

KOMUNIKASI DIGITAL DAN WAKTU SENGGANG

Lukas Deni Setiawan

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

lukasdeni@staff.uajy.ac.id

Abstrak

Proses komunikasi melalui media digital semakin memudahkan pelakunya. Waktu yang dipakai untuk berkomunikasi pun terpendek, sehingga para pelakunya dapat memiliki lebih banyak waktu senggang. Waktu senggang ini dapat dipergunakan untuk berbagai macam kegiatan yang sebelumnya tidak terpikirkan atau terencana. Artikel ini menyoroti pemanfaatan waktu senggang ini oleh para pelaku komunikasi digital, terutama person-person yang masuk dalam kategori generasi milenial. Penjelasan mengenai karakteristik komunikasi digital yang dapat mempercepat kegiatan-kegiatan tertentu beserta konsekuensi-konsekuensinya menjadi pokok pikiran utama. Konsekuensi ini muncul saat berproses dan setelah satu-dua kegiatan selesai dilakukan. Penjelasan ini dikolaborasikan dengan filosofi penggunaan waktu senggang oleh generasi milenial yang akrab dengan konten digital. Penjelasan tentang kecenderungan yang muncul sebagai konsekuensi perubahan teknologi juga tidak dapat dipisahkan dengan penjelasan mengenai dua hal sebelumnya. Ketiga pokok pikiran ini menjadi pedoman analisis mengenai fenomena baru yang timbul akibat kelindan antara proses komunikasi digital, waktu senggang, dan kecenderungan perilaku generasi milenial.

Kata Kunci: generasi milenial, komunikasi digital, waktu senggang

PENDAHULUAN

Waktu senggang (*leisure time*) sering dimaknai sebagai waktu di luar jam kerja yang dapat dipakai untuk melakukan penyegaran tubuh dan pikiran. Waktu ini identik dengan aktivitas rekreasi dan pencarian hiburan supaya kepenatan dan ketegangan yang disebabkan oleh kerja dapat dipulihkan dan diregangkan. Orang dapat memakai waktu tersebut untuk bersantai, bermalas-malasan, dan bepergian ke mal, tempat hiburan, dan lokasi wisata. Pemaknaan terhadap waktu senggang ini menjadi salah satu konsepsi yang kini terkesan lebih populer ketika aktivitas kerja menjadi salah satu rutinitas yang harus dilakukan oleh sebagian besar orang. Bahkan, para pekerja terdorong untuk bekerja dan melakukan aktivitas lain yang masih berhubungan dengan

pekerjaan lebih cepat supaya lebih dapat menyisihkan waktu sejenak atau lebih banyak untuk tujuan rekreasi tersebut.

Beberapa media *online* menegaskan hal ini dengan merilis artikel mengenai pentingnya orang memiliki waktu senggang di luar pekerjaan yang padat. Dalam salah satu artikelnya, *Beritagar.id* menunjukkan bahwa “Waktu luang merupakan hal penting, apalagi jika sedang merasa sebagian hidup di bawah kendali orang lain, misalnya dalam pekerjaan” (Afrilia, 2018). Sementara itu, *Tirto.id* juga menyatakan hal senada di awal salah satu artikelnya, “Sedang merasa jenuh akan rutinitas harian atau sering sakit kepala dan tertekan saat bekerja? Mungkin Anda perlu mengambil cuti untuk mengembalikan kebugaran. Sebab, berlibur terbukti dapat meningkatkan sistem

imunitas dan kesehatan mental” (Putri, 2017). Kedua artikel tersebut merekomendasikan pada orang yang dalam kesehariannya sibuk bekerja untuk mencari waktu luang dan bermain, jalan-jalan, dan berekreasi.

