

**MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG DIGITAL NOMADEN
DI YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Muhammad Firly Septianto

NIM : 14321065

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI & ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG DIGITAL NOMADEN
DI YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh:

Nama : Muhammad Firly Septianto

Nomor Mahasiswa : 14321065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Konsentrasi : Media Kreatif

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI & ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG DIGITAL NOMADEN
DI YOGYAKARTA)**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan di hadapan tim penguji skripsi.

Tanggal: 13 Januari 2022

Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Holy Rafika Dhona', is written over a background of yellow Arabic calligraphy. The calligraphy is a stylized representation of the university's name in Arabic script.

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.

NIDN 153210506

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari, terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 13 Januari 2022



Muhammad Firly Septianto
No. Mahasiswa: 14321065



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG DIGITAL NOMADEN
DI YOGYAKARTA)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Firly Septianto

No. Mahasiswa : 14321065

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Dosen Pembimbing



Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.

HALAMAN PENGESAHAN
TUGAS AKHIR
MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN
(STUDI DESKRIPTIF TENTANG DIGITAL NOMADEN
DI YOGYAKARTA)

Disusun oleh
Muhammad Firly Septianto
NIM : 14321065

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji
Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal : 14 Januari 2022

Dewan Penguji:

1. Ketua : Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.
NIDN 153210506
2. Anggota : Puji Rianto, S. IP., MA.
NIDN 0523098701


(.....)

(.....)

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi
dan Ilmu Sosial
Budaya Universitas Islam Indonesia




Puji Hariyanti, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN : 0529098201

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya tercinta yang telah mendidik saya dan memberikan kasih sayang, semangat dan motivasi serta doa dalam setiap langkah hidup saya.
2. Almamater Universitas Islam Indonesia.



MOTTO

“Lebih baik dikampung menjadi raja dari pada di kota besar menjadi jelata”.

(Muhammad Firly Septianto)

“Kehidupan itu sederhana, makan untuk hidup, ibadah untuk akhirat”.

(Muhammad Firly Septianto)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(Q.S. Al Baqarah : 286)

الجمعة الإسلامية الأندلسية

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta dan (2) mediatisasi mempengaruhi pemilihan Yogyakarta sebagai tempat oleh digital nomaden.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Objek penelitian ini adalah mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta. Informan dalam penelitian ini adalah wisatawan flashpacker/digital nomad yang berkunjung ke Kota Yogyakarta dengan tujuan bekerja sekaligus berwisata sebanyak 4 orang. Metode pengumpulan data menggunakan Metode Dokumentasi dan Metode *Interview* atau Wawancara. Teknik analisa sumber yang digunakan penulis adalah deskriptif analitik dengan menggunakan analisa kualitatif. Teknik pemeriksaan keabsahan sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik triangulasi sumber

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta mampu merubah komunikasi dan interaksi melalui media online dalam hal kepariwisataan dimana media online dipilih dengan tujuan untuk mengubah citra Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, dari posisi runner up menjadi the winner salah satunya dengan adanya berbagai profesi digital nomaden yang memilih kota Yogyakarta sebagai tempat tinggal sementara dibandingta besar lainnya. Media menjadi aktor dalam proses perubahan kebiasaan masyarakat di era teknologi digital. Dilihat dari sisi positif media mampu mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi, layanan serta kegiatan lainnya. Namun disisi lain media dapat mengendalikan masyarakat dan menjadikannya tunduk pada aturan yang dibuat oleh media itu sendiri. (2) Mediatisasi mempengaruhi pemilihan kota Yogyakarta sebagai tempat oleh digital nomaden menggunakan platform media online mulai dari informasi mengenai atraksi, budaya, fasilitas, dan informasi lainnya mengenai kota Yogyakarta.

Kata Kunci: mediatisasi, digital nomaden, dan Yogyakarta

ABSTRACT

This study aimed to describe: (1) the mediatization of digital nomads in Yogyakarta and (2) the mediatization influences Yogyakarta as a place choice by digital nomads.

The nature of this research was qualitative descriptive research. The object of this research was the nomadic digital mediatization in Yogyakarta. The informants in this study were 4 people of flashpackers/ digital nomad tourists who visited Yogyakarta City in order to work as well as travel. Data collection methods in this study used Documentation and Interview Method. The source analysis technique used by the author was descriptive analytic using qualitative analysis. The validity technique of the sources used in this study was the source triangulation technique.

The results of this research showed that: (1) The mediatization of digital nomads in Yogyakarta was able to change communication and interaction through online media in tourism where online media was chosen in order to change the image of Yogyakarta as a runner up tourist destination position to become the winner that could be seen from various digital nomadic professions who chose Yogyakarta City as a temporary residence compared to other big cities. Media became an actor in the process of changing people's habits in the era of digital technology. The advantage of this was the media was able to facilitate the society in obtaining information, services, and other activities. But on the other hand, the media could control society and make them obey to the rules made by the media itself. (2) Mediatization influenced Yogyakarta as a place choice by digital nomads to use online media platforms such as information about attractions, culture, facilities, and other information about Yogyakarta City.

Keywords: mediatization, digital nomads, and Yogyakarta.

KATA PENGANTAR



Assalamu”alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah Rabbil”alamiin. Sujud syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, rizki dan karunia-Nya serta sholawat dan salam senantiasa bagi junjungan besar Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Serta atas ridho-Nya hambatan yang penulis alami dari awal pembuatan hingga akhir dapat dilewati dan terselesaikan. Penyusunan skripsi dengan judul **“Mediatisasi Digital Nomaden di Yogyakarta”** ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh jenjang kesarjanaan Strata Satu pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya serta telah sangat sabar dan bijaksana dalam memberikan arahan ataupun petunjuk selama penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas nasihat, saran yang telah diberikan selama penelitian ini.
2. Kedua orangtua dan keluarga, terimakasih telah memberikan pengalaman yang sangat berharga dalam hidup ini. Selalu memberikan segala dukungan baik moral maupun material sehingga akhirnya saya dapat kuliah dengan baik dan menyelesaikan skripsi ini.
3. Terimakasih kepada teman-teman angkatan 2014, terkhusus Herdy Muharram, Fanty Oldrina, Dina Zavira, dan Sandy teman-temanku yang telah memberikan semangat dan dukungan disaat saya mengerjakan dan menemani disaat saya mengerjakan skripsi.
4. Serta pihak-pihak lain yang tidak bisa saya ucapkan terimakasih telah membantu dan mendoakan sehingga skripsi dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan Rahmat-Nya bagi kalian semua yang telah berbuat baik kepada saya. Dalam hal ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga kritik dan saran masih sangat diperlukan untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

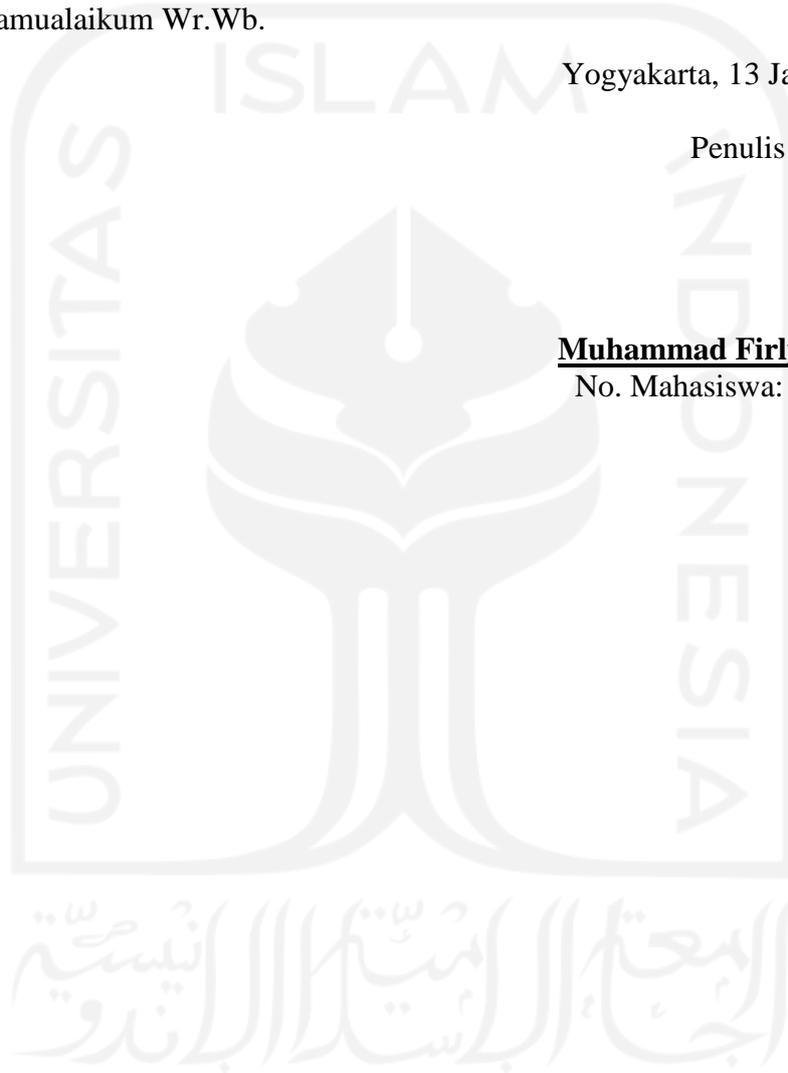
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Penulis

Muhammad Firly Septianto

No. Mahasiswa: 14321065



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Tinjauan Pustaka	3
1.....	
Penelitian Terdahulu yang Sejenis	3
2.....	
Kerangka Teori	6
a. Mediatisasi.....	6
b. Digital Nomaden	8
1.6. Metode Penelitian	10
1. Pendekatan Penelitian	10

2. Jenis Penelitian	10
3. Informan Penelitian	10
4. Penentuan Objek Penelitian	11
5. Metode Pengumpulan Data	11
6. Teknik Triangulasi	11
7. Teknik Analisis Sumber	11
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
2.1. Gambaran Umum Digital Nomaden	12
2.2. Digital Nomaden di Yogyakarta	16
2.3. Informan Penelitian	17
BAB III MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN DI YOGYAKARTA	
3.1. Deskripsi Informan Penelitian.....	18
3.2. Mediatisasi Digital Nomaden di Yogyakarta	21
3.3. Mediatisasi Mempengaruhi Pemilihan Kota Yogyakarta sebagai tempat Bagi Digital Nomaden.....	24
BAB IV PENUTUP	
4.1. Simpulan.....	28
4.2. Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN.....	34

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1. Profil Wisatawan Digital Nomaden	11



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Generasi milenial merupakan generasi yang suka mengakses, membagikan, serta memviralkan semua hal melalui internet (Sari, 2019). Para kaum digital menggunakan internet karena dianggap memiliki nilai tambah dan cenderung mengharapkan *feed back* dari para *viewers* maupun *subscriber* (Hubies, 2017). Ciri-ciri generasi milenial di era digital adalah jadwal kerja fleksibel, menuntut kreativitas, dan memberikan kesempatan untuk memiliki dampak bagi perusahaan, dan memiliki cara berpikir yang *think out of the box* dalam menghasilkan ide-ide kreatif (Hubies, 2017). Kapoor dan Salomon (2011) menjelaskan bahwa motivasi utama bagi generasi milenial bukan hanya uang, akan tetapi *work-life balance*, dan perasaan nyaman dalam bekerja. Generasi milenial merupakan kelompok generasi yang cenderung bekerja dengan kebebasan, tanpa penuh tekanan tetapi sesuai *deadline*, dan pada era moden saat ini disebut dengan istilah digital nomaden.

Digital nomaden adalah orang-orang yang melakukan pekerjaan menggunakan teknologi digital di mana saja dan kapan saja tanpa terikat waktu (Perdana, 2019). Gaya bekerja tersebut sangat cocok dengan generasi milenial yang menjadikan internet sebagai ruang pribadi untuk terhubung ke publik untuk sekedar melakukan komunikasi atau berkaitan dengan pekerjaan yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi digital. Para digital nomaden dapat leluasa berkomunikasi dan leluasa mendapatkan informasi untuk kepentingan pribadi. Pada bidang pekerjaan tertentu para digital nomaden cenderung untuk berpindah-pindah lokasi pekerjaan dari satu tempat ke tempat lainnya yang dianggap sesuai dengan kebutuhan pekerjaan dan keahliannya (Perdana, 2019).

Penelitian ini akan dilakukan pada digital nomaden di Yogyakarta. Kota pelajar ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena didasarkan pada hasil survei situs *travel planning and booking TripAdvisor* pada tahun 2018 dan menetapkan Yogyakarta sebagai tujuan wisata terbaik untuk kategori destinasi di dunia.

Yogyakarta dianggap berhasil menyediakan fasilitas akomodasi yang baik bagi para wisatawan seperti tersedianya banyak hotel, fasilitas wisata memadai, destinasi wisata beragam, dan wisata alam yang sangat banyak (Anna, 2017).

Pentingnya penelitian ini dilakukan karena Yogyakarta dianggap sebagai kota yang memiliki sarana lengkap bagi digital nomaden. Yogyakarta menjadi tujuan utama digital nomaden tentunya tidak lepas dari peran media yang saat ini memiliki kemajuan pesat baik secara online maupun cetak. Mudah-mudahan informasi yang didapat hanya dengan mengandalkan media menjadi lahan bagi para digital nomaden untuk mencari pekerjaan melalui internet atau situs-situs organisasi ataupun perusahaan yang menyediakan pekerjaan online atau mendapat pekerjaan dari para digital nomaden lainnya seperti mengerjakan suatu pekerjaan yang tidak dapat dilakukan secara individu, seperti menulis atau mengedit sebuah film-film besar yang membutuhkan beberapa orang untuk menulis maupun mengeditnya. Media mempengaruhi dan membentuk seorang digital nomaden yang selalu melakukan perjalanan dan berpindah dari satu tempat bahkan negara lain, ketika seorang digital nomaden dapat melihat tempat itu sendiri sebagai tempat untuk menetap karena dipengaruhi oleh logika media itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Mediatisasi Digital Nomaden di Yogyakarta”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta?
2. Bagaimana mediatisasi mempengaruhi pemilihan Yogyakarta sebagai tempat oleh digital nomaden?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan:

1. Mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta.
2. Mediatisasi mempengaruhi pemilihan tempat bagi digital nomaden.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi wawasan pada kajian tentang mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi khalayak, khususnya dalam kaitannya dengan masalah mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta.

