

Atta Halilintar : Agen Strukturisasi Karir Generasi-Z

Yudha, Reza Praditya
Universitas Indonesia
Email: rezapradityayudha@hotmail.com

ABSTRACT

The development of technology and media have been integrated in society to individuals lives. Everyone can have access and skills to use technology to become a prosumer, producer as well as consumer of media content. Technology then transforms roles, needs, and social systems. This includes reconstructing definitions of career, professionalism, and even success. The reconstruction process is not easy, not necessarily, and cannot be carried out by just any individual. Someone needs to be an agent who integrates resources and consistently applies rules. This study uses literature study method to analyze agents who have succeeded in changing the social structure, Atta Halilintar. By basing on the thought of the Giddens' Structuration Theory, the researcher examines the elements of resources that are owned by Atta and his consistency applying the rules. It is not easy to be an agent who is able to change the structure of a social system. Discipline, flexibility, and having strong principles are the keys to Atta utilizing technology and media, to become pioneers who are able to redefine the meaning of career, professionalism, and success in the digital age.

Keyword: *Structuration, Atta Halilintar, Resources, Rules*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media telah terintegrasi dalam kehidupan masyarakat hingga individu. Setiap orang dapat memiliki akses dan ketrampilan menggunakan teknologi untuk menjadi prosumer; penikmat sekaligus pencipta konten media. Teknologi telah menransformasi peran, kebutuhan, hingga sistem sosial. Termasuk salah satunya merekonstruksi definisi karir, profesionalitas, bahkan kesuksesan. Proses rekonstruksi tersebut tidak mudah, tidak serta-merta, dan tidak bisa dilakukan sembarang individu. Seseorang perlu menjadi agen yang mengintegrasikan sumber daya dan konsisten menerapkan perubahan. Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan untuk menganalisa agen yang berhasil merubah struktur sosial, Atta Halilintar. Dengan mendasarkan pada pemikiran Teori Strukturasi Giddens, peneliti menelaah elemen resources yang dimiliki dan konsistensi Atta menerapkan rules. Tidak mudah untuk menjadi agen yang mampu merubah struktur dalam sebuah sistem sosial. Disiplin, fleksibilitas, dan memiliki prinsip kuat menjadi kunci Atta memanfaatkan teknologi dan media, hingga menjadi pionir yang mampu mendefinisi ulang arti karir, profesionalitas, dan kesuksesan di era digital.

Kata Kunci : *Strukturasi, Atta Halilintar, Sumber Daya, Aturan*

PENDAHULUAN

“*Individual mobility means that as one individual moves up, another inevitably moves down. Structural mobility, by contrast, comes about because of changes in the distribution of jobs.*”

Di atas adalah cuplikan pendapat Anthony Giddens tentang mobilitas sosial¹ di era digital. Giddens melihat adanya implikasi baru akibat perubahan sosial pada bidang pendidikan dan pekerjaan. Perubahan sosial telah menciptakan jenis-jenis pekerjaan baru yang tidak selalu memerlukan penguasaan pendidikan tinggi. Bagaimana muara sosial dari keadaan ini nantinya? Apakah profesionalitas sebagai hasil pendidikan tidak diperlukan lagi dalam dunia kerja?

Salah satu pekerjaan yang muncul akibat perkembangan teknologi media adalah menjadi *vlogger* (Staley, 2017). Salah satu situs berbagi video paling terkenal, YouTube, melihat kegiatan membuat dokumentasi dalam bentuk video ini sebagai salah satu pekerjaan baru. Bahkan pada tahun tersebut Google yang juga menyadari potensi bisnis vlogging membayar \$ 1,65 miliar untuk membeli sebagian saham YouTube. Sebagai ilustrasi perkembangan vlogging saat ini, bisa dibandingkan dari pendapatannya dengan seorang pendidik. Guru dengan pangkat tertinggi 4a setelah masa kerja 25 tahun adalah Rp. 4,8 juta per bulan². Bandingkan dengan pendapatan Atta Halilintar, yang dilansir meraup penghasilan ratusan³ hingga milyaran⁴ rupiah per bulan. Atta mendobrak doktrin bahwa untuk sukses dan mudah mendapat pekerjaan, seseorang harus memiliki pendidikan tinggi. Atta bahkan merubah *mindset* bahwa sukses dalam pekerjaan tidak harus menjadi Aparatur

Sipil Negara, pengusaha, eksekutif perusahaan besar, berseragam, atau berkantor di gedung raksasa. Penampilan Atta jauh dari dasi, jas, atau sepatu kulit khas eksekutif muda. Justru ia tampil dengan rambut di cat, berkacamata warna-warni, dan pakaian *casual* seadanya. Atta hanya membutuhkan kamera untuk meraup milyaran rupiah tersebut dengan mengunggah video di YouTube. Konten video Atta hanya hal “recek” tentang *prank*, gerebek rumah artis, *unboxing*, atau menyanyi. Namun Atta menjadi pemecah rekor vlogger YouTuber dengan pengikut paling banyak di Asia Pasific, lebih dari 18 juta subscriber⁵.

