-teman, aktivitas dan juga melalui foto yang mereka tampilkan. Pengguna dengan mudah mengakses setiap saat melalui *smartphone*, komputer dan laptop. Jenis media sosial ini merupakan salah satu jenis media sosial yang diminati oleh berbagai kalangan sebab menawarkan berbagai jenis

aplikasi untuk pengguna. Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial facebook oleh masyarakat baduy luar, studi fenomenologi desa Cikadu Kanekes.

Determinisme teknologi adalah konsep yang memudahkan untuk memahami hubungan antara teknologi dan interaksi manusia (Fransisca & Briandana, 2022). Teknologi memberikan banyak keuntungan bagi manusia, keberadaan teknologi membuat segalanya menjadi cepat dan mudah berubah, dan membuat hal-hal duniawi menjadi sangat menyenangkan (Surahman, 2016). Teknologi adalah bagian penting dari setiap tingkat kehidupan sosial (Anderson & Jiang, 2018). Daniel Chandler mengidentifikasi beberapa asumsi mendasar tentang determinisme teknologi, dimulai dengan reduksionisme, di mana kehadiran teknologi informasi dan komunikasi bertindak sebagai penghalang yang menciptakan jarak antara teknologi dan budaya (Jamil dkk, 2019)

Self-presentation mengacu pada cara-cara di mana individu berusaha menampilkan diri mereka untuk mengontrol atau membentuk bagaimana orang lain melihat mereka (Kristianto & Marta, 2019). Presentasi diri adalah suatu proses dimana individu menyeleksi dan

mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku serta memproyeksikan pada orang lain sesuai *image* yang diinginkan (Briandana dkk, 2021).

Motif ialah kekuatan fundamental yang mendorong semua makhluk hidup untuk bertindak atau melakukannya untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan mencapai keseimbangan dikenal sebagai motif mereka (Rismayanti, 2019). Dalam konsep motif Schutz membagi dalam dua pemaknaan, yaitu : a.  *motivein order to*, b.  *motive because*. Motif  *in order to* dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan motif  *because* merupakan motif yang melihat ke belakang. Artinya setiap tindakan memiliki motif psikologis yang menentukan jalannya, apakah didorong oleh motif “karena” ( *because*) atau “agar” ( *in order to*), tergantung keadaan masing-masing orang, atau pengidentifikasian masalah sekaligus menganalisisnya sampai berapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya (Schultz dkk, 2013).

Schutz mengatakan tindakan adalah durasi yg berlangsung didalam perbuatan, menggunakan kata lain, tindakan ialah durasi transenden dalam perbuatan (Christian, 2019). Oleh karena itu, suatu

tindakan, secara independen dapat diklaim sebagai subjek yang melakukan tindakan, tetapi demikian tindakan artinya serangkaian pengalaman yang terbentuk melalui pencerahan nyata dan pencerahan individual aktor, atau tindakan membagikan adanya ikatan subjek (Fauzi, 2021).

Giorgi menyatakan bahwa kesadaran ialah sebuah tindakan (Giorgi, 2010). Kesadaran selalu mengarah pada sesuatu yang disadari, artinya kesadaran selalu mengarah kepada dua bagian, yaitu cogitations (aktivitas internasional atau noesis) serta cogitata (objek internasional atau neoma) yang berada pada kesadaran berkorelasi (Giorgi, 2010).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigm konstruktivis, pendekatan kualitatif dengan metode penelitian fenomenologi. Istilah fenomenologi menggunakan istilah generic untuk merujuk pada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami, menggali dan menafsirkan arti dari peristiwa, fenomena dan hubungan dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu (Kuswarno, 2007).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi dan pengumpulan dokumen dari buku dan internet. Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang masyarakat baduy luar yang tinggal di desa cikadu. Teknik analisis data penelitian ini dengan tahapan deskripsi data, kemudian peneliti mengemukakan pernyataan (dalam wawancara) tentang bagaimana orang-orang memahami topik, rincian pernyataan pernyataan tersebut (horisonalisasi data) dan perlakuan setiap pernyataan memiliki nilai yang setara, serta kembangkan rincian tersebut dengan tidak melakukan pengulangan atau tumpang tindih, pernyataan-pernyataan tersebut kemudian dikelompokkan ke dalam unit-unit bermakna, kemudian merefleksikan pemikirannya dan menggunakan variasi imajinatif (*imaginative variation*) atau deskripsi structural (*structural description*), mencari keseluruhan makna yang memungkinkan dan melalui perspektif yang divergen, mempertimbangkan kerangka rujukan atau gejala (*phenomenon*) dan mengkonstruksikan bagaimana gejala tersebut dialami, kemudian peneliti mengkonstruksikan seluruh penjelasan tentang makna dan esensi pengalamannya, kemudian peneliti

tuliskan deskripsi gabungannya (Giorgi, 2010).

Teknik keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi data, adalah teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Adapun teknik penelitian keabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah triangulasi sumber.

### **Hasil Penelitian**

Hasil penelitian melalui wawancara didapatkan beberapa motif masyarakat baduy luar dalam memakai media social facebook. terdapat 1 (satu) orang *informan* menjawab bahwa tujuannya menggunakan media social facebook adalah untuk mendapatkan keuntungan, yaitu dengan berjalan di media social facebook. Motif ini menjadi alasan utama *informan* Budi menggunakan media social Facebook. Motif ini disebut dengan profit motif.

