

Representasi Budaya Belanja *Online* Dalam *Series* Keluarga Somat

Rafi'i¹, Lilik Murdiyanto²

¹ Universitas Sahid, ravi3_1211@ymail.com

² Universitas Sahid, lilikmurdiyanto.real@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Received Jul, 2024

Revised Aug, 2024

Accepted Aug, 2024

Kata Kunci:

Animasi, Representasi, Televisi,
Youtube

Keywords:

Animation, Representation,
Television, Youtube

ABSTRAK

Tontonan di televisi dan Youtube memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pandangan seseorang. Termasuk dalam membangun opini publik masyarakat dari berbagai kalangan dan usia. Termasuk bagi anak-anak melalui tontonan animasi atau dikenal sebagai kartun. Salah satu *series* animasi yang hingga saat ini masih sering ditayangkan melalui televisi dan dapat dicari di Youtube berjudul Keluarga Somat. *Series* animasi ini menjadi salah satu tontonan keluarga yang ditujukan kepada anak-anak. Meski demikian dalam setiap episode-nya selalu menayangkan fenomena yang *relate* dengan kehidupan masyarakat. Salah satu fenomena yang ada adalah belanja *online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi fenomena belanja *online* yang dikonstruksi melalui *series* animasi anak-anak berjudul Keluarga Somat. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti melakukan analisa teks dari tayangan Keluarga Somat yang ditayangkan ulang melalui Youtube. Di sini peneliti menggunakan data dari tayangan tersebut sebagai unit analisis dalam melakukan penelitian tersebut. Hasil dari penelitian ini menyoroti bahwa animasi Keluarga Somat menggambarkan perubahan sosial dan budaya di masyarakat desa melalui kemudahan dan aksesibilitas teknologi belanja *online*, yang mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, terdapat kesenjangan pemahaman teknologi antara generasi yang lebih tua dan generasi muda, yang dapat mempengaruhi dinamika sosial di desa.

ABSTRACT

The shows on television and YouTube have the power to influence individual perspectives, including shaping public opinion across various demographics and ages. This is also true for children through animated shows, commonly known as cartoons. One such animated series that continues to air on television and can be found on YouTube is titled "Keluarga Somat." This series is a family show primarily aimed at children, yet each episode often depicts phenomena relevant to societal life. One such phenomenon is online shopping. This study aims to explore the representation of the online shopping phenomenon as constructed through the children's animated series "Keluarga Somat." The research employs a qualitative approach, analyzing the text from episodes of "Keluarga Somat" available on YouTube. The researcher uses data from these episodes as the unit of analysis. The findings of this study highlight that the "Keluarga Somat" animation illustrates social and cultural changes in rural communities through the convenience and accessibility of online shopping technology, which promotes consumer behavior. Additionally, there is a technological understanding gap between older and younger generations, which can affect the social dynamics within the village.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Rafi'i

Institution: Universitas Sahid

Email: ravi3_1211@ymail.com

1. PENDAHULUAN

Fenomena belanja *online* saat ini telah menjadi budaya masyarakat yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Hal ini tidak terlepas dari perkembangan teknologi yang tidak hanya dimanfaatkan untuk bekerja. Namun dalam kehidupan sehari-hari teknologi tersebut telah menjadi kebutuhan primer. Baik sekedar untuk mencari informasi, berkomunikasi, hingga berbelanja. Hal ini-lah yang kini menjadi pemicu meningkatnya budaya konsumtif dari masyarakat. Bahkan dengan adanya teknologi baru, setiap orang yang berada di rumah dapat bersantai namun sambil melakukan aktivitas belanja.

Fenomena ini ditangkap dengan baik oleh media massa dan media baru. Di mana setiap media melalui konten yang diproduksi memanfaatkan fenomena sosial ini sebagai bahan untuk memproduksi sebuah karya. Salah satu konten *series* animasi yang mengangkat isu dari budaya konsumtif belanja *online* ini adalah Keluarga Somat. *Series* animasi Keluarga Somat tidak hanya dapat dicari melalui kanal Youtube. Namun di televisi tayangan ini masih sering diutar sehingga menjadi konsumsi publik. Khususnya bagi penonton anak-anak.