Dorongan untuk bekerja dan melakukan aktivitas lain dengan lebih cepat ini didukung oleh teknologi digital yang sebagian besar fiturnya dapat membuat orang melakukan interaksi lebih mudah dan cepat. Internet, komputer jinjing, dan telepon genggam dengan berbagai fiturnya mudah didapat dan semakin murah. Bagi masyarakat perkotaan dan kaum milenial, hal ini sudah menjadi sarana yang akrab dalam melakukan berbagai aktivitas keseharian. Bahkan, salah satu kamus bahasa Indonesia mencontohkan penggunaan kata milenial dengan kalimat: “Kehidupan generasi milenial tidak dapat dilepaskan dari teknologi informasi, terutama internet” (kbbi.kemdikbud, 2016). Sarana tersebut seolah-olah mempersilakan penggunaannya untuk berhubungan dan berkoordinasi dengan teman, sahabat, kolega, saudara, dan berbagai institusi sosial-ekonomi-budaya-politik secara online tanpa harus bertemu dan menyediakan waktu untuk perjalanan dan berkumpul.

Hal ini juga terjadi pada aktivitas memesan barang, makanan, tiket, dan penyediaan jasa lainnya tanpa mengharuskan orang yang memesan beranjak dari kursi kerjanya. Teknologi mutakhir ini seolah-olah berkelindan dengan konsepsi waktu senggang di atas untuk semakin mendapatkan banyak waktu untuk bersantai. Teknologi tersebut dapat memacu orang untuk beraktivitas dengan lebih cepat dan cenderung terburu-buru karena kemudahan cara pemakaiannya. Teknologi tersebut juga dapat membuat orang mencari sesuatu yang sebenarnya tidak sangat dibutuhkan, bahkan asing, dan sama sekali tidak berhubungan dengan kebutuhannya. Maka, orang jadi cenderung mencari-cari juga hal-hal tertentu di luar dirinya yang semakin menjauhkannya dari pencarian makna

kesejatan kehidupannya. Sugiharto (dalam Simon, 2006) menggambarkan hal ini sebagai keterperangkapan orang dalam jebakan-jebakan eksterior yang menggoda dan akhirnya membelenggu pencarian diri orang terhadap kesejatiannya. Dalam konteks pemanfaatan waktu senggang, jebakan-jebakan tersebut antara lain tempat wisata, mal, tempat hiburan, dan negeri-negeri asing.

Rianto (2016) melalui artikel dari hasil penelitiannya yang bertema pemanfaatan waktu luang oleh masyarakat kelas menengah atas dan kelas menengah bawah menunjukkan hal yang menarik. Sejumlah informan dengan beragam latar belakang, seperti ibu rumah tangga, manajer perusahaan, pekerja tambang, satpam, pemandu wisata, dan pegawai bengkel, menyatakan bahwa penggunaan waktu senggang mereka beragam, antara lain berwisata, berkunjung ke mal dan mencari kuliner, berkunjung ke rumah orang tua, tidur siang, memancing, berolahraga, dan mengakses media sosial. Di antara ragam aktivitas tersebut, menonton televisi menjadi pilihan untuk mengisi waktu luang oleh hampir seluruh informan.

Centre for Strategic and International Studies/CSIS (2017) merilis hasil survei yang berjudul “Ada Apa dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi dan Politik”. Generasi milenial yang terlibat dalam survei tersebut berjumlah 600 orang, berusia 17-29 tahun, tersebar di 34 provinsi, dan diwawancarai secara tatap muka. Hasilnya, dalam hal penetrasi terhadap sumber informasi, generasi milenial memilih televisi (79,3%) dan media *online* (54,3%) sebagai medium utama yang mereka akses. Sedangkan angka pemanfaatan radio dan surat kabar terpaut jauh di bawah itu, yaitu 9,5% dan 6,3%. Sementara itu, hal yang paling membahagiakan bagi generasi ini, selain kesehatan yang mencapai angka 40,0%, adalah keluangan waktu bersama kerabat dan keluarga (26,8%).

Nielsen (2015) menunjukkan pula bahwa menonton televisi (31%), terkoneksi dengan teman atau keluarga (28%), dan mendengarkan musik (27%) adalah tiga aktivitas utama generasi milenial dalam menghabiskan waktu senggang mereka. Survei Nielsen ini dilakukan antara Februari-Maret 2015 pada 30,000 orang dari 60 negara di kawasan Asia-Pasifik, Eropa, Amerika Latin, Timur Tengah/Afrika, dan Amerika Utara. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa generasi milenial mengusahakan informasi utamanya melalui akses terhadap televisi (53%), situs mesin pencarian internet (38%), dan situs media sosial (33%). Data ini menunjukkan bahwa generasi milenial tetap terpaku pada media digital untuk berbagai aktivitas saat waktu senggang mereka.

