

# Remediasi dalam Pandemi COVID-19: Strategi New- Normal?

*by Jandy Luik*

---

**Submission date:** 01-Nov-2023 12:39PM (UTC+0700)


**Submission ID:** 2213932525

**File name:** GLT\_Remediasi\_JandyLuik\_Turnitin.pdf (118.07K)

**Word count:** 1342

**Character count:** 8596

## **Remediasi dalam Pandemi COVID-19: Strategi *New-Normal*?**

 Andy Luik

Universitas Kristen Petra, Surabaya  
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

Tulisan ini bertujuan untuk memahami fenomena *Bekerja, Belajar, dan Beribadah Dari Rumah/B3DR* dalam masa pandemi melalui perspektif remediasi/*remediation* dan implikasi pemahaman ini pada komunikasi strategik.

Kata “remediasi” secara umum bermakna adanya proses perbaikan/remedial atau bisa bermakna penyempurnaan; namun tak ada yang ‘tidak lulus’ dari proses-proses komunikasi bertemu muka. Hanya saja, situasi pandemi Covid19 telah mempersuasi kita untuk menjalankan tagar #dirumahaja dengan tetap produktif. Dari perspektif komunikasi dan media, “remediasi/*remediation*” (Bolter and Grusin) adalah sebuah teori tentang *refashioning* media dengan dua logika utamanya yaitu *immediacy* dan *hypermediacy* yang bisa dipakai untuk menjelaskan fenomena B3DR melalui platform daring.

Sehingga, tulisan ini membahas lebih lanjut tentang teori remediasi, tentang apa yang ‘hilang’ dari remediasi B3DR saat ini, dan tentang kontribusi pada komunikasi strategik: remediasi B3DR adalah strategi komunikasi yang temporer ataukah remediasi ini akan menjadi sebuah *new-normal*, bahkan *next-normal*? Tulisan ini memakai dua contoh kasus: kuliah daring (Bekerja dan Belajar) dan ibadah daring (Beribadah) untuk menjawab pertanyaan di atas.

### **Remediasi/*Remediation***

Remediasi/*Remediation* adalah teori media yang menjelaskan tentang sebuah media yang hadir dari inkorporasi/absorpsi dari media-media sebelumnya (Bolter and Grusin). Remediasi tidak hanya terbatas pada menjelaskan pergeseran dari elektronik ke digital, tapi juga bisa dipakai untuk menjelaskan pergeseran dari cetak ke elektronik, dan seterusnya. Salah satu poin penting dari teori ini adalah memandang media baru bukan sebagai pemutusan dari media sebelumnya, justru sebaliknya,

remediasi memandang adanya kontinuitas dan integrasi antar media.

Beberapa contoh proses remediasi ini adalah remediasi dalam inkubasi startup (Luik et al.), remediasi buku cetak ke buku audio (Wallin and Nolin), remediasi oleh iPhone photographers, atau *iphoneographers* (Halpern and Humphreys), remediasi gambar-gambar bencana (Ekström), remediasi data media sosial menjadi buku cetak (Thomas et al.), remediasi social media oleh televisi (Kies), hypermediacy dalam graphic narrative (Kohn and Weissbrod), remediasi dalam big data dan digitalisasi mass media (Zelenkauskaitė), remediasi radio dalam era digital (Cwynar), dan remediasi dalam online series (Peirce).

Remediasi itu sendiri melibatkan sebuah *double logic* yaitu *immediacy* dan *hypermediacy*. Untuk memahami dua konsep ini, penelitian terkait remediasi inkubator startup dan program akselerator di Eropa dan Amerika (Luik et al.) bisa menjadi satu contoh konkrit. Untuk memberikan layanan dukungan bagi para pendiri startups di berbagai lokasi geografis, didirikanlah *virtual hubs* untuk mengatasi kendala ko-lokasi temu muka. Ada proses untuk membuat interaksi dan komunikasi antar mentor dan pendiri berjalan tanpa harus termediasi (*immediacy*) dengan hub fisik (misalkan *co-working space*, inkubator dan akselerator). Pada saat yang sama, *virtual hubs* melakukan apropriasi 'jejak-jejak' hub tradisional, sehingga aktivitas/mekanisme tersebut tidak lenyap. Melainkan, 'jejak-jejak' itu mengalami transformasi digital dan malah semakin terlihat nyata di platform-platform *virtual hub* (*hypermediacy*).