*“Sekarang lebih sering dipakai buat bisnis, jualan... yang bisa dijual disini lumayan banyak... Terutama madu, soalnya pertama kali larangan ke kota itu menumpuk banyak, sedangkan saya juga butuh rokok, kopi yaa hidup sehari-hari...”* (Wawancara Budi 13 September 2022).

Konformitas merupakan motif yang berdasarkan perilaku ikut-ikutan dengan orang lain, terdapat 4 (empat) informan yang menjawab motif mereka menggunakan Facebook adalah ikut teman atau orang terdekatnya yang menggunakan Facebook, seperti yang diungkapkan Yoga:

“Di tahun 2018 pengen bikin juga, liat bapak juga punya jadi pengen punya. Sekarang udah menikah punya anak, jadi pengen kaya bapak dulu, suka masukin foto saya kalo lagi pergi ke kota” (Wawancara Yoga 13 September 2022).

Eksistensi merupakan usaha untuk memperlihatkan keberadaan dan terus berkembang. Memperlihatkan eksistensi dengan memposting foto dan video merupakan motif *informan* menggunakan Facebook, hal tersebut diungkapkan Gadis dan Martin:

“Tahun 2020 pengen bikin juga, buat masukin foto bareng sama anak, suami, foto keluarga” (Wawancara Gadis 16 September 2022).

“Udah lama kalo punya facebook. Pertama kali punya facebook itu sekitar 2014-2015, dibikinin sama kawan waktu main ke stsi bandung buat masukin foto-foto” (Wawancara Martin, 17 September 2022).

Dari hasil wawancara diatas, peneliti membuat kategori motif masyarakat Baduy luar dalam menggunakan facebook, yaitu *motive in*

*order to* dan *motive because*. Dimana *motive in order to* dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan *motive because* merupakan motif yang melihat ke belakang atau merujuk pada masa lalu. Berikut motif yang termasuk *motive in order to* dan *motif because*.

**Tabel 1.** Kategori Motif

No	Motif Menggunakan Facebook	Kategori Motif	Informan
1.	Profit Motif	<i>Motive in order to</i>	Budi
2.	Konformitas Motif	<i>Motive because</i>	Yoga, Juwita, Sakti, Unggul
3.	Eksistensi Motif	<i>Motive in order to</i>	Gadis, Martin

Sumber: Diolah dari hasil penelitian 2022

Berdasarkan 3 (tiga) motif yang telah dijelaskan diatas, peneliti memberikan kembali kategori motif sebagai motif derjat ke dua, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2:** Pengelompokan Motif

No	Motif Derjat Pertama	Motif Derjat Kedua	Kategori Motif
1	Profit Motif	Bisnis Motif	<i>Motive in order to</i>
2	Konformitas Motif	Eksternal Motif	<i>Motive because</i>
3	Eksistensi Motif	Internal Motif	<i>Motive in order to</i>

Sumber: Diolah dari hasil penelitian 2022

Bisnis motif merupakan motif yang berorientasi pada hasil atau keuntungan. Motif ini menjadi alasan utama informan memanfaatkan media social facebook sebagai tempat transaksi, dengan menjual madu secara *online* untuk menopang kehidupan sehari-hari. Motif ini termasuk kedalam kategori *Motive in order to*, karena informan memiliki tujuan untuk mencapai hasil, yaitunya berupa pendapatan (uang).

Eksternal motif, merupakan motif yang terjadi akibat pengaruh dari luar diri informan, yaitunya pengaruh dari teman atau lingkungan sekitar yang telah lebih dulu menggunakan media social facebook, sehingga muncul rasa penasaran dari informan untuk menggunakan facebook. Motif ini termasuk kedalam kategori *motive because*, yaitu motif yang merujuk pada masa lalu.

Internal motif, merupakan motif yang berasal dari dalam diri informan, yaitu menggunakan facebook berdasarkan keinginan pribadi, agar terlihat di dunia maya, dengan memposting beberapa foto dan video kesehariannya supaya dikenal luas, dan berbagi kabar dengan teman yang terjaring di media social facebook, motif ini termasuk kedalam kategori *Motive in order to*, karena informan memiliki tujuan

untuk mencapai hasil, yaitunya eksistensi diri.

### **Tindakan Determinisme Teknologi Masyarakat Baduy Luar**

Teknologi memberikan kelebihan pada manusia, eksistensi teknologi membentuk segalanya menjadi cepat, simple, mudah dirubah, serta menjadikan sesuatu yang biasa menjadi sangat menyenangkan (Widyanarti dkk, 2021). Masyarakat Baduy luar memanfaatkan teknologi untuk mempermudah bertransaksi, dimana biasanya masyarakat menjual barang dagangannya dengan berjalan kaki ke kota, dengan memanfaatkan teknologi seperti media sosial facebook, masyarakat Baduy luar bisa menghasilkan uang meski berda di rumah, seperti yang diungkapkan Budi:

*“...Pakai facebook pasang status ready madu, tas gitu ke temen-temen. Pas covid. enggak boleh ke kota, disini juga dikasih tau kolot jangan dulu ke kota. Sedangkan kami butuh makan. Hasil tani lama, iseng sama Mang Acin coba pasang status ready madu, tas, golok di facebook, terus ada kontak-kotak temen, ada yang minat, coba cari cara kirim gimana gitu, biar kirim aman gimana, belajar waktu itu..”*(Wawancara Budi 13 September 2022).