Series animasi Keluarga Somat banyak mengisahkan kehidupan keluarga kelas sosial bawah yang hidup di perkampungan. Hal ini menjadi kajian menarik, sebab kondisi masyarakat kelas bawah dikonstruksi oleh media yang memiliki kepentingan ekonomi politik untuk mendapat keuntungan. Dalam hal ini media mengonstruksi kehidupan masyarakat kelas sosial bawah menjadi komoditas untuk dipertukarkan menjadi keuntungan materiil.

Tentunya hal ini tidak lepas dari upaya media melakukan konstruksi fenomena yang ada di masyarakat. Budaya belanja *online* menjadi tren yang kuat sejak kemunculan media baru. Kehidupan masyarakat mulai berubah bahkan dapat mematikan toko *offline* karena banyaknya konsumen di toko *online*. Namun bagi orang dari perkampungan tidak semuanya memahami aturan dan risiko dari aktivitas belanja *online*. Hal ini lah yang dimanfaatkan untuk membangun cerita dalam salah satu episode Keluarga Somat.

Salah satu *series* pada animasi Keluarga Somat menggambarkan dengan baik fenomena tersebut, bahkan menjadi hiburan keluarga. Khususnya bagi anak-anak yang menyukai film animasi. Hal ini dapat menjadi bagian dari upaya pihak televisi atau produsen untuk memberikan tayangan edukatif bagi masyarakat. Hal ini juga dapat dilihat dari perspektif literasi digital, di mana pemahaman masyarakat tentang pemanfaatan media baru sangat penting. Ketika pemahaman ini kurang dimengerti, khususnya dalam konteks belanja *online*, dapat beresiko masyarakat menjadi korban penipuan. Terutama semakin besarnya potensi kejahatan digital membuat tayangan hiburan perlu memberikan edukasi ke masyarakat untuk berhati-hati dalam transaksi di media digital.

Fenomena yang dikemas dalam bentuk edukasi melalui tayangan animasi ini tidak lepas dari prakti representasi media. Di mana praktik representasi tersebut dengan menghadirkan fenomena yang terjadi di lapangan. Kemudian dihadirkan menjadi sebuah video yang dapat menggambarkan fenomena tersebut dan dinikmati oleh khalayak media.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui representasi fenomena belanja *online* yang dikonstruksi melalui *series* animasi anak-anak berjudul Keluarga Somat. Manfaat dari penelitian ini sebagai upaya peneliti untuk membangun kesadaran kolektif masyarakat khususnya penonton Keluarga Somat untuk memahami kondisi sosial yang kini terjadi. Selain itu, penelitian ini penting

sebagai bagian dari kontribusi peneliti untuk meningkatkan pemahaman terkait dengan strategi media dalam melakukan representasi sebagai hiburan masyarakat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Representasi dapat digunakan untuk membangun pandangan tentang konsep kehidupan manusia. Baik dari sisi materialistik, kelas sosial, simbolik, dan sebagainya. Ketika melihat suatu fenomena di masyarakat melalui bentuk representasi sosial, akan muncul sebuah kritik sosial dalam melihat fenomena tersebut (Putra, 2023). Representasi seringkali digunakan untuk melakukan kajian dalam film atau tayangan audio visual karena dapat menegaskan bahwa tayangan tersebut digunakan sebagai media oleh kreatornya dalam menyampaikan pesan (Rahman, 2020). Di sisi lain representasi juga dimanfaatkan untuk membangun sebuah gambaran atau perwikan mengenai kehidupan manusia (Giovani, 2020).

Representasi yang ada di Keluarga Somat difokuskan pada aktivitas belanja *online*. Hal ini tidak lepas dari bagian budaya konsumtif yang muncul akibat perkembangan media baru. Seperti halnya ketika melihat fenomena TikTok Shop yang mendorong banyaknya masyarakat yang melakukan belanja *online*. Hal ini karena adanya promosi yang masif dan pada akhirnya mempengaruhi keinginan masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan. Pola konsumsi informasi itu menimbulkan adanya budaya konsumen yang tinggi untuk membentuk gaya hidup (Rosmiati, 2022).