Atta Halilintar adalah satu contoh diantara banyak figur lain yang sukses meraih pendapatan melalui YouTube. Figur lain sebelumnya, Briptu Kepolisian Gorontalo Norman Kamaru yang populer dengan video *lipsync* Chaya-chaya. Ia lebih memilih meninggalkan karir militer, sibuk menjadi seleb-YouTube dan sering meninggalkan tugas tanpa ijin hingga dipecat dengan tidak hormat⁶. Norman merubah hirarki sosial dari profesi militer sebagai pilihan yang tidak lebih tinggi dari pekerjaan selebgram.

Satu fenomena tidak kalah menarik adalah kelompok seni gambus Sabyan yang sukses menyita perhatian publik dengan lagu religiusnya⁷. Dari YouTube, perjalanan Sabyan diangkat dalam layar lebar. Penyanyi-penyanyi mancanegara meng-cover Sabyan dalam berbagai versi masing-masing. Hingga juri American Idol meneteskan air mata mendengar lantunan musik yang selama ini hanya hadir di pernikahan kampung atau pengajian di daerah pinggiran. Sabyan adalah *breakthrough* bagi lagu religius di Indonesia yang lama berkiblat pada penyanyi Timur Tengah seperti Maher Zain, Sami Yusuf,

¹<https://www.theguardian.com/commentisfree/2007/may/24/comment.politics>

² <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4311420/diusulkan-jadi-rp-20-juta-segini-gaji-guru-sekarang>

³ <https://mojok.co/red/rame/nafkah/menghitung-penghasilan-atta-halilintar-dari-monetisasi-youtube/>

⁴ <http://makassar.tribunnews.com/2019/02/12/tips-atta-halilintar-dapat-rp-1-miliar-per-bulan-dari-youtube?page=3>

⁵<https://www.youtube.com/channel/UCaKlg1ELiX0zTJ6Je3c5e5A>

⁶<https://regional.kompas.com/read/2011/12/06/12343918/Briptu.Norman.Diberhentikan.Tidak.dengan.Hormat>

⁷<https://www.matamata.com/seleb/2019/05/17/113022/berhasil-raih-kesuksesan-perjalanan-karier-sabyan-gambus-difilmkan>

Harris J., atau minimal keturunan yang masih berparas Arab seperti kelompok Debu atau Hadad Alwi.

Strukturasi Giddens

Dalam menjelaskan hubungan antara individu dan masyarakat, banyak teori sosial terlalu menekankan satu elemen dan mengerdilkan elemen lain. Misalnya Teori Strukturalisme yang menekankan dominasi sistem sosial (bahasa) yang mengatur tindakan individu (Badcock, 2015). Atau teoritis lain yang menekankan kekuasaan individu dalam bertindak dan merubah kehidupan bermasyarakat. Giddens hadir di tengah-tengah dualisme tersebut dengan argumen untuk menjelaskan seberapa bebas tindakan individu dalam masyarakat sebenarnya. Termasuk dalam komunikasi, bahasan tersebut juga penting karena komunikasi menjadi sarana mempertahankan, menciptakan dan menransformasi struktur dalam interaksi sehari-hari. Ketika berada dalam perspektif yang melihat bahwa organisasi dibentuk melalui interaksi, maka komunikasi dianggap sebagai ruang interaktif di mana individu dan kelompok sosial terus dibangun. Disinilah Giddens (1984) dalam Teori Strukturasi menjelaskan perspektifnya tentang komunikasi dalam memengaruhi struktur sosial.

Istilah strukturasi dimaksudkan Giddens untuk menghaluskan persepsi tentang struktur sosial yang kaku. Struktur sosial terus diproduksi, direproduksi, dan ditransformasi oleh tindakan individu. Maka Teori Strukturasi banyak menggambarkan konstruksi dan dinamika kekuatan yang melekat dalam proses sosial.

Konsep sentral teori strukturasi meliputi:

1. Perbedaan antara sistem dan struktur,
2. Dualitas struktur,
3. Model agensi yang refleksif,
4. Peran institusi sosial dalam tindakan,
5. Tiga modalitas struktur,
6. Dialektika kontrol, jarak waktu, dan ruang.

