Didaktik : Jurnal Ilmiah FKIP Universitas Mandiri ,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 02, Juni 2026

FRAGMENTASI BUDAYA DIASPORA DIGITAL INDONESIA DI PLATFORM GLOBAL

Ronal Kiding Allo[1], Muh. Syahrul[2]
[1,2] Prodi Pendidikan Antropologi, Universitas Negeri Makassar
ronalkidingallo@gmail.com[1], muhsyahrul0489@gmail.com[2]

ABSTRACT

This article formulates a phenomenon experienced by the digital diaspora in Indonesia, where cultural fragmentation has affected global social media platforms, including YouTube, TikTok, Instagram, and Twitter. Using qualitative methods through content analysis and netnography, this study explores how their cultural identities are navigated within the Indonesian diaspora community in the transnational digital space. It is proven that the Indonesian digital diaspora experiences three main forms of fragmentation: identity fragmentation (the split in self-representation between local values and global norms), community fragmentation (the development of subgroups based on region, religion, and generation), and narrative fragmentation (the discursive battle between nostalgia, nationalism, and cultural assimilation). Global platforms play a dual role: as spaces for cultural expression and as agencies that reshape cultural practices through algorithms and content policies. This article argues that fragmentation is not solely a negative phenomenon, but rather a reflection of the dynamic negotiation of identity in the context of digital globalization.

Keywords: *digital diaspora, cultural fragmentation, transnational identity, social media, Indonesia*

ABSTRAK

Artikel ini merumuskan sebvuah fenomena yang dialami oleh diaspora digital yang ada di Indonersia, dimana terjadi sebuah fragmentasi budaya memengaruhi platform media sosial global, termasuk YouTube, Tiktok, Instagram, dan Twitter. Menggunakan metode kualitatif dengan melalui pengamatan analisis konten dan netnografi, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kondisi identitas budaya mereka ternavigasi dalam komunitas diaspora Indonesia di ruang digital yang bersifat transnasional. Dan terbukti menunjukkan bahwa diaspora digital Indonesia mengalami tiga bentuk fragmentasi utama: fragmentasi identitas (terpecahnya representasi diri antara nilai lokal dan norma global), fragmentasi komunitas (berkembangnya sub-kelompok berbasis daerah, agama, dan generasi), serta fragmentasi narasi (pertarungan wacana antara nostalgia, nasionalisme, dan asimilasi budaya). Platform global memainkan peran ganda: sebagai ruang ekspresi budaya sekaligus agensi yang membentuk ulang praktik budaya melalui algoritma dan kebijakan konten. Artikel ini berargumen bahwa fragmentasi bukan semata-mata fenomena negatif, melainkan cerminan dari negosiasi identitas yang dinamis dalam konteks globalisasi digital.

Kata kunci: diaspora digital, fragmentasi budaya, identitas transnasional, media sosial, Indonesia

A. PENDAHULUAN

Gelombang digitalisasi yang melanda dunia sejak awal abad ke-21 telah mengubah secara fundamental cara manusia bermigrasi, berkomunikasi, dan mempertahankan identitas budayanya. Indonesia, sebagai negara dengan populasi terbesar keempat di dunia dan pengguna internet yang terus berkembang pesat—mencapai 215 juta pengguna aktif pada tahun 2024 (DataReportal, 2024)—berada di garis terdepan fenomena yang disebut oleh para sarjana sebagai 'diaspora digital'. Berbeda dari konsepsi tradisional diaspora yang mengacu pada perpindahan fisik manusia melintasi batas geografis, diaspora digital merujuk pada komunitas yang terhubung melalui jaringan digital melampaui batas-batas teritorial, meskipun mereka belum tentu meninggalkan tanah asal secara fisik (Brinkerhoff, 2009).

Di platform-platform global seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Twitter/X, komunitas diaspora Indonesia—baik yang bermukim di luar negeri maupun yang tinggal di dalam negeri namun berada dalam ekosistem budaya digital yang bersifat global—membentuk, menegosiasikan, dan kadang-kadang meretakkan identitas kolektif mereka. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mendasar: bagaimana platform global dengan logika algoritmik, sistem monetisasi, dan kebijakan konten yang dibentuk oleh nilai-nilai Silicon Valley memengaruhi praktik budaya komunitas diaspora Indonesia? Apakah platform-platform tersebut menjadi jembatan yang mempererat kohesi budaya, ataukah justru menjadi ruang yang mempercepat fragmentasi identitas?