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi memberi jarak antara teknologi dan budaya (Simamora dkk,



2021). Sehingga keberadaan teknologi sedikit menghilangkan nilai budaya yang ada di masyarakat. Seperti yang terjadi di masyarakat Baduy, dimana masyarakat Baduy merupakan salah satu masyarakat yang mengasingkan diri dari dunia luar dengan pola hidup yang patuh terhadap hukum adat, hidup mandiri, dan tidak mengharapkan bantuan dari orang lain. Meski diatur hukum adat, masyarakat Baduy luar masih memiliki beberapa kelonggaran namun tetap berada pada jalurnya, seperti yang diungkapkan Sakti:

*“...Kokolot suka ingetin aja, jangan nakal karena begini bang, di kami itu percaya kalo melanggar, akan ada hukuman ke diri bisa sakit atau apa misalnya nanti kami sadar ini akibat enggak ikuti aturan atau dengar apa yang kolot sampaikan.”* (Wawancara Sakti 14 September 2022).

Meski memiliki kelonggaran hukum adat, masyarakat Baduy luar tetap diawasi oleh tokoh adat agar tidak keluar dari aturan yang berlaku di desa tempat mereka tinggal, seperti yang diungkapkan Budi:

*“Jadi bisnis mah... itu sampingan... kokolot sering ingetin karena ada aja yang lupa sama bertani, pekerjaan utama kami itu harus tetep bertani, jangan terlalu sering bisnis sampai lupa bertani”* (Wawancara Budi 13 September 2022).

Pada dasarnya sifat teknologi adalah netral (tidak berpihak), pengaruh baik atau buruk dari sebuah teknologi sangat bergantung ditangan siapa teknologi tersebut digunakan (Simamora dkk, 2021). Pengaruh baik dari teknologi dirasakan oleh masyarakat Baduy luar saat berada didalam situasi sulit (pandemi), seperti yang diungkapkan Budi:

*“Selama covid enggak bisa jualan ke kota. Cari cara bisa jualan online, jadi terbantu jual online, soalnya pernah enggak bisa jualan barang pada numpuk. Jadi kebantu banget bang”* (Wawancara Budi, 13 September 2022).

### **Tindakan Presentasi Diri Masyarakat Baduy Luar**

Presentasi diri mengarah pada bagaimana individu berusaha menyajikan dirinya buat mengendalikan atau membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya (Huang, 2014).

Masyarakat Baduy Luar melakukan tindakan presentasi diri untuk memperlihatkan kesehariannya, melalui pengunggahan foto di facebook seperti yang diungkapkan Juwita:

*“...paling untuk masukin foto... kalo lagi diluar gitu... bareng anak-anak yang sering foto juga anak....”*(Wawancara Juwita 14 September 2022).

Presentasi diri diklaim juga sebagai suatu proses dimana individu menyeleksi serta mengontrol perilaku mereka sesuai dengan situasi dimana perilaku serta memproyeksikan pada orang lain sesuai *image* yang diinginkan (Djafarova & Trofimenko, 2017). Seperti yang dilakukan Juwita, ia menyeleksi foto yang di *upload* ke media sosial facebook, beberapa foto yang di *upload* adalah kebersamaannya bersama keluarga atau anaknya, hal ini mempresentasikan *imaganya* sebagai seorang ibu yang sangat menyayangi dan mencintai anaknya.

### **Tindakan Transaksi Online Masyarakat Baduy Luar**

Transaksi online atau jual beli online adalah suatu kegiatan jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan jual beli. Komunikasi yang dapat digunakan oleh penjual dan pembeli melalui *chat*, telfon, sms, media sosial, dan lainnya. Dalam hal ini, masyarakat Baduy Luar memanfaatkan media sosial facebook untuk melakukan transaksi atau menjual barang hasil karyanya agar dikenal masyarakat luas. Dalam berjualan online, penjual perlu mengunggah dagangannya agar dilihat pengguna facebook lainnya, hal tersebut diungkapkan Budi:

*“Pakai facebook pasang status ready madu, tas gitu ke temen-temen. Ada inbox terus tanya-tanya, di kasih nomor whatsapp”* (Wawancara Budi 13 September 2022).

Melakukan transaksi online memiliki dampak positif dan negatif, salah satu dampak positif berjualan di facebook dirasakan oleh Martin:

*“...kadang 100 botol madu habis perbulan, paling dikit 50 botol habis. Kadang juga malah kehabisan stok disisinya...”* (Wawancara Martin 17 September 2022).

Sedangkan dampak negatif melalukan transaksi online melalui media sosial facebook pernah dirasakan oleh Yoga dan Unggul:

*“Pernah ketipu enggak dibayar. Ada orang ngaku-ngaku temen. Jadi di situ pakai foto temen saya, padahal beda. Saya percaya aja, terus kirim. Jadi dia itu kirim bukti transfer, saya bilang tunggu uang masuk dulu, tapi dia bilang beda bank jadi masuknya agak lama, dikirim bukti transfernya juga... saya percaya aja... terus kirim aja ke JNE... dua hari saya cek terus enggak ada, saya juga percaya aja... dia pake foto temen juga...”* (Wawancara Yoga 13 September 2022).

*“Ada, tapi order yang ke tiga apa empat kali, enggak dibayar, saya udah percaya aja. Kirim dulu kesana, abis itu orangnya enggak bisa dihubungi, jadi rugi”.* (Wawancara Unggul, 15 September 2022).

