

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Daftar Isi.....	ii
Daftar Gambar.....	iii
Daftar Tabel.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Luaran yang diharapkan.....	3
1.5 Manfaat penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	3
2.1 <i>Digital Behavioural Economic</i>	3
2.2 Transfromasi Sosial.....	4
2.3 Era Industri 4.0.....	4
2.4 Komunitas ‘SobatAmbyar’.....	4
BAB III METODE PENELITIAN.....	6
3.1 Pendekatan Penelitian.....	6
3.2 Tahapan Penelitian.....	6
3.3 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	6
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	6
Bab IV Biaya dan Jadwal Kegiatan.....	7
4.1 Anggaran Biaya.....	8
4.2 Jadwal Kegiatan.....	8
Daftar Pustaka.....	9
Lampiran 1 : Biodata Ketua, Anggota dan Dosen Pembimbing.....	10
Lampiran 2 : Justifikasi Anggaran Kegiatan.....	17
Lampiran 3 : Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas..	19
Lampiran 4 : Surat Pernyataan Ketua Peneliti.....	20

Daftar Gambar

Gambar.1 Trend Didi Kempot Berdasarkan Minat Seiring Waktu periode November 2018-Desember 2019.....	2
Gambar.2 Skema Tahapan Penelitian.....	5

Daftar Tabel

Tabel.1 Teknik Pengumpulan Data	6
Tabel.2 Teknik Analisis Data.....	6
Tabel.3 Anggaran Biaya Kegiatan.....	7
Tabel.4. Jadwal Kegiatan.....	8

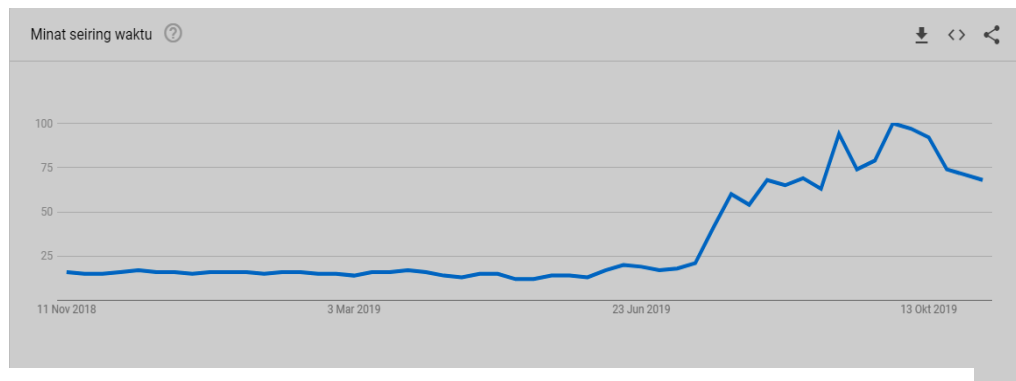
BAB 1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Badai Pop-Culture mendera pemuda Indonesia pada berbagai aspek kehidupan. Jeans (2016) menjelaskan bahwa budaya populer membentuk sebuah praktik dan kepercayaan tersendiri atas negara asal budaya tersebut. Secara sosial hal ini berdampak pada cara hidup seseorang seperti halnya gaya hidup, aktivitas, cara bicara, minat musik, hingga pilihan politik tertentu (Benson 2004 dalam Grindstaff 2008). Pemuda yang banyak terpapar arus informasi menjadi pelaku utama penyebaran budaya populer. Mereka mengintrepetasikan budaya dan memahami karakteristik industri yang memproduksi hal tersebut. Sehingga, permintaan terhadap suatu barang yang merepresentasikan budaya tertentu akhirnya meningkat seiring meningkatnya penganut budaya populer tersebut.

Seperti halnya musik populer yang saat ini banyak digemari pemuda misalnya pop, punk, rap, korean songs, dan A & B (Bennet 2008). Populer musik menumbuhkan status baru pada sebuah industri yang kemudian memunculkan teknologi baru yang memfasilitasi hal tersebut pada kehidupan sehari-hari. Bennet (2006) mengungkapkan bahwa teknologi baru yang ditawarkan identik dengan kapitalisme, kelas, gender, dan ras yang melekat pada barang tersebut. Hal ini yang terkadang menjadi kecenderungan seseorang untuk menyukai musik tersebut. Interaksi antara negara-negara penghasil produk dengan konsumen menjadi faktor pendorong usaha penyebaran budaya tersebut (Ashraf, Thongpapanl, and Auh 2014; Griffith, Cavusgil, and Xu 2008 dalam Bennet 2008). Sehingga konsumen cenderung akan menikmati produk populer yang sedang hits di dunia.