Aktivitas yang kini semakin masif telah menjadi kebiasaan umum bagi masyarakat modern. Mereka memiliki kebiasaan berbelanja dan menjadi suatu gaya hidup dan budaya baru dalam masyarakat (Lestari et al., 2023). Hal ini lah yang diangkat dalam *series* animasi Keluarga Somat untuk menjadi bahan tontonan bagi masyarakat. Budaya konsumtif yang direpresentasikan melalui tayangan untuk hiburan tentu memiliki nilai tersendiri bagi penonton. Hal ini lah yang seringkali membuat fenomena sosial memiliki nilai jual untuk dikomodifikasi dalam tayangan media.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa teks verbal dan visual dengan teknik analisis wacana multi modal. Analisis wacana multi modal menawarkan teknik yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti untuk menganalisis sebuah pesan. Di mana pesan tersebut diproduksi dalam bentuk visual dan verbal (termasuk teks tertulis). Dalam hal ini teks verbal dan visual dimanfaatkan untuk membangun sebuah narasi cerita. Dengan demikian unit analisis yang berupa data primer dari penelitian ini menggunakan tayangan dari *series* animasi Keluarga Somat yang telah diputar ulang melalui kanal Youtube. Selain data primer yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti juga menggunakan data sekunder yang berasal dari buku dan jurnal. Data-data tersebut digunakan sebagai referensi untuk memperkuat hasil temuan sekaligus melakukan validasi penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik triangulasi teori. Di mana temuan dari penelitian ini divalidasi dengan teori yang sudah ada, yaitu teori representasi dari Stuart Hall untuk melihat fenomena yang terjadi. Serta diperkuat dengan teori budaya konsumsi untuk membangun narasi dari budaya yang saat ini menjadi tren masyarakat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena belanja *online* saat ini telah menjadi budaya yang banyak dilakukan masyarakat. Aktivitas belanja tersebut telah mendorong adanya budaya konsumtif karena adanya kemudahan dalam proses transaksi jual beli. Hal ini membuat setiap orang yang telah memiliki akses ke internet cenderung memilih belanja melalui teknologi ini daripada dengan cara konvensional. Fenomena ini direpresentasikan pada animasi Pak Somat dengan mengambil perspektif lokalitas. Di mana adopsi

teknologi digital khususnya di pedesaan atau perkampungan ditampilkan masih kurang. Hal ini ditunjukkan melalui beberapa *scene* dan keadaan pada saat berkomunikasi.



Gambar 1. Pak Somat berbincang dengan pemuda di lingkungan kantor

Pada gambar 1 diperlihatkan *scene* di mana pak Somat sedang berbincang dengan seorang pemuda di tempatnya bekerja. Hal ini dipicu karena pemuda tersebut fokus melihat *smartphone* sambil berjalan. Hal ini kemudian dilihat pak Somat bahwa pemuda tersebut tengah berbelanja *online*. Dalam percakapan tersebut, pemuda menjelaskan bahwa aktivitas ini dirasa lebih aman, praktis, dan cepat. Meski barang yang dibeli adalah barang sederhana seperti kaos kaki. Namun dalam percakapan tersebut ditonjolkan bahwa penggunaan teknologi digital saat ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan aktivitas konsumsi.

Dalam percakapan antara pak Somat dan pemuda di lingkungan pabrik, terlihat adanya gap pemahaman teknologi antara generasi *baby boomers* dan generasi Z (Siregar et al., 2023). Somat, yang mewakili generasi *baby boomers*, menunjukkan kebingungannya dengan istilah *online* yang digunakan oleh pemuda, yang mewakili generasi Z. Kebingungan tersebut ditunjukkan dari fasilitas dan kemampuan teknologi yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi belanja *online* sudah umum digunakan oleh generasi muda. Namun hal ini juga direpresentasikan menjadi teknologi yang 'asing' bagi generasi yang lebih tua. Ketidapahaman ini merepresentasikan adanya kesenjangan pengetahuan teknologi antara kedua pihak.