1.5. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta, antara lain adalah:

- a. Perdana (2019) dengan judul *Generasi Milenial dan Strategi Pengelolaan SDM Era Digital*. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa ada beberapa hal yang bisa dilakukan oleh perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia milenial. Sebut saja, memberikan pekerjaan yang pas dengan kompetensi dan potensi diri milenial, memberikan peluang untuk membuka perspektif serta mempelajari pengetahuan baru dalam pekerjaannya melalui berbagai metode, memberikan ruang bagi produksi gagasan, membangun budaya kerja yang humanis, dan memberikan peluang peningkatan kapasitas diri. Hal ini menjadi penting mengingat pada era digital kekuatan data merupakan hal yang tidak bisa diabaikan karena dapat menjadi strategi bagi pengelola SDM di era digital.
- b. Thompson (2019) dengan judul *The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community*. Hasil penelitian mengulas konsep utama tentang gaya hidup nomad digital, yang didefinisikan sebagai kemampuan bagi individu untuk bekerja secara jarak jauh dari laptop mereka dan menggunakan kebebasan dari kantor untuk berkeliling dunia. Konsep ini telah menemukan gerakan gaya hidup yang menjual dirinya sendiri melalui blog pribadi, feed Instagram, konferensi tatap muka, fitur berita, dan banyak e-book.

Berdasarkan wawancara dengan tiga puluh delapan nomad yang digambarkan sendiri, makalah ini menggambarkan gaya hidup di sekitar digital nomad, hak istimewa, ketidaksetaraan, kenyamanan, pekerjaan, dan komunitas.

- c. Reichenberger (2017) dengan judul *Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital nomad digambarkan sebagai profesional muda yang bekerja semata-mata di lingkungan online sambil memimpin lokasi yang mandiri dan sering bepergian bergantung pada gaya hidup di mana batas-batas antara pekerjaan, liburan dan perjalanan tampak kabur. Makalah ini bertujuan untuk membuat konsep fenomena digital nomad dengan menetapkan definisi nomaden digital. Lebih lanjut, ini mengeksplorasi motivasi mereka untuk mengadaptasi gaya hidup ini dan bagaimana hal ini ditangani dalam praktik, dan memeriksa bagaimana pekerjaan, waktu luang dan perjalanan ditafsirkan. Digital nomad bertujuan untuk menciptakan gaya hidup holistik yang ditandai oleh kebebasan komprehensif di mana kedua bidang kehidupan dianggap sama-sama menyenangkan dan melakukannya melalui kebebasan profesional, spasial dan pribadi. Idealnya, pengembara digital memandang pekerjaan bukan sebagai kewajiban, tetapi menganggapnya - sama seperti aktivitas waktu luang mereka - sebagai motivasi dan pemenuhan intrinsik. Meskipun penting untuk persepsi positif gaya hidup ini, perjalanan datang dengan tantangan pribadi yang dianggap sebagai jenis pekerjaan yang berbeda.
- d. O'Brienn (2011) dengan judul *Finding a home for the 'digital nomad'*. Hasil penelitian menemukan bahwa seiring dengan semakin berkembangnya media seluler dan semakin banyak 'perantau digital' menjauh dari lingkungan kantor konvensional, dibutuhkan lebih banyak sumber daya mendefinisikan, menyusun dan sumber daya fisik mereka 'ruang techno' Ruang kerja bersama bisa terlihat mewakili tren yang lebih luas dalam negosiasi ulang penggunaan media seluler di depan umum ruang dan penerimaan pekerjaan baru dan struktur identitas, tren yang

akan kemudian mengarah pada menurunnya kebutuhan untuk penggunaan media mobile terkait pekerjaan di 'yang ketiga ruang'. Masalah-masalah ini multi-tier, kompleks dan terus berkembang, sehingga menjadi pekerjaan baru identitas berkembang dan penggunaan media seluler berbasis kerja terus meningkat di publik ruang, penelitian lebih lanjut diperlukan pada perilaku sosial, rutinitas dan kebutuhan pengguna media ini. Meningkatnya penggunaan media seluler di tempat umum ruang pasti akan tumbuh dan terus membangun kemYogyakarta dan menantang kita persepsi pekerjaan, identitas dan ruang publik dan pribadi. Bagaimana kita menangani ini tantangan akan menentukan bagaimana pengaruhnya terhadap komunitas kita.

- e. Mulyana, Sudana, dan Sagita (2020) dengan judul *Persepsi Dan Motivasi Digital Nomad Berwisata Di Desa Tibubeneng, Canggu, Kuta Utara*. Canggu merupakan kota yang memiliki daya tarik tersendiri di Bali dan menjadi destinasi nomor pertama yang dikunjungi para digital nomaden. Digital nomad merupakan kaum era digital yang bekerja menggunakan laptop dan koneksi internet serta melakukan kegiatan wisata di daerah tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital nomad yang berkunjung ke Canggu mayoritas berasal dari Australia dan Eropa berprofesi sebagai pengusaha. Indikator nilai tertinggi pada persepsi adalah *hospitality* sedangkan indikator terendah adalah kondisi jalan menuju Desa Tibubeneng, Canggu. Pada indikator motivasi, motivasi fisik mendapat skor tertinggi sedangkan motivasi dengan nilai terendah adalah menunjukkan gengsi.
- f. Makimoto (2013) dengan judul *The Age of the Digital Nomad*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital nomad adalah simbol gaya hidup dengan memanfaatkan teknologi digital. Letak perbedaan digital nomad dengan wisatawan lainnya yaitu terletak pada cara mereka melakukan pekerjaan, dimana para pekerja lainnya terikat tempat dan waktu kerja sedangkan para digital nomaden tidak terikat waktu dan tempat kerja atau

para digital nomaden dapat berpindah-pindah sesuai dengan kebutuhan pekerjaannya.

- g. Anwar, Khairil (2018) dengan judul *Mediatisasi Rupa Kota Dalam Iklan Meikarta*. Secara gamblang iklan Meikarta menggambarkan pengabaian atas realitas kota Jakarta beserta masyarakat di dalamnya. Iklan ini seolah menjanjikan kehidupan yang indah melalui imajinasi yang ditampilkan, serta membuat para pembaca dapat melihat kehidupan yang indah dan ideal seperti apa yang ada dalam iklan tersebut. Keadaan ini menggambarkan bagaimana media saat ini. Media yang tidak berangkat dari realitas, namun mampu menciptakan realitas sendiri yang indah dan dipertontonkan kepada para pembaca. Dalam penelitian ini pula, telah diulas bagaimana realitas kota dan realitas baru saling Tarik menarik dalam media iklan ini sendiri dan posisi “spectacle”.

2. Kerangka Teori

a. Mediatisasi

Lundby (2009) menjelaskan jika mediatisasi adalah bentuk perubahan hubungan sosial masyarakat modern dengan media digital dalam melakukan komunikasi. Stig Hjarvard (2008) menjelaskan jika proses mediatisasi berhubungan erat dengan intensitas penggunaan media ke dalam keseharian penggunaannya (Hepp, 2013).

Stromback (2008) menjelaskan jika mediatisasi menjadi sumber kekuatan sosial seseorang dalam memengaruhi khalayak menggunakan digital. Ciri mediatisasi adalah bersifat mengikat penggunaannya, memperluas jaringan, menggantikan cara komunikasi, dan menggabungkan proses interaksi antar manusia secara langsung menjadi berinteraksi menggunakan media digital (Couldry, 2008).

Hjarvard (2008) menuliskan bahwa interaksi menggunakan mediatisasi dapat dilakukan ditempat yang berbeda dan waktu yang berbeda, karena kesemuanya dihubungkan melalui media digital dengan kecanggihan teknologi saat ini. Keuntungan mediatisasi adalah

memudahkan antar individu untuk saling bertukar informasi, lebih mudah dalam berinteraksi sosial, dan merubah budaya komunikasi sebelumnya yang bersifat langsung menjadi tidak langsung karena menggunakan digital.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan jika mediatisasi merupakan perubahan hubungan sosial (*societal changes*) dalam masyarakat modern lanjut yang kontemporer dan peran media serta komunikasi yang termediasi dalam transformasi-transformasi ini. Adanya penilaian yang tertuang melalui media online tersebut ternyata mampu berdampak pada logika semua khalayak yang membaca sehingga Yogyakarta yang seolah menjadi magnet bagi para wisatawan dan digital nomaden.

Schulz (2004) mengungkapkan bahwa mediatisasi mengimplikasikan perubahan peran media dalam masyarakat, yakni; (1) *extension*, yakni media memperluas komunikasi dan interaksi manusia melampaui ruang dan waktu, (2) *substitution*, yakni media men-substitusi atau menggantikan bentuk-bentuk komunikasi dan interaksi tatap-muka, (3) *amalgamation*, yakni media menggabungkan bentuk-bentuk komunikasi dan interaksi yang telah ada sebelumnya, dan (4) *accommodation*, dimana aktor dan institusi sosial harus mengakomodir logika media untuk tetap dapat diakses khalayak. Dengan demikian, mediatisasi sesungguhnya merupakan sebuah proses yang terus berkelanjutan seiring dengan perkembangan media dan pola-pola baru yang disandangnya.

Hjarvard (2008) menjelaskan pendekatan melalui konsep *mediatisasi* mampu mempengaruhi logika seseorang yang hanya melihat melalui suatu media. Media dianggap dapat mempengaruhi logika seseorang salah satunya para digital nomaden. Seorang digital nomaden yang selalu bekerja berpindah pindah, yang berasumsikan bahwa seorang digital nomaden tidak pernah menetap untuk waktu yang sangat lama pada suatu kota atau negara seperti pada nama julukannya yaitu digital

nomaden. Para digital nomaden memilih Yogyakarta sebagai kota tujuan untuk mengembangkan profesinya melalui berita-berita yang di *publish* di media sosial secara online yang mampu mempengaruhi logika seorang digital nomaden tentang kota pelajar ini. Adanya kemudahan informasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja mampu membentuk paradigma tersendiri bagi seseorang untuk melakukan penilaian apakah tempat tersebut layak atau tidak layak, tepat atau tidak tepat untuk disinggahi semuanya tidak dapat lepas dari peran media dalam membentuk logika seseorang yang membaca.

b. Digital Nomaden

Digital nomaden adalah sebuah perkumpulan pekerja yang terdiri dari seluruh belahan dunia ada yang bekerja kelompok atau bekerja individu, profesi pekerjaan ini bisa dikatakan dilakukan oleh para kaum milenial. Para pekerja digital nomaden tidak bekerja seperti layaknya pada pekerjaan umumnya, mereka bekerja selalu berpindah-pindah tempat bahkan negara dan hanya menggunakan teknologi seperti laptop, smartphone dan sambungan internet, menariknya hampir semua pekerjaan yang dilakukan sama dengan pekerjaan pada umumnya hanya cara pengerjaannya yang berbeda (Perdana, 2019). Salah satu contohnya seorang digital nomad yang bekerja sebagai guru les bahasa Inggris tampak seperti pekerjaan pada umumnya tetapi yang membuat berbeda baik pengajar maupun para pelajar tidak bertemu dalam satu ruang kelas, mereka bisa belajar dimanapun yang mereka mau dan hanya dengan menggunakan panggilan video seperti *skype* dengan menggunakan laptop dan sambungan internet dan pelajaran les bahasa di mulai lewat video call.

Digital Nomad merupakan istilah bagi orang yang ingin fokus bekerja secara lepas tidak terikat oleh ruang kerja maupun waktu dan sepenuhnya memanfaatkan teknologi dalam pekerjaannya tersebut. Cirinya terletak pada pemanfaatan teknologi yang digunakan untuk bekerja dan berkarya. Dalam aktivitas sehari-harinya, Digital Nomad bisa

bebas bekerja di mana saja dan kapan saja. Ingin mulai bekerja pada siang hari atau hingga malam tidak masalah dan tidak ada aturan yang melarangnya (Perdana, 2019).

Dari segi istilah memang hampir saja dengan *freelancer*, hanya *freelancer* masih tergolong umum dan luas. Jika Digital Nomad hanya berfokus pada pemanfaatan teknologi. Jadi bisa dikatakan Digital Nomad adalah bagian dari pekerjaan *freelance*. Seorang Digital Nomad tidak memiliki kantor tetap, meskipun ada yang memiliki kantor pribadi, tetapi dapat bekerja dimana saja sebagai contoh bekerja di sebuah cafe, *coworking space*, hingga di ruang publik sekalipun. Selama masih ada jaringan internet dan perangkat komputer untuk digunakan bekerja. Biasanya seorang Digital Nomad akan memiliki pekerjaan yang sesuai dengan minat/bakat dan kesukaannya. Jadi mereka bekerja dengan sangat senang tanpa terbebani pekerjaan.

Kelebihan digital nomad yaitu bisa bekerja tanpa terikat oleh waktu. Baik jam kerja maupun hari kerja. Seorang Digital Nomad bisa bekerja saat liburan, dan tentunya bisa liburan kapan saja ketika orang lain sedang bekerja. Memiliki penghasilan yang tidak terbatas. Artinya tidak ada batasan maksimal penghasilan yang didapatkan tiap bulannya. Tidak harus ke kantor tiap hari. Meski ada yang punya kantor pribadi, tetapi mereka bisa bekerja di mana saja, termasuk di rumah. Memiliki kebebasan dalam hal apapun. Bebas bekerja kapan dan dimana saja, bebas bisa bersosialisasi, bebas bisa bertemu keluarga kapan saja, bebas dalam hal finansial. Memiliki koneksi dari berbagai daerah. Meskipun secara pekerjaan kebanyakan bekerja secara mandiri (*independen*), tetapi Digital Nomad bisa memiliki koneksi dari berbagai daerah bahkan dari negara lain. Hal ini salah satu keuntungan menggunakan internet untuk komunikasinya (Makimoto, 2013).

Kekurangan digital nomad yaitu tergoda oleh waktu karena waktu bekerja sangat fleksibel, sesukanya, jadi kadang ini membuat godaan sendiri, sehingga kerap tidak bisa mengatur waktu dengan baik.

Penghasilan tidak tetap, tetapi bukan berarti penghasilan Digital Nomad sedikit. Kendala jaringan internet, karena tanpa internet mereka tidak bisa bekerja. Dan kendala jaringan internet khusus di Indonesia ini masih cukup tinggi. Tidak semua daerah memiliki jaringan internet yang bagus. Pandangan negatif dari masyarakat awam. Bagi masyarakat awam dan memang mayoritas masyarakat sekarang ini masih banyak yang belum bisa menerima profesi seorang Digital Nomad. Sehingga ini kadang menimbulkan pandangan negatif dari masyarakat. Tetapi yang ini tidak perlu diperhatikan, karena juga tidak ada manfaatnya jika diperhatikan. Ini hanya masalah waktu saja (Negara & Sagitha, 2018).

1.6. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan karena data-data yang diambil dan digali dari objek penelitian bisa sebanyak mungkin. Selain itu agar dalam penelitian ini tidak ada pelebaran objek penelitian (Moleong, 2005).

2. Jenis Penelitian

Jenis dalam penelitian ini ialah penelitian deskriptif. Jenis ini dipilih sebab lebih tepat digunakan untuk meneliti masalah-masalah yang diteliti secara mendalam.