Dampak positif dan negatif dari teknologi adalah salah satu dari asumsi dasar determinisme teknologi yang disebut dengan *neutralizing*, dimana pada dasarnya sifat teknologi adalah netral (tidak

berpihak), pengaruh baik atau buruk dari sebuah teknologi sangat bergantung ditangan siapa teknologi tersebut digunakan (Djafarova & Trofimenko, 2019).

**Tabel 3:** Transaksi Online

<b>Media Jual Beli Online</b>	<b>Dampak Positif</b>	<b>Dampak Negatif</b>
Facebook	Jangkauan penjualan lebih luas, dan banyak permintaan	Berpotensi penipuan

Sumber: Diolah dari hasil penelitian 2022

**Kesadaran Masyarakat Baduy Luar dalam Pemanfaatan Facebook**

Hussrel menyatakan bahwa kesadaran merupakan sebuah tindakan. Kesadaran senantiasa mengarah kepada sesuatu yang disadari. Sedangkan menurut Alfred Schutz didalam kesadaran terdapat

hubungan antara orang-orang dengan objek. Menurutnya dunia sosial keseharian ialah suatu yang intersubjektif dan pengalaman penuh makna. Dalam penelitian ini peneliti membagi kesadaran menjadi 2 (dua), yaitu kesadaran yang tampak, dan kesadaran yang tersembunyi.

**Tabel 4:** Kesadaran Masyarakat Baduy Luar

<b>No</b>	<b>Kesadaran</b>	<b>Jenis Kesadaran</b>
1	Kesadaran yang tampak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Media sosial Facebook memiliki bayak manfaat; meningkatkan penghasilan, dan memperluas jaringan.</li> <li>2. Media sosial facebook memiliki potensi tindak kejahatan</li> </ol>
2	Kesadaran tersembunyi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengikuti perkembangan teknologi dan informasi</li> <li>2. Mematuhi aturan adat</li> </ol>

Sumber: Diolah dari hasil penelitian 2022

Dari tabel diatas terdapat 2 (dua) jenis kesadaran, yaitu kesadaran yang tampak, dan kesadaran tersembunyi. Kesadaran yang tampak dapat dilihat dari manfaat media social facebook yang

dirasakan masyarakat Baduy Luar sebagai tempat bertransaksi atau tempat jual beli, dan memperluas jaringan pelanggan. Seperti yang diungkapkan Martin:

*“...Paling laku madu bang, selama covid enggak jual yang lain. Padahal bikin juga kain tenun, tas tapi tetep laku madu, rata-rata yang pesen bilangnyanya buat obat. Sebulan bisa 500 botol, sampe nyari keliling baduy buat pesenan, soalnya sampe orang ada yang kirim uangnya duluan, saya juga jadi pusing, sampe pernah ikut bantu panen madunya...”* (Wawancara Martin 17 September 2022).

Meski memiliki banyak manfaat, facebook juga memiliki dampak negatif, yaitu berpotensi untuk seseorang melakukan tindak kejahatan penipuan, hal ini merupakan kesadaran yang tampak, dan banyak dirasakan masyarakat Baduy Luar yang berjualan melalui media social facebook, seperti yang diungkapkan Sakti:

*“Waktu itu ada yang beli, bilangnyanya barang sampai... uang di transfer... saya udah kirim barangnya, uangnya enggak di transfer. Waktu itu kirim ada lima botol... tiga madu merah, dua madu hitam sama satu madu putih”* (Wawancara Sakti 14 September 2022).

Kesadaran tersembunyi masyarakat Baduy Luar dapat juga dilihat dari keterbukaan mereka terhadap perkembangan teknologi dan informasi, meski mengasingkan diri dari dunia luar. Hal tersebut dapat dilihat dari pernyataan Juwita:

*“...Belajar dari Yaman. Waktu itu lagi keliling biasa, penasaran... terus minta bikinin dan diajari sedikit...anak muda,*

*saya suka liat mereka lagi pada buka facebook”* (Wawancara Juwita 14 September 2022).

Meski terbuka terhadap informasi dan perkembangan teknologi, masyarakat baduy luar, tidak lupa dengan aturan adat yang masih berlaku di desa Cikadu, tempat mereka tinggal, hal tersebut merupakan kesadaran tersembunyi atau yang tidak tampak dari masyarakat Baduy Luar. Hal tersebut diungkapkan Budi:

*“Jadi bisnis mah... itu sampingan... kokolot sering ingetin karena ada aja yang lupa sama bertani, pekerjaan utama kami itu harus tetep bertani, jangan terlalu sering bisnis sampai lupa bertani”* (Wawancara Budi 13 September 2022).

### **Pemaknaan yang Dihasilkan Masyarakat Baduy Luar dalam Pemanfaatan Facebook**

Dalam fenomenologi makna merupakan sesuatu yang dialami seseorang, dan akan bergantung pada bagaimana orang tersebut berhubungan dengan sesuatu itu (Edgar dan Sedgwick, 1999:273). Masyarakat Baduy Luar memiliki pemaknaan tersendiri terhadap pengalamannya dalam memanfaatkan media sosial facebook. Hal tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

**Tabel 5:** Pemaknaan Media Sosial Facebook

No	Pemaknaan
1.	Mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, namun tidak melupakan aturan adat
2.	Facebook sebagai media bisnis

Sumber: Diolah dari hasil penelitian 2022

Pemanfaatan media sosial facebook bagi masyarakat Baduy Luar dapat dimaknai sebagai telah terbukanya masyarakat Baduy Luar terhadap perubahan zaman, dan perkembangan teknologi meski tetap menjunjung tinggi aturan adat yang berlaku di desa Cikadu. Hal ini menandakan bahwa mereka dapat hidup berdampingan dengan mengikuti perkembangan zaman dan mempertahankan nilai-nilai adat dan budaya yang selama ini diterapkan. Seperti yang diungkapkan Budi:

*“Kokolot tau, enggak apa-apa. Selama untuk jualan boleh bang. Harus barang khas baduy”* (Wawancara Budi 13 September 2022).