Saat ini justru kecenderungan beralih pada minat yang memunculkan identitas kedaerahan. Pemuda mengidentifikasikan dirinya sebagai sebuah komunitas penggemar musik daerah—yang mana dalam hal ini musik jawa---penyanyi Didi Kempot. Latar belakang pengalaman patah hati menjadi sebuah penarik untuk orang lain bergabung dalam komunitas penggemar tersebut. Hal yang menjadi menarik ialah saat ini pemuda menempati ruang utama penyuka musik jawa Didi Kempot. Berdasarkan data tren berdasarkan minat seiring waktu ditemukan bahwa minat terhadap musik jawa khususnya Didi Kempot meningkat pesat. Dilansir dari thejakartapost (2019) anak muda saat ini banyak yang menggemari lagu Didi Kempot yang kemudian mengidentifikasikan dirinya sebagai ‘SobatAmbyar’. Hal ini terlihat pada data berikut:



Gambar.1 Trend Didi Kempot Berdasarkan Minat Seiring Waktu periode November 2018-Desember 2019

Sumber: <https://trends.google.com/>

Meninjau dari keberhasilan korea menerapkan *soft power*-nya melalui *korean wave*---istilah untuk itu produk kebudayaan populer korea selatan---yang menjadi trend dunia (Suryani, 2014). Korea menggunakan produk kebudayaannya untuk meningkatkan perekonomian negara. Mereka memainkan simbol-simbol kebudayaan untuk mendapatkan keuntungan (Ukka, 2019). Usaha yang dilakukan ternyata berhasil yang kemudian membawa produk-produk korea diminati di beberapa negara, termasuk Indonesia. Hal ini menjadi sebuah refleksi, apakah eksistensi musik yang dibawa oleh Didi Kempot dapat menjadi sebuah tren nasional yang kemudian memberikan dampak ekonomi untuk Indonesia. Terkait hal ini, akan terlihat melalui tingkah laku ekonomi anak muda saat ini yang identik pada dunia digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut, permasalahan yang secara spesifik terlihat ialah potensi transformasi anak muda Indonesia melalui produk budaya lokal daerah dalam menunjang perekonomian bangsa belum memiliki arah yang jelas. Sehingga, rumusan masalah pada penelitian ini, yakni sebagai berikut:

- Bagaimana bentuk-bentuk *digital economic behavioural* pada komunitas ‘SobatAmbyar’ yang mempromosikan kesamaan budaya?
- Bagaimana bentuk tranformasi pemuda pada komunitas ‘SobatAmbyar’ di era industri 4.0?
- Bagaimana strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui pemetaan aktor yang membentuk *digital economic behavioural*?

1.3. Tujuan Penelitian

- Mengetahui pelbagai bentuk *digital economic behavioural* pada komunitas ‘SobatAmbyar’ yang mempromosikan budaya Indonesia.
- Mengetahui pelbagai bentuk tranformasi pemuda pada komunitas ‘SobatAmbyar’ di era industri 4.0.

- c. Mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui pemetaan aktor yang membentuk *digital economic behavioural* untuk di implementasikan di dunia nyata.

1.4. Luaran Yang Diharapkan

Adapun luaran yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

- a. Laporan Akhir Penelitian terkait tentang kegiatan penelitian yang dilakukan yang terkait dengan judul *digital behavioral economic* pada komoditas #sobatambyar sebagai transformasi pemuda indonesia di era revolusi industri 4.0.
- b. Artikel ilmiah dan jurnal ilmiah nasional yang dipublikasikan dalam bentuk cetak maupun elektronik.

1.5. Manfaat Penelitian

Berikut manfaat yang kami harapkan menjadi hasil dari penelitian ini:

- a. Untuk memberikan gambaran *economic behavioural* di ruang digital yang terkait dengan pemuda Indonesia di era 4.0.
- b. Untuk memberikan gambaran pelbagai bentuk tranformasi pemuda Indonesia dari Pop-Culture ke Indonesia-Culture.
- c. Untuk memberikan gambaran mengenai kekuatan jaringan sosial komunitas kedaerahan khususnya komunitas ‘Sobat Ambyar’ sebagai strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dapat implementasikan di dunia nyata.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Digital Behavioural Economic*