Dalam Teori Strukturasi, Giddens seolah menjembatani oposisi biner antara

dominasi sistem dan tindakan individu. Ia memapakan pemikiran bahwa tidak sepenuhnya individu patuh pada sistem. Melainkan individu adalah *agen* yang aktif memproduksi dan terus-menerus mereproduksi struktur dalam kehidupan bermasyarakat. Agen pun tidak bebas tanpa batas bertindak karena dalam derajat tertentu sistem tetap menjadi koridor untuk membatasi perbuatan individu.

Teori Strukturasi menawarkan model nondeterministik dunia sosial; melihat dunia sosial dan komunikasi manusia memiliki kapasitas yang mampu merubah keadaan. Pandangan tersebut menjembatani perbedaan konseptual antara tindakan dan struktur, stabilitas dan perubahan, juga tingkat analisis makro dan mikro. Struktur yang dimaksud Giddens mencakup *rules* dan *resources* yang tercipta akibat praktik sosial; sekaligus membentuk kontinuitas praktek itu sendiri. Oleh karenanya, struktur berlaku antar ruang dan waktu karena diberdayakan antar generasi dan dimanapun tempatnya.

Inti Teori Strukturasi adalah gagasan bahwa struktur sosial dibuat oleh tindakan manusia; sebagaimana struktur tersebut bekerja untuk membatasi tindakan manusia. Giddens mengistilahkan mekanisme tersebut sebagai *the duality of structure*. Artinya, struktur bisa menjadi *medium* perubahan, sekaligus menjadi *hasil* perubahan itu sendiri. Struktur bisa ditemukan dalam kognisi internal, yaitu dalam *memory traces* tiap agen sekaligus dalam lingkungan eksternal agen, yang teramati dalam wujud *tindakan sosial*.

Giddens menjelaskan tindakan individu selalu berdasarkan *knowledgeability*; yaitu pengetahuan atas perbuatannya dan alasan yang terbentuk oleh *domination*, *signification*, dan *legitimation*. Dominasi muncul dalam bentuk *power* yang mengatur, membatasi, memberi konsekuensi legal, bahkan sanksi pelanggaran dalam masyarakat. Sedangkan *signification* adalah pemaknaan atau pemahaman yang didapatkan dari praktek komunikasi. Terakhir, legitimasi menjadi satu nilai atau norma yang disepakati bersama sehingga

meskipun tidak tertulis secara hukum, namun mendefinisikan satu tindakan dalam kategori baik, buruk, atau pantas dalam masyarakat.

Tidak semua individu disebut Giddens sebagai agen. Hanya individu yang aktif dan kritis yang mampu menjadi agen. Tiap agen akan mendasarkan tindakannya pada proses *reflexive monitoring*, yaitu pengendalian tindakan, *setting*, dan konteks. Selain juga secara internal agen akan berada pada tingkat kesadaran dalam tiap tindakan. Bisa saja tindakan didasari pada kesadaran praktis (*practical consciousness*) misalnya mendengarkan dosen ketika diberi penjelasan, kesadaran yang bisa eksplisit dijelaskan dalam diskursi (*discursive consciousness*) misalnya ketika berargumentasi dalam diskusi dengan dosen, bahkan kesadaran yang diterima tanpa pemikiran atau *taken for granted* (*unconscious motives*) misalnya alasan masuk kuliah tiap pagi tidak selalu didasari pada kebutuhan mencari ilmu. Melalui tindakannya, agen memroduksi dan mereproduksi struktur. Sekaligus melalui *reflexive monitoring*, agen juga akan menransformasikan struktur tersebut.

Aplikasi teori strukturasi misalnya dalam konseptualisasi dan studi teknologi komunikasi. Beberapa alasan yaitu, pertama, karena teknologi menjadi media yang meetas dimensi ruang dan waktu dalam pelaksanaan praktek sosial. Alasan kedua adalah, karena keberhasilan penerapan teknologi banyak dipengaruhi konteks sosial atau budaya. Maka adopsi teknologi baru adalah kesempatan untuk penataan kembali struktur sosial. Artinya, pengguna teknologi membawa *rules* dan *resources* untuk mendukung kegiatan dan keyakinan ketika menggunakannya; sebagaimana kemudian *rules* dan *resources* juga membentuk bagaimana teknologi akan dianggap dan digunakan. Implementasi teknologi pada akhirnya menjadi bagian dari konteks budaya untuk diambil aktor hingga ditransformasi oleh agen. Teori Strukturasi mengembalikan diskusi dari proses pengorganisasian yang lebih fokus pada interaksi sosial, kembali pada komunikasi

sebagai media utama perubahan struktur sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dipaparkan dalam bentuk deskripsi analisis. Peneliti menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*) yang secara teliti dan sistematis mengumpulkan, memilah, dan menganalisis semua informasi relevan terkait kajian strukturasi. Informasi didapatkan dari buku, majalah elektronik, serta penelusuran internet demi mendapat satu analisa komprehensif.