Aktivitas yang serba cepat dan teknologi yang mempermudahnya menjadi salah satu ciri dan pendorong bagi perilaku generasi milenial. Utomo, dkk. (2019) menunjukkan hubungan ini dalam buku hasil survei mengenai perilaku generasi milenial berjudul “Generasi Eksplorasi”. Buku tersebut merupakan pemaparan hasil penelitian *IDN Times* melalui dua pendekatan, yaitu kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan metode survei yang menggaet 1.400 generasi milenial (usia 20-35 tahun) sebagai responden. Sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan dengan metode pencarian data melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dan *indepth interview* (wawancara mendalam). Salah satu hasilnya menunjukkan bahwa generasi milenial lebih senang bekerja dengan cepat melalui brief yang spesifik untuk mengejar efisiensi (Utomo, 2019, h. 16).

Hubungan antara kecenderungan perilaku generasi milenial dengan pemanfaatan teknologi digital dan waktu senggang ini memunculkan pertanyaan menarik, yaitu bagaimana generasi milenial memaknai waktu senggang yang mereka miliki ketika beragam aktivitas, termasuk bekerja, dapat lebih cepat dikerjakan dan diselesaikan? Pertanyaan inilah

yang penulis coba jawab melalui eksplorasi terhadap makna sejati waktu senggang menurut salah satu pemikir Sosiologi bernama Josef Pieper yang menggeluti *leisure time* (waktu senggang) sebagai objek kajiannya dan kecenderungan perilaku generasi milenial memaknai dan memanfaatkan waktu senggang dalam kesehariannya.

Reposisi Waktu Senggang

Para pemikir Sosiologi yang mengkaji waktu senggang tidak menempatkan waktu senggang sebagai sisa dari waktu setelah bekerja seharian. Pemaknaan terhadap waktu senggang yang hanya diartikan sebagai waktu di luar jam kerja adalah salah satu produk zaman modern yang menempatkan kerja sebagai aktivitas sentral manusia. Beberapa referensi lain juga menunjukkan bahwa kerja sebagai konsekuensi utama zaman modern menempatkan manusia seolah-olah hanya sebagai bagian dari mesin besar pengolah bahan atau materiel pabrik atau perusahaan. Hal ini menjadikan orang selayaknya objek pasif yang harus mengikuti cara kerja rutin mesin tersebut. Kondisi ini tergambarkan dengan sangat apik melalui sebuah film yang skenarionya ditulis dan disutradarai oleh Charlie Chaplin berjudul “Modern Times” (1936).

Karlina Supelli (dalam Hardiman, 2010, h. 330-331) menggambarkan salah satu adegan dalam film itu dengan menarik. Paduan antara komedi dan kritik yang diusung oleh film itu menggambarkan hubungan pokok antara manusia dengan mesin di era depresi Eropa dan Amerika pada 1930-an yang menyebabkan pengangguran, kemiskinan, dan kelaparan yang akut. Chaplin yang berperan sebagai *the Tramp* akhirnya mendapat pekerjaan di sebuah pabrik perakitan.

“Dengan kejenakaan yang getir, Chaplin menggambarkan bagaimana mesin memaksakan hukum terhadap gerak bebas manusia. Ketertiban

gerak mesin dimaksudkan untuk menghasilkan kerja sama yang kaku dan pasti. Setiap mesin hanya menghasilkan satu hal dan setiap buruh hanya melaksanakan satu fungsi, berulang kali.” (Supelli dalam Hardiman, 2010, h. 331)

Ilustrasi kondisi modernitas yang mencakup implikasinya pada kekakuan dan keterbelengguan manusia itu menunjukkan bahwa orang dapat berada atau terjebak dalam situasi yang menekan mereka saat bekerja. Atmosfer kerja yang semacam itu membuat orang-orang tersebut mendambakan suasana lain yang dapat melepaskannya dari kondisi tersebut, walaupun hanya sejenak sebelum kembali bekerja lagi di hari berikutnya. Kondisi inilah yang membuat waktu senggang menjadi populer sebagai waktu yang keberadaannya merupakan implikasi dari kondisi lain yang berlawanan. Kini seolah-olah waktu senggang hanyalah waktu sempit dan sangat terbatas di antara rutinitas kerja yang dominan di keseharian orang.