Dunia pemasaran global mulai tertarik dengan pemanfaatan analisis psikologi masyarakat dalam menentukan keputusan. Semakin banyaknya perpindahan kegiatan ekonomi masyarakat ke dunia digital, semakin meningkat pula ketertarikan agensi pemasaran dalam memanfaatkan bias kognitif yang terjadi. Bias kognitif yang dimaksud merupakan kesalahan berpikir secara sistematis yang memengaruhi keputusan. Misalnya dalam menghadapi banyak pilihan, kita tidak selalu menganggapnya sebagai sebuah keuntungan. Terlalu banyak pilihan terhadap sebuah trend justru dapat membuat kita menjadi tidak peka terhadap banyak hal dalam sebuah pilihan keputusan. Tidak jarang juga bias kognitif datang kepada kita dalam bentuk sebuah trend yang langka. Ketika trend tersebut langka, maka mata kita sebagai konsumen akan melihat hal tersebut menjadi sesuatu yang lebih berharga daripada yang lainnya. Begitu juga ketika konsumen sudah memiliki atau merasakan ikatan terhadap sebuah trend. Konsumen akan lebih sering mengonsumsi dan berani membayar lebih untuk hal tersebut dibandingkan orang lain yang tak pernah mengonsumsi atau memiliki ikatan kepada trend tersebut.

2.2. Tranformasi Sosial

Tranformasi sosial menurut Wirutomo (2017) adalah sebuah proses yang lekat pada pembangunan sosial yang terdiri dari struktur, kultur, dan proses sosial. Berdasarkan pendekatan Wirutomo Conceptual Framework terdapat beberapa dimensi transformasi sosial (Wirutomo, 2017). Dimensi tersebut diantaranya struktur, kultur dan proses. Struktur sosial adalah pola hubungan yang terbentuk akibat adanya kekuasaan antara individu atau kelompok sosial. Struktur pada masyarakat umumnya cenderung bersifat mengatur, memaksa, memerintah, dan menghambat segala tindakan individu. Aktor yang berperan dalam pendekatan struktur ini ialah institusi resmi yang memiliki *power* dalam sebuah relasi kuasa. Kemudian, kultur adalah sistem, nilai, norma, kepercayaan, dan seluruh kebiasaan serta adat istiadat yang telah terinternalisasi pada setiap individu di dalam masyarakat. Pada penerapannya membentuk sebuah pola perilaku tertentu. Lalu, proses sosial adalah segala dinamika interaksi yang ada pada seluruh anggota masyarakat. Interaksi yang dimaksudkan belum menjadi nilai yang terinternalisasi dan menjadi struktur yang mengatur individu tentang cara bertindak. Pada saat prosesual ini berjalan timbul sebuah negosiasi di dalamnya. Proses negosiasi dapat berupa aspirasi yang diungkapkan dan diekspresikan melalui berbagai media baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses ini memungkinkan terjadinya perubahan struktur dan kultur yang sudah ada sebelumnya (Wirutomo, 2017).

2.3. Era Revolusi Industri 4.0

Era Revolusi Industri 4.0 adalah pembagian perkembangan jaman berdasarkan teknologi yang menunjang industri. Pada era Industri 4.0 seorang individu memiliki mobilitas tinggi terhadap sesuatu. Individu yang hidup pada era ini cenderung memiliki keahlian teknologi yang handal. Keandalan ini membuat mereka semakin bebas untuk mengekspresikan apa yang menjadi ketertarikan mereka terhadap sesuatu. Ekspresi yang dikeluarkan akan semakin terlihat pada setiap sosial media yang dimiliki setiap individu. Penggunaan media sosial sebagai sebuah media komunikasi menjadi hal penting dan menarik.