Dokumen dan penelusuran melalui internet dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan pemikiran Giddens dalam Teori Strukturasi. Teori ini dinilai tepat karena menjelaskan bagaimana seseorang perlu menjadi agen yang memiliki sumber daya dan konsisten menerapkan aturan untuk merubah sebuah struktur dan sistem. Di era digital, kesempatan menjadi agen bisa dimiliki setiap orang. Namun ternyata, tidak semua orang mampu menjadi agen yang bisa merubah bahkan merekonstruksi struktur atau sistem.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Struktur Sosial tentang Karir

Butterfield (2016) menuliskan lima poin penting untuk meraih kesuksesan dalam karir. Peringkat pertama adalah pendidikan dan pelatihan formal, memilih karir yang berjenjang, mempersiapkan pengalaman dan prestasi penunjang, mengenali perubahan sektor pekerjaan, dan bahkan siap untuk menerima perubahan pekerjaan dalam rentang tiap 3-4 tahun. Namun poin tersebut nyatanya tidak berlaku untuk kesuksesan karir era milenial saat ini.

Tentu tidak serta-merta tesis Butterfield yang didapatkan dari observasi sekian waktu di beberapa tempat menjadi tidak berlaku. Struktur sosial telah meneguhkan dan mengakomodir keadaan tersebut. Tetapi, subjek dan objek struktur sosial adalah manusia yang aktif, berakal, berkembang, dan mempunyai tujuan dalam tiap tindakannya. Tujuan (atau juga intensi, alasan, dan motif) menjadikan manusia

sebagai *agen* yang memiliki kapasitas untuk membuat aktifitasnya memberi dampak dan kekuatan (Giddens, 1984).

Lima poin yang dituliskan Butterfield (2016) seolah menjadi keharusan umum dalam struktur sosial. Dimulai dari keluarga, orang tua mendoktrin anak harus sekolah setinggi-tingginya di universitas dan jurusan tertentu, agar kelak tidak kesulitan mencari pekerjaan. Bertahun-tahun, profesi sebagai ASN, militer, dan kedokteran menempati posisi tertinggi untuk diperebutkan karena jaminan gaji pensiun. Asumsinya, di masa tua pekerjaan tersebut tetap memberi pendapatan, tidak terpengaruh perubahan ekonomi sosial, dan pasti jumlah gaji atau jenjang karirnya.

Tapi perubahan teknologi media ternyata membuka lapangan pekerjaan baru. Saat ini setiap orang memiliki kesempatan untuk menjadi *prosumer* (Toffler, 1980); artinya aktif sebagai *produsen* bukan hanya sebagai *konsumen* penikmat informasi. Atau istilah lain, *produsage* (Bruns, 2007), pengguna internet yang bisa membuat *production* sekaligus dengan aktif memanfaatkan (*usage*) teknologi media. Struktur yang berada dalam dimensi ruang dan waktu, ikut diretas perkembangan teknologi media. Hal ini karena perkembangan digital itu sendiri yang telah menghilangkan batas dimensi ruang dan waktu. Teknologi media menjadi *resources* terpenting dalam strukturasi ini. Ia menjadi dualitas struktur karena menjadi *media* perubahan, sekaligus *hasil* dari strukturasi itu sendiri. Melalui teknologi media, terjadi transformasi nilai dan makna tentang karir/pekerjaan, kesuksesan, dan profesionalitas. Sebagai hasil strukturisasi; muncul pekerja baru, kebutuhan baru, atau bidang usaha baru saat ini.

Memberdayakan Karakter Generasi-Z

Atta yang lahir tahun 1994, termasuk dalam generasi Y atau milenial. Ia dengan cerdasnya mengelola *resources* yang dimiliki dan konsisten dengan *rules* yang ditetapkan untuk membuat vlog-nya diminati pasar. Vlog disini berlaku sebagai media yang mudah digunakan untuk

memberi informasi, mempengaruhi, bahkan merubah gaya hidup penontonnya (Burton, 2004). Atta menyadari pangsa terbesarnya adalah pemirsa dari Generasi Z. Maka Atta membangun *knowledgeability* dengan memahami karakter dan preferensi Gen-Z untuk kemudian diakomodir di konten vlog.