Dari hasil wawancara dengan *informan*, pemanfaatan media sosial facebook juga dimaknai sebagai media untuk berbisnis. Dimana mereka mendapatkan keuntungan setelah menawarkan beberapa produk hasil karyanya di media sosial facebook, untuk

mencukupi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut diungkapkan oleh Martin:

*“Setelah covid.. ke kota enggak boleh Kita juga butuh rokok juga. Kalo misalkan tani kadang-kadang nunggu hasil tani lama, enggak cukup. Terus kontak-kotak temen, kontak-kontak paket, bisa enggak kalo maketin kesini, kalo ada alamatnya bisa... Jualan online membantu bang. Kan ada pandemic jadi bingung gitu jualan kemana. Setelah bisa jual online, jadi semangat lagi jualan”* (Wawancara Martin 17 September 2022).

Meski memiliki aturan adat, masyarakat Baduy Luar dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, dan tidak menutup diri dari dunia luar. Facebook dimanfaatkan sebagai alternatif tempat menawarkan dagangan atau hasil karyanya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari apabila pekerjaan utama mereka mengalami kendala, seperti hasil tani yang belum panen, sehingga facebook dimanfaatkan sebagai media untuk membantu menaikkan perekonomian.

## Pembahasan

Dalam pandangan fenomenologi, perilaku dan tindakan manusia ialah sesuatu yang bermakna, manusia memberi makna atas perilaku dan tindakan tersebut. Fenomenologi merupakan studi tentang pengetahuan yang didasari dari kesadaran, atau bagaimana cara memahami objek atau peristiwa yang mengalaminya secara sadar (Jambak dkk, 2014). Melalui kesadaran tersebut kita dapat memberikan makna atas berbagai objek yang ada (Bahrudin & Zurohman, 2021). Menurut Schutz dunia sosial keseharian senantiasa merupakan suatu yang intersubjektif dan pengalaman penuh makna. Dalam penelitian ini, peneliti menemukan tindakan, motif, kesadaran dan makna masyarakat Baduy Luar dalam memanfaatkan media sosial facebook.

Dalam konsep motif Alfred Schutz terdapat 2 (dua) motif seseorang dalam melakukan sesuatu, yaitu: a. *motive in order to*, b. *motive because*. Motif *in order to* dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil, sedangkan *motive because* merupakan motif yang melihat ke belakang. Artinya Setiap perilaku memiliki alasan psikologis di baliknya yang menentukan jalannya, apakah alasannya (*motive because*) "karena" atau (*in order*

*to*) "agar", tergantung situasi masing-masing individu (Mulyadi dkk, 2019). Dalam hal ini peneliti menemukan terdapat 2 motif yang termasuk kedalam motif *in order to* yaitu profit motif dan eksistensi motif.

Profit motif merupakan motif yang berorientasi pada hasil atau keuntungan. Motif ini menjadi alasan utama informan memanfaatkan media social facebook sebagai tempat transaksi, dengan menjual madu secara *online* untuk menopang kehidupan sehari-hari. Dalam derjat kedua motif ini disebut dengan bisnis motif. Sedangkan eksistensi motif, merupakan motif yang didasari oleh keinginan informan untuk tampil dan diakui keberadaannya di dunia maya, motif ini berasal dari dalam diri informan, dalam derjat kedua disebut dengan internal motif yaitu menggunakan facebook berdasarkan keinginan pribadi, agar terlihat di dunia maya, dengan memposting beberapa foto dan video kesehariannya supaya dikenal luas, dan berbagi kabar dengan teman yang terjaring di media social facebook.

Sedangkan motif yang termasuk kedalam *because motive* adalah konformitas motif, merupakan motif yang berdasarkan perilaku ikut-ikutan dengan orang lain, dalam derjat kedua motif ini disebut dengan motif eksternal, merupakan

motif yang terjadi akibat pengaruh dari luar diri informan, yaitu pengaruh dari teman atau lingkungan sekitar yang telah lebih dulu menggunakan media social facebook, sehingga muncul rasa penasaran dari informan untuk menggunakan facebook.

Manusia sangat diuntungkan oleh teknologi, yang mempercepat proses, membuat perubahan menjadi sederhana, dan bahkan membuat tugas rutin menjadi menyenangkan (Workman, 2014). Masyarakat Baduy luar memanfaatkan teknologi untuk mempermudah bertransaksi, dimana biasanya masyarakat menjual barang dagangannya dengan berjalan kaki ke kota, dengan memanfaatkan teknologi seperti media sosial facebook, masyarakat Baduy luar bisa menghasilkan uang meski berada di rumah dengan berjualan online.