Pengertian waktu senggang yang secara sederhana dimaknai sebagai jeda atau istirahat dari kerja ini bukanlah makna waktu senggang yang dibayangkan oleh Josef Pieper (1952), seorang pemikir filsafat, teologi, hukum, dan sosiologi kelahiran Jerman. Pieper mencoba memaknai waktu senggang lebih dari itu dan menawarkan reposisi terhadap pemaknaan waktu senggang yang ada secara harfiah seperti di kamus-kamus. Beberapa poin pemikirannya mengenai *leisure time* membuka peluang baru pemaknaan terhadap waktu senggang.

Pertama, waktu senggang akan kehilangan wibawanya apabila hanya dimaknasi sekadar sebagai kesempatan untuk bermalas-malasan, tanpa kegunaan yang cukup berarti, dan berlalu begitu saja. Kedua, asal katanya *skole* (bahasa Yunani), *scola* (bahasa Latin), dan *school* (bahasa Inggris) yang berarti “luang” atau “rileks”. Asal katanya juga berasal

dari *lesiour* (bahasa Anglo Norman), *leisir* (bahasa Perancis Kuno), dan *lisence* (bahasa Inggris) yang berarti “diperkenankan” atau “diizinkan”. Oleh karena itu, subjek memiliki kebebasan untuk melakukan sesuatu sesuai keinginannya (Simon, 2006, h. 64).

Ketiga, waktu senggang tidak bisa dimaknai sebagai sikap atau tindakan yang muncul karena pengaruh atau tekanan dari luar. Apabila waktu senggang hanya dimaknai sebagai sekadar hari libur, cuti, atau saat beristirahat yang ada karena pemberian manajemen perusahaan, maka waktu senggang tetaplah hanya menjadi bagian integral dari rutinitas dan tuntutan kerja. Waktu senggang lebih dari itu dan harus dimaknai sebagai sikap mental dan spiritual. Keempat, waktu senggang mensyaratkan sikap yang aktif namun “diam”, semacam kontemplasi. Pieper menyebutnya “*the art of silence*”. Waktu senggang menyuguhkan ruang untuk kita berimajinasi mengumpulkan ide-ide, merumuskan penalaran, mengasah daya abstraksi, dan menajamkan intuisi. Kelima, waktu senggang tidak harus dipertentangkan dengan waktu kerja. Bahkan, waktu senggang sangat mungkin ada pada orang yang bekerja *fulltime* (Simon, 2006, h. 64-66).

Sementara itu, Rojek melalui artikel berjudul “*Leisure, Culture & Civilization*” menyatakan bahwa Pieper adalah salah satu pemikir mengenai waktu senggang yang sangat sistematis dalam memformulasikan hubungan antara waktu senggang dan kebudayaan.

“*He defined leisure famously as the basis of culture. In part he was intent on rebutting the slavish dependence on the work ethic in liberal democracies by reclaiming aspects of the Aristotelian view of leisure that identified it with the contemplative life.*” (Rojek dalam Rojek, Shaw, & Veal, 2006, h. 28).

Pieper ingin agar waktu senggang tidak sekadar dimaknai sebagai saat membunuh waktu, jalan-jalan, dan pencarian akan hiburan semata. Apalagi dimaknai hanya sekadar waktu jeda dari kerja untuk mengejar lebih banyak peluang bersantai, bermalas-malasan, mengonsumsi, dan menghabiskan uang. Pieper juga mendorong orang untuk tidak hanya tergesa-gesa melakukan kerja hanya untuk mendapatkan jeda yang lebih panjang. Pieper menunjukkan jalan memperoleh waktu senggang untuk menempatkan diri dalam situasi reflektif dan kontemplatif, bukan sekadar rekreatif.