2.4. Fanbase #SobatAmbyar

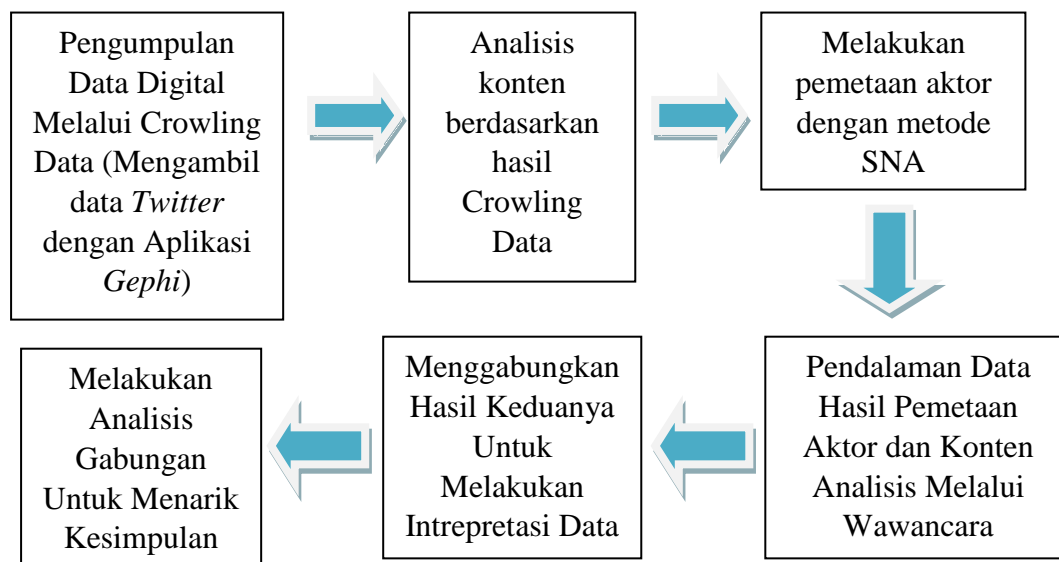
SobatAmbyar adalah nama yang dijulukkan pada penggemar Didi Kempot atas lagu-lagu jawanya. Lagu ini saat ini menjadi genre yang digemari generasi muda saat ini. Selain isi lagu yang membuat galau, ternyata bukan hanya kesukaan terhadap isi lagu namun terdapat nilai tersendiri yang dimaknai seorang penggemar. Makna ini yang menjadi sesuatu hal yang menarik untuk dikaji.

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* yaitu sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dan eksploratif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Bodgan dan Taylor dalam Moleong, 2011). Jenis metode campuran yang digunakan adalah *Embedded Correlations Mix Method* yaitu pada awal pengumpulan dan analisis data cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif, setelah itu diperdalam dengan metode kualitatif untuk memperkaya data. Metode kuantitatif yang dilakukan yaitu dengan pemetaan aktor melalui social network analysis (SNA), *content analysis*, dan diperdalam secara kualitatif dengan *in-dept* interview. Paradigma pada penelitian ini yaitu paradigma interpretivistik yang menggambarkan ketiadaan faktor tunggal yang mendorong terjadinya sebuah fenomena (Neuman, 2014). Penggunaan paradigma ini memungkinkan peneliti memahami dunia sosial serta kebenaran yang sesungguhnya tentang gejala sosial tertentu dari kacamata subyek secara langsung. Penelitian ini juga bersifat eksplanatif, dimana fenomena yang dikaji dijelaskan berdasarkan sejarah urutan kejadian yang digambarkan menggunakan perspektif sasaran penelitian. Penelitian ini berfokus pada realitas sosial yang ditemukan dilapangan sebagai sebuah temuan.

3.2. Tahapan Penelitian



Gambar 2. Skema Tahapan Penelitian

Sumber: hasil olahan peneliti

3.3. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dan analisis data yang dilakukan dijabarkan pada tabel berikut, yaitu:

Tabel.1 Teknik Pengumpulan Data

No	Jenis Data	Pengumpulan Data	Deskripsi
1	Data Primer	Melalui Crowling Data	Melakukan pengambilan data dengan aplikasi <i>gephi</i>
		Melalui Wawancara Mendalam	Wawancara: Aktor Sentral Aktor Peri-peri
2	Desa Sekunder	Studi Literature	Jurnal dan artikel mengenai: <i>Digital Econoic Behavioral</i> , Transformasi Sosial, Era revolusi 4.0, Kajian komunitas 'Sobat Ambyar'

Sumber: Hasil olahan peneliti

Pada tahap analisis data *Social Network Analysis* (SNA) digunakan sebagai *tools* penelitian untuk menggambarkan kekuatan hubungan jaringan sosial yang membentuk digital economic behavioural pada komoditas #SobatAmbyar. Hal yang ingin diketahui ialah pemetaan aktor baik individu, kelompok maupun organisasi yang memiliki peran tertentu. Berikut merupakan rancangan analisis data yang akan digunakan dalam menganalisis kekuatan jaringan sosial antara lain:

Tabel.2 Teknik Analisis Data

Desain Studi	Analisis Data	Informasi Yang Ingin Didapat
Jaringan Utuh (<i>Complete Network</i>)	Sentralitas tingkatan (degree centrality)	Siapa aktor di dalam #SobatAmbyar yang paling populer (paling banyak menjalin kontak dengan aktor lain, paling sering menghubungi dan dihubungi)