Sehingga, remediasi adalah proses *refashioning* atau *improving* dari media dan praktik bermedia sebelumnya. Remediasi menawarkan sebuah manfaat, misalkan bisa *bekerja, belajar dan beribadah* tanpa ketemu muka. Satu yang tidak ketinggalan, remediasi ini juga perlu melibatkan pengalaman autentik dan aspek relasional (Luik et al.), yang mana akan menjadi poin diskusi berikut ini.

### **Temu Kembali yang 'Hilang'**

Setidaknya, ada dua pelajaran berharga yang bisa diambil dari remediasi B3DR daring (kuliah termediasi dan ibadah *streaming* sebagai contoh *case*) di masa pandemi ini. Dua hal yang seakan-akan 'hilang' dan bisa ditemukan kembali.

*Yang pertama adalah pengalaman autentik dari B3DR daring.* Apakah melakukan B3DR daring adalah sebuah pengalaman yang autentik? Melalui *case* kuliah daring (*Bekerja dan Belajar Dari Rumah*), a) kategori adopter inovasi menurut Everett Rogers memberi andil pada persepsi pengguna mengenai sebuah inovasi (Luik), dan b) *tekanan peer* perlu diperhitungkan untuk tingkatkan "*appeal to authenticity*" (Bolter and Grusin) pengalaman daring ini. Selain itu, c) jebakan label sebuah generasi perlu dihindari, misalkan: mahasiswa adalah kelompok generasi tertentu sehingga lebih adaptif dengan B3DR. Namun, faktanya tidak seperti itu: ada 'siulan-siulan' yang bisa bersumber pada autentisitas pengalaman B3DR ini. Melalui *case* beribadah daring (*Beribadah Dari Rumah*), upaya membangun autentisitas pengalaman beribadah dilakukan dengan a) kebaktian melalui situs/aplikasi daring dan b) komunikasi di grup-grup *instant messaging*. Namun, satu hal yang perlu dipahami lebih lanjut dalam B3DR ini: apakah pengalaman autentik B3DR daring dimaknai berbeda dalam berbagai '*denominasi*' institusi bekerja, belajar, dan beribadah?

*Yang kedua adalah aspek relasional dalam B3DR daring.* Dua contoh *case* B3DR dan inspirasi dari analisis *virtual hubs* membawa tulisan ini untuk mengangkat tentang "aspek relasional" (Luik et al.) yang perlu ditemukan kembali. Misalkan, a) *ethos* dari masing-masing pihak akan menentukan seberapa intens dan efektif dalam Bekerja, Berkuliah dan Beribadah Daring. Masing-masing memiliki *kontrak relasi* yang berpotensi goyah dalam masa pandemi, tapi *ethos* yang tinggi bisa menjaga relasi tersebut. Berikutnya, b) *safe space* untuk berbagi pengalaman dan pemaknaan seakan-akan jauh dari natur daring yang terdokumentasi dan cenderung tidak bebas pengawasan. Sehingga, aspek relasional ini perlu di temu kembali dalam B3DR Daring untuk mendukung tumbuh kembangnya kreativitas manusia untuk menjadi pemecah masalah.

### **Remediasi B3DR: Strategi *New-Normal*?**

Sehingga, remediasi terus berjalan, dan kontribusi analisis remediasi B3DR daring dalam komunikasi strategik adalah membangun perspektif mengenai situasi di pasca-pandemi. Sehingga, agenda komunikasi strategik terkait pandemi ini adalah:

1. Apakah komunikasi strategik akan menitikberatkan pada *nostalgia* pra-pandemi atau pada *embracing* pasca-pandemi? Menimbang pengalaman autentik itu sangat *lokal* dan bisa terkonstruksi, maka komunikasi strategik untuk membangun pengalaman autentik adalah melampaui batasan waktu. Dengan kata lain, kita perlu bersiap-siap juga untuk situasi apapun, komunikasi strategik perlu menekankan bahwa setiap pengalaman di masa apapun adalah pengalaman yang autentik *in its own merit*.
2. Komunikasi strategik yang mengarah pada menumbuhkan kondisi penunjang kreativitas manusia. Setidaknya, *ethos* dan *safe space* (dua contoh aspek relasional) bisa menjadi dua dari sekian katalis kreativitas yang perlu hadir dalam berbagai situasi perubahan. Sehingga, kreativitas manusia tetap tersiram nutrisi positif di masa adaptasi, *new-normal*, maupun *next-normal*.