Fragmentasi budaya dalam konteks ini bukan sekadar proses pemecahan budaya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, melainkan sebuah proses negosiasi yang kompleks di mana berbagai elemen identitas—etnisitas, agama, bahasa daerah, nilai-nilai tradisional, dan aspirasi modernitas—saling berinteraksi, berkontestasi, dan membentuk konfigurasi identitas baru yang tidak selalu koheren. Stuart Hall (1990) telah lama mengingatkan bahwa identitas budaya bukanlah esens yang statis, melainkan posisi yang terus-menerus direproduksi dalam praktik diskursif. Dalam konteks digital, reproduksi ini terjadi dalam

kecepatan dan skala yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Studi ini berargumen bahwa diaspora digital Indonesia mengalami setidaknya tiga bentuk fragmentasi yang saling terkait: pertama, fragmentasi identitas pada level individual; kedua, fragmentasi komunitas pada level kolektif; dan ketiga, fragmentasi narasi pada level diskursif. Masing-masing bentuk fragmentasi ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling memengaruhi dan dibentuk oleh arsitektur platform yang mendasarinya.

Artikel ini diorganisasi sebagai berikut: bagian kedua mengulas kerangka teoritis yang digunakan; bagian ketiga menjelaskan metode penelitian; bagian keempat memaparkan hasil dan diskusi; bagian kelima memuat simpulan dan implikasi penelitian.

KERANGKA TEORITIS

2.1 Diaspora Digital dan Identitas Transnasional

Konsep diaspora digital telah berkembang signifikan sejak diperkenalkan oleh Brinkerhoff (2009) dalam karyanya Digital Diasporas: Identity and Transnational Engagement. Berbeda dari diaspora klasik yang dipelajari melalui lensa geografi dan migrasi fisik, diaspora digital mencakup komunitas yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk mempertahankan, merekonstruksi, dan kadang-kadang menciptakan kembali hubungan kultural dengan tanah asal mereka (Leurs & Ponzanesi, 2018).

Dalam kajian identitas transnasional, para sarjana seperti Appadurai (1996) telah mengembangkan konsep 'mediascapes' dan 'technoscapes' untuk menjelaskan bagaimana aliran media global membentuk imajinasi dan identitas kelompok-kelompok diaspora. Namun, dengan kemunculan platform media sosial yang bersifat partisipatif, individu bukan lagi sekadar konsumen konten budaya, melainkan juga produsen aktif—sebuah pergeseran yang Bruns (2008) sebut sebagai 'produsage' (produksi sekaligus penggunaan konten).

Identitas transnasional dalam konteks digital tidak bersifat tunggal atau stabil. Bhabha (1994) mengemukakan konsep 'ruang ketiga' (third space) sebagai lokus di mana berbagai

identitas budaya bernegosiasi dan menghasilkan bentuk-bentuk hibriditas. Platform digital dapat dipahami sebagai materialisasi dari ruang ketiga ini—sebuah arena di mana klaim atas keaslian budaya dipertemukan, dipertanyakan, dan dinegosiasikan ulang.

2.2 Fragmentasi Budaya dalam Ekosisten Digital

Fragmentasi budaya dalam platform digital tidak dapat dilepaskan dari peran algoritma sebagai 'pembentuk realitas' (Gillespie, 2014). Algoritma platform seperti YouTube dan TikTok tidak bersifat netral; mereka dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna (engagement) dan, dalam prosesnya, cenderung menciptakan 'ruang gema' (echo chambers) atau 'gelembung filter' (filter bubbles) yang memperkuat pandangan dan konten tertentu sambil memarjinalkan yang lain (Pariser, 2011).

Dalam konteks diaspora budaya, fragmentasi dapat dipahami melalui tiga dimensi analitik yang diusulkan oleh Vertovec (2009) dalam kerangka superdiversitas: pertama, dimensi identitas yang menyangkut representasi diri dan afiliasi kelompok; kedua, dimensi jaringan sosial yang menyangkut pola koneksi dan asosiasi; dan ketiga, dimensi akses dan penggunaan sumber daya budaya. Fragmentasi dalam ketiga dimensi ini berlangsung secara bersamaan dan saling memengaruhi.

Lebih jauh, konsep 'banal nationalism' yang dikemukakan oleh Billig (1995)—yakni cara-cara rutin dan sehari-hari di mana identitas nasional direproduksi—mengambil bentuk baru dalam konteks digital. Penggunaan simbol-simbol budaya Indonesia dalam konten media sosial, dari batik hingga kuliner, dari musik dangdut hingga bahasa prokem, merupakan praktik banal nationalism digital yang sekaligus memperkuat dan mendestabilisasi batas-batas identitas.