Malik (2019) mengungkapkan gaya hidup dan faktor ekonomi memberi pengaruh besar pada perilaku seseorang. Pertimbangan tersebut juga menjadi poin sumber daya Atta. Sebagai negara mayoritas muslim, latar belakang Atta yang dibesarkan dengan nilai religius Islam kuat menjadi daya tarik. Ibu dan semua saudara perempuannya berhijab, filosofi keluarganya untuk menjadi shaleh, shalehah, bertakwa, sering bersedekah, *stay connected to Allah*, banyak anak akan membawa banyak berkah, bahkan kesuksesan adalah ketika meninggal dalam keadaan *husnul khotimah* bermakna religius. Gaya hidup Atta dan keluarganya yang jatuh bangun dari ekonomi rendah hingga sukses, mandiri, menyenangkan dengan hobi bepergian ke seluruh dunia, demokratis membebaskan anak-anaknya membuka bisnis di bidang apapun, *open mind* dengan teknologi media, dan *up date* dengan tren remaja menjadi inspirasi masyarakat. Proses akomodasi berbagai narasi itulah yang melibatkan *reflexive monitoring*, *practice consciousness*, dan *discursive consciousness*.

Gen-Z adalah sebutan untuk generasi yang lahir sejak 2001. Saat ini, jumlah Gen-Z mewakili 1/3 penduduk dunia atau 7.7 miliar. Generasi ini identik dengan modernitas, anti-millennial, *tech-savvy millennial*, *self-made youtube stars*, wirausahawan *on-line*, pengode ahli, dan memahami dunia dari gawai (Forbes, 2018). Beberapa isu global yang mewarnai tahun kelahiran generasi ini adalah resesi ekonomi, pernikahan sesama jenis, adiksi mariyuana, terorisme, pemanasan global, dan kekerasan senjata. Lebih spesifik, beberapa karakter Gen-Z adalah sebagai berikut :

1. Menerapkan norma gender baru : gender tidak lagi mendefinisikan

- personal seseorang. Tiap orang adalah unik dan berbeda, tidak peduli dengan gender yang dimiliki.
2. *Socially-minded* : menyadari efek sebuah merek terhadap relasi sosial.
 3. *B.S (bullshit) Meter* kuat : memahami berita palsu, otentitas, dan filter kuat.
 4. *In-store shopping* : masih menyukai belanja langsung.
 5. *Embrace individuality* :mementingkan kepribadian, eksklusivitas, timbal-balik, dan tanggung jawab.
 6. *Frugal & Debt averse* : mementingkan harga, kualitas, dan kesepakatan sebelum membeli.

Gen-Z lahir menggantikan tren generasi milenial. Sebelumnya, arus globalisasi menjadi tanda lahirnya generasi milenial yang meretas budaya populer. Generasi milenial juga lebih menyadari konsep pluralitas dan ragam budaya. Oleh karenanya komunitas hadir sebagai wadah baru menguatnya pemahaman konsep tersebut. Nah, Gen-Z memanfaatkan perkembangan teknologi dan media bukan hanya pada eksistensi kelompok, namun hingga ke individu. Bahkan Gen-Z mengenali dunia, menciptakan eksistensi diri, dan mendapat *self-fulfilling prophecy* hanya dari yang tampak di gawai.

Strukturisasi Karir di Era Digital

Atta Halilintar yang termasuk generasi milenial, memanfaatkan teknologi media untuk menangkap tren Gen-Z, melihat keuntungan darinya, dan mungkin tanpa sengaja memiliki *unconscious motives* untuk menransformasi definisi tentang karir era digital. Apa yang dilakukan Atta adalah proses yang panjang, sebuah *reflexive monitoring* untuk membangun *knowledgeability* tentang materi apa yang akan ditampilkan, siapa yang akan melihat, mengapa atau keuntungan apa yang akan ia dapatkan dengan mengunggah vlog?

Atta menjadi agen, tidak sekedar YouTuber, karena memiliki *resources* dan menetapkan *rules* yang berbeda dengan vlogger lain. *Knowledgeability* Atta tentang definisi vlog, karakter pemirsa, pemilihan materi, dan dukungan tim adalah *resources*

Atta. Sejak awal Atta beruntung karena membangun vlog berdasarkan ketertarikan pasar; bagaimana masyarakat tertarik dengan kehidupan keluarganya yang memiliki 11 anak, suka duka, ekonomi keluarganya, dan penasaran dengan kegiatan keluarganya yang sering menjelajah seluruh dunia. Narasi tersebut menjadi titik tolak *resource* yang langka dimiliki oleh vlogger lain.