3. Informan Penelitian

Pengertian informan penelitian menurut Bungin (2008) adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah a) individu yang menjalani profesi digital nomaden sekurang-kurangnya 1 tahun serta berada di Yogyakarta; 2) individu yang berusia 22 sampai 37 tahun pada akhir tahun 2019. Menurut riset *Pew Research Center* yaitu wadah pemikir nonpartisan Amerika Serikat di Washington D.C. Pusat ini merilis informasi-informasi terkait tren isu sosial, opini publik, serta demografi di dunia.

Informan dalam penelitian ini adalah wisatawan *flashpacker*/digital nomad yang berkunjung ke Kota Yogyakarta dengan tujuan bekerja sekaligus berwisata. Pada penelitian ini, terdapat empat wisatawan digital nomad di Yogyakarta yang dijadikan sebagai informan. Mereka adalah wisatawan digital nomad yang telah tinggal di Yogyakarta sekiranya satu bulan. Profil dari informan ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1. Profil Wisatawan Digital Nomaden

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Asal	Pekerjaan
Clara	Wanita	19 Tahun		Food Blogger
Keiko	Wanita	21 Tahun	Jepang	Freelancer
Ara	Pria	29 Tahun	Indonesia	Video content creator
Hami	Wanita	36 Tahun	Indonesia	Pekerja seni

4. Penentuan Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Bungin (2008) adalah fokus dan lokus penelitian yaitu apa yang menjadi sasaran dari penelitian. Objek penelitian ini adalah mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan penulis yaitu:

a. Metode *Interview* atau Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambaran karakteristik generasi milenial yang berprofesi sebagai digital nomaden.

6. Teknik Triangulasi

Teknik pemeriksaan keabsahan sumber yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik triangulasi sumber dimana peneliti akan membandingkan jawaban informan satu dengan onforman lainnya.

7. Teknik Analisa Sumber

Teknik analisa sumber yang digunakan penulis adalah deskriptif analitik dengan menggunakan analisa kualitatif.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Digital Nomaden

Digital nomad merupakan salah satu jenis nomadic tourist. digital nomade merupakan orang yang terus bergerak serta menjelajah di destinasi baru. Namun masih tetap bergantung pada teknologi untuk melakukan pekerjaan. Orang-orang yang masuk ke dalam digital nomad akan mengandalkan teknologi untuk berkomunikasi. Sehingga mereka akan tetap bisa berhubungan dengan klien (Purgat, 2018).

Seorang nomad (pengembara) secara konstan mengubah lokasi, beralih dari satu tempat ke tempat lain. Sebagian besar pengembara memiliki semacam tempat yang dapat mereka sebut rumah, yang biasanya merupakan tempat keluarga atau teman masa kecil mereka berada, tetapi mereka tidak akan menghabiskan lebih dari beberapa bulan dalam setahun di sana. Mereka juga tidak akan menetap di rumah baru, mereka hanya terus mengubah tempat, tidak pernah merasa benar-benar di rumah, perubahan adalah rumah. Mengembara sebenarnya mungkin sulit karena biasanya semua orang memerlukan stabilitas dan zona nyaman pribadi dari waktu ke waktu. Menjadi pengembara, Anda tidak pernah benar-benar merasakan rumah yang sebenarnya seperti sesuatu yang telah dibangun, didekorasi, dan di desain. Biasanya bagi pengembara, semua hal tersebut adalah milik orang lain (contoh: hostel, homestay, rumah teman) dan selalu bersifat sementara.

Pengembara digital menempati posisi dan bentuk pekerjaan yang berbeda. David (2016) memperkenalkan tiga kelompok nomaden digital dalam kaitannya dengan jenis pekerjaan. Pertama, ada orang yang bekerja untuk perusahaan internasional tetapi melakukan pekerjaan mereka dari jarak jauh dari tempat yang berbeda. Tujuan yang paling penting bagi perusahaan ini adalah tugas atau proyek yang harus diselesaikan, dan seringkali tidak masalah bagi perusahaan dari mana hal ini dilakukan. Kedua, ada orang yang

bekerja sebagai freelancer (*Programmer, copywriter, jurnalis, atau komputer grafis*). Mereka dapat melakukan pekerjaan mereka menggunakan koneksi internet dan tinggal di berbagai belahan dunia. Terakhir, ada mereka yang memulai bisnis start-up nya dengan menggunakan akses Internet.

Menggunakan akses ke internet sebagai katalis yang memungkinkan mereka untuk mengejar aktivitas profesional mereka saat bepergian, digital nomad tidak terbatas pada daerah tertentu. Sebaliknya, mereka selalu bergerak, mengaburkan batas-batas antara gagasan yang bertentangan seperti rumah/ di luar negeri, berpindah-pindah/ bergerak, bekerja/ santai atau bahkan isolasi/ sosialisasi. Tentu saja, perantau digital bukan satu-satunya profesional yang bekerja dari jarak jauh atau saat bepergian. Banyak profesi lain menuntut individu untuk bekerja dengan tuntutan yang sama. Namun, perbedaan mendasar antara pengembara digital dan profesional lain yang bekerja dan bepergian adalah bahwa pekerja professional tidak bergerak karena pilihan tetapi karena keterpaksaan akan tuntutan pekerjaan mereka. Lalu, ada freelancer: Profesional yang dapat bekerja dari mana pun mereka mau tetapi tidak memilih untuk mengejar gaya hidup perjalanan terus-menerus, sehingga bertentangan dengan digital nomad/ pengembara digital.

Digital nomaden adalah pekerja yang pekerjaan utamanya memanfaatkan media digital secara online seperti pemasaran digital, desain web, rekayasa perangkat lunak, atau pemrograman komputer, tutor bahasa video online. Namun, pengembara digital memiliki kebebasan untuk memilih lokasi mereka lebih jauh lagi. Mereka sering bepergian dan melakukannya; baik bepergian secara domestik maupun internasional. Mereka memilih lokasi berdasarkan harapan waktu luang dan gaya hidup, bukan bekerja. Karena itu, mereka sering memilih tempat yang nyaman, hangat, indah yang juga cukup terjangkau dan ramah. Ini dapat menimbulkan imajinasi para jurnalis yang sedang membayangkan mudahnya hidup seorang desainer laptop grafis yang sedang bersantai di pantai (Thompson, 2019). Thompson (2019) mengatakan bahwa tempat terbaik untuk menemukan digital nomad adalah di sosial media. Seorang *digital nomad* pasti pengguna *Facebook, Twitter,* dan

Instagram. Digital nomad memiliki beberapa karakteristik yaitu sebagai berikut:

1. Pekerjaan

Digital nomad tidak akan lepas dari internet, tidak terikat oleh ruang dan waktu. Mereka mengaku bahwa pekerjaan mereka adalah hal yang menunjang mereka untuk bisa bebas berwisata kemana saja. Rata-rata mereka adalah seorang video editor, website designer, animator, software engineering, penulis, content creator, note taker dan berbagai macam pekerjaan lain yang berbasis internet. Oleh karena itu mereka akan selalu membutuhkan internet dalam melakukan segala hal. Beberapa pekerjaan tersebut sesuai dengan konsep yang dikatakan Thompson (2019) yang mengatakan bahwa rata-rata pekerjaan seorang digital nomad adalah pemasaran digital, desain web, rekayasa perangkat lunak, pemrograman komputer, dan membuat video les bahasa. Selain itu beberapa pengembara digital bekerja untuk perusahaan internasional namun mereka semi terikat karena mereka dapat melakukan pekerjaan mereka dari jarak jauh tempatnya berbeda.

Tujuan yang paling penting bagi perusahaan ini adalah bahwa tugas atau proyek yang diberikan harus diselesaikan, dan seringkali tidak masalah bagi perusahaan dari mana hal ini dilakukan. Terakhir, ada pengembara digital yang memulai bisnis start-up nya dengan menggunakan akses Internet. Menggunakan akses ke internet sebagai katalis yang memungkinkan mereka untuk mengejar aktivitas profesional mereka saat bepergian, digital nomad tidak terbatas pada daerah tertentu seperti sebagai wiraswasta, wirausaha, dan *self-employed*. Mereka tetap bekerja dengan membutuhkan perangkat digital sebagai penunjang utamanya. Ada yang bergerak di bidang *creative consultant*, Konsultan IT, *content creator*, membuat *software* untuk mesin-mesin, dan *online shop*.

2. Gaya Perjalanan

Gaya hidup digital nomad cenderung memiliki komponen perjalanan yang lebih ringan daripada gaya hidup pengembara yang lain.

Ini karena Digital Nomads bergantung pada sejumlah infrastruktur tertentu untuk mempertahankan gaya hidup mereka dan sebagai akibatnya, sebagian besar Digital Nomads menghabiskan beberapa bulan di suatu tempat sebelum berpindah. Pengembara digital umumnya akan memilih lokasi yang merupakan kota besar atau ibu kota. Ini disebabkan infrastruktur yang dibutuhkan dengan lingkungan yang stabil dan koneksi internet yang baik. Beberapa dari mereka ada yang senang melakukan perjalanan kecil ke mall maupun ketempat kuliner, beberapa juga ada yang senang berbelanja, nongkrong, beberapa dari mereka tidak tanggung-tanggung untuk melakukan perjalanan ekstrim seperti rafting, climbing, atau sekedar camping di objek wisata tertentu.

3. Rutinitas

Gaya hidup digital nomad biasanya memiliki rutinitas yang lebih stabil daripada kebanyakan gaya hidup nomaden lainnya dan ini karena mereka fokus pada pekerjaan online. Karena itu, digital nomad umumnya akan memiliki minggu kerja reguler dan melakukan perjalanan mereka di akhir pekan. Meskipun hidup mereka mungkin terpaksa kepada rutinitas, jangan anggap remeh perjalanan yang mereka lakukan pada akhir pekan karena mereka bisa berada dimana saja. Kemudian karena mereka relatif berada dalam stabilitas dan rutinitas yang terkait dengan gaya hidup digital nomad, mereka umumnya bisa beradaptasi dan menyamar menjadi penduduk lokal. Lingkaran sosial digital nomad biasanya mencakup penduduk lokal lebih luas daripada pelancong lain karena rutinitas mereka dalam minggu kerja reguler. Dengan kata lain, digital nomad memilih penduduk setempat sebagai teman atau sesama perantau digital, dan bukan turis, karena mereka bekerja di siang hari dan biasanya tinggal pada malam hari, dan menikmati akhir pekan dengan gratis. Secara keseluruhan gaya hidup Digital Nomad bisa sangat bermanfaat karena ada sejumlah stabilitas dan kepastian tentang bagaimana gaya hidup seperti ini dapat dipertahankan. Menurut pendapat David, pakar nomad ada juga sedikit fleksibilitas bagaimana digital nomad memilih untuk menjalani gaya hidup

tersebut karena dampak yang dihasilkan berbeda-beda pada tiap pribadi, karena apa yang berhasil bagi satu orang mungkin tidak berhasil bagi orang lain (David, 2016).

2.2. Digital Nomaden di Yogyakarta

Di Yogyakarta merupakan salah satu kota yang banyak di buru oleh digital nomaden selain Bali. Di kota pelajar ini sudah ada satu coworking space yang selalu ramai dijejali para pekerja digital diantaranya programmer, desainer, penulis, sampai founder dari software house dan agensi digital. Berdasarkan infografik yang dirilis Jogja Digital Valley pada tahun 2019 menjelaskan jika dari 650 pekerja digital di Jogja, sebanyak 461 dari mereka berusia 22-35 tahun. Bahkan, 112 responden masih berusia 21 tahun ke bawah. Memang, 73,8% penggiat industri telah/sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi baik pada jenjang D3 maupun S1.

Melalui data tersebut terlihat bahwa industri ini didukung oleh tenaga terdidik. Sehingga besarnya industri kreatif digital di Yogyakarta didukung oleh kampus dan lembaga pendidikan tinggi yang tidak sedikit. Temuan penelitian diketahui bahwa sebagai freelancer (48,94%), sebagai karyawan (31,35%), sebagai pengusaha digital kreatif (19,5%), sebagai software developer seperti *website developer*, *game developer*, *programmer*, hingga *system analyst* (40,5%), dan sebagai visual designer (21,6%).

Para pelaku digital nomaden bekerja tidak di dalam kantor seperti karyawan pada umumnya. Para digital nomaden dapat bekerja dimanapun dan tidak terikat oleh waktu selama terhubung dengan media digital. Digital nomaden biasanya menyukai tempat bekerja seperti coworking space, sebuah ruang publik yang didesain dengan fasilitas layaknya sebuah kantor, memiliki layanan konsumsi makan-minum serta tentu saja koneksi internet super cepat. Yogyakarta di pilih oleh para digital nomaden karena banyaknya kafe-kafe atau coffee shops utamanya di kota Yogyakarta yang dimanfaatkan sebagai tempat kerja oleh digital nomaden.

Gaya bekerja ini akan cocok dengan generasi muda (millennial). Di mana generasi ini memandang hidup dengan optimis dan penuh dengan

peluang. Generasi millennial dapat bekerja kapan saja. Sehingga cenderung merasa nyaman dengan adanya identitas profesi digital nomaden.



BAB III

MEDIATISASI DIGITAL NOMADEN DI YOGYAKARTA

3.1. Deskripsi Informan Penelitian

1. Informan Clara

Clara merupakan informan dengan jenis kelamin wanita berusia 19 tahun, berasal dari Jakarta, dengan pendidikan terakhir Sarjana, berprofesi sebagai food blogger. Clara adalah salah satu anak muda yang memanfaatkan teknologi untuk bekerja. Berdasarkan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh Clara kemajuan teknologi adalah suatu alat untuk bisa mencari berbagai macam informasi dan menyebarkannya. Clara sebagai Food Blogger bertugas mereview makanan dari satu kota ke kota lain yang tentunya kota yang paling diminati oleh para turis salah satunya di Yogyakarta. Informan ini pernah mengunjungi Yogyakarta sebanyak 3 kali. Pertama kali karena ada kerjasama dan setelah itu kepentingan pribadi yang berkaitan dengan pekerjaan. Clara mengetahui kota Yogyakarta dengan berbagai ragam budaya, wisata, dan kulinernya hanya berdasarkan informasi dari youtube dan instagram. Clara biasanya akan menetap bisa 1 minggu hingga 1 bulan atau bahkan lebih dari itu tergantung dengan kepentingan produksi konten video yang dibuat.

Menurut Clara sebelum memutuskan untuk tinggal disuatu kota informan harus melakukan observasi terlebih dahulu terhadap kota tersebut dengan bantuan teknologi. Observasi yang dilakukan mengenai tempat dan jenis makanan, dari mulai alamat, harga, dan waktu buka tempat yang akan dijadikan sebagai objek pekerjaan. Pada saat akan ke lokasi, menurut Clara pihaknya menghubungi tempat yang akan dituju tanpa harus datang terlebih dahulu ke lokasi. Clara cukup melakukan panggilan telepon ataupun jika pihak tempat makan yang akan di review masakannya menghendaki legalitas seperti kartu vaksin, foto copi KTP, maka dokumen tersebut akan dikirimkan via email.