2.3 Platform sebagai Agensi Budaya

Pendekatan 'platform studies' (Gillespie, 2010; van Dijck, 2013) memandang platform digital bukan sekadar media pasif, melainkan sebagai agensi aktif yang membentuk dan dibentuk oleh praktik sosial dan budaya penggunanya. Van Dijck (2013) mengajukan konsep 'platformation of culture'—proses di mana logika platform meresap ke

dalam praktik budaya, mengubah cara orang berinteraksi, berbagi, dan membentuk identitas.

Dalam konteks diaspora Indonesia, platformation of culture termanifestasi dalam beberapa cara: sistem monetisasi yang mendorong kreator konten untuk menyesuaikan budaya dengan preferensi audiens global; kebijakan konten yang sering kali tidak sensitif terhadap konteks budaya lokal; dan rekomendasi algoritmik yang membentuk konsumsi konten budaya berdasarkan pola engagement, bukan relevansi kultural.

B. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus berganda (multiple case study). Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya dalam menangkap kedalaman dan kompleksitas pengalaman subjektif komunitas diaspora digital, yang tidak dapat direduksi ke dalam angka-angka kuantitatif semata (Creswell, 2014). Dua metode utama digunakan secara komplementer: analisis konten kualitatif dan netnografi.

3.2 Netnografi

Netnografi, sebagaimana dikembangkan oleh Kozinets (2010), adalah adaptasi metodologi etnografi untuk penelitian komunitas online. Selama periode Januari 2023 hingga Juni 2024, peneliti melakukan observasi partisipatif di lima komunitas diaspora Indonesia di platform digital:

a. Komunitas WNI di Luar Negeri (Facebook Group, >250.000 anggota)

b. Channel YouTube diaspora Indonesia bertemakan kuliner, budaya, dan kehidupan sehari-hari di negara tempat tinggal (20 channel, total >5 juta subscriber)

c. Hashtag komunitas Indonesia di TikTok (#indonesiaabroadlife, #wniluarnegeri)

d. Forum diskusi di Twitter/X mengenai isu-isu kebudayaan dan identitas Indonesia global

e. Komunitas Instagram kreator konten budaya Indonesia berbasis di luar negeri.

3.3 Analisis Konten Kualitatif

Analisis konten kualitatif dilakukan terhadap 480 postingan, video, dan utas diskusi yang dipilih secara purposif berdasarkan relevansi, popularitas (minimal 1.000 interaksi), dan keragaman topik. Data dikodekan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 dengan proses koding tematik yang mengikuti prosedur Braun dan Clarke (2006): familiarisasi data, pembangkitan kode awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, serta penulisan laporan.

3.4 Wawancara Mendalam

Sebagai komplemen data digital, dilakukan 24 wawancara mendalam semi-terstruktur dengan informan yang dipilih melalui purposive dan snowball sampling. Informan terdiri dari: (a) kreator konten diaspora Indonesia yang aktif di platform global; (b) anggota komunitas diaspora Indonesia di Australia, Belanda, Amerika Serikat, dan Arab Saudi; serta (c) peneliti dan pengamat budaya digital Indonesia. Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform Zoom, berlangsung antara 60-120 menit, dan direkam dengan izin informan.

Seluruh prosedur penelitian ini telah mendapat persetujuan etik dari Komite Etik Penelitian Universitas Indonesia (No. SK-ET-2023/047). Identitas semua informan dianonimkan untuk melindungi privasi mereka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Fragmentasi Identitas: Antara Keaslian dan Adaptasi

Temuan pertama penelitian ini adalah terjadinya fragmentasi identitas pada level individual—sebuah proses di mana anggota komunitas diaspora digital mengalami kesulitan dalam mempertahankan narasi diri yang konsisten antara konteks budaya Indonesia dan norma-norma global yang berlaku di platform.