Resource kedua Atta adalah lingkungan keluarganya. Orang tuanya yang *open mind*, memiliki tingkat ekonomi memadai, demokratis, dan memberlakukan sistem pendidikan *home schooling* membuat Atta memiliki dukungan, fasilitas, waktu, dan kebebasan membuat vlog. Selain juga keluarga Atta sering bepergian, sehingga banyak materi konten dan informasi menarik yang dibagi. Yang menarik juga adalah keluarganya yang kental dengan nilai keislaman. Di dalam mayoritas Islam dan tren hijrah, kultur keluarga Atta mampu berada di tengah-tengah seluruh lapisan masyarakat dan diterima khalayak luas. Atta tetap menampilkan nilai keislaman dalam perilaku atau ucapannya, merepresentasikan anak muda dengan usia dan penampilannya, *open mind* dengan pemilihan konten dan kolaborasinya dengan kalangan masyarakat apapun.

Resource ketiga Atta adalah kepekaannya untuk membuat tim dalam memproduksi vlog. Di awal menjamurnya vlogger, kegiatan mengunggah dokumentasi di YouTube hanya dipandang sebagai hal iseng yang bisa dilakukan secara pribadi. Namun Atta menyadari, adanya mekanisme AdSense yang menguntungkan secara materiil di balik kegiatan ini. Maka ia membentuk tim sehingga mampu membuat materi lebih terstruktur karena ada pihak yang meriset pasar, kualitas video editingnya lebih bagus karena ada tim kreatif, kontennya lebih variatif karena tim membuat kolaborasi, kerjasama, atau pengembangan dengan berbagai pihak.

Semua *resources* ditetapkan Atta menjadi *rules* sehingga menjadi indikator profesionalitas. Jika karir atau pekerjaan biasa mempunyai jam kerja dari jam 9 pagi

sampai 5 sore, Atta menetapkan aturan untuk mengunggah satu konten setiap harinya.

Intan, dkk. (2019) memaparkan *gaya* dapat membangun identitas yang menjadi hal penting dan berimplikasi pada penilaian orang lain. Lebih dari sekedar identitas berupa gaya berpakaian, salam sapaan, atau penampilan yang mudah ditiru, konsistensi untuk mengunggah setiap hari ini lebih merepresentasikan *resources* Atta. Ia menjaga konsistensi tersebut, menjadikannya target, dan peraturan kerja untuk tim. Konsistensi Atta juga menjadi pembedanya diantara ribuan Youtuber lain. Sehingga, bukan hanya kegiatan untuk mengisi waktu luang, namun semua pihak dalam tim bekerjasama dan memiliki tanggung jawab. Struktur yang dibangun Atta tersebut adalah transformasi dari kultur konvensional birokrasi Weber (1966, dalam Serpa & Ferreira, 2019) atau manajemen Fayol (1984).

Rules yang juga terlihat adalah bagaimana Atta bisa tetap interaktif dan mengakomodir kepentingan stakeholder. Manajemen Atta dengan cepat membalas komentar, memenuhi permintaan, menalin kerjasama, atau kolaborasi dengan berbagai pihak. Atta juga terlihat fleksibel dan adaptif dengan rekan kolaborasinya. Ada saatnya ia tampil sopan dengan presiden⁸, atraktif dengan rekan sepermainannya⁹, simpati dengan isu sosial¹⁰, empati dengan rakyat kecil¹¹, atau mewah dengan sosialita¹².

Atta juga menetapkan *rules* berupa upah untuk tim, yang menjadi transformasi pendapatan sebagai indikator kesuksesan dan profesionalitas. Bukan hanya sesuai UMR, bahkan di awal tulisan ini menjelaskan pendapatan Atta yang mencapai miliaran tiap bulan menunjukkan pendapatan vlogger mampu di atas ASN, wiraswasta, bahkan pengusaha. *Rules*

diterapkan Atta secara konsisten, rutin, dan kontinyu. Rutinitas inilah yang bisa menjadi kunci strukturisasi. Tanpa rutinitas, ia akan sulit diikuti dan larut dalam kontestasi struktur-struktur sosial.