Pemaknaan waktu senggang di setiap kebudayaan dapat berbeda-beda. Pieper sedikit banyak telah mengadopsi makna waktu senggang yang dahulu dikembangkan oleh sebagian orang di zaman Yunani Kuno. Yunani Kuno yang masyarakatnya bisa dibagi menjadi dua golongan besar, yaitu orang bebas dan para budak, memberi ruang kepada kelompok yang disebut sebagai orang bebas ini untuk mengembangkan waktu senggang sebagai aktivitas berdiskusi dan mencari kebenaran, melakukan aktivitas yang bersifat reflektif dengan menjaga jarak/berdistansi dengan realitas, dan berusaha mengabstraksikannya. Kondisi inilah yang memungkinkan beragam bidang kehidupan, seperti seni, filsafat, dan spiritualitas muncul dan tumbuh subur di sana. Pengembangan beberapa bidang kehidupan ini bisa sangat optimal melalui waktu senggang dan diwariskan dari generasi ke generasi hingga sekarang (Simon, 2006).

Hubungan antara waktu senggang dengan kebudayaan ini bisa merenggang apabila pengertian populer waktu senggang kini tidak direposisi dan dikembalikan pada pemaknaan yang dikembangkan oleh orang-orang Yunani Kuno. Krisis eksistensial dapat menjadi muara renggangnya kondisi tersebut.

“Krisis eksistensial muncul dalam simptom hilangnya nilai-nilai luhur dan mendalam dalam

hidupnya. Manusia tak lagi mempunyai prioritas hidup; tak lagi mempunyai kriteria nilai serta tujuan; tak mempunyai harapan; dan tak berani mencari makna terdalam. Salah satu penyebab keterpurukan dan krisis macam itu ialah karena manusia telah membunuh waktu senggang. Maka manusia kehilangan orientasi; kehilangan kesempatan menilai dan mengevaluasi; kehilangan daya untuk menghimpun kekuatan dan menyusun strategi” (Simon, 2006).

Kondisi ini bisa muncul akibat manusia terlalu mendewakan kerja. Bahkan kerja yang sampai mampu mendehumanisasi kemanusiaan karena tidak ditempatkan sebagai ekspresi terdalam dari eksistensi manusia dan tidak memiliki fungsi sosial.

Teknologi Digital dan Generasi Milenial

Teknologi digital semakin dekat dengan aktivitas keseharian kita. Teknologi ini juga mengubah berbagai macam bentuk medium komunikasi yang semula konvensional dan analog menjadi digital dan saling terhubung. Karakteristiknya yang khas memberi peluang pengelola dan pengguna medium komunikasi untuk melakukan aktivitas mereka dengan lebih cepat. Hal ini berimplikasi pada waktu kerja yang bisa dipersingkat untuk bisa menampung pekerjaan lain atau mengejar lebih banyak waktu luang di luar kerja. Generasi milenial terkait sangat erat dengan kondisi ini karena mereka sudah terhubung melalui internet sejak internet *booming* hingga era media sosial sekarang.

Dalam konteks Indonesia, generasi *baby boomer* yang lahir setelah perang dunia II, yaitu antara 1946-1964, jumlahnya 13% dari populasi penduduk Indonesia. Generasi X yang lahir antara 1961-1980 sebanyak 20% dari populasi. Sedangkan generasi milenial

mencapai 24% dari populasi. Generasi milenial dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu milenial junior dan senior. Milenial junior berusia sekitar 20-27 tahun, sedangkan milenial senior berusia sekitar 28-35 tahun. Fase hidup generasi milenial beragam, ada yang masih sekolah, mencari pekerjaan, mulai perpasangan, menikah, hingga memiliki anak. Generasi inilah yang akan menentukan perjalanan kehidupan sebuah negara 20-30 tahun ke depan (Utomo, dkk., 2019).