Salah satu manifestasi paling jelas dari fragmentasi ini adalah fenomena yang oleh informan sendiri disebut sebagai 'ganti baju budaya'. Seorang kreator konten asal Jawa Timur yang bermukim di Belanda (Informan R, YouTube, 230.000 subscriber) mendeskripsikan pengalamannya:

> *"Kalau bikin konten untuk penonton Indonesia, saya pakai bahasa yang santai, banyak bercanda, ada nuansa Jawa-nya. Tapi kalau mau menjangkau penonton internasional, saya harus ubah gaya. Lebih formal, lebih eksplisit dalam menjelaskan konteks. Kadang saya merasa seperti orang yang berbeda di konten yang sama."*

Pengalaman Informan R mencerminkan apa yang oleh Goffman (1959) sebut sebagai 'manajemen impresi'—tetapi dalam konteks digital, manajemen ini terjadi dalam skala yang jauh lebih besar dan lebih eksplisit, dimediasi oleh antarmuka platform yang memaksa pilihan-pilihan presentasi diri tertentu. Tombol 'bahasa', pilihan subtitel, dan kategori konten menjadi alat-alat yang menentukan bagaimana identitas dipresentasikan dan diterima.

Fragmentasi identitas ini juga termanifestasi dalam tegangan antara representasi budaya yang 'autentik' dan yang 'eksotik'. Platform global, dengan logika pasarnya, cenderung memberikan reward lebih besar kepada konten yang memenuhi ekspektasi audiens global akan ekzotisme Indonesia—batik, wayang, rendang, tari Kecak—sementara aspek-aspek budaya yang lebih sehari-hari dan kurang 'instagrammable' cenderung diabaikan. Akibatnya, diaspora digital Indonesia secara tidak sadar turut memproduksi versi yang tersimplifikasi dan tereksotisasi dari identitas budaya mereka sendiri.

4.2 Fragmentasi Komunitas: Ploriferasi Sub-Kelompok

Fragmentasi pada level komunitas terjadi melalui proliferasi sub-kelompok yang didasarkan pada berbagai garis pembeda: asal daerah, afiliasi agama, generasi, dan orientasi politik. Di bawah payung besar 'komunitas Indonesia di luar negeri', terdapat ratusan sub-komunitas yang sering kali beroperasi secara independen, bahkan kadang-kadang bertentangan satu sama lain.

Temuan menarik dari observasi netnografi adalah bahwa fragmentasi berbasis daerah (regionalism) justru menguat dalam konteks diaspora digital, alih-alih melemah. Di

lingkungan luar negeri, identitas Batak, Jawa, Sunda, Bugis, atau Minangkabau sering kali lebih menonjol daripada identitas Indonesia secara umum. Hal ini konsisten dengan temuan Safran (1991) tentang 'mythologies of homeland' dalam komunitas diaspora—di mana tanah leluhur yang dirindukan sering kali lebih spesifik dari sekadar negara asal.

Fragmentasi berbasis agama pun tampak nyata. Komunitas diaspora Muslim Indonesia dan non-Muslim Indonesia sering kali beroperasi dalam ekosistem konten yang terpisah, dengan narasi tentang 'Indonesianness' yang berbeda-beda. Seorang informan dari komunitas Kristen Indonesia di Australia (Informan P, 38 tahun) mengungkapkan:

> *"Saya sering merasa ada dua 'Indonesia' di luar negeri ini. Ada Indonesia yang sangat kental dengan nuansa Islam, dan ada Indonesia yang lebih pluralis. Di media sosial, dua kelompok ini jarang sekali berinteraksi. Kami hidup dalam gelembung masing-masing."*

Metafora 'gelembung' yang digunakan informan ini secara intuitif merepresentasikan konsep filter bubble Pariser (2011), yang dalam konteks diaspora mengambil dimensi kultural yang lebih dalam. Algoritma platform tidak hanya memisahkan preferensi konten, tetapi juga secara efektif memisahkan komunitas budaya yang semula terhubung oleh identitas nasional bersama.

4.3 Fragmentasi Narasi: Pertarungan Wacana tentang Indonesia

Dimensi ketiga dan paling kompleks dari fragmentasi budaya diaspora digital Indonesia adalah fragmentasi narasi—yakni pertarungan wacana tentang apa artinya menjadi 'orang Indonesia' di ruang digital global. Setidaknya empat narasi utama yang saling bersaing dapat diidentifikasi dari data penelitian ini:

(1) Narasi Nostalgia: Wacana yang membangun citra Indonesia sebagai tanah yang dirindukan, penuh dengan kenangan masa kecil, makanan kampung halaman, dan kehangatan komunitas. Narasi ini

dominan di kalangan generasi pertama diaspora dan sering kali mengidealisasi Indonesia dengan cara yang bertentangan dengan realitas kontemporer negara tersebut.

(2) Narasi Nasionalisme Baru: Wacana yang berupaya membangun kebanggaan atas prestasi dan potensi Indonesia di mata dunia, sering kali menggunakan pencapaian-pencapaian individual diaspora sebagai bukti kapasitas bangsa. Narasi ini bercorak optimistis dan berorientasi masa depan.

