

Nasionalisme Pasar Sehari-Hari Di Indonesia: Studi Pada Arena Pasar Komoditas Gojek = Everyday Market Nationalism: Study On The Gojek Commodity Market Arena

One Herwantoko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920545209&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini bertujuan membangun dan menguji secara empiris model konseptual nasionalisme pasar sehari-hari, yang meliputi: struktur arena pasar komoditas Gojek yang terkait dengan keberadaan nilai imajinatif kebangsaan pada komoditas tersebut serta habitus ekonomi nasionalistik. Dengan demikian, studi ini berbeda dengan studi nasionalisme sehari-hari sebelumnya yang kurang memperhatikan arena pasar sebagai konteks analisis. Selain kontribusi dalam hal kebaruan konseptual tersebut, studi ini juga berkontribusi dalam hal kebaruan metode riset dengan melakukan metode riset campuran, yaitu: konfigurasi antara metode konvensional regresi logistik biner dengan metode riset digital (social network berbasis corpus) yang diposisikan secara kuantitatif, serta konfigurasi antara metode riset digital textual network analysis dan teknik “breaching the nation” yang diposisikan secara kualitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai imajinatif kebangsaan Indonesia pada komoditas Gojek terkait dengan situasi relasional-persaingan antara Gojek dan Grab serta berkaitan dengan kepemilikan kapital ekonomi, kapital kultural, kapital simbolik, kapital digital, dan karakteristik sosio-demografi aktor yang terlibat dalam arena pasar tersebut. Selain itu, nilai imajinatif kebangsaan tersebut juga berkaitan dengan keberadaan nationalistic economic habitus yang membentuk dan terbentuk melalui praktik-praktik sosial dalam arena pasar komoditas Gojek, seperti: symbolic rewards, material rewards dan banal signifier. Lebih lanjut, studi ini memiliki implikasi teoretik berupa perluasan definisi nasionalisme pasar sehari-hari bahwa konstruksi kebangsaan pada arena pasar komoditas tidak hanya berkaitan dengan ordinary people, namun juga relasi kompleks antara ordinary people dengan kalangan elit non-politik, serta setting analisis pasar di level meso yang tidak dapat dilepaskan dari konteks makro-struktural dan makro-kultural. Adapun terkait implikasi kebijakan, studi menyarankan agar kebijakan Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) dan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI) difokuskan pada kelompok-kelompok sasaran tertentu yang relevan dengan hasil studi ini, baik dari sisi penawaran maupun permintaan.

.....This study aims to build and empirically test a conceptual model of everyday market nationalism, which includes: the structure of the Gojek commodity market arena which is related to the existence of imaginative national values in these commodities as well as nationalistic economic habitus. Thus, this study is different from previous studies of everyday nationalism which paid less attention to the market arena as a context for analysis. In addition to the contribution in terms of conceptual novelty, this research also contributes to the novelty of research methods by conducting mixed research methods, namely: a configuration between the conventional binary logistic regression method and a digital research method (corpus-based social networks) which is positioned quantitatively, as well as a configuration between digital research methods (textual network analysis) and “breaching the nation” techniques, which are positioned qualitatively. The results of the analysis show that the imaginative value of Indonesian nationality in Gojek commodities is related to the relational-competitive situation between Gojek and Grab and is related to the ownership of economic capital, cultural capital, symbolic capital, digital capital, and the socio-demographic characteristics of actors

involved in the market arena. Apart from that, this imaginative national value is also related to the existence of a nationalistic economic habitus which forms and is formed through social practices in the Gojek commodity market arena, such as: symbolic rewards, material rewards and banal signifiers. Furthermore, this study has theoretical implications in the form of expanding the definition of everyday market nationalism that the construction of nationalism in the commodity market arena is not only related to ordinary people, but also the complex relationship between ordinary people and non-political elites, as well as the macro-structural and macro-cultural context. Regarding policy implications, the study suggests that P3DN and Gernas BBI policies should be focused on certain target groups that are relevant to the results of this study, both from the supply and demand sides.