Hal berbeda jika Clara mendapat penawaran untuk mempromosikan suatu produk atau tempat makan tertentu. Sebelum menyetujui kerjasama tersebut Clara

akan mengirimkan pamflet online yang akan dikirim melalui DM instagram, email, atau nomor whatshaap sesuai permintaan klien. Setelah syarat pengajuan kerjasama disetujui klien lalu klien diminta mengirimkan sampel produk ke alamat Clara dan Clara melakukan review terhadap produk tersebut maupun kredibilitas dari klien tersebut. Jika menurut management Clara dianggap produk memenuhi standart bisa dipublikasikan dengan kategori Layak maka pembuatan video dilakukan dan akan diunggah melalui instagram, twitter, dan titktok.

2. Informan Keiko

Keiko merupakan informan dengan jenis kelamin wanita berusia 21 tahun, berasal dari Jepang, dengan pendidikan terakhir Sarjana, berprofesi sebagai freelancer. Freelance merupakan orang yang bekerja tetapi tidak memiliki ikatan jangka panjang dengan orang penyedia pekerjaan (klien. Biasanya, kontrak kerja akan berisi proyek yang akan dikerjakan, biaya, dan waktu. Keiko sebagai seorang freelancer selama tiga tahun semenjak lulus kuliah dan di bawah perusahaan Internasional yang berada di Jepang. Keiko sangat menyukai pekerjaan sebagai freelancer karena pekerjaan ini sesuai dengan hobinya sewaktu kecil yang suka jalan-jalan, belum lagi saat ini travelling yang dilakukan atas dasar pekerjaan dan mendapatkan upah. Pada saat wawancara ini dilakukan Keiko sudah berada di Yogyakarta selama 1 minggu. Keiko bertugas untuk meliput tempat-tempat wisata alam maupun wisata buatan yang ada di kota pelajar ini.

Keiko sebelum ke Yogyakarta pernah melakukan perjalanan wisata ke Bali bersama keluarga dan temannya. Akan tetapi, berbagai peristiwa teror di Bali tentunya membuat wisatawan asing sedikit cemas meskipun saat ini tingkat keamanan oleh negara sudah dilakukan. Keiko memutuskan untuk tinggal sementara di kota Yogyakarta berdasarkan hasil pencarian kota wisata di Indonesia yang menjadi tujuan utama wisatawan asing. Melalui instagram berbagai informasi wisata dapat diketahui oleh Keiko secara detail dari mulai jenis wisatanya, lokasi wisata, harga tiket masuk, dan keunggulan wisata yang akan dituju serta akses jalannya lengkap ada di instagram.

Hasil traveling Keiko kemudian di buat video dengan durasi 1-3 menit untuk di kirim ke pihak perusahaan dan untuk dapat di post melalui instagram,

sedangkan video berdurasi panjang editing dilakukan oleh perusahaan dan dipost melalui channel youtube perusahaan Keiko. Pada saat wawancara berlangsung Keiko baru menetap di kota pelajar ini selama satu minggu. Menurut informasi selama satu minggu ini Keiko masih menikmati kuliner di pusat kota Yogyakarta serta membeli kebutuhan untuk mendukung konten yang akan di buat di tempat wisata yang akan menjadi tujuannya.

3. Informan Ara

Ara merupakan konten kreator dengan jenis kelamin laki-laki berusia 29 tahun, berasal dari Indonesia, dengan pendidikan terakhir Sarjana. Ara sebagai konten kreator bertugas untuk meliput segala keindahan alam yang ada di Indonesia, budaya Indonesia. Ara bekecimpung dalam dunia digital selama kurang lebih 10 tahun. Tujuan Ara melakukan edukasi melalui video yang diunggah adalah mengenalkan Indonesia ke dunia dan sebagai bentuk promosi agar para wisatawan asing berkunjung ke Indonesia dan merasa aman tentunya dengan Indonesia saat ini. Ara bekerja selalu memanfaatkan fasilitas internet dan perangkat digital untuk publish video yang diliput bagi rekan kerjanya maupun untuk kepentingan konten. Berikut wawancaranya:

“dituntut untuk menggunakan akses internet dan perangkat digital untuk alat bantu kerja saya di mana ketika saya sudah selesai melakukan editing video, nanti untuk melakukan preview terhadap client atau orang-orang di kantor yang ada di luar daerah saya ini, karena saya kan kebanyakan shoot-shoot atau pengambilan gambarnya ke daerah-daerah pedalaman Indonesia begitu kan yang di mana jauh untuk akses mondar-mandir karena client ada di Jakarta apa ada di Bandung atau di mana, saya cuma kirim video berdasarkan apa yang mereka butuhkan via internet gitu”.

4. Informan Hami

Hami merupakan seorang pekerja seni dengan jenis kelamin perempuan berusia 36 tahun, berasal dari Indonesia, dengan pendidikan terakhir Sarjana. Hami merupakan seorang aktris dalam dunia peran. Akan tetapi, karena pandemi sehingga Hami dituntut untuk mampu mengeksplere diri supaya tetap memiliki pemasukan untuk kebutuhan hidupnya. Hami beralif profesi sebagai konten kreator yang bertugas mengeksplere satu tempat ketempat lainnya menggunakan alat bantu digital dan akses internet. Meskipun sudah berimah tangga Hami tetap

menjadi digital nomaden karena merupakan passion yang sudah melekat dari dulu dalam diri Hami. Berikut wawancaranya:

“Betul, jadi ya balik lagi ya karena saya istri dan ibu dari anak-anak jadi mau gak mau saya harus bagi waktu ya Mas Firly yah, jadi misalnya seminggu ini saya harus bikin konten di Jogja gitu, biasanya seminggu ke depannya saya akan balik dulu ke Jakarta dan stay dulu di sana. Nanti mungkin diminggu berikutnya lagi baru saya pindah lagi ke Bali untuk bikin konten... dan begitu seterusnya gitu. Minusnya adalah saya harus merelakan meninggalkan anak-anak sama suami, jadi ya sebenarnya setiap pekerjaan memang pasti ada plus minusnya sih ya, tapi kalo saya gak mau ngeliat minusnya Mas Firly, karena apa saya ngerasa e e sebagai pekerja seni saya tuh seneng, jadi ini adalah bagian dari passion saya, jadi saya gak merasa kalo kesulitan, hambatan, itu sebagai sesuatu yang bikin saya jadi kepikiran, pusing, atau apa gitu karena memang saya seneng ngejalaninnya gitu si”.

3.2. Mediatisasi Digital Nomaden di Yogyakarta

Yogyakarta merupakan salah satu kota dengan banyak predikat. Sebut saja kota budaya, kota perjuangan, kota gudeg, kota sepeda, dan kota pelajar. Yogyakarta juga menjadi tempat tujuan wisata, setelah Bali. Jika dilihat, dunia pariwisata tidak akan pernah lepas dari kata budaya. Pun dengan Yogyakarta. Pemerintah Daerah menjadikannya sebagai pusat budaya. Momen ini menjadi tepat dalam mengubah citra Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata dengan cara memanfaatkan kemajuan teknologi, terkhusus melalui media. Penerapan teknologi komunikasi, informasi, dan media baru berhasil mengubah pola komunikasi dan pencarian informasi dalam hal perubahan gaya hidup di masyarakat. Maraknya pekerjaan secara virtual, telah memunculkan sebutan yang terbilang baru, yaitu perantau digital. Perantau digital merupakan orang-orang yang melakukan pekerjaan dengan menggunakan peranan teknologi digital. Sehingga pekerjaan dapat dilakukan di mana saja.

Berdasarkan hasil wawancara diketahui jika keseluruhan informan penelitian mengetahui tentang adanya berbagai hal yang menarik dari kota Yogyakarta salah satunya dari pemberitaan di media online. Selain itu, informasi yang didapatkan masing-masing informan juga didukung dari rekomendasi teman-

teman informan yang sudah terlebih dahulu melakukan perjalanan di Kota Yogyakarta.

Clara wanita berusia 19 Tahun dengan profesi *food blogger* memilih kota Yogyakarta sebagai tempat untuk menjalankan profesinya karena informasi media yang menyatakan jika kota Pelajar ini memiliki berbagai macam tempat wisata alam baru dan berbagai macam kuliner yang belum dibuat konten oleh food blogger lainnya. Clara beranggapan jika kota pelajar ini sangat maju dan pesat dengan didukung menjamurnya penginapan yang murah dengan fasilitas yang bagus. Selain itu, kota ini sangat variatif menu kulinernya dari mulai makanan khas hingga makanan varian baru yang bermunculan disetiap sudut kota. Tempat tersebut sudah memiliki pelanggan anak-anak generasi milenial dan tentunya tempat-tempat tersebut sangat aesthetic sehingga tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan tetapi juga berfungsi sebagai tempat nongkrong anak-anak muda bersama teman-temannya. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Clara yang menyatakan jika:

“Saya tertarik untuk melakukan pekerjaan di kota Yogyakarta karena rekomendasi teman-teman dan dari pemberitaan online melalui media. Yogyakarta saya pilih sebagai lokasi penelitian karena belum banyak food blogger yang melakukan konten terhadap tempat kuliner di kota pelajar ini. Selain itu, Kalo dengan pekerjaan saya sih Alhamdulillah memungkinkan ya karena dari bidang sayapun saya bisa mengambil contohnya endorsemen di luar seperti me-review sebuah tempat penginapan atau sebuah barang yang ada di... di tokonya di luar kota jadi saya gak harus e di... saya gak harus Work From Office”.

Keiko wanita berusia 21 Tahun berasal dari Jepang dengan profesi *freelancer* memilih kota Yogyakarta sebagai tempat untuk menjalankan profesinya karena informasi media yang menyatakan jika Yogyakarta adalah tujuan wisata kedua setelah Bali. Menurut Keiko Yogyakarta dengan berbagai tempat wisata alamnya sangat original sehingga atmosfernya sangat mendukung pekerjaannya sebagai seorang freelancer di suatu perusahaan. Menurut Keiko kota Yogyakarta masih sangat kental dengan budaya Jawa dan tentunya tidak didominasi oleh turis seperti di Bali. Kota Yogyakarta menurut Keiko sangat didominasi oleh café-café, restoran yang menyajikan makanan khas kota pelajar

ini. Wisatawan digital nomad merasa sangat mudah untuk menemukan makanan tradisional ataupun warung yang menyediakan makanan asli Indonesia. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Keiko yang menyatakan jika:

“Yogyakarta dengan berbagai tempat wisata alamnya sangat original sehingga atmosfernya sangat mendukung pekerjaannya sebagai seorang freelancer di suatu perusahaan”.

Ara, laki-laki usia 29 tahun berasal dari Indonesia dengan profesi *conten creator* memilih kota pelajar sebagai tempat untuk tinggal demi pekerjaannya karena kota ini masih sangat kental dengan budaya serta munculnya berbagai macam wisata alam baru yang masih sangat terjaga sehingga sangat layak untuk diperkenalkan pada dunia. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Ara yang menyatakan jika:

“Saya sendiri di sini tentu untuk membuat e video-video atau konten yang berkaitan dengan keindahan alam Indonesia dan yaa kebutuhannya untuk memperkenalkan keindahan alam Indonesia, budaya-budaya Indonesia, apapun yang ada di Indonesia kita angkat sebagai promosi untuk e mengenalkan Indonesia itu apa dan bagaimana dan seperti apa Indonesia gitu”.

Hami wanita berusia 36 Tahun berasal dari Indonesia dengan profesi sebagai pekerja seni. Hami merupakan pekerja seni yang terlibat langsung dalam suatu sketsa film maupun sinetron di TV nasional maupun lokal. Menurut Hami Yogyakarta memiliki tempat-tempat *aesthetic* sehingga setiap sudutnya dapat dijadikan *conten creator* untuk menunjang pekerjaannya. Selain itu, biaya hidup yang relatif murah serta sewa tempat masuk untuk keperluan pekerjaannya yang sangat murah sehingga Hami merasa Yogyakarta dapat menunjang pekerjaannya. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Ara yang menyatakan jika:

“Dengan seni ini kan mengeksplor suatu tempat gitu kan, mengiklankan suatu tempat mungkin ya, kayak endorsemen secara gak langsung”.

Wisatawan *digital nomad* ini tidak hanya datang untuk berwisata akan tetapi juga bekerja dari destinasi satu ke destinasi lainnya. Wisatawan *digital nomad* membuat jadwal kerja dan rapat sendiri, melakukan panggilan virtual. Para digital nomaden memanfaatkan keuntungan dari pekerjaan mereka untuk berkeliling

dunia. Fleksibilitas kerja jarak jauh ini misalnya saja pekerjaan dapat dilakukan dari rumah, menekan biaya transportasi.

Mediatisasi tidak berfungsi sebagai pengirim pesan, pesan, penerima pesan, akan tetapi juga dapat menjadi media dengan ruang sosial dan budaya (Hjarvard, 2013). Mediatisasi mampu memberikan perubahan sosial budaya. Hal ini sejalan dengan pendapat Hepp, Hjarvard, & Lundby (2015) yang menyatakan jika mediatisasi mencakup pula perubahan sejarah pada media dan komunikasi yang dapat berdampak positif dan negatif. Penggunaan mediatisasi berdampak positif ditunjukkan dengan munculnya profesi digital nomaden di era digital. Sedangkan, berdampak negatif dapat ditunjukkan dari banyak masyarakat yang masih belum melek teknologi karena sangat pesatnya laju perkembangan teknologi di era digital (Nugroho & Syarief, 2012).

3.3. Mediatisasi Mempengaruhi Pemilihan Kota Yogyakarta sebagai tempat Bagi Digital Nomaden

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh budaya masih menjadi salah satu daya tarik digital nomad untuk datang ke Yogyakarta. Kota pelajar sebagai salah satu destinasi terfavorit bagi kalangan digital nomad informasi mengenai destinasi wisata di kota Yogyakarta sangat mudah ditemukan melalui platform media on line mulai dari informasi mengenai atraksi yang ada, budaya, dan informasi lainnya mengenai kota Yogyakarta. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Ara yang menyatakan jika:

“tentu.....tanpa informasi dari media online saya tidak mampu memilih kota di Indonesia untuk saya tinggali”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan Ara diketahui jika pemilihan Yogyakarta sebagai tempat tinggal seorang digital nomaden berdasarkan informasi dari internet adalah karena Yogyakarta kaya akan budaya dan penuh atraksi sehingga mendukung pekerjaan Ara dalam membuat konten video untuk diunggah di Youtube. Berikut wawancaranya:

“melalui media online itu saya dapat mengetahui bahwa Yogyakarta banyak atraksi yang bisa saya kunjungi dan semuanya bagus-bagus berbaur dengan alam....i love it”.