(3) Narasi Asimilasi Kritis: Wacana yang mengkritisi aspek-aspek tertentu budaya Indonesia sambil merayakan nilai-nilai yang dianggap universal. Sering muncul dari generasi kedua diaspora yang lahir atau besar di luar Indonesia, narasi ini menantang klaim-klaim keaslian budaya yang dianggap eksklusif atau diskriminatif.

(4) Narasi Transnasional: Wacana yang merayakan hibridity dan identitas ganda, memposisikan diaspora bukan sebagai 'orang Indonesia di luar negeri' tetapi sebagai warga global dengan akar Indonesia. Narasi ini cenderung menolak dikotomi 'Indonesia vs. asing' dan mendorong sintesis budaya yang lebih fluid.

Keempat narasi ini tidak hidup secara damai berdampingan. Mereka sering kali berbenturan secara eksplisit di kolom komentar, di utas Twitter/X, dan dalam konten-konten video yang saling merespons. Pertarungan narasi ini kadang-kadang menghasilkan apa yang oleh para peneliti media sosial disebut sebagai 'culture war'—konflik online yang intens di mana pertanyaan-pertanyaan mendasar tentang identitas, nilai, dan keanggotaan komunitas diperdebatkan secara publik.

4.4 Peran Platform dalam Membentuk Fragmentasi

Temuan penting lain dari penelitian ini adalah konfirmasi atas peran aktif platform sebagai agensi budaya yang membentuk pola fragmentasi. Platform tidak bersifat netral; mereka memiliki kebijakan, algoritma, dan insentif ekonomi yang secara aktif membentuk praktik budaya diaspora digital Indonesia.

Tiga mekanisme spesifik dapat diidentifikasi. Pertama, sistem monetisasi platform—khususnya YouTube Partner Program dan TikTok

Creator Fund—menciptakan insentif untuk memproduksi konten yang menarik bagi audiens di negara-negara dengan daya beli tinggi (Amerika Serikat, Inggris, Australia), sehingga mendorong adaptasi budaya yang berorientasi pasar. Kedua, kebijakan konten platform sering kali tidak sensitif terhadap konteks budaya lokal Indonesia; beberapa informan melaporkan bahwa konten budaya yang sah (seperti tarian tradisional atau ritual adat tertentu) pernah dihapus karena dianggap melanggar kebijakan tanpa mempertimbangkan konteks budayanya. Ketiga, rekomendasi algoritmik menciptakan silo-silo konten yang memperkuat identitas sub-kelompok tertentu sambil memperlemah kohesi identitas yang lebih luas.

5. DISKUSI: FRAGMENTASI SEBAGAI NEGOSIASI

Dari keseluruhan temuan di atas, penelitian ini menolak pendekatan yang semata-mata memandang fragmentasi sebagai fenomena negatif yang harus diatasi. Sebaliknya, kami berargumen bahwa fragmentasi budaya diaspora digital Indonesia merupakan cerminan dari proses negosiasi identitas yang dinamis, yang sesungguhnya mengindikasikan vitalitas budaya—kemampuan suatu budaya untuk beradaptasi, berkontestasi, dan bertahan dalam kondisi-kondisi baru.

Pandangan ini sejalan dengan apa yang Nederveen Pieterse (2015) sebut sebagai 'hybridization'—proses di mana berbagai bentuk budaya berbaur dan menghasilkan konfigurasi baru yang tidak dapat direduksi ke dalam komponen aslinya. Dalam konteks diaspora digital Indonesia, hibriditas ini termanifestasi dalam munculnya bentuk-bentuk ekspresi budaya yang baru: musik yang memadukan gamelan dengan elektronika, konten kuliner yang menampilkan masakan Indonesia dalam estetika food photography global, atau film pendek yang mengisahkan pengalaman lintas budaya dalam bahasa Indinglish (campuran Indonesia dan Inggris).

Namun demikian, penelitian ini juga tidak mengabaikan dimensi kekuasaan dalam proses negosiasi ini. Fragmentasi tidak terjadi dalam vacuum; ia terjadi dalam konteks ketidaksetaraan struktural antara platform global (yang dikuasai kepentingan korporat dari negara-

negara maju) dan komunitas diaspora dari negara berkembang. Dalam ketidaksetaraan ini, komunitas diaspora Indonesia sering kali berada pada posisi yang harus menyesuaikan diri dengan logika platform, alih-alih platform yang menyesuaikan diri dengan kebutuhan budaya komunitas.