Pengalaman dan paparan terhadap teknologi ditunjukkan sangat berbeda antara generasi tersebut. Pemuda sebagai generasi Z digambarkan dengan mudah memahami dan menggunakan teknologi *marketplace*. Hal ini menunjukkan bahwa budaya konsumtif digital telah menjadi bagian integral dari kehidupannya (Anugrafianto, 2023). Sebaliknya, Somat menunjukkan ketidapahaman dan ketertarikan yang canggung terhadap teknologi tersebut. Hal ini menggambarkan bahwa generasi yang *baby boomers* dianggap kurang terpapar dan kurang terbiasa dengan teknologi baru. Sedangkan generasi Z lebih adaptif dan nyaman dengan inovasi teknologi ini.

Representasi budaya dalam percakapan fenomena ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya dipahami sebagai alat, tetapi juga sebagai fenomena budaya yang dipengaruhi oleh generasi. Generasi Z yang tumbuh dengan teknologi digital, memiliki pemahaman yang lebih mendalam dan integratif terhadap teknologi, sementara generasi *baby boomers* ditunjukkan mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan teknologi yang cepat. Gap pemahaman ini dapat mempengaruhi dinamika sosial dan profesional di lingkungan kerja, menunjukkan pentingnya kesadaran dan upaya untuk menjembatani kesenjangan teknologi antar generasi.



Gambar 2. Yu Darmi dan bu Yati datang ke warung bu Inah

Selain *scene* pak Somat dan pemuda di kantor, representasi atas adopsi teknologi bagi masyarakat di pedesaan juga ditunjukkan melalui *scene* selanjutnya. Pada gambar 2 terlihat percakapan antar ibu-ibu ditunjukkan dengan latar di desa, tepatnya di warung bu Inah. Warung ini sekaligus menggambarkan ruang publik yang biasa dibentuk oleh ibu-ibu di pedesaan. Mereka tidak hanya sebatas belanja, melainkan membangun tempat belanja sebagai ruang diskusi. Dalam hal ini fokus pada diskusi terkait dengan adopsi teknologi baru yang mereka miliki.

Bu Inah: Bu Yati kenapa mukanya cemberut gitu? Biasanya kalau ke warung saya wajahnya pasti ceria.

Bu Yati: Gini bu Inah, kemarin isi pulsa kok belum masuk juga ya sampai sekarang.

Bu Inah: Loh kok bisa? Jangan-jangan beli pulsanya ngebon ya? Jadi belum masuk pulsanya.

Dalam percakapan antara bu Inah dan bu Yati, terlihat adanya kesenjangan pemahaman teknologi di masyarakat desa, yang dapat dianalisis menggunakan teori representasi dari Stuart Hall. Teori ini menyoroti bagaimana makna dan konsep dikonstruksi melalui konsep dalam pikiran, bahasa, dan budaya (Sukanda & Yulandari, 2020). Dalam hal ini, layanan pengisian pulsa merepresentasikan teknologi yang, meskipun telah lama ada, masih menimbulkan kebingungan di kalangan masyarakat desa. Bu Yati menunjukkan kebingungannya ketika pulsanya belum masuk, menandakan kurangnya pemahaman teknis tentang layanan tersebut. Ini merepresentasikan bagaimana teknologi yang tampak sederhana bagi sebagian orang masih bisa menjadi tantangan bagi yang lain, terutama di komunitas yang kurang terpapar atau kurang mendapatkan pendidikan teknologi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masyarakat di pedesaan seakan sangat tertinggal oleh kemajuan teknologi baru saat ini. Pada *scene* sebelumnya telah ditekankan bahwa teknologi yang sudah masuk dan dimanfaatkan adalah internet. Namun ketika masuk dalam diskusi ibu-ibu sebagai kelompok perempuan, mereka digambarkan sebagai kelompok yang lebih tertinggal dan marjinal, khususnya dalam pemanfaatan teknologi. Hal ini karena mereka digambarkan masih belum terlalu melek dengan teknologi *handphone* yang menggunakan pulsa. Hal ini sekaligus menunjukkan adanya gap terkait maskulin dan feminin. Teknologi dianggap masuk dalam kelompok maskulin, sehingga perempuan digambarkan tertinggal dalam mengadopsi teknologi baru.