Hasil Wawancara dengan Ara dapat dijelaskan apabila kebutuhan informasi muncul dikarena oleh adanya kesenjangan informasi, maka dapat dijembatani dengan pengetahuan, baik dari dalam dirinya sendiri maupun di luar dirinya. Para wisatawan memerlukan informasi sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan. Para wisatawan digital nomaden akan terus mencari kebutuhan informasi akan berwisata menggunakan media digital sampai informasi tersebut dirasa cukup dan dapat menunjang pekerjaannya. Para digital nomaden memperoleh informasi tentang adanya wisata di Yogyakarta tersebut melalui website dan media sosial.

Para pengguna media sosial merupakan pihak yang pasif dengan hanya menerima semua informasi yang diberikan tanpa dapat memilih. Para pengguna media sosial tersebut mendapatkan informasi dari berbagai komentar masyarakat mengenai isu yang sedang hangat dibicarakan. Media sosial memiliki dampak yang luar biasa karena cakupan informasi yang sangat luas dari berbagai negara hanya dengan mengandalkan internet saja karena lebih mudah, dan mampu menjangkau banyak kalangan, bagi profesi sebagai digital nomaden. Pentingnya informasi dari media sosial bagi digital nomaden karena perantau digital merupakan profesi baru bagi kaum milenial sebagai dampak dari kemajuan teknologi (Makimoto, 2013). Informan penelitian Keiko menyatakan jika:

“Yogyakarta menjadi pilihannya karena fasilitas seperti kualitas internet, akomodasi, akses jalan dari satu tempat ke tempat lain dapat ditempuh dengan transportasi roda dua maupun roda empat bahkan jika dikawasan kota dapat menggunakan transportasi tradisional seperti becak maupun andong”.

Keiko sebagai seorang karyawan di perusahaan menganggap media online dalam menggambarkan kondisi kota Yogyakarta sangat jelas dari sudut ke sudutnya. Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan jika fasilitas suatu kota yang di framing oleh suatu media mampu memberikan nilai tambah untuk kota tersebut bagi seorang digital nomaden. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Negara & Sagitha (2018) yang menemukan jika informasi dari media online memberikan *trust issue* tersendiri bagi para pelancong dalam menentukan lokasi wisata yang akan dituju khususnya para perantau

digital. Hal ini sejalan dengan informasi dari informan penelitian Clara yang menyatakan jika:

“sebagai freelancer saya tetap memilih kota yang akan saya kunjungi karena kalau tidak hati-hati bisa menghambat pekerjaan saya. Yogyakarta saya ketahui dari media sosial, salah satunya youtube. Melalui kanal youtube tersebut banyak deskripsi tentang masyarakat di kota tersebut dan berbagai atraksinya”.

Hasil wawancara dengan Keiko dan Clara dapat dijelaskan jika aktivitas pemasaran pariwisata secara on line tentu dapat memberi kemudahan bagi para perantau digital untuk menentukan tujuan wisatanya beserta seluk beluk tentang tempat wisata tersebut. Teknologi digital merupakan teknologi yang menggunakan komputer dalam mengoperasikannya. Kemajuan teknologi mencakup semua aspek karena mampu berdampak pada aspek politik, ekonomi, dan aspek sosial budaya. Kecanggihan teknologi dapat membantu aktivitas sosial manusia jika penggunaannya tepat sesuai dengan fungsi dan kebutuhannya. Peran media dalam kecanggihan teknologi memiliki empat peran yaitu media mempunyai karakteristiknya sendiri, penggunaan media harus berdasar pada fungsinya dan kebutuhannya, penggunaan media harus sesuai kebutuhan sehingga dapat disampaikan kepada khalayak, kepentingan penggunaan media menjadi dominan karena memudahkan aktivitas sosial (Strömbäck, 2008). Kemajuan teknologi memiliki peran yang besar bagi dunia wisata karena dapat dimanfaatkan sebagai bentuk pemasaran bagi khalayak (Mecha et al., 2019; Bhaskara and Sugiarti, 2019; Ritchi, 2018). Terobosan teknologi komunikasi digital melalui internet telah mengubah siklus transaksi promosi yang sebagian besar terjadi antara wisatawan dan industri pariwisata (business to costumer) tanpa perantara (*travel agent*) (Karisma et al., 2019).

Kecanggihan teknologi tidak hanya dapat digunakan untuk pemasaran pariwisata saja tetapi dapat juga dimanfaatkan dalam lingkup pekerjaan tertentu salah satunya bagi perantau digital di kota Yogyakarta. Para perantau digital dapat menggunakan internet dalam menunjang pekerjaannya. Adapun contoh pekerjaan yang sesuai dengan perantau digital dan memanfaatkan internet adalah penulis, entri data, desainer, dan programmer. Bagi para kaum milenial sebagai perantau

digital merupakan pekerjaan yang sangat dicari saat ini karena tidak terikat, dapat berwisata, memiliki jam kerja yang lebih luasa, dan tetap mendapatkan pendapatan untuk memenuhi kehidupan sehari-harinya. Ikhsanti (2017) menyatakan bahwa perantau digital merupakan individu yang tidak menetap di suatu tempat, bekerja jarak jauh dengan memanfaatkan koneksi internet dengan menggunakan smartphone maupun laptop. Para perantau digital dapat menyelesaikan pekerjaannya dari hotel atau cafe yang dia kunjungi dengan memanfaatkan fasilitas wifi.

Novriandi (2017) menyatakan bahwa ada lima manfaat menjadi digital nomad: (i) Lokasi mandiri, (ii) Sederhana untuk memulai suasana kerja, (iii) Kreativitas Tanpa Batas, (iv) Waktu kerja yang fleksibel dan dukungan Coworking space. Pembangunan menciptakan pariwisata baru model yang dikenal dengan Digital Nomads Tourism yang merupakan kombinasi dari dua kegiatan nomaden digital dan pariwisata. Digital nomad adalah individu yang tidak bergantung pada fixed area kerja dan ruang khusus untuk bekerja, namun satu-satunya hal yang dibutuhkan oleh mereka adalah koneksi internet berkualitas tinggi untuk membantu pekerjaan mereka (Dal Fiore dkk., 2014). Meski sulit diprediksi, mereka jumlahnya bisa mencapai 4,8 juta orang di Amerika Serikat beberapa para ahli memperkirakan jumlah digital nomad bisa mencapai lebih dari 1 miliar orang pada tahun 2035. Ubud dan Canggu adalah salah satu destinasi populer di seluruh dunia sebagai pusat nomaden digital (Koeswologito, 2018). Pasar pariwisata yang membidik digital nomad merupakan peluang pasar baru meski jumlah dan Kontribusinya terhadap perekonomian lokal masih kecil, namun harus dipersiapkan sejak dini dipertunjukkan.

BAB IV PENUTUP

4.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Mediatisasi digital nomaden di Yogyakarta mampu merubah komunikasi dan interaksi melalui media online dalam hal kepariwisataan dimana media online dipilih dengan tujuan untuk mengubah citra Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, dari posisi *runner up* menjadi *the winner* salah satunya dengan adanya berbagai profesi digital nomaden yang memilih kota Yogyakarta sebagai tempat tinggal sementara dibanding kota besar lainnya. Kecanggihan teknologi dari sisi positif ini membawa perubahan masyarakat, mempermudah mendapatkan informasi. Sedangkan dari sisi negatif media mampu mengendalikan penggunaannya untuk taat pada aturan yang dibuat oleh media itu sendiri.
2. Mediatisasi mempengaruhi pemilihan kota Yogyakarta sebagai tempat oleh digital nomaden menggunakan platform media online mulai dari informasi mengenai atraksi, budaya, fasilitas, dan informasi lainnya mengenai kota Yogyakarta.

4.2. Saran

Adapun beberapa saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Adanya pandemi tentunya menghambat laju pendapatan daerah karena minimnya pemasukan dari pengunjung. Oleh karena itu, sebelum tempat wisata dapat beroperasi kembali hendaknya menggandengan para digital nomaden yang berprofesi sebagai youtuber dalam hal traveling sehingga dapat digunakan sebagai ajang promosi mengeksplere tempat satu ke tempat lain sehingga saat pembatasan dari pemerintah berakhir maka tempat wisata tersebut tidak kesulitan kembali mendatangkan pengunjung.

2. Pemerintah menggandeng para digital nomaden khususnya dalam hal kuliner untuk memajukan UMKM yang terdampak secara ekonomi karena pandemi Covid 19.
3. Pemerintah menggandeng para digital nomaden sebagai bentuk edukasi kepada kaum milenial dengan cara seminar-seminar online dengan tujuan untuk memanfaatkan era digital dalam mencari pendapatan.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Bungin, Burhan. (2008). *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Moleong, Lexy J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Purgat, Małgorzata Bartosik. (2018). *Digital Nomads-Entrepreneurship or New Lifestyle?*. Polandia. Poznan University.

Jurnal :

Anwar, K. (2018). Mediatisasi Rupa Kota dalam Iklan Meikarta: Spectacle, Hiperealitas dan Simulakra (Mediasi Kota dalam Iklan Meikarta). *Spektrum Komunikasi Jurnal*, 8(2), 147-165.

Bhaskara, GI, dan DP Sugiarti. 2019. Meningkatkan Pengalaman Wisata Warisan Budaya dengan Teknologi Augmented Reality di Bali. *E-Journal Pariwisata*. Vol.6. No.1, Hal. 102-118.

Couldry, N. (2008). Mediatization or Mediation? Alternative Understandings of the Emergent Space of Digital Storytelling. *New Media Society*. Vol. 10 (3), 373-391.

Dal Fiore, F., PL Mokhtarian, I. Salomon, dan ME Singer. 2014. "Akhirnya Pengembara"? A seperangkat perspektif tentang bagaimana teknologi seluler dapat memengaruhi perjalanan. *Jurnal Transportasi Geografi*. No. 41, Hal. 97-106.

Hepp, A. (2011). Mediatization, Media Technologies and the Moulding Forces of the Media. *The International Communication Associations's*. Virtual Conference, 23 May-10 Juni, pp. 1-23.

Hjarvard, Stig. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*. Vol. 29. No. 2, hal. 105-134.

Hjarvard, S. (2013). *Mediatisasi dari Kebudayaan dan Masyarakat*. New York: Routledge.

- Hepp, A., Hjarvard, S., & Lundby, K. (2015). Mediatization: Berteori The Interaksi antara Media, Budaya, dan Masyarakat. *Media, Budaya & Masyarakat*. 314-324.
- Hubies, Aida., Oktariani, Dwi., Sukandar, Dadang. (2017). Kepuasan kerja generasi X dan Generasi Y terhadap komitmen kerja di Bank Mandiri Palembang. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*. 3 (1). 12-22.
- Kapoor, Camile, and Solomon, Nicole. (2011). Understanding and managing generational differences in the workplace. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 3 (4). 308-318.
- Karisma, IA, I ND Putra, dan AS Wiranatha. 2019. Efek dari "Mesin Pencari Optimalisasi" pada Pemasaran Perusahaan Selam di Bali. *E-Journal of Tourism*. Jil.6. No.1, Hal. 130-138.
- Lundby, Knut. (2009). *Mediatization, Concept, Changes and Consequences*. New York: Peter Lang.
- Makimoto, Tsugio. (2013). The Age of the Digital Nomad: Impact of CMOS Innovation. *Appeared in IEEE Solid State Circuits*, Vol.5, No.1, PP.40-47.
- Mecha, I PS, AS Wiranatha, dan I N. Sudiarta. 2019. Evaluasi Situs Web Pariwisata Wonderful Indonesia Berdasarkan Model ICTRT (Information, Communication, Transaksi, Hubungan, dan Jasa Teknis). *JUMPA*. Volume 05, Nomor 02, Hal. 241-258.
- Mulyana, C., Sudana, P., S., & Sagita, P., A., W. (2020). Persepsi Dan Motivasi Digital Nomad Berwisata Di Desa Tibubeneng, Canggü, Kuta Utara. *Jurnal IPTA*. VOL 8 NO 2 (2020).
- Nugroho, Y., & Syarief, SS (2012). *Melampaui Aktivisme Klik? Media Baru dan Proses Politik di Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Friedrich-Ebert-Stiftung Kantor Perwakilan Indonesia.
- O'Brienn. (2011). Finding a Home For The 'Digital Nomad'. *New Forms Of Identity And Work In Relation To Mobile Media And Public Space*.
- Perdana, Ariwan K. (2019). Generasi Milenial dan Strategi Pengelolaan SDM Era Digital. *Jurnal Studi Pemuda*. Volume 8 Nomor 1 tahun 2019.
- Reichenberger, Ina. (2017). Digital nomads – a quest for holistic freedom in work and leisure. *Journal Annals of Leisure Research*. Volume 21, 2018 - Issue 3: Leisure and Nature.

- Ritchi, H., RM Zulkarnaen, Z. Dewantara, dan Y. Prayogi. 2018. Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Upaya Peningkatan Aksesibilitas UKM (Desa Wisata) Kepada Pasar di Lokasi Wisata Pangandaran dan Sekitarnya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Jil. 2, No. 1, Hal. 36 – 40.
- Sagita. Wikanatha & Negara. Kusuma. 2018. Kapabilitas Praktis Domain Perjalanan Wisata Bali: Aplikasi Perjalanan Wisata Berbasis Ponsel Cerdas. *Jurnal IPTA*. Vol.6 No.1, 2018.
- Sari, Sapta. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital. *Jurnal Professional FIS Unived*. Vol.6 No.2 Desember 2019.
- Schulz, Winfried. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*. Vol.19 (1): 87-101.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 13 (3), 228-246.
- Thompson, Beverly Yuen. (2019). The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community. *International Journal of the Sociology of Leisure*. Volume 2, pages 27–42 (2019).

Website :

- Anna, L.K. (2017). National Geographic Indonesia : Instagram jadi media sosial paling buruk bagi kesehatan mental. Diakses pada tanggal 14 Juli 2021. <http://nasionalgeographic.co.id/berita/2017/07/instagram-jjadi-media-sosial-paling-buruk-bagi-kesehatan-mental>. Diunduh 19 April 2021.
- David, Eli. (2016). *Become Nomad*. Tersedia pada: <https://becomenomad.com/nomad/wp-content/uploads/download.php?file=Become-Nomad-for-e-book-Version2.0.pdf>. Diunduh 19 April 2021.
- Ikhsanti, Dyah. (2017). *Siapa Digital Nomad Dan Bagaimana Cara Mencari Uang Jarak Jauh?*. <https://www.aturduit.com/articles/penghasilan-dari-dunia-digital/>. Diunduh 19 April 2021.
- Koeswologito, S. 2018. Bali dan kebangkitan Digital Nomad: Bali telah menjadi pusat bagi Digital Nomads, dengan komunitas profesional kerja jarak jauh yang terus berkembang di sini. Dengan biaya \$600 atau kurang, siapa pun dapat tinggal di Bali selama

sebulan. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RRO2W6r62VYJ:https://indiekraf.com/mengapa-bali-dan-yogyakarta-jadi-destinasi-para-technopreneur-untuk-kembangkan-bisnis-mereka/+&cd=4&hl=id&ct=clnk&gl=id>. Diakses pada tanggal 17 Juli 2021.