Generasi ini dinilai sebagai generasi pencandu internet. Generasi ini mengakses internet untuk membandingkan produk dan jasa yang akan mereka gunakan, mencari tahu hal-hal baru, mengakses konten media melalui multiplatform, dan mendukung gerakan sosial berbasis *online* (petisi dan donasi). Generasi yang termasuk *heavy user* internet ini (mengakses internet 4-6 jam setiap harinya) mengecek ponsel mereka saat sedang makan bersama keluarga (80%) dan setelah bangun tidur (79%). Generasi ini pula yang 51% di antaranya menemukan dan mendengarkan lagu melalui aplikasi dan *smartphone* mereka (Utomo, dkk., 2019).

Generasi milenial memilih televisi dan media digital untuk mengakses informasi, sedangkan koran dan majalah cetak semakin mereka tinggalkan. Semakin muda generasi ini, semakin terikat mereka pada media digital.

“Dari hasil riset ini, kita bisa menyimpulkan bahwa generasi milenial sudah sangat nyaman beraktivitas tanpa batas secara digital, mulai dari kuliner, *travelling*, komunikasi, dan lainnya. Kita akan siap menyambut tantangan revolusi industri di masa depan. Milenial juga memiliki jejaring lintas batas. Kita terhubung 24/7 dengan satu sama lain” (Utomo, dkk., 2019).

Di Amerika, kecenderungan karakteristik generasi milenial senada dengan hasil riset di atas. Pew Research Center (2010) juga merilis hasil survei mereka mengenai kebiasaan dan perilaku generasi milenial ini dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satu hal yang mereka simpulkan adalah soal selalu terkoneksi generasi ini pada internet. Simpulan itu menyebut generasi ini sebagai “*the first ‘always connected’ generation*” dan memiliki ciri utama “*confident-connected-open to change*”.

“Steeped in digital technology and social media, they treat their multi-tasking hand-held gadgets almost like a body part – for better and worse. More than eight-in-ten say they sleep with a cell phone glowing by the bed, poised to disgorge texts, phone calls, emails, songs, news, videos, games and wake-up jingles. But sometimes convenience yields to temptation. Nearly two-thirds admit to texting while driving.” (Pew Research Center, 2010)

CSIS (2017) juga menemukan bahwa generasi milenial sangat tertarik pada aktivitas yang tidak terlalu serius, santai, dan menghibur. Hal ini terlihat dari pilihan kegiatan ketika mereka diberi pertanyaan mengenai kegiatan yang paling menarik minat mereka, yaitu olahraga (30,8%), mendengarkan musik (19,0%), menonton film (13,7%), dan memasak (10,0%). Aktivitas-aktivitas tersebut menunjukkan angka di atas kegiatan lain yang lebih serius, seperti membaca (5,3%) dan menulis (0,8%). Kegiatan yang bersifat rekreasi tersebut lebih banyak dipilih oleh generasi ini untuk mengisi waktu senggang mereka.

Paradoks Waktu Senggang Milenial

Data-data di atas menunjukkan bahwa generasi milenial dapat menyelesaikan kerja

mereka dalam waktu yang lebih cepat dengan teknologi komunikasi mutakhir. Hal ini seharusnya membuat mereka memiliki waktu senggang lebih banyak ketimbang generasi-generasi sebelumnya. Namun, kondisi mereka yang selalu terkoneksi internet membuat pekerjaan itu justru bisa datang kapan saja dan di mana saja mereka berada. Kondisi ini tidak menjadikan mereka dapat bebas dalam memanfaatkan waktu senggang yang seharusnya ada untuk mereka. Oleh karena itu, kegiatan yang mereka sebut sebagai kerja menjadi blur dengan kegiatan yang mereka sebut sebagai aktivitas mengisi waktu luang. Walaupun hampir separuh dari mereka merasa bersalah karena menghabiskan banyak waktu untuk mempergunakan ponsel (MRY, 2015), mereka tetap melakukannya.