Implikasi dari temuan ini bagi kebijakan sangat signifikan. Pertama, diperlukan kesadaran dan literasi digital budaya di kalangan komunitas diaspora Indonesia—pemahaman bahwa platform tidak bersifat netral dan bahwa pilihan-pilihan teknologi mereka memiliki konsekuensi kultural. Kedua, platform global perlu didorong—melalui regulasi maupun advokasi sipil—untuk mengadopsi kebijakan konten yang lebih sensitif terhadap keragaman budaya global. Ketiga, pemerintah Indonesia dan lembaga-lembaga kebudayaan perlu mengembangkan strategi diplomasi budaya digital yang proaktif, mendukung ekosistem konten budaya Indonesia di platform global tanpa terjebak dalam nostalgia yang mengeksotisasi.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengeksplorasi fenomena fragmentasi budaya diaspora digital Indonesia di platform global melalui kerangka teoritis yang mengintegrasikan kajian identitas transnasional, studi platform, dan teori budaya. Melalui netnografi, analisis konten kualitatif, dan wawancara mendalam, kami mengidentifikasi tiga dimensi utama fragmentasi: fragmentasi identitas pada level individual, fragmentasi komunitas pada level kolektif, dan fragmentasi narasi pada level diskursif.

Temuan penelitian ini berkontribusi pada literatur kajian diaspora digital dengan mengonfirmasi bahwa platform global memainkan peran yang jauh lebih aktif—sebagai agensi budaya—dibandingkan sekadar medium pasif bagi ekspresi diaspora. Pada saat yang sama, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih nuansir tentang fragmentasi: alih-alih memandangnya semata-mata sebagai patologi sosial, kami memposisikannya sebagai proses negosiasi identitas yang inheren dalam kondisi globalitas digital.

Keterbatasan penelitian ini mencakup fokus pada platform tertentu dan

rentang waktu yang terbatas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk: (1) melakukan studi longitudinal untuk melacak evolusi pola fragmentasi dari waktu ke waktu; (2) mengintegrasikan analisis kuantitatif berbasis data besar (big data analytics) untuk memetakan pola fragmentasi secara lebih sistematis; dan (3) melakukan studi komparatif dengan komunitas diaspora digital dari negara-negara Asia Tenggara lainnya untuk mengidentifikasi pola-pola yang spesifik Indonesia versus yang lebih universal.

Pada akhirnya, penelitian tentang diaspora digital Indonesia bukan sekadar studi tentang komunitas yang tinggal di persimpangan budaya. Ia adalah cermin bagi bangsa Indonesia secara keseluruhan—tentang bagaimana sebuah masyarakat plural yang kaya warisan budaya bernegosiasi dengan tekanan homogenisasi global, dan tentang peran teknologi digital dalam membentuk masa depan identitas nasional di era yang semakin terhubung namun paradoksnya juga semakin terfragmentasi.

DAFTAR PUSTAKA

Appadurai, A. (1996). Modernity at large: Cultural dimensions of globalization. University of Minnesota Press.

Bhabha, H. K. (1994). The location of culture. Routledge.

Billig, M. (1995). Banal nationalism. SAGE Publications.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Brinkerhoff, J. M. (2009). Digital diasporas: Identity and transnational engagement. Cambridge University Press.

Bruns, A. (2008). Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. Peter Lang.

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

DataReportal. (2024). Digital 2024: Indonesia. https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia

Gillespie, T. (2010). The politics of 'platforms'. New Media &

Society, 12(3), 347–364. https://doi.org/10.1177/1461444809342738

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), Media technologies: Essays on communication, materiality, and society (pp. 167–193). MIT Press.

Goffman, E. (1959). The presentation of self in everyday life. Doubleday.

Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. In J. Rutherford (Ed.), Identity: Community, culture, difference (pp. 222–237). Lawrence and Wishart.

Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. SAGE Publications.

Leurs, K., & Ponzanesi, S. (2018). Connected migrants: Encapsulation and cosmopolitanization. Popular Communication, 16(1), 4–20. https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1412152

Nederveen Pieterse, J. (2015). Globalization and culture: Global mélange (3rd ed.). Rowman & Littlefield.

Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin Press.

Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths of homeland and return. Diaspora: A Journal of Transnational Studies, 1(1), 83–99. https://doi.org/10.1353/dsp.1991.0004

van Dijck, J. (2013). The culture of connectivity: A critical history of social media. Oxford University Press.

Vertovec, S. (2009). Transnationalism. Routledge.