Novriandi, R. 2017. Lima Keuntungan Jadi Pekerja Nomad. Dalam KINCIR. <https://www.kincir.com/chillax/job-education/5-keuntungan-jadi-pekerja-digital-nomad>. Diunduh 19 April 2021.





LAMPIRAN

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Bersama ini, saya Muhammad Firly Septianto mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan saudara untuk mengisi daftar kuisisioner dengan judul "Mediatisasi Digital Nomaden (Studi Deskriptif Tentang Digital Nomaden Di Yogyakarta). Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian Skripsi saya guna menyelesaikan studi S1 Sarjana. Seluruh jawaban akan dirahasiakan. Atas bantuan dan kesediaan waktu saudara saya mengucapkan terima kasih.

Wa'alaikum,salam Wr. Wb.

A. Identitas Responden

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 18 - 28 tahun
 - b. 29 - 39 tahun
 - c. 40 - 49 tahun
 - d. \geq 50 tahun
4. Pendidikan terakhir :
 - a. SMP
 - b. SMA
 - c. Diploma
 - d. Sarjana
 - e. S2
5. Pekerjaan :
 - a. Wirausaha (Pemilik Usaha)
 - b. Karyawan swasta
 - c. Freelancer
 - d. Self-Employed
 - e. Sukarelawan / Volunteer
 - f. Lainnya : _____

6. Jenis Pekerjaan :
- a. Perusahaan Internasional
 - b. Konsultan
 - c. E-Commerce
 - d. Desain Grafis
 - e. Software Engineering
 - f. Video Editing / Creation
 - g. Penulis
 - h. Vlogger
 - i. Blogger
 - j. Content Writer
 - k. Sukarelawan
 - l. Lainnya : _____

7. Deskripsikan sedikit mengenai pekerjaan anda:

8. Pendapatan Perbulan :
- a. Rp 1.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
 - b. Rp 3.000.000,00 – Rp 6.000.000,00
 - c. Rp 6.000.000,00 – Rp 9.000.000,00
 - d. \geq Rp 10.000.000,00

9. Apakah berwisata merupakan gaya hidup anda? (YA / TIDAK)

10. Apakah anda lebih banyak bepergian ke luar kota dan berkeliling kota/negara untuk bekerja sambil berwisata, daripada tinggal dirumah (domisili)? (YA / TIDAK)

11. Jika Ya, Kota/Negara mana saja yang biasa atau pernah anda kunjungi selama bekerja sambil berwisata/liburan?

12. Apakah anda cenderung memilih kota besar sebagai tujuan perjalanan Anda? (YA / TIDAK)

13. Sudah berapa kali anda mengunjungi Kota Yogyakarta?
- Pertama Kali
 - 1 - 5 kali
 - 6 - 10 kali
 - >10 kali
14. Berapa lama anda menetap di Kota Yogyakarta?
- < 3 Hari
 - 3 - 5 hari
 - 1 Minggu
 - 2 Minggu
 - 3 Minggu
 - 1 Bulan
 - 2 Bulan
 - 3 Bulan
 - >3 Bulan
15. Tujuan anda mengunjungi Kota Yogyakarta?
- Mencari ketenangan/suasana baru untuk FOKUS BEKERJA (mengerjakan pekerjaan kantor/project)
 - Diutus oleh kantor untuk rapat atau mengerjakan project/Event
 - Khusus mencari Konten/ Inspirasi untuk kebutuhan pekerjaan
 - Mengeksplor Kota Yogyakarta
16. Bagaimana kamu tahu tentang Kota Yogyakarta?
- Google
 - Bing
 - Yahoo
 - Ask.com
 - Baidu
 - Instagram
 - Facebook
 - Twitter
 - LinkedIn
 - YouTube
 - Pinterest
 - Majalah / Koran

17. Teknologi apa yang biasa anda gunakan selama bekerja dan berwisata/liburan di Kota Yogyakarta?

a. Handphone

b. Laptop



PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana tuntutan dari tempat kerja anda?
2. Apakah anda bisa bekerja dari jarak jauh dengan bantuan alat-alat digital dan akses internet?
3. Apakah anda memiliki tempat tinggal permanen?
4. Berapa lama rata-rata waktu anda tinggal di rumah permanen anda?
5. Sudah berapa lama menjadi seorang Digital Nomad?
6. Mengapa memutuskan menjadi Digital Nomad?
7. Mengapa pekerjaan anda harus dilakukan di Kota Yogyakarta?
8. Dimana anda menginap di Kota Yogyakarta?
9. Apabila bepergian ke tempat lain, dimana biasanya anda menginap setiap berpindah lokasi? (apakah hostel, hotel, homestay, rumah teman, dll)

Verbatim 1 Clara

P : Pewawancara

R : Responden

P : Assalamualaykum selamat siang Mba Clara, saya Firly dari mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Komunikasi. Saya ingin mewawancarai Mba Clara untuk kepentingan penelitian skripsi saya untuk menyelesaikan studi e S1 Sarjana. Jadi skripsi saya berhubungan dengan pekerjaan Mba Clara sebagai digital nomaden. Mungkin bisa diperkenalkan diri terlebih dahulu

R : E waalaykumsalam wr.wb. Nama saya Clara Faizar, emm saya perempuan 19 tahun dan pendidikan terakhir saya SMA. Saya bekerja sebagai freelancer dalam bidang e pekerja seni yah, jadi bisa termasuk e video blogger juga

P : Oke, jadi e...saya langsung aja nih Mba Clara, Mba Clara tuh e... gimana sih tuntutan dari pekerjaannya Mba Clara nih sebagai seorang freelancer ya, sebagai seorang freelancer brati gak terikat kan apalagi masalah sekarang adalah pandemi nih di mana orang susah banget cari pekerjaan, itu gimana caranya Mba Clara survive dengan pekerjaan Mba Clara yang sekarang sebagai freelancer? Jadi bagaimana tuntutan dari pekerjaan Mba Clara juga, kayak bagaimana cara Mba Clara survive gitu?

R : Emm kalo saya pribadi karena saya bergerak dibidang seni jadi untuk survive dari pandemi inipun e...saya...e saya menjadi digital nomide karena...

P : Jadi gimana nih Mba Clara, misalkan kan e... maksud saya kayak Mba Clara kan sekarang nih freelance dan pandemi gini kan offline dong yang disebut WFH kan

R : Emm

P : Jadinya Mba Clara ini sebagai yang apah, digital nomaden ini kan bekerjanya emm menggunakan alat-alat digital ya mba dengan akses internet aja kan seperti kayak wifi terus hanya bekerja lewat sambungan internet dan telepon, itu gimana Mba, maksudnya banyak orang yang kurang paham dengan pekerjaan ini dan di Indonesiapun pekerjaan ini baru... baru ada tuh, baru booming-pun, mungkin orang ini mengenalnya dengan WFH iya kan, Work From Home, beda sebelumnya, sebelumnya ini lebih dikenal dengan digital nomaden seperti itu Mba Clara, jadi menurut Mba Clara nih apa nih bekerja dari jarak jauh dengan bantuan

alat-alat digital dan akses internet itu bisa apa enggak atau memungkinkan apa enggak untuk Mba Clara?

R : Kalo dengan pekerjaan saya sih Alhamdulillah memungkinkan ya karena dari bidang sayapun saya bisa mengambil contohnya endorsemen di luar seperti me-review sebuah tempat penginapan atau sebuah barang yang ada di... di tokonya di luar kota jadi saya gak harus e di... saya gak harus Work From Office

P : E tapi sebagai digital nomaden nih, Mba Clara sering nih berwisata nih e sorry kayak jalan-jalan kayak melakukan pekerjaannya tapi mungkin orang yang gak melihat itu mungkin bisa dikatakan Mba Clara sebenarnya jalan-jalan kali yah

R : Iya betul

P : bukannya kerja gitu kan

R : Iya betul

P : Terus sebenarnya Mba Clara nih e apa... punya tempat tinggal permanen gak sih kayak bener-bener Mba Clara nih aslinya mana, emang bener-bener rumah dan kelahiran Mba Clara tu disitu gitu?

R : Tempat tinggal permanen sih ada tapi karena pekerjaan sebagai digital nomaden ya emm pasti jarang yah di rumah karena salah satunya ya itu karena pekerjaannya me-review tempat penginapan dan e lain-lainnya

P : Nah Mba Clara sekarang posisi lagi di Jogja nih

R : He.em

P : Ini project apa sih yang Mba Clara lagi kerjain? Terus udah berapa lama nih e Mba Clara di Jogja dan rata-rata biasanya Mba Clara kalo lagi melakukan setiap kota-kota kayak gini atau Mba Clara nih keluar kota mencari referensi tuh biasanya berapa lama gitu Mba Clara?

R : Kebetulan sih di Jogja ini saya emm lagi ada kerjaan me-review beberapa penginapan dan tempat kuliner yah jadi kali ini di Jogja juga lebih lama dan...biasanya sih kalo misalnya di Jogja ini tergantung e pekerjaannya seberat apa, bisa 3 sampai seminggu

P : Kalo boleh tahu Mba Clara bisa dijelaskan maksudnya ini sekarang lagi di Jogja itu projectnya apa, apa yang di-review gitu?

R : Emm sekarang project yang di Jogja lagi me-review tempat penginapan kayak kemaren baru aja nge-review e Bukit Lintang Sewu penginapan...

P : Oh yang di Kulonprogo itu ya mba?

R : Iya penginapan di Kulonprogo terus juga beberapa me-review untuk youtube juga di Malioboro dan beberapa tempat disekitaran Jogja sih

P : Brati mba secara gak langsung nih e pas pindah-pindah gitu ya, kerjanya emang bener-bener ya dapet job lewat internet by email atau ada manajernya Mba Clara atau gimana?

R : Emm ada beberapa yang memang dari link ke link gitu tapi ada beberapa juga by manajer sih

P : Nah untuk menjadi digital nomaden ini Mba Clara nih udah berapa lama?

R : Udah semenjak pandemi sih ya, semenjak pandemi udah mulai, jadi sebelum pandemi sebenarnya udah mulai, udah mulai...menjadi digital nomaden ini tapi masih jarang-jarang karena memang masih punya pekerjaan yang harus dilakukan di kantor tapi karena pandemi kebetulan Work From Home juga jadinya bisa e menjalankan digital nomaden ini dengan lebih sering

P : Jadi secara gak langsung ni apa nih yang nyebabin Mba Clara nih memutuskan untuk menjadi digital nomade karena kan kalo informasi yang saya dapet dari Mba Clara, Mba Clara belum terlalu lama yah, baru sekitar 1 tahun, mungkin nih efeknya adalah efek pandemi di mana semua pekerjaan ni menjadi online gitu kan, apakah itu salah satu faktor atau Mba Clara punya alasan sendiri gitu mengapa menjadi digital nomaden?

R : Salah satu faktornya ya karena pandemi juga tapi emm faktor lainnya adalah karena e...waktunya lebih bebas, bebas dalam artian kita bisa memilih waktunya kapan kita e harus bekerja dan kita bisa me-manage waktu kita sendiri

P : Dan ini Mba Clara kenapa harus Jogjakarta gitu?

R : Karena masih banyak e... hal-hal baru dan tempat-tempat yang bagus yang harus saya eksplor di Jogjakarta

P : Wah betul sih ya. Sebenarnya sih gak perlu ke luar negeri juga ya mba ya, sebenarnya spot-spot di Indonesia salah satunya di Jogjakarta tu yang bener-bener harus dikunjungi gitu ya mba

R : Iya betul

P : Terus biasanya nih mba kalo stay di Jogja tuh di mana mba? Hotel atau homestay atau di rumah temen mba?

R : Emm banyak sih ya, kadang nyobain hotel-hotel yang lucu gitu yang emm bisa memberikan informasi kepada masyarakat-masyarakat kalo misalnya untuk yang cost-nya terbatas untuk liburan ke Jogja ada hotel ini ini dan ada villa yang untuk keluarga... tapi kadang juga karena di sana juga ada temen... kadang nginep di tempat temen gitu

P : Brati situasional ya Mba Clara ya

R : Situasional...

P : Secara gak langsung tergantung mood dan pekerjaan ya lagi me-review enak banget jalan-jalan gratis gitu ya mba ya. Oke Mba Clara sebenarnya e... gitu aja Mba Clara. Ini saya makasih banget atas keberkenanan Mba Clara untuk diwawancara seputar digital nomaden ini karena menurut saya digital nomaden ini ni di Indonesia tu untuk umum masih kurang memahami digital nomaden padahal kan secara gak langsung WFH itu bisa dikatakan digital nomaden kan ya Mba Clara, di mana kayak kita bekerja offline tapi e sebenarnya kita bisa di mana aja kita kerja kalo offline, kita bisa di Jogja kayak sekarang Mba Clara, kita bisa di... e... di mana-mana di kota lain atau bahkan mungkin di negara lain yang penting kerjanya selesai dengan sebuah alat-alat digital. Gitu ya Mba Clara

R : Iya betul

P : Makasih banyak ya Mba Clara atas waktunya

R : Sama-sama Mas Firly

-Selesai-

Verbatim 2 Mrs. Keiko

P : Pewawancara

R : Responden

P : Good afternoon Mrs. Keiko

R : Good afternoon Mr. Firly

P : I am e Firly Septianto. I am student from e Islamic University of Indonesia and I need your help for may questionnaires like I need to like do conversation like this for help me for my thesis research like to complete my undergraduate (engineering 0.36) degree

R : Yeah sure sure

P : Oke, and I am wil be keep confidential so if you like to doing this I am so very thankful for you and we can start for the question

R : Yeah sure

P : So I asking you like e... how are the demands of your work place like e... you work as a digital nomaden and then you always like e... going to place by another place, city to another city, country to another country, so how are the demands of work place? I am sorry it's a demands, I am so sorry because my nglish is little bit

R : Its oke its oke. So let me introduce my self

P : Yap

R : My name is Amaris Keiko, so you can call me Keiko, I am Japanese, I am female, and right now I am 21 years old, I was bord at Feb 2nd 2000 at Japan and my life education is senior high school and right now I am a freelancer often international company

P : Waw... so e... maybe you can introduce about your job and then like what you doing on this job and when you start this job like e... how long your ready (free leg 2.06) at the time you live in a permanent home and look like e... no no no I mean like, how long you ready being a digital nomaden?