Tabel 1
Perbandingan Elemen Manajemen

Fayol	Weber	Atta
Division of work	Labor division according to specialization	Rekrutmen berdasarkan keahlian dan subjektif
Authority	Hierarchical system of authority	Atta sebagai pimpinan
Discipline	Procedure of work	Konsisten unggah konten tiap hari
Unity of Command	Selection and promotion	Gaji dan bonus
Unity of Direction		Tanggung jawab pekerjaan berdasarkan penunjukkan dan mufakat
Renumeration		
Centralization		
Scala chain		
Order	Legitimate power	Atta juga mematuhi aturan manajemen
Esprit de corps		Kekeluargaan, keintiman

Sumber : Fayol, 1984; Weber, 1966

Selain tindakan Atta berdasarkan *knowledgeability*; ia juga memiliki alasan yang terbentuk oleh dominasi, signifikasi, dan legitimasi. Dominasi muncul dalam bentuk *power* orang tua atau aturan YouTube yang mengatur, membatasi, memberi konsekuensi legal, bahkan sangsi. Misalnya untuk tidak menayangkan konten berbau porno, SARA, atau diskriminatif. Sedangkan signifikasi adalah pemaknaan atau pemahaman yang didapatkan dari interaksi dengan pasar dan pihak terkait. Misalnya memahami kemauan pemirsa, mengakomodir permintaan fans, atau pihak yang bekerjasama. Terakhir, legitimasi menjadi satu nilai atau norma yang disepakati bersama seperti penampilan yang tetap sopan, tutur yang menghormati, konten edukatif, atau tetap menyelipkan nilai kesatuan dan keberagaman.

⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=9SH6QcPNfT4>

⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=IFu3RzcMUtg>

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=gOh09aeYkoY>

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=-wSVqJutCLM>

¹² <https://www.youtube.com/watch?v=HCCzfu1ZGqk>

Vlog Atta adalah sebagai *media* untuk menstrukturisasi diskursus baru tentang karir. Diskursus tersebut terus berkontestasi dengan struktur lama, dengan definisi karir-karir yang telah dipercaya membawa kesuksesan dan dikatakan profesional oleh masyarakat. Misalnya sebagian orang tua akan melarang anaknya untuk ikut membuat vlog, menyuruh kuliah di jurusan atau universitas tertentu demi menjadi dokter, memaksa ikut tes ASN, bahkan masyarakat memandang vlogging bukan sebagai pekerjaan yang menjamin masa depan. Namun vlog juga menjadi *dualitas struktur* yaitu selain sebagai *media* dialektika, juga sebagai *hasil* strukturisasi itu sendiri. Jumlah pemirsa, pelanggan, profit dari *AdSense*, penghargaan, dan berbagai apresiasi lain yang diterima Atta menunjukkan afirmasi masyarakat atas struktur baru yang diproduksi, direproduksi, hingga ditransformasi. Lihat saja betapa artis yang lebih dahulu berkecimpung di dunia hiburan kini berlomba-lomba membuat vlog serupa.

Selain *reflexive monitoring* yang dimiliki melalui pengetahuan (*knowledgeability*) atas *resources* dan penerapan *rules*, Atta juga mengontrol dan mengelola level *consciousness*. Kesadaran ini bukan hanya dilakukan Atta sengaja, namun juga tidak sengaja karena nilai-nilai kesadaran tersebut telah terinternalisasi dalam dirinya. Secara sengaja, Atta telah menciptakan sistem untuk mengontrol *rules*, misalnya melalui pengecekan tim editing atau *script* yang telah dipersiapkan. Selain melalui judul, di awal video biasanya Atta menjelaskan apa yang akan dilakukan dalam sebuah vlog. Ketika Atta mampu menjelaskan atau secara eksplisit tertulis dalam narasi vlog, disitulah menjadi *discursive consciousness*. Ketika beberapa kali Atta tertangkap kamera menerapkan nilai-nilai yang telah dianutnya, terlihat manifestasi *practice consciousness*. Misalnya sebagai muslim Atta menutup mata saat melihat bagian tubuh lawan

jenis¹³, mengucapkan doa-doa Islam sebelum makan, atau duduk ketika minum sebagaimana adab orang Islam¹⁴.

Level kesadaran yang mungkin tidak disengaja Atta adalah strukturisasi itu sendiri. Ketika Atta menjelaskan unggahan awal vlog hanya untuk berbagi, iseng, bahkan kemudian mendapatkan profit; ia tidak menyadari telah menjadi *trendsetter*. Dengan disiplin, Atta menerapkan *rules* secara rutin dan mengembangkan *resources* dengan kolaborasi atau kerjasama. Ajegnya rutinitas itu menjadi struktur yang mudah diikuti dan kuat dalam kontestasi sosial. Berapa kali Atta sadar ketika tiap hari harus mengunggah vlog adalah demi membentuk struktur atau definisi baru tentang kesuksesan atau profesionalitas? Atau pernahkah terlintas di benak Atta untuk mengajak masyarakat menjadikan vlogging sebagai karir? Mungkin tidak pernah. Tanpa disadari, perilaku tersebut menjadi *unconsciousness motives* yang justru berimplikasi besar pada struktur sosial.