Antara teknologi dan budaya, ada penghalang yang diciptakan oleh ketersediaan teknologi informasi dan komunikasi (Widowati, 2014). Sehingga keberadaan teknologi sedikit demi sedikit menghilangkan beberapa nilai budaya yang selama ini ada ditengah-tengah masyarakat. Seperti yang terjadi di masyarakat Baduy, dimana masyarakat Baduy merupakan salah satu masyarakat yang mengasingkan diri dari dunia luar

dengan pola hidup yang patuh terhadap hukum adat, hidup mandiri, dan tidak mengharapkan bantuan dari orang lain, seperti tidak sekolah dan menggunakan teknologi yang lebih luas seperti masyarakat pada umumnya. Meski diatur hukum adat, masyarakat Baduy luar masih memiliki beberapa kelonggaran namun tetap berada pada jalurnya, hal ini dilakukan untuk mempertahankan nilai budaya yang selama ini mereka jalankan agar tidak tergerus karena adanya teknologi. Hal ini yang membuat masyarakat baduy tidak terlalu bergantung dengan teknologi. Meski tidak seperti masyarakat yang hidup di perkotaan, masyarakat Baduy Luar mampu beradaptasi dengan adanya perubahan zaman.

Efek baik atau buruk dari suatu teknologi tergantung pada siapa yang menggunakannya, karena teknologi pada dasarnya netral (Widowati, 2014). Pengaruh baik dari teknologi dirasakan oleh masyarakat Baduy luar saat berada didalam situasi sulit (pandemi), dimana mereka memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produknya yaitu dengan berjualan online di facebook, sehingga mendapatkan pasar yang lebih luas, dan meningkatkan jumlah pendapatan dari biasanya.

Salah satu media yang sering digunakan untuk mempresentasikan diri adalah media sosial facebook. Masyarakat Baduy Luar melakukan tindakan presentasi diri untuk memperlihatkan kesehariannya, melalui pengunggahan foto di facebook.

Presentasi diri juga dikenal sebagai proses dimana orang memilih dan mengelola tindakan mereka tergantung pada keadaan dan kemudian memproyeksikan tindakan tersebut kepada orang lain untuk menciptakan kesan yang diinginkan (Huang, 2014). Seperti yang dilakukan masyarakat Baduy Luar dalam mempresentasikan dirinya di media sosial facebook ia menyeleksi foto yang di *upload* ke media sosial facebook, beberapa foto yang di *upload* adalah kebersamaannya bersama keluarga atau anaknya, hal ini mempresentasikan *imajenya* sebagai seorang ibu yang sangat menyayangi dan mencintai anaknya. Goffman (2002) menyatakan bahwa individu disebut aktor yang mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang berinteraksi dengannya.

Mempresentasikan diri baik secara verbal maupun nonverbal di media sosial facebook merupakan sebuah strategi yang dilakukan seseorang untuk mempromosikan informasi positif tentang dirinya, dengan memberitahu orang lain

tentang kualitas dirinya. Presentasi diri merupakan perilaku yang melibatkan proses mengendalikan bagaimana seseorang dipersepsikan oleh orang lain. Salah satunya seperti yang dilakukan Gadis, ia dikenal sebagai seseorang yang aktif menggunakan facebook, narsis, dan sering berinteraksi dengan teman-teman di jejaring facebook.

Kesadaran yang tampak dapat dilihat dari manfaat media sosial facebook yang dirasakan masyarakat Baduy Luar sebagai tempat bertransaksi atau tempat jual beli, dan memperluas jaringan pelanggan. Meski memiliki banyak manfaat, facebook juga memiliki dampak negatif, yaitu berpotensi untuk seseorang melakukan tindak kejahatan penipuan, hal ini merupakan kesadaran yang tampak, dan banyak dirasakan masyarakat Baduy Luar yang berjualan melalui media sosial facebook.

Kesadaran tersembunyi masyarakat Baduy Luar dapat juga dilihat dari keterbukaan mereka terhadap perkembangan teknologi dan informasi, meski mengasingkan diri dari dunia luar masyarakat Baduy Luar mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, seperti media sosial facebook. Meski terbuka terhadap informasi dan perkembangan teknologi, masyarakat



baduy luar, tidak lupa dengan aturan adat yang masih berlaku di desa Cikadu, tempat mereka tinggal, hal tersebut merupakan kesadaran tersembunyi atau yang tidak tampak dari masyarakat Baduy Luar, yaitu dengan tetap menjalankan aturan adat yang berlaku, seperti memprioritaskan bertani dari pada berbisnis, walaupun diperbolehkan berbisnis, masyarakat Baduy taat dengan aturan dalam berdagang, yaitu mereka hanya menjual produk khas dari daerah mereka sendiri, seperti tenun, madu, dan senjata tradisional.

Makna dalam fenomenologi merupakan sesuatu yang dialami seseorang sangat tergantung pada bagaimana orang tersebut berhubungan dengan sesuatu itu (Kaba & Osei-Bryson, 2013). Masyarakat Baduy Luar memiliki pemaknaan tersendiri terhadap pengalamannya dalam memanfaatkan media sosial facebook, yaitu masyarakat Baduy Luar mampu beradaptasi dengan perubahan zaman, dan media sosial facebook dijadikan sebagai media bisnis.

Pemanfaatan media sosial facebook bagi masyarakat Baduy Luar dapat dimaknai sebagai telah terbukanya masyarakat Baduy Luar terhadap perubahan zaman, dan perkembangan teknologi meski tetap berada dalam aturan

adat yang berlaku di desa Cikadu. Hal ini menandakan bahwa mereka dapat hidup berdampingan dengan mengikuti perkembangan zaman, dan mempertahankan nilai-nilai adat dan budaya yang selama ini diterapkan. Pemanfaatan media sosial facebook juga dimaknai sebagai media untuk berbisnis. Dimana mereka mendapatkan keuntungan setelah menawarkan beberapa produk hasil karyanya di media sosial facebook, untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.