R : So its started like about 3 years ago and after I graduated I am searching for the job, so this job right now that I am doing is like what I really wanted since

I was a kid so right now I am a freelancer at one of the biggest international company and so basically I am maintaining the social media of my company right now

P : Ohh you maintaining the social media

R : Yeah

P : When you maintaining this (2.50) to go to like work place like the... like go to some place or you can just e... I mean like e... you work from anywhere you want

R : Yea

P : Oke ofcourse

R : That's advantage that I want because I really love to travel since I was a kid so when I know that there is this kind the job that you can go anywhere you want to and you get paid so ya I really love to do that

P : Oke so e... how long is the (3.24) of the time you leaving your permanent home like you real... I mean in Japan

R : My hometown is a Japan so actually I started this job as e... you know like not a permanent employee, so I started this permanent employee think since about like 1 years ago so since than I go to places to places country and countries so right now I am live in at Jogjakarta for 1 week

P : Woow, so why you choose Jogjakarta? I mean like your foreigner and for me some like foreigners or tourist from another country like you like foreigner they will be choose Bali

R : Ya trueee

P : But why now you stay in Jogjakarta and you doing job here, what make you think Jogjakarta is better than Bali? I mean why you choose to stay in Jogja for your holiday and your work, I mean your job?

R : Emm actually I use to go to Bali with my family and my friends but then when I got the job to travel Indonesia I think Bali is e... like to mainstream right? So I am started to search what cities in Indonesia that I loved to explore and there is better advantages in instagram that showing that Jogjakarta is really good is really beautiful, so that's why I am interested to go there explore Jogjakarta

P : I can say maybe you love the culture in Jogjakarta right?

R : Ya ofcourse its very beautiful and the food is very very nice

P : Oh you like the food?

R : Yeah the gudeg at Malioboro

P : Oh you know gudeg

R : Yaya its very nice, so I used to go with my colleague

P : So this is not your first time you coming to Jogjakarta right?

R : Actually it is my first time

P : Oh this is your first time oke

R : Yah...

P : So now where do you stay in Jogjakarta, maybe at the hotel or like you rent a houses or something like that or you have a friends here?

R : At the hostel near the city

P : Oh you mean the central city right?

R : Yaya true, correct

P : When you traveling to other place do you usually stay its time you chance location, I mean now like you in Jogjakarta right now you stay in central city and you ready one week here in the central city right?

R : Ya

P : How long you will be e... have a plan for stay in Jogjakarta? How many long again?

R : Actually the project for a month, but my project here only allow me to stay here for one week, so after Jogjakarta I have to find another places in Indonesia

P : Ohh oke

R : So after this project I have to go

P : Oh you have to go to another city again or country maybe right?

R : Ya

P : So you really really love this city right?

R : Ofcourse

P : Jogjakarta is number one right? Hahaha I am kidding, I am joking. Oke so I am very thankful e... for this conversation

R : Thank you Mr. Firly

P : I am sorry for my English because I... didn't get accent like, I am not native speaker like that so I have my broken English I hope you understand what I am talking about

R : Okee

P : Oke I am sorry but every thing, if I have a mistake for my pronunciation or something, so thank you very much for this conversation

R : Thank you...

P : And enjoy your time in Jogjakarta

R : Thank you so much, take care

P : Oke take care

-Selesai-



Verbatim 3 Ara

P : Pewawancara

R : Responden

P : Assalamualaykum selamat malam Mas Ara

R : Malam

P : Perkenalkan saya Firly, Mas Ara, saya mahasiswa Universitas Islam Indonesia dari Jurusan Ilmu Komunikasi ini saya bertujuan mewawancarai seputar pekerjaan Mas Ara yaitu dibidang digital ya Mas Ara yah, atau digital nomadenlah, betul ya Mas Ara?

R : Iya betul

P : Jadi e mungkin bisa diperkenalkan dulu pertama-tama e biografinya Mas Ara gitu nama dan lain-lainnya Mas Ara?

R : Oke perkenalkan nama saya Ara Haiban Zulkarami, usia saya sekarang 29 tahun dan saya bekerja dibidang e video content creator dan saya sudah menggeluti pekerjaan ini kurang lebih selama 10 tahun

P : Waw 10 tahun Mas Ara ya! Jadi Mas Ara ini kan bekerjanya melalui digital Mas Ara yah, perangkat-perangkat digital ya Mas Ara misalkan kayak mengedit video atau menggunakan kamera dan ke laptop untuk mengirim ke... ini ya Mas Ara kalo tidak salah ya, mengirim project-project Mas Ara ya, jadi ni tuntutan dari pekerjaan Mas Ara ni sendiri gimana nih Mas Ara?

R : Saya sendiri di sini tentu untuk membuat e video-video atau konten yang berkaitan dengan keindahan alam Indonesia dan yaa kebutuhannya untuk memperkenalkan keindahan alam Indonesia, budaya-budaya Indonesia, apapun yang ada di Indonesia kita angkat sebagai promosi untuk e mengenalkan Indonesia itu apa dan bagaimana dan seperti apa Indonesia gitu

P : Jadi udah sampe ke tingkat dunia ya Mas Ara ya

R : Alhamdulillah sudah

P : Wahh. Jadi gini Mas Ara, ini kan e Mas Ara nih bisa bekerja dari jarak jauh nih

R : Iya betul

P : Dengan bantuan alat digital dan internet aja nih

R : He.em

P : Itu gimana sih Mas Ara, biasanya kan ya yang namanya orang kerja kan kantoran gitu ya Mas Ara

R : Betul betul

P : Sedangkan Mas Ara kerjanya ni simple bahkan kalo orang umum mungkin ngeliat Mas Ara ni kayak jalan-jalan gitu Mas Ara, gak kayak hehe sorry Mas Ara ya

R : Gak papa gak papa

P : Kayak gak kerja gitu kan

R : Bener bener

P : Kayak gak kerja, itu gimana Mas Ara?

R : Yaa rata-rata orang menilai seperti itu, cuma di sini saya memang dituntut untuk menggunakan akses internet dan perangkat digital untuk alat bantu kerja saya di mana ketika saya sudah selesai melakukan e editing video, nanti untuk melakukan preview terhadap client atau orang-orang di kantor yang ada di luar daerah saya ini, karena saya kan kebanyakan shoot-shoot atau pengambilan gambarnya ke daerah-daerah pedalaman Indonesia begitu kan yang di mana jauh untuk akses mondar-mandir karena client ada di Jakarta apa ada di Bandung atau di mana, saya cuma kirim video berdasarkan apa yang mereka butuhkan via internet gitu

P : Jadi secara gak langsung Mas Ara ni kayak freelancer ya Mas Ara?

R : Betul...

P : Terus sebetulnya mungkin digital nomaden itu nama internasional ya Mas Ara, brati sebenarnya gak beda jauh sama WFH ya Mas Ara, cuman kita walaupun Work From Home bisa juga kerja di mana gitu Mas Ara ya. Tapi sebenarnya kalo Mas Ara ni aslinya darimana gitu, maksudnya tinggalnya asalnya gitu, punya tempat tinggal permanen apa emang sebenarnya Mas Ara ni petualang gitu lho?

R : Enggak, saya sendiri asli dari Depok, rumah ada di Depok gitu

P : Depok Jakarta atau Jogja?

R : Jakarta

P : Oh Jakarta

R : Jawa Barat ya sorry

P : Jawa Barat ya. E ini Mas Ara kan lagi di Jogja nih? Kira-kira ketika Mas Ara lagi di rumah nih di Depok, di Depok Jawa Barat, itu Mas Ara berapa lama gitu stay di sana, apa emang cuman menemui...sorry Mas Ara misalkan keluarga atau orang tua atau emang suka stay di sana atau lebih suka berpetualang daripada stay di Depok gitu Mas Ara?

R : Kalo untuk karena tuntutan pekerjaan, saya di rumah itu dalam sebulan gak pernah lebih dari seminggu ya karena sisanya ya sisanya di lokasi kerja

P : Di tempat yang dibutuhkan ya Mas Ara?

R : Betul

P : Brati Mas Ara udah jauhlah ya udah kemana-mana nih ya

R : Alhamdulillah

P : Kira-kira itu tempat mana aja tuh Mas Ara? Kayak yang beberapa kota atau negara bahkan mungkin Mas Ara

R : Karena saya lebih mendalami Indonesia dan coba mengeksplor Indonesia, hampir semua e daerah-daerah atau pulau di Indonesia udah pernah sih

P : Oh udah hampir semua Mas Ara ya

R : Iya Alhamdulillah

P : Oh gitu Mas Ara. E gini Mas Ara, brati kan udah 10 tahun nih udah jadi digital nomaden ya mungkin e lebih tepatnya videografer ya karena digital nomaden berpindah-pindah gitu kan, e kenapa si Mas Ara lebih milih jadi freelancer nih ya, kan kalo e orang awam nilainya Mas Ara gak kerja gitu kan ya, cuma jalan-jalan jalan-jalan dapet duit gitu kan Mas Ara, mohon maaf nih Mas Ara soalnya saya kan juga lagi memahami digital nomaden ni Mas Ara, jadi kenapa nih Mas Ara memutuskan menjadi seorang digital nomaden sedangkan banyak orang yang pengen mempunyai label daripada freelance? Contohnya menjadi karyawan swasta yang di perusahaan ternama atau menjadi PNS gitu Mas Ara. Jadi gimana tuh Mas Ara?

R : Pertama adalah saya merasa ini passion saya gitu, kerja di freelancer videografer nomaden ini karena saya sendiri senang tantangan ya, kemana-mana senang

P : Challenge ya

R : He.e challenge ke suatu tempat yang belum pernah saya kunjungi mempelajari kebudayaan mereka, intinya sih lebih ya... lebih senang aja ngerjainnya dari hati dan yang kedua ya jalan-jalan sambil dibayar kali ya hehehe

P : Wah iya juga sih bener juga sih tu, kapan lagi kan jalan-jalan dibayar

R : Iya hahaha

P : Gitu... itu poin pentingnya. Jadi ini Mas Ara, kota-kota paling banyak nih yang Mas Ara kunjungin itu apa?

R : Jogja ya

P : Wah kenapa tuh Jogja?

R : Gak tahu kenapa saya tuh antusias sama Jogja

P : Kultur mungkin ya mas?

R : Kultur, kebudayaan mereka punya nilai lebih di mata dunia dan...

P : Sejarahnya

R : Sejarahnya... Dan duniapun mengakui Jogja punya keistimewaan, kenapa disebut Daerah Istimewa Jogjakarta karena itu dia banyak yang istimewa di Jogjakarta

P : Betul sekali Mas Ara. Oke, jadi kalo di Jogja nih biasanya Mas Ara stay berapa lama gitu Mas Ara?

R : Wah bisa lama mas

P : Oh bisa lama ya

R : Bisa lama

P : Dengan range mungkin berapa minggu atau berapa bulan?

R : Pokoknya dalam sebulan itu, 3 minggu saya di Jogja 1 minggu mungkin di rumah

P : Oh kayak gitu, untuk istirahat ya. Kalo di Jogja nih Mas Ara, Mas Ara biasanya nginep di mana, entah ada rumah atau ada rumah kerabat atau di hotel gitu Mas Ara?

R : Saya kebetulan ada rumah kerabat ya

P : Oh rumah kerabat ya

R : Karena di sana juga ada temen juga yang satu profesi jadi kita bisa sambil tukar pikiran mengenai pekerjaan, kurang lebih itu

P : Jadi e.... gimana sih bisa tahu e awalnya gini Mas Ara, misalkan nih Mas Ara lagi di Jogja pasti gak mungkin dong stay di daerah, pasti keliling Jogja dong mas iya kan, nah ketika Mas Ara ini keliling Jogjakarta itu e... setiap pindah lokasi tu nginepnya di mana? Entah itu hotel atau sewa homestay atau ditujuan Mas Ara nih Mas Ara udah mempunyai kerabat gitu Mas Ara?

R : Ada beberapa yang saya tinggal di rumah kerabat, ada juga yang e di luar saya tinggal di rumah kerabat saya lebih banyaknya di hotel ya

P : Di hotel ya

R : Ya karena fasilitas juga kan

P : Fasilitas... Kenyamanan ya

R : Kenyamanan...

P : E selain kultur nih Mas Ara, Jogja itu emang udah umumlah terkenal istimewa gitu kan

R : Gitu deh

P : Dan itu ada daya tarik sendiri untuk Mas Ara kan ya, waktu awal-awal Mas Ara ini mengetahui Jogja ini apa emang... e gimana tuh masalah prosesnya, entah emang dari Google awalnya

R : Saya awal... awal pertama e tahu indahnya Jogja itu lagi iseng aja nih browsing di internet kan

P : Browsing di internet

R : Browsing di internet e daerah yang mempunyai keistimewaan khususnya di Pulau Jawa ini ternyata terletak ada di Jogjakarta. Banyak banget tempat yang bisa dieksplor

P : Wah bener banget, bahkan belum tentu abis gitu ya Mas ya

R : Betul betul terutama dengan background saya sebagai content creator videografer banyak mau dieksplor gitu

P : Oke oke brati mentoklah ni per-Jogjaan mentok kayaknya nih Mas Ara ya hehehe

R : Insyaallah

P : Gitu ya Mas Ara ya, oke sih Mas Ara ini terima kasih Mas Ara atas waktunya

R : Oke siap siap

P : Terima kasih udah membantu saya dalam mengerjakan skripsi saya Mas Ara, semoga sukses selalu, lancar ya Mas Ara ya

R : Lancar-lancar juga ya Mas Firly

P : Terima kasih ya Mas Ara, saya tutup ya

-Selesai-



Verbatim 4 Hami

P : Pewawancara

R : Responden

P : Assalamualaykum Mba Hami, saya Firly e saya mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia saya dari Fakultas Ilmu Komunikasi, saya ingin mewawancarai Mba Hami nih tentang seputar digital nomaden nih Mba Hami, bener ya Mba Hami ya

R : Iya he.e he.e

P : Jadi ya mungkin bisa diperkenalkan pertama-tama biografinya Mba Hami gitu

R : Oke Firly, saya Hami, nama lengkapnya biasanya orang tahunya Hamidyah, saya itu 36 tahun terus e pekerja seni yang sudah memulai karier dari... kayaknya lebih dari 10 tahun ya, udah lumayan lama dan e... biasanya, karena lagi kondisinya begini ya, biasanya si kita bikin, maksudnya tu saya kerja untuk TV biasanya tapi karena kondisinya sekarang lagi... lagi pandemi ya, e tayangan-tayangan di TV juga gak terlalu banyak produksinya karena e apa namanya peraturan PSBB, jadi sekarang itu saya lebih banyak kerja sama konten-konten creator

P : Oh gitu mbak. Jadi kalo tuntutan dari tempat pekerjaan Mba Hami tuh gimana?