Meski demikian, *scene* ini menunjukkan respons dari bu Inah terhadap masalah teknis ini dengan segera mengaitkannya pada kemungkinan pembelian pulsa secara kredit menunjukkan adanya hubungan erat antara pemahaman teknologi dengan aspek sosial-ekonomi. Respons tersebut sekaligus menjadi perlawanan atas pandangan teknologi sebagai produk maskulin. Hal ini juga menggambarkan bahwa masalah teknologi sering kali dipahami melalui lensa sosial-ekonomi yang lebih luas dalam masyarakat desa. Representasi budaya dalam konteks ini menyoroti bahwa

teknologi bukan hanya tentang alat atau layanan itu sendiri, tetapi juga tentang bagaimana teknologi tersebut diinterpretasikan melalui nilai dan norma sosial-ekonomi masyarakat (Ismunandar, 2019).

Budaya dan konteks sosial di masyarakat desa sangat mempengaruhi representasi teknologi. Percakapan ini menunjukkan bahwa masyarakat desa mungkin masih kurang melek teknologi, dan cara mereka memahami serta merespons teknologi sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan interpretasi budaya yang lebih luas. Dengan demikian, representasi teknologi di masyarakat tidak hanya bergantung pada pengetahuan teknis tetapi juga pada konteks sosial-ekonomi dan budaya yang melingkupinya. Hal ini mempertegas bahwa untuk memahami bagaimana teknologi diterima dan digunakan dalam masyarakat, kita perlu melihat lebih jauh ke dalam konteks budaya dan sosial di mana teknologi tersebut berada.

Perlawanan terkait pandangan teknologi sebagai kelompok maskulin juga ditunjukkan ketika mbak Denok datang ke warung bu Inah. Pada keadaan tersebut, ditunjukkan bahwa mbak Denok mampu memanfaatkan teknologi dengan baik, yaitu untuk kepentingan belanja *online*. Meski begitu hal ini tidak menjadi perlawanan terhadap adanya gap antar generasi. Sebab dalam *scene* ini mbak Denok sebagai aktor yang mewakili generasi muda yang dekat dengan teknologi. Meski gap gender terlihat diatasi dengan adanya *scene* ini, namun gap antar generasi menjadi semakin kental melalui fenomena tersebut. Hal ini juga ditekankan pada perbincangan antara mbak Denok, bu Yati, dan Yu Darmi. Di mana mbak Denok sebagai pihak yang memberikan penjelasan kepada generasi yang lebih tua terkait dengan keunggulan teknologi baru.

Yu Darmi: Mbak Denok mau masak sekalian di sini? Kok pakai bawa telenan gitu?

Mbak Denok: Ini tablet yu Darmi. Saya sedang belanja online nih.

Yu Darmi: Emang internet bisa dibeli ya? Setahu saya, online itu kan internet.

Mbak Denok: Bener yu Darmi, tapi maksudnya bukan beli internetnya. Tapi belanja lewat internet. Jadi tidak perlu belanja ke toko.

Bu Yati: Hahahaha, Yu Darmi, Yu Darmi. Gitu aja nggak tahu.

Yu Darmi: Heh, emang bu Yati tahu?

Bu Yati: Masa gitu aja saya nggak tahu yu. Saya sih juga nggak tahu. Hehehehe

Dalam percakapan antara Yu Darmi, mbak Denok, dan bu Yati, terlihat adanya kesenjangan pemahaman teknologi di masyarakat desa, khususnya antara generasi yang lebih tua dan generasi yang lebih muda. Yu Darmi, yang mungkin berasal dari generasi yang lebih tua, tidak mengenal apa itu tablet dan bingung dengan konsep belanja *online*. Dia menganggap bahwa "*online*" berkaitan langsung dengan "internet" tanpa memahami mekanisme belanja *online*. Sebaliknya, mbak Denok, yang mewakili generasi yang lebih muda, dengan mudah memahami dan menggunakan teknologi ini. Ketidapahaman Yu Darmi merepresentasikan kesenjangan teknologi yang sering kali ada di masyarakat desa, di mana adopsi teknologi baru lebih lambat dan dipengaruhi oleh kurangnya paparan dan pendidikan teknologi.