Meski memiliki aturan adat, masyarakat Baduy Luar dapat beradaptasi dengan perubahan zaman, dan tidak menutup diri dari dunia luar. Facebook dimanfaatkan sebagai alternatif tempat menawarkan dagangan atau hasil karyanya untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari apabila pekerjaan utama mereka mengalami kendala, seperti hasil tani yang belum panen, sehingga facebook dimanfaatkan sebagai media untuk membantu menaikkan perekonomian.

## **Penutup**

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah motif masyarakat Baduy Luar dalam memanfaatkan media sosial facebook berorientasi pada hasil atau keuntungan (*motif in order to*), yaitu profit motif untuk menopang kehidupan sehari

hari. Eksistensi motif, yang didasari oleh keinginan informan untuk tampil dan diakui keberadaannya di dunia maya, motif ini berasal dari dalam diri informan, disebut dengan internal motif (*motive in order to*), dan konformitas motif, yaitu motif yang berdasarkan perilaku ikut-ikutan dengan orang lain, atau lingkungan sekitar yang telah lebih dulu menggunakan media social facebook.

Teknologi memiliki dampak positif bagi masyarakat Baduy Luar yaitu memiliki peluang untuk memasarkan produk secara online di facebook, sehingga mendapatkan pasar yang lebih luas, dan meningkatkan jumlah penjualan. Masyarakat Baduy Luar melakukan tindakan presentasi diri untuk memperlihatkan kesehariannya, melalui unggahan foto di facebook. Terdapat 2 (dua) kesadaran masyarakat Baduy Luar dalam memanfaatkan media sosial facebook, yaitu kesadaran yang tampak, dan kesadaran yang tersembunyi. Pemanfaatan media sosial facebook bagi masyarakat Baduy Luar dapat dimaknai sebagai telah terbukanya masyarakat Baduy Luar terhadap perubahan zaman, dan perkembangan teknologi meski tetap mengikuti aturan adat.

Setelah melakukan penelitian, peneliti memberikan saran agar ada

penelitian lanjutan mengenai metode fenomenologi tentang pemanfaatan media sosial dalam kehidupan masyarakat yang memiliki ragam suku adat, di Indonesia. Untuk masyarakat Baduy Luar disarankan untuk memanfaatkan *e-commerce* sebagai tempat jual beli online, agar transaksi yang dilakukan lebih aman, menimalisir tindak kejahatan penipuan, sehingga dapat meningkatkan peluang pasar yang lebih luas.

#### **Daftar Pustaka**

- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31.
- Asteria, D., Brotosusilo, A., Soedrajad, M. R., & Nugraha, F. N. (2021). Adat law and culture: The local authority elements of Baduy tribe on environment preservation. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 716(1), 12049.
- Bahrudin, B., & Zurohman, A. (2021). Dinamika kebudayaan Suku Baduy dalam Menghadapi Perkembangan Global di Desa Kanekes Kecamatan Leuwidamar Kabupaten Lebak Provinsi Banten. *Journal Civics & Social Studies*, 5(1), 31–47.
- Briandana, R., & Azmawati, A. A. (2021). The influx of national identity: “imagined communities” on Indonesian audience in Indonesia and Malaysia frontier. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2846>

- Briandana, R., Fasta, F., Mihardja, E. J., & Qasem, A. (2021). Exploring Self Identity: An Analysis of Audience Reception of Vlogs. *ASPIKOM*, 6(2), 303–314. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.921>
- Chalaby, J. K. (2016). Television and globalization: The TV content global value chain. *Journal of communication*, 66(1), 35–59.
- Christian, M. (2019). Telaah Keniscayaan Iklan Di Kanal Youtube Sebagai Perilaku Khalayak Di Kalangan Milenial [Study the Inevitability of Ads on Youtube Channels as Public Behavior among Millennials]. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(02), 141. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v5i02.1890>
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2017). Exploring the relationships between self-presentation and self-esteem of mothers in social media in Russia. *Computers in Human Behavior*, 73, 20–27.
- Djafarova, E., & Trofimenko, O. (2019). ‘Instafamous’-credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. *Information, communication & society*, 22(10), 1432–1446.
- Fauzi, E. P. (2021). Konstruksi Sosial Soft Masculinity dalam Budaya Pop Korea. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 127. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3687>
- Fransisca, M., & Briandana, R. (2022). Determinasi Teknologi Komunikasi dan Adaptasi Media Pembelajaran di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 93–107. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v6i1.8233>
- Giorgi, A. (2010). Phenomenology and the practice of science. *Existential Analysis: Journal of the Society for Existential Analysis*, 21(1), 57–68.
- Goffman, E. (2002). The presentation of self in everyday life. 1959. *Garden City, NY*, 259.
- Hakiki, K. M. (2015). Keislaman Suku Baduy Banten: antara Islam dan Slam Sunda Wiwitan. *Refleksi*, 14(1), 25–54.
- Harry, H., Marta, R. F., & Briandana, R. (2021). Memetakan tautan budaya Lasem melalui dokumenter Net. biro Jawa Tengah dan MetroTVNews. *ProTVF*, 5(2), 227. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v5i2.33411>
- Huang, H. (2014). Self-presentation tactics in social media. *2014 International Conference on Social Science (ICSS-14)*, 416–421.
- Jambak, I., Robyana, H., Budiman, A., Ahmad, A., & Subekti, B. (2014). Kajian Tradisi Teknologi Membangun Bangunan Masyarakat Baduy di Kampung Ciboleger. *Reka Karsa*, 2(4), 1–11.
- Jamil, A., Rekart, E., Briandana, R., & Audinna, S. (2019). The Role of Social Media Hashtags in Political Promotions: Mediating Role of Supply Chain Communication. In *Int. J Sup. Chain. Mgt* (Vol. 8, Nomor 6).
- Kaba, B., & Osei-Bryson, K.-M. (2013). Examining influence of national culture on individuals’ attitude and use of information and communication technology: Assessment of moderating effect of culture through cross countries study. *International Journal of Information*