Generasi milenial merasa tertekan saat tidak bisa membalas pesan melalui ponsel dari teman ketika bekerja, demikian juga mereka juga merasa tertekan saat harus membahas pekerjaan di luar jam kerja formal mereka. Tekanan tersebut justru muncul di hampir setiap waktu mereka karena mereka cenderung selalu terkoneksi dengan internet dan media sosial. Jadi, mereka tidak dapat memperoleh waktu senggang yang benar-benar senggang untuk menentukan aktivitas yang benar-benar dapat mereka nikmati. Kondisi percepatan kerja tidak menjamin milenial dapat menambah waktu senggang mereka, namun mereka justru menemukan wilayah yang abu-abu dan diintai oleh tekanan demi tekanan. Kondisi ini semakin tidak memungkinkan mereka melakukan aktivitas yang reflektif dan subtil.

Hal tersebut dapat terjadi karena karakter generasi milenial yang selalu terkoneksi dengan teman, rekan kerja, atasan, keluarga, dan seterusnya. Konsekuensi dari keadaan keterhubungan ini digambarkan dengan sangat apik oleh Piliang (2004) juga sebagai paradoks.

“Keadaan terhubung menjadikan mereka lebih efisien, lebih cekatan,

lebih cepat, lebih produktif, lebih kaya, lebih *up to date*. Akan tetapi, ironisnya, kecepatan juga membuat mereka merasa lebih sibuk, lebih tegang, lebih tertekan, lebih sensitif, lebih cepat emosional—bahkan mungkin *overloaded*. Inilah paradoks dunia *real-time*: memudahkan sekaligus menegangkan, menyamankan sekaligus membuat panik”.

Dalam kondisi yang dipenuhi gaya hidup cepat semacam itu, aktivitas memperlambat gerak, merenung, dan berrefleksi dianggap sebagai parasit yang membuang-buang waktu karena orang-orang cenderung ingin bergerak lebih cepat lagi untuk melakukan lebih banyak hal dalam waktu yang sempit (Piliang, 2004).

Generasi milenial yang sulit terlepas dari ponsel tidak hanya ber-*multi-tasking* saat jam kerja, makan, berwisata, dan datang ke tempat hiburan, tetapi juga saat berada di tempat tidur. Mereka bersanding dengan ponsel di sisi bantal untuk bersiap dan dapat segera menuliskan teks, menerima atau melakukan panggilan telepon, mengirimkan *email*, mendengarkan lagu, mengikuti berita, menonton video, bermain *game*, dan menyiapkan *jingle* penanda bangun tidur. Kondisi seperti ini menjauhkan orang dari saat sunyi dan hening untuk masuk dalam situasi yang disebut Pieper sebagai “*the art of silence*”.

Diam dalam konsep tersebut justru memberi ruang kepada orang untuk aktif berimajinasi mengumpulkan ide-ide, merumuskan penalaran, mengasah daya abstraksi, dan menajamkan intuisi. Ketika orang tidak bisa berdiam diri walaupun hanya beberapa waktu saja, maka orang tersebut tidak mungkin sampai pada kedalaman dan eksistensinya sendiri. Kondisi ketidakmampuan berdiam dan masuk ke dalam diri itu membuat orang cenderung berorientasi keluar dan rentan terhadap perangkat-perangkat eksterior yang

menjebak, seperti mal, tempat wisata, konten media, dan dunia hiburan lainnya.

Media massa menjadi salah satu pilihan generasi milenial dalam mengisi waktu senggangnya. Televisi dan internet menjadi pilihan utama akses terhadap informasi. Salah satu fungsi televisi yang menghibur membuat orang mendekati kepadanya untuk melepaskan ketegangan setelah bekerja seharian. Hal ini juga membuat orang hanya menganggap waktu senggang sebagai waktu jeda atau sisa dari waktu kerja yang rutin. Kondisi kerja yang terlalu menekan dapat membuat orang mencari-cari dan menikmati waktu jeda tersebut. Mereka menginginkan pelepasan dari ketegangan dan tekanan-tekanan yang ada untuk mengumpulkan energi (hanya) untuk bekerja lagi keesokan harinya. Hal ini menjadi ironis ketika tontonan televisi yang diikuti adalah program wisata atau rekreasi. Kondisi ini semakin membuktikan bahwa orang benar-benar tidak mampu melepaskan diri dari belenggu kerja dan menghidupi waktu senggangnya.