Sebagai penutup, memparafrasekan *mati satu tumbuh seribu, apa yang hilang selalu ada gantinya*, maka yang 'hilang' dari komunikasi non-daring dan daring ini akan ditemukan atau diremediasikan kembali oleh kreativitas dan keuletan manusia.

### **Daftar Pustaka**

- Bolter, Jay David, and Richard Grusin. *Remediation: Understanding New Media*. MIT Press, 2000.
- Cwynar, Christopher. "NPR Music: Remediation, Curation, and National Public Radio in the Digital Convergence Era." *Media, Culture & Society*, vol. 39, no. 5, 2017, pp. 680–96, doi:10.1177/0163443716674362.
- Ekström, Anders. "Remediation, Time and Disaster." *Theory, Culture and Society*, vol. 33, no. 5, 2016, pp. 117–38, doi:10.1177/0263276415625336.
- Halpern, Megan, and Lee Humphreys. "Iphoneography as an Emergent Art World." *New Media & Society*, vol. 18, no. 1,

- 2016, pp. 62–81, doi:10.1177/1461444814538632.
- Kies, Bridget. "Remediating the Celebrity Roast: The Place of Mean Tweets on Late-Night Television." *Television & New Media*, 2019, doi:10.1177/1527476419892581.
- Kohn, Ayelet, and Rachel Weissbrod. "Remediation and Hypermediacy: Ezekiel's World as a Case in Point." *Visual Communication*, vol. 19, no. 2, 2020, pp. 199–229, doi:10.1177/1470357218785931.
- Luik, Jandy, et al. "Virtual Hubs: Understanding Relational Aspects and Remediating Incubation." *Human Factors in Computing Systems Proceedings (CHI 2019)*, ACM New York, 2019, doi:10.1145/3290605.3300471.
- Luik, Jandy E. "Adoption Belief Mobile Communication: Konvergensi Aktivitas Memperkuat Adopsi Belief Smartphone, Tablet, Dan Handphone." *InterAct*, vol. 3, no. 1, 2014, pp. 33–42.
- Peirce, L. Meghan. "Remediation Theory: Analyzing What Made Quarterlife Successful as an Online Series and Not A Television Series." *Television & New Media*, vol. 12, no. 4, 2011, pp. 314–25, doi:10.1177/1527476410372095.
- Thomas, Lisa, et al. "Exploring Digital Remediation in Support of Personal Reflection." *International Journal of Human Computer Studies*, vol. 110, no. October 2017, Elsevier Ltd, 2018, pp. 53–62, doi:10.1016/j.ijhcs.2017.10.002.
- Wallin, Elisa Tattersall, and Jan Nolin. "Time to Read: Exploring the Timespaces of Subscription-Based Audiobooks." *New Media & Society*, vol. 22, no. 3, 2020, pp. 470–88, doi:10.1177/1461444819864691.
- Zelenkauskaitė, Asta. "Remediation, Convergence, and Big Data: Conceptual Limits of Cross-Platform Social Media." *Convergence*, vol. 23, no. 5, 2017, pp. 512–27, doi:10.1177/1354856516631519.

### **Biografi Penulis**

Jandy Luik, Ph.D (jandyLuik@petra.ac.id) adalah dosen tetap di Ilmu Komunikasi UK Petra. Dia menyelesaikan pendidikan S3 di University of York, United Kingdom (UK). Dia telah meneliti mengenai: *Assemblage* dan Industri Kreatif, Komunikasi Media Baru (*media sosial, virtual hub & mobile communications*), Komunikasi Pemasaran, dan Loyalitas Pelanggan.

# Remediasi dalam Pandemi COVID-19: Strategi New-Normal?

---

## ORIGINALITY REPORT

---

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

---

## MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

1%

★ [www.portalgaruda.org](http://www.portalgaruda.org)

Internet Source

---

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 5 words

Exclude bibliography  On