R : Ya karena saya itu e apa namanya pekerja seni jadi saya itu berkewajiban untuk membawakan karakter yang diciptakan oleh penulis skenario

P : Ohh

R : He.e jadi skenario yang ditulis sama penulis itu e... dipercayakan ke saya untuk dibawakan biar jalan ceritanya itu sesuai dan karakter yang diciptakan itu dapet gitu

P : Sukses ya

R : Iyaa, sukses

P : Memerankan karakter itu

R : Betul

P : Ini waktu mungkin Mba Hami kerja untuk stasiun TV Mba Hami ya

R : Betul

P : Sekarang ini kan Mba Hami ini e... background Mba Hami sekarang atau sekarang ini Mba Hami melakukan bisa dikatakan sebagai digital nomaden, di mana Mba Hami ini selalu berpindah per project bahkan mungkin bisa antar kota bahkan negara mungkin Mba Hami

R : Bener bener bener

P : Oh mungkin antar negara ya Mba Hami

R : Iya betul

P : Jadi e dari pekerjaan Mba Hami yang sekarang nih sebagai digital nomaden kan Mba Hami biasanya merekam atau e... ngirim lewat laptop tuh biasanya kan per project kayak gitu kan

R : Betul

P : Dengan seni ini kan mengeksplor suatu tempat gitu kan, mengiklankan suatu tempat mungkin ya, kayak endorsemen secara gak langsung ya Mba Hami ya

R : Betul

P : Terus jadi e... apa bisa nih Mba Hami bekerja dari jarak jauh kayak cuman dengan alat-alat bantuan digital sama akses internet doang Mba Hami, gimana tuh menurut Mba Hami?

R : Yah jadi gini si e Mas Firly ya, kayaknya lebih enak panggil Mas Firly ya, biar lebih... biar lebih apa ya biar lebih sopanlah

P : Iya iya Mba Hami

R : Jadi gini Mas Firly, apa namanya sekarang ini kan apa namanya kerja tu memang kita caranya e yang lebih simple ya, udah eranya lebih simple. Kalo saya bekerja sendiri maksudnya karena saya pemeran pekerja seni e saya gak mungkin kerja sendiri karena pasti ada videografer ada editor yang bantu saya, tapi e apa namanya penggunaan internet ini bener-bener saat ini tu sangat-sangat membantu kenapa...

P : Era digital

R : Betul... Jadi kadang-kadang gini, kalo videografer memang biasanya posisinya ada di dekat saya, saya ke Bali dia ikut ke Bali, e saya ke Jogja dia ikut ke Jogja, dimanapun saya bikin konten e videografer memang harus ikut

P : Harus ada ya

R : Tapi editor kan tidak, tidak harus selalu ikut

P : Betul

R : Jadi kadang-kadang saya misalnya shootingnya di Jogja, kita eksplor lokasi di Jogja, e berdua doang nih sama videografer, setelah hasil videonya tu ada, yang kita pilih udah pasti ini yang A,B,C,D,E kita tinggal kirim tuh ke editor, lewat internet pastinya kan, nah nanti tinggal editor tinggal edit edit edit trus kirim balik ke kita kira-kira udah oke atau belum, kalo misalnya memang belum kira-kira apa yang perlu diperbaiki kita perbaiki lagi, jadi emang emang pengaruh banget sih Mas Firly

P : Ohh jadi lebih mempermudah Mba Hami

R : Banget banget, efisien, simple, dan pastinya lebih murah. Iya gak sih, biaya produksinya jadi lebih murah jadi gak semua orang harus diangkut gitu

P : Nahh gitu Mba Hami. Ini kan untuk orang umum nih orang lihat Mba Hami mungkin dari profile instagram Mba Hami tu seperti yang kayak ini orang kok jalan-jalan mulu uangnya darimana, mungkin ya Mba Hami ya

R : Hehe...

P : Kerjanya apa yang orang umum seperti saya tahu, kan saya lagi mendalami digital nomaden nih Mba Hami

R : Betul

P : Jadi seperti saya nih yang belum terlalu paham tentang digital nomaden tu menilai Mba Hami kayak enak banget, e freelance secara gak langsung Mba Hami

R : Betul betul

P : Ya kan, terus Mba Hami ini jalan-jalan trus dibayar, itu gimana tuh menurut Mba Hami, ya keluh kesah sih Mba Hami

R : Ya bener sebenarnya plus minus ya, untuk saya perempuan yang sudah menikah dan punya anak, e apa namanya pekerjaan saya menuntut saya untuk e berpindah-pindah tempat karena kan menyesuaikan dengan konten yang kita bikin

P : Iya betul mba

R : Plusnya adalah saya bisa plesiran tapi sambil kerja

P : Ohh

R : Plus kalo ada endorsemen otomatis saya dibayar lebih dong...

P : Bener

R : Iya gak sih?

P : Bener bener bener

R : Tapi minusnya adalah saya harus merelakan meninggalkan anak-anak sama suami, jadi ya sebenarnya setiap pekerjaan memang pasti ada plus minusnya sih ya, tapi kalo saya gak mau ngeliat minusnya Mas Firly, karena apa saya ngerasa e e sebagai pekerja seni saya tuh seneng, jadi ini adalah bagian dari passion saya, jadi saya gak merasa kalo kesulitan, hambatan, itu sebagai sesuatu yang bikin saya jadi kepikiran, pusing, atau apa gitu karena memang saya seneng ngejalaninnya gitu si

P : Jadi kan Mba Hami sering berpindah-pindah nih

R : Betul

P : Kalo ngomong masalah keluarga nih, Mba Hami nih tempat tinggal permanennya tuh di mana Mba Hami? Kayak asalnya Mba Hami gitu

R : Ohh ya, kalo tempat tinggal permanen memang e di Jakarta, permanen di Jakarta, anak-anak saya sekolah di Jakarta, suami juga kerja di Jakarta, tapi ya balik lagi seperti yang tadi saya bilang tuntutan pekerjaan saya tu gak menutup kemungkinan saya tuh harus pindah dari satu kota ke kota lain atau dari satu negara ke negara lain jadi ya... ya memang udah begitu konsekuensinya sih Mas Firly

P : Dan kalo di range nih rata-rata Mba Hami tinggal di rumah, asal Mba Hami nih bersama keluarga kira-kira berapa lama sih gitu Mba Hami atau mungkin dalam sebulan cuma beberapa minggu atau dalam setahun cuma

beberapa bulan sisanya Mba Hami ninggalin keluarga lagi atau gimana itu Mba Hami?

R : Kayaknya perbandingannya itu 50:50 ya

P : Oh masih fifty fifty ya Mba Hami

R : Yaa

P : Jadi imbang ya mba

R : Betul, jadi ya balik lagi ya karena saya istri dan ibu dari anak-anak jadi mau gak mau saya harus bagi waktu ya Mas Firly yah, jadi misalnya seminggu ini saya harus bikin konten di Jogja gitu, biasanya seminggu ke depannya saya akan balik dulu ke Jakarta dan stay dulu di sana. Nanti mungkin diminggu berikutnya lagi baru saya pindah lagi ke Bali untuk bikin konten... dan begitu seterusnya gitu

P : Jadi kan Mba Hami ini dulu e ampe sekarangpun mungkin kalo gak posisi pandemi gini mungkin Mba Hami juga di TV ya Mba Hami ya

R : Betul

P : Jadi kan kalo proses itu kan Mba Hami udah ada 10 tahun nih, 10 tahun dipekerjaan Mba Hami, kalo untuk berpindah seperti digital nomaden ini yang lebih efisien ini menjadi freelancer ini udah berapa lama Mba Hami?

R : Kayaknya sih kurang lebih setahun belakangan ya

P : Setahun...

R : Ya setahun belakangan semenjak pemberlakuan PSBB karena covid ya

P : Dampak ya Mba Hami

R : He.e yang pasti terdampak banget si, maksudnya pekerja seni pasti terdampak banget. Nyari kerja kan jadi agak sulit, makanya kita dituntut untuk lebih kreatif gitu, itulah kenapa sekarang banyak banget muncul content creator-content creator yang baru

P : Bukan mengeluh ya

R : Betul, termasuk saya, gitu

P : Bener... bener sekali, saya setuju banget di mana tu kita dituntut untuk kreatif bukan mengeluh karena keadaan

R : Betul... jadi kalo mau berkeluh kesah sebentar aja e sisanya kita harus mengeksplor diri biar gak terkungkung dalam masalah yang itu-itu aja

P : Bener bener bener. Oke Mba Hami, brati itu salah satu alasan Mba Hamilah ya kenapa jadi digital nomaden ya

R : Iya betul

P : Karena dituntut untuk kreatif ya Mba Hami daripada kita ngeluh ah ini korona gini gini gini

R : Bener... bener bener bener

P : Nah gini Mba Hami, dari sekian banyak kota, kota mana sih yang paling Mba Hami suka gitu?

R : Kalo... sebentar... yang paling ya, e ini boleh pilih beberapa gak?

P : Boleh boleh

R : Boleh pilih beberapa ya, kalo saya boleh pilih 3 antara banyak kota yang udah pernah saya kunjungin saya pilih Jogja, Bali, sama em satunya lagi Padang yah

P : Padang ya Mba Hami

R : He.em

P : Oke, sekarang Mba Hami kita posisi di Jogja nih Mba Hami

R : He.em he.em

P : Dan kebetulan project yang Mba Hami jalanin sekarang di Jogja kan

R : Betul betul

P : Endorsemen dan eksplor tempat wisata

R : Iya

P : Nah jadi gini Mba Hami, daya tarik apa sih yang bikin Mba Hami tuh memilih Jogja gitu untuk sekarang, entah selain oke mungkin karena ada project yang menghasilkan gitu ya, tapi kan e Jogjakarta ini jadi tempat pilihan favorit Mba Hami iya kan?

R : Betul betul

P : Itu kenapa Mba Hami?

R : Jadi gini Mas Firly, e meskipun gak bisa dibilang e Jogjakarta itu sekarang e apa namanya e identik dengan pedesaan gitu karena kan Jogjakarta sekarang udah mulai berkembang ya, e akutu suka di Jogjakarta itu karena tempat-tempat etniknya tuh masih banyak yang bisa dieksplor, iya gak si? Terus

budaya-budaya Jogja itu masih, masih bisa dilihat banget tata kramanya kalo kita ke pasar-pasar nih kalo lagi mau bikin konten nih di pasar-pasar kita bisa lihat tuh karakter asli orang-orang Jogja itu yang ramah...

P : Lebih ke budaya kultur ya mba

R : Bener... Dan itu menyenangkan sekali untuk dieksplor Mas Firly

P : Nyaman ya mba

R : Bener... Tempatnya juga maksudnya tempat yang bagus masih banyak, tempat wisata yang oke dan bersih ya, e yang gitu gitu deh pokoknya itu masih banyak yang bisa dieksplor, itu kenapa Jogja tuh jadi pilihan yang kalo menurut aku kayaknya bukan aku doang ya, banyak banget content creator yang memilih Jogja sebagai tempat favorit untuk bikin e content gitu

P : Nah ini kan Mba Hami sekarang di Jogja, setiap project yang Mba Hami jalanin di Jogja ini, mungkin udah beberapa kali ya Mba Hami, bahkan mungkin puluhan kali ya

R : Betul, udah sering banget bolak-balik sini

P : Nah Mba Hami nih biasanya stay di mana Mba Hami? Ada kerabat atau di hotel atau gimana tuh Mba Hami?

R : Kebetulan ada kerabat juga sih tapi memang bukan di Jogjanya langsung, di Salatiga, tapi gak terlalu jauh kalo ke Jogja ya, masih okelah, kadang-kadang aku stay di situ tapi gak jarang juga akutu nginep di hotel... nginep di hotel yang deket-deket dari lokasi yang...

P : Dituju...

R : He.e... lokasi yang dituju biar wara-wirinya tu gak susah

P : Dan jadi ini kan Mba Hami ke Jogja mungkin bisa dari ujung Jogja satu ke ujung Jogja lainnya

R : Betul kan namanya juga mau eksplor ya

P : Bener... itu bener sekali. Jadi kalo ini Mba Hami e stay di satu tempat hotel di kota di central Jogja atau setiap tempat yang Mba Hami kunjungin itu beda penginapan lagi, mungkin entah dari endorsemen atau itu memang kemauan pribadi Mba Hami itu gimana Mba Hami?

R : Biasanya beda sih Mas Firly, iya biasanya beda, ya balik lagi biar kita lebih dekat ke tempat lokasi yang mau kita eksplor ya dan kadang-kadang memang... seringnya si, bukan kadang-kadang, seringnya memang e pada saat kita bikin konten ke sana itu ada tim yang memang udah survey dulu sambil e yaitu tadi nyari endorsemen ya kan... O oke sambil eksplor di dekat hotel ini ada tempat wisata apa yang bisa kita eksplor, jadi nyambil-nyambil semuanya gitu

P : Oke bener Mba Hami. Ya jadi, kesimpulannya digital nomaden itu mungkin gak terlalu beda jauh sama WFH ya Mba Hami

R : Betul betul

P : Bedanya kan kalo WFH ini kan mungkin bahasanya aja Work From Home sebenarnya mungkin banyak ya orang yang kerjanya nih gak di rumah tapi misalkan kerjanya dia lagi di Bandung atau lagi pindah, itu kan bisa disebut digital nomaden gak sih menurut Mba Hami?

R : Bener bener, bisa banget dong

P : Karena secara gak langsung WFH itu kan laptop, internet

R : Ya penggunaannya kurang lebih sama ya

P : Kurang lebih sama

R : Cuma nama nge-trendnya aja yang sekarang beda

P : Nama nge-trendnya yang beda ya

R : Betul betul

P : Karena kan digital nomaden sebenarnya mungkin masih sedikit awam ya sebelum ada WFH ini ya mba

R : Betul betul betul, kan nge-trendnya gara-gara PSBB covid covid ini ya, iya gak sih

P : Jadi WFH WFH

R : He.e bener, kalo dulu-dulu mungkin kan bahasa yang memang populernya ya apa namanya e digital nomaden ini, cuma...

P : Lebih internasionalnya

R : Betul... Cuma karena pergeseran e apa, budaya e bukan budaya

P : Bukan budaya, e... situasi mungkin ya, situasional

R : Ya bener, kebiasaan, kebiasaan orang juga mulai berbeda ya jadi adaptasilah ya

P : Adaptasi ya betul... Ya jadi terima kasih banyak nih Mba Hami atas waktunya udah diluangin, maaf sekali mengganggu waktunya

R : Oh nggak

P : Terima kasih banyak sekali lagi udah berkenan diwawancara untuk membantu proses skripsinya gitu yah, sekali lagi terima kasih banyak Mba Hami yah

R : Sama-sama Mas Firly

-Selesai-