Dalam hubungan antara waktu senggang dan kerja ini, Pieper juga menegaskan bahwa waktu senggang tidak harus dipertentangkan dengan waktu kerja. Bahkan, waktu senggang sangat mungkin ada pada orang yang bekerja *fulltime*. Hal ini menunjukkan bahwa kerja justru dapat terus-menerus kita evaluasi selama kita berada di waktu senggang tersebut. Waktu senggang semestinya dipakai untuk berrefleksi tentang kerja yang telah dilakukan, bukan dipakai hanya sekadar lari untuk kembali lagi. Sementara itu, orang yang mampu melakukan kerjanya dalam kondisi yang terus-menerus reflektif justru dapat berimajinasi mengubah alam menjadi kebudayaan, natur menjadi kultur (Simon, 2006).

Penutup

Kecepatan kerja dengan dukungan moda komunikasi digital ternyata tidak menjamin generasi milenial dapat memperoleh waktu

senggang yang sebenar-benarnya. Generasi ini justru mudah terbelenggu oleh kecepatan dan kesegeraan menyelesaikan setiap aktivitas mereka, serta kesulitan menikmati waktu di luar kerja karena terus-menerus terkoneksi dengan berbagai hal. Kondisi ini tidak memungkinkan mereka untuk melakukan refleksi terhadap hal-hal yang mereka kerjakan dan hanya mencari suasana yang dapat mengembalikan energi untuk bekerja kembali. Waktu senggang yang hanya dianggap sebagai jeda dari kerja ternyata tidak dapat membantu generasi milenial keluar dari lingkaran rutinitas yang membelenggu.

Reposisi waktu senggang yang disarankan oleh Josef Pieper sangat relevan dengan situasi lingkungan generasi milenial yang semakin penuh dengan perangkat eksterior ini. Kembali pada sikap mental dan spiritual yang aktif mengisi waktu dengan refleksi dan kontemplasi dapat menuntun orang untuk mendapatkan kembali kekuatannya sebagai insan pembangun kebudayaan dan peradaban.

REFERENSI

Afrilia, D. (2018, November 18). "Pentingnya menyisihkan waktu luang agar tetap waras". *Beritagar.id*. <<https://beritagar.id/artikel/gaya-hidup/pentingnya-menyisihkan-waktu-luang-agar-tetap-waras>>

Centre for Strategic and International Studies. (2017). *Ada apa dengan milenial? Orientasi sosial, ekonomi dan politik*. Jakarta, Indonesia: CSIS.

Hardiman, F. B. (2010). *Ruang publik: Melacak "partisipasi demokratis" dari polis sampai cyberspace*. Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Kanisius.

Kemendikbud. (2016). *Milenial*. <<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/milenial>>

MRY. (2015). *The new (micro) leisure: Redefining downtime in a connected world*. <<https://www.slideshare.net/WeAreMRY/the-new->

micro-leisure-redefining-downtime-in-a-connected-world>

Nielsen. (2015). *Global generational lifestyles: How we live, eat, play, work and save for our futures*. USA: Nielsen.

Pew Research Center. (2010). *Millennials: A portrait of generation next*. USA: PRC.

Piliang, Y. A. (2004). *Dunia yang dilipat: Tamasya melampaui batas-batas kebudayaan*. Yogyakarta, Indonesia: Jalasutra.

Putri, A. W. (2017, November 25). "Pergi tamasya membikin anda lebih sehat". *Tirto.id*. <<https://tirto.id/pergi-tamasya-membikin-anda-lebih-sehat-cAB8>>

Rianto, P. (2016). Pemanfaatan waktu luang untuk menonton televisi di Indonesia: Kelas menengah atas dan kelas menengah bawah. *IPTEK-KOM*, 18(2), 174-188.

Rojek, C., Susan, M. S., & Veal, A. J. (2006). *A handbook of leisure studies*. New York, N. Y.: Palgrave Macmillan.

Simon, F. (2006). *Kebudayaan dan waktu senggang*. Yogyakarta, Indonesia: Jalasutra.

Utomo, W. P., dkk. (2019). *Generasi eksplorasi*. Jakarta, Indonesia: IDN Times.