Gambar 3. Mbak Denok menjelaskan keunggulan teknologi baru

Percakapan ini juga mencerminkan dinamika sosial dalam adopsi teknologi di masyarakat desa. Mbak Denok menjelaskan dengan sabar konsep belanja *online* kepada yu Darmi, namun yu Darmi tetap kesulitan memahami, yang menunjukkan bahwa teknologi baru memerlukan proses adaptasi (Farla et al., 2021) yang lebih panjang di kalangan masyarakat yang lebih tua. Meskipun bu Yati menunjukkan keakraban dengan teknologi dalam percakapan, akhirnya mengakui bahwa dia tidak benar-benar memahami konsep tersebut. Ini menunjukkan bahwa bahkan di antara generasi yang lebih muda, ada variasi dalam tingkat pemahaman teknologi, tergantung pada seberapa sering mereka berinteraksi dengan teknologi tersebut.

Melalui teori representasi dari Stuart Hall, percakapan ini menunjukkan bagaimana teknologi dipahami dan diadopsi secara berbeda berdasarkan usia dan paparan budaya (Adha, 2022). Masyarakat desa mungkin mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru karena kurangnya akses informasi dan pendidikan. Sementara generasi yang lebih muda, yang lebih terpapar teknologi melalui pendidikan dan media, lebih cepat beradaptasi. Kesenjangan generasi ini dalam pemahaman teknologi dapat mempengaruhi dinamika sosial di desa, di mana orang yang lebih muda sering kali menjadi sumber pengetahuan dan panduan bagi yang lebih tua dalam hal teknologi.

Kesenjangan pemahaman ini juga merepresentasikan bagaimana teknologi dapat memperdalam perbedaan antar generasi (Kusumaningtyas et al., 2020). Generasi yang lebih tua mungkin merasa terisolasi atau tertinggal karena kurangnya pemahaman teknologi, sementara generasi muda mungkin merasa frustrasi karena harus terus-menerus menjelaskan konsep-konsep teknologi dasar. Situasi ini menyoroti pentingnya pendidikan teknologi yang inklusif dan akses yang merata untuk semua kelompok umur agar semua anggota masyarakat dapat menikmati manfaat teknologi tanpa merasa tertinggal atau terasing.

Secara keseluruhan, percakapan ini menggambarkan tantangan dan dinamika dalam adopsi teknologi di masyarakat desa. Ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih inklusif dalam pendidikan teknologi, dengan fokus pada menjembatani kesenjangan generasi. Dengan memahami dan mengatasi hambatan-hambatan ini, masyarakat dapat bergerak maju bersama, memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup tanpa memandang usia atau latar belakang. Ini adalah contoh nyata bagaimana teori representasi dapat membantu kita memahami interaksi sosial dan budaya di sekitar adopsi teknologi.



Gambar 4. Bu Inah menggunakan *smartphone* milik mbak Denok

Dalam percakapan lanjutan yang ditunjukkan pada gambar 4, Bu Inah meminjam tablet milik Mbak Denok untuk belanja *online* karena merasa proses tersebut lebih mudah dan cepat. Pengalaman Bu Inah yang positif dalam menggunakan teknologi menunjukkan bagaimana adopsi teknologi bisa meningkatkan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari. Bu Inah dengan cepat memahami manfaat dari belanja *online*, di mana ia bisa memesan barang, membayar, dan menerima barang dengan mudah. Ini menunjukkan bahwa meskipun ada kesenjangan pemahaman teknologi

antara generasi yang lebih tua dan yang lebih muda, pengalaman langsung dan bimbingan dari yang lebih muda dapat mempercepat proses adaptasi.