- Management*, 33(3), 441–452.
- Kang, T. (2012). Gendered media, changing intimacy: Internet-mediated transnational communication in the family sphere. *Media, Culture & Society*, 34(2), 146–161.
- Kristianto, B. R. D., & Marta, R. F. (2019). Monetisasi Dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog Youtube. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.31334/ljk.v3i1.415>
- Kuswarno, E. (2007). Tradisi fenomenologi pada penelitian komunikasi kualitatif sebuah pedoman penelitian dari pengalaman penelitian. *Sosiohumaniora*, 9(2), 161.
- Mulyadi, S., Prabowo, H., & Chrisnatalia, M. (2019). Cultural contact, cultural values, and education for life and work as predictors of future orientation in the Baduy community. *2nd International Conference on Intervention and Applied Psychology (ICIAP 2018)*, 195–217.
- Mulyana, A., Briandana, R., & Ningrum, D. A. P. (2019). Social Construction Fandom as Cultural Industry Marketing of JKT 48 Fan Group. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), 257–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.21632/irjbs.12.3.257-266>
- Mulyana, D., & Rakhmat, J. (2010). Komunikasi antarbudaya. In *Pengantar Komunikasi antarbudaya*.
- Rains, S. A., Peterson, E. B., & Wright, K. B. (2015). Communicating social support in computer-mediated contexts: A meta-analytic review of content analyses examining support messages shared online among individuals coping with illness. *Communication Monographs*, 82(4), 403–430.
- Ramadani, R. M. (2020). TINJAUAN ANALISIS KEJAKSAAN REPUBLIK INDONESIA PERSPEKTIF BUDAYA ORGANISASI. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 19(1), 9–16.
- Rismayanti, R. (2019). Pembentukan Konsep Diri Remaja Penonton Film Dilan 1990 di Yogyakarta. *Jurnal Komunikasi*, 18(1), 105–122.
- Scharrer, E., & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in The Media's Influence on Stereotypes of Race and Ethnicity: The Role of Media Literacy Education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171–185.
- Schultz, D., Patti, C. H., & Kitchen, P. J. (2013). *The evolution of integrated marketing communications: The customer-driven marketplace*. Routledge.
- Senoaji, G. (2010). Dinamika sosial dan budaya masyarakat baduy dalam mengelola hutan dan lingkungan. *Bumi Lestari Journal of Environment*, 10(2).
- Simamora, S. L., Andika, D., Briandana, R., & Widyastuti. (2021). Shift of Pikukuh Karuhun Values due to Communication Technology Exposure to Baduy Society. *Nyimak Journal of Communication*, 5(2), 203–215. <https://doi.org/DOI:10.31000/nyimak.v5i2.4144>
- Sumaryadi, I. N., Hasan, E., & Lukman, S. (2020). The Role of Socio-Culture and the Factors Affecting the Development of the Baduy Community. *International Journal of Science and Society*, 2(4), 338–348.
- Surahman, S. (2016). Determinisme

- Teknologi Komunikasi dan Globalisasi Media Terhadap Seni Budaya Indonesia. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi*, 12(1), 31. <https://doi.org/10.24821/rekam.v12i1.1385>
- Sya, M., Marta, R. F., & Hadi, I. P. (2020). Refleksi Pluralisme Melalui Film Animasi Si Entong Sebagai Identitas Budaya Indonesia. *Jurnal Riset Komunikasi*, 3(1), 18–33. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v3i1.102>
- Wahid, M. (2011). Sunda Wiwitan Baduy: Agama Penjaga Alam Lindung di Desa Kanekes Banten. *EL HAKAKAH Jurnal Budaya Islam*, 13(2), 150–168.
- Wahid, U., Usino, W., Vera, N., Hardjianto, M., & Budiyanto, U. (2021). Komunikasi Budaya Kebudiluhuran melalui Kebijakan Inovasi Teknologi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(1), 108–126. <https://doi.org/10.31315/jik.v19i1.3740> Submitted:
- Walters, P. (2022). Reclaiming control: How journalists embrace social media logics while defending journalistic values. *Digital Journalism*, 10(9), 1482–1501.
- Widowati, D. (2014). Perubahan perilaku sosial masyarakat Baduy Terhadap Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 1–8.
- Widyanarti, T., Sarwoprasodjo, S., Sihabudin, A., & Kinseng, R. A. (2021). Intercultural Communication in Manuscript Digitization (Study in the Village of Legok Indramayu). *Nyimak Journal of Communication*, 3(2), 6. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v5i1.3122>
- Workman, M. (2014). New media and the changing face of information technology use: The importance of task pursuit, social influence, and experience. *Computers in Human Behavior*, 31, 111–117.