KESIMPULAN

Transformasi akibat perkembangan teknologi media membawa banyak implikasi. Diantaranya adalah makna sosial tentang pekerjaan, kesuksesan, dan profesionalitas. Pekerjaan bukan lagi menjadi aktivitas yang dikerjakan di kantor dari jam 9 hingga 5 sore demi mendapat UMR. Pekerjaan saat ini bisa dilakukan dimana dan kapan saja dengan gaji yang bisa direncanakan sendiri. Kesuksesan juga bukan berarti memiliki materi berupa rumah atau mobil. Saat ini, tanpa memiliki, masyarakat bisa merasakan fasilitas mobil atau tempat tinggal dimana pun. Untuk sukses membuka lapangan kerja, bahkan bukan lagi dengan modal ekonomi, sosial, atau ditentukan usia. Namun yang utama adalah kreatifitas. Karena bahkan dengan sendiri pun, sejak usia sangat dini, seseorang bisa meraih kesuksesan.

¹³<https://www.youtube.com/watch?v=TYJuPmw7Mwk>

¹⁴https://www.youtube.com/watch?v=YLCT_UnlPXm

Sedangkan profesionalitas, bukan berarti lulus pendidikan formal dengan nilai tertinggi, meraih prestasi, menjalani training, atau menghasilkan buku. Profesional adalah konsisten untuk terus berkarya, terampil dan adaptif terhadap perubahan, peka, serta berani mengambil peluang usaha.

Atta Halilintar bukan sekedar memproduksi/mendokumentasikan video di YouTube. Namun ia juga memanfaatkan teknologi media untuk menjadi *resources* dan rutin atau konsisten menerapkan *rules*. Atta dengan kesadaran praktis dan diskursif mampu mawas diri (*reflexive monitoring*) dan menuangkan pemikiran serta pengetahuannya tersebut dalam materi kontennya. *Knowledgeability* Atta baik dalam pemahaman atas kontennya, kemauan pemirsa YouTube, sekaligus bagaimana mendapatkan profit dari YouTube. Dengan kata lain, Atta mampu mereproduksi hingga menransformasi struktur sosial dalam mendefinisikan sebuah kesuksesan, karir, atau profesionalitas baru.

Struktur yang diciptakan Atta dan vlogger lain adalah media atau wadah untuk mengontestasi diskursus tentang vlogging sebagai pekerjaan baru. Demikian pula penghargaan YouTube dan pendapatan atas vlog-vlog tersebut adalah hasil dan bukti pengakuan masyarakat atas struktur yang diciptakan Atta dan vlogger lain. Singkatnya, Atta dan vlogger lain membangun dualitas struktur atas definisi baru atas kesuksesan, karir, dan profesionalitas melalui vlog di YouTube. Atta atau siapapun bisa membangun struktur baru dengan memberdayakan *resources* atau menetapkan *rules* baru. Namun struktur yang telah ada juga akan tetap menjadi koridor sehingga kontestasi dan transformasi struktur baru tidak akan tercipta terlalu berbeda atau utopis.

DAFTAR PUSTAKA

Bruns, Axel. 2007. *Produsage: Toward a Broader Framework of User-Led Content Creation*. Australia: Queensland University of Technology.

- Burton, Graeme. 2004. *Media and Society : Critical Perspectives*. Open University Press.
- Butterfield, Jeff. 2016. *Illustrated Course Guides : Professionalism - Soft Skills for a Digital Workplace, 2e*. Cengage Learning
- Fayol, Henri. 1984. *General and Industrial Management*. IEEE Press.
- Forbes. Gen Z : New Gender Norms, Fake News, Frugality, & the Rise of Retail's Next Power Generation. Greg Petro. Oktober, 2018-10-14
- Giddens, Anthony. 1984. *The Constitution of Society*. Berkeley & Los Angeles : University of California Press.
- Intan, Theresia dkk. *Gaya Hidup dalam Media Sosial*. Jurnal Lontar Vol. 7 No. 1 Januari-Juni 2019.
- Malik, Abdul. *Prostitusi On Line dan Komodifikasi Tubuh*. Jurnal Lontar Vol. 7 No. 1 Januari-Juni 2019.
- Serpa, Sandro & Ferreira, Carlos Miguel. "The Concept of Bureaucracy by Max Weber". *International Journal of Social Science Studies*. Vol. 7, No. 2; March 2019. Redfame Publishing
- Staley, Erin. 2017. *Vloggers & Vlogging*. New York : The Rosen Publishing Group, Inc.
- Toffler, Alvin. 1980. *The third wave: The classic study of tomorrow*. New York, NY: Bantam.
- Weber, M. 1966. *The basics of bureaucratic organization: A construction of the ideal type*. Rio de Janeiro: Zahar Editores.