Selanjutnya, fenomena ini juga menyoroti aspek sosial dari adopsi teknologi di masyarakat desa. Setelah Bu Inah membeli baju secara *online*, Dudung dan Ninung juga tertarik untuk memesan baju. Ini mencerminkan bagaimana pengaruh sosial dan *word-of-mouth* dapat memainkan peran penting dalam memperkenalkan teknologi baru ke dalam komunitas. Ketika satu orang mencoba dan merasa nyaman dengan teknologi baru, orang lain di sekitar mereka cenderung mengikuti, menciptakan efek domino yang dapat mempercepat adopsi teknologi dalam masyarakat.

Namun, Pak Somat mengingatkan untuk menghemat anggaran rumah dan tidak memesan barang yang tidak terlalu penting. Ini menunjukkan adanya ketegangan antara kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi dan kebutuhan untuk tetap disiplin dalam pengelolaan keuangan rumah tangga. Pak Somat, yang mungkin lebih berpengalaman dalam mengatur keuangan keluarga, memahami bahwa meskipun teknologi mempermudah proses belanja, hal ini juga bisa menyebabkan pemborosan jika tidak diatur dengan bijak. Inilah yang mendorong perilaku konsumtif, di mana kemudahan dalam menggunakan teknologi untuk berbelanja membuat orang terdorong untuk terus mengonsumsi produk yang diinginkannya (Septiansari & Handayani, 2021). Nasihatnya kepada Bu Inah untuk tidak boros dan mempertimbangkan kebutuhan yang lebih penting menekankan pentingnya keseimbangan antara memanfaatkan kemudahan teknologi dan tetap menjaga kesehatan finansial.

Pertanyaan Bu Inah kepada Pak Somat apakah ia ingin memesan barang juga mencerminkan bagaimana penggunaan teknologi dapat menjadi bagian dari dinamika keluarga dan pengambilan keputusan bersama (Setiadi & Iswanto, 2015). Bu Inah yang terbuka terhadap teknologi mencoba mengajak Pak Somat untuk ikut serta, namun Pak Somat tetap konsisten dengan pandangannya untuk berhemat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi dapat memfasilitasi banyak hal, tetap penting untuk mempertimbangkan dan menghargai perspektif yang berbeda dalam keluarga untuk mencapai keputusan yang seimbang.

Secara keseluruhan, percakapan ini menggambarkan berbagai aspek dari adopsi teknologi di masyarakat desa, termasuk kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, tantangan keuangan, dan dinamika keluarga. Pengalaman Bu Inah, Dudung, Ninung, dan Pak Somat menunjukkan bagaimana teknologi dapat membawa perubahan positif tetapi juga menekankan perlunya kebijaksanaan dalam penggunaannya. Dengan pendekatan yang seimbang, masyarakat desa dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka tanpa mengorbankan stabilitas keuangan atau harmoni keluarga.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menyoroti fenomena belanja *online*, yang direpresentasikan dalam animasi "Keluarga Somat". Fenomena yang ditayangkan tersebut mencerminkan perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat desa. Di mana masyarakat desa juga sudah mulai terpapar teknologi baru, namun kurang memiliki modal manusia yang cukup untuk memahaminya. Animasi ini menggambarkan kemudahan dan aksesibilitas teknologi digital yang telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat. Khususnya melalui kemudahan berbelanja *online*. Teknologi digital memberi efisiensi dan kenyamanan dalam kehidupan sehari-hari, namun juga mendorong budaya konsumtif yang lebih intensif.

Analisis yang telah dilakukan menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman teknologi antara generasi yang lebih tua dan generasi muda. Generasi Z lebih terbiasa dengan teknologi digital dan hal ini menunjukkan adaptasi yang cepat serta kemudahan penggunaan teknologi belanja *online*. Sedangkan generasi *baby boomers* cenderung menunjukkan kebingungan dan ketidakpahaman yang mencerminkan gap pengetahuan teknologi. Kesenjangan ini dapat mempengaruhi dinamika sosial di desa, di mana orang yang lebih muda sering menjadi sumber pengetahuan teknologi bagi yang lebih tua.

Representasi teknologi dalam animasi ini juga mencerminkan bahwa teknologi dapat dipahami dan diadopsi berdasarkan konteks sosial-ekonomi dan budaya. Meski teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan memfasilitasi banyak hal, perlu dipertimbangkan adanya keseimbangan dalam penggunaannya, agar tidak menyebabkan perilaku konsumtif yang berdampak pada kemampuan finansial keluarga. Nasihat Pak Somat untuk berhemat dan mengontrol pengeluaran keuangan juga menunjukkan pentingnya bijak dalam menggunakan teknologi. Hal ini menjadi bagian penting dalam kemampuan literasi digital agar diri manusia tidak dikuasai oleh kekuatan teknologi saat ini.

Dengan demikian, animasi "Keluarga Somat" berhasil mengilustrasikan perubahan yang dibawa oleh teknologi digital dalam masyarakat desa, sekaligus menyoroti tantangan dan peluang yang muncul dari adopsi teknologi ini. Pendekatan yang seimbang dalam penggunaan teknologi dapat membantu masyarakat desa untuk meningkatkan kualitas hidup mereka tanpa mengorbankan stabilitas keuangan atau harmoni keluarga, menunjukkan pentingnya pendidikan teknologi yang inklusif dan akses yang merata untuk semua kelompok umur.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2).
- Anugrafianto, T. R. (2023). Analisis Dampak Media Digital terhadap Pola Konsumsi Berita Generasi Milenial di Indonesia. *Amerta Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(3).
- Farla, W., Nailis, W., & Siregar, L. D. (2021). Peningkatan Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm) Guru Di Kota Palembang Pada Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2). <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.4241>
- Giovani, G. (2020). Representasi "Nazar" Dalam Film Insya Allah Sah Karya Benni Setiawan. *PROPORSI : Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 5(2). <https://doi.org/10.22303/proporsi.2.1.2016.59-70>
- Ismunandar, A. (2019). Dinamika Sosial dan Pengaruhnya terhadap Transformasi Sosial Masyarakat. *Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 03(2).
- Kusumaningtyas, R., Sholehah, I. M., & Kholifah, N. (2020). Peningkatan Kualitas Pembelajaran Guru Melalui Model dan Media Pembelajaran bagi Generasi Z. *Warta LPM*, 23(1). <https://doi.org/10.23917/warta.v23i1.9106>
- Lestari, S. A. C., Izzah, A. N., & Agustin, N. P. (2023). Online Shopping Habit Sebagai Budaya Masyarakat Modern (Studi Kasus Masyarakat Era Digital). *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, 6(1). <https://doi.org/10.47647/jsh.v6i1.1434>
- Putra, Moch. S. H. (2023). Representasi Kritik Sosial Masyarakat Mesir Dalam Komik (Kajian Sosiologi Sastra Pada Komik Qahera The Superhero). *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*, 2(2), 114–126. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i2.2151>
- Rahman, R. F. (2020). Representasi dalam Film. *Paradigma Madani*, 7(Vol. 7 No. 2 (2020); November), 1–9. <https://ejournal.ujj.ac.id/index.php/PAR/article/view/832>
- Rosmiati, R. (2022). Dari Video Ke Toko: Budaya Konsumen Melalui Media Sosial Tiktok Shop. *Saskara : Indonesian Journal of Society Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.21009/saskara.022.01>
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5(1).
- Setiadi, S., & Iswanto, L. (2015). Pengambilan Keputusan Penggunaan Alat Kontrasepsi Istri Dalam Keluarga. *Populasi*, 23(1). <https://doi.org/10.22146/jp.8561>
- Siregar, L. D., Santati, F. P., & Meitisari, N. (2023). Generation Gap Conflict and Its Impact on Employee Performance. *Jurnal Ekonomi*, 12(2), 873–879.
- Sukanda, U. F., & Yulandari, S. S. (2020). Representasi Nasionalisme Dalam Film Animasi Battle Of Surabaya. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 7(2). <https://doi.org/10.33592/dk.v7i2.365>