	Sentralitas kedekatan (closeness centrality)	Siapa aktor di dalam #SobatAmbyar yang paling dekat, bisa menghubungi aktor lain dalam jarak paling dekat.
	Sentralitas keberantaraan (betwenness centrality)	Siapa aktor di dalam #SobatAmbyar yang berperan sebagai perantara aktor dalam klik.
	Klik	Berapa banyak klik terbentuk, berapa keanggotaan aktor dalam klik.
	Kepadatan Jaringan	Kohesivitas jaringan, seberapa aktor saling mengontak satu sama lain.
	Diameter dan Jarak	Berapa jarak terjauh dan jarak rata-rata dari setiap aktor sehingga bisa terhubung satu sama lain.
Jaringan Ego (Ego Net-works)	Kepadatan jaringan ego	Kohesivitas dari jaringan masing-masing aktor, seberapa kohesif jaringan dari setiap aktor.

Sumber: Erianto, 2014

3.4. Subjek dan Objek Penelitian Data

Objek penelitian ini adalah pemuda yang terlibat pada komunitas ‘SobatAmbyar’ berdasarkan pemetaan *twitter*. Subjek penelitian yang dimaksud ialah transformasi yang terjadi pada pemuda Indonesia di era industri 4.0 yang terlihat melalui *digital economic behavioural*.

BAB 4. ANGGARAN DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Anggaran Kegiatan

Tabel.3 Anggaran Biaya Kegiatan

No.	Jenis Pengeluaran	Biaya (Rp)
1	Peralatan Penunjang Penelitian	1.560.000
2	Bahan Habis Pakai	200.000
3	Biaya Transportasi	4.500.000
4	Lain-lain: administrasi, publikasi, laporan, dan akomodasi	5.500.000

DAFTAR PUSTAKA

- Bennet, Andy. 2008. Towards a cultural sociology of popular music. *Journal of Sociology The Australian Sociological Association*, Vol. 44(4): 419–432
DOI:10.1177/1440783308097130 www.sagepublications.com
- Google trends. 2019. Pencarian Trend Didi Kempot. Available at <https://trends.google.com/trends/explore?q=Didi%20Kempot&geo=ID> yang diakses pada november 2019
- Gorbiano, Marchioo Irfan. 2019. Jokowi wants to tap into Didi Kempot's 'sahabat ambyar' to promote Pancasila among youth. *Jakarta: thejakartapost*. Available at <https://www.thejakartapost.com/news/2019/12/04/jokowi-wants-to-tap-into-didi-kempots-sahabat-ambyar-to-promote-pancasila-among-youth.html> yang diakses pada 09 Desember 2019
- Grindstaff, Laura. 2008. *Culture and Popular Culture: A Case for Sociology*. The University of Auckland Library
- Neuman, W Lawrence. (2014). *Social Research Method (Seventh Edition) Qualitative and Quantitative Approach*. London: Pearson Educations.
- Suryani, Ni Putu Elvina. 2014. *Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Ukka, Ibrahim T.I. 2019. *Impact Of South Asia Culture: A Case Study Of Korea Drama Wave On Youths In Indonesia*. China: School of Journalism and information Communication, Huazhong University of Science and Technology
- Vinney, Cynthia. 2018. What Is Cognitive Bias. Available at <https://www.thoughtco.com/cognitive-bias-definition-examples-4177684> diakses pada tanggal 09 Desember 2019
- Wirutomo, Pualus, Linda Darmadjanti, Ida Ruwaida, dan Daisy Indira Yasmine. 2017. *Perang Tanpa Alasan*. Depok: Yayasan Obor Indonesia.
- Walsh, John W dan Valerie Keller-Birrer. 2019. Behavioral economics in the digital world A marketing tool to improve online shopping experience or to trick the customer?. Available at <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/behavior-economics-in-the-digital-world/> diakses pada tanggal 09 Desember 2019

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Ketua, Anggota dan Dosen Pembimbing.**1. Biodata Ketua Kelompok****A. Identitas Diri**

1.	Nama Lengkap	Nina Indriyanti Ratnasari
2.	Jenis Kelamin	Perempuan
3.	Program Studi	Sosiologi
4.	NPM	1606892346
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Blora, 02 Mei 1997
6.	E-mail	123ninaindriyanti@gmail.com
7.	No.Telepon/HP	085713457668

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Evaluasi Akhir Tahun 3 Lembaga (DPM UI, BEM UI, dan MWA UI UM)	Ketua Panitia	Universitas Indonesia, 2017
2	Pagelaran Karawitan UKM Sekar Widya Makara UI	Sindhen Inti Pengisi Suara	Galeri Indonesia Karya, Plaza Indonesia, 2018
3	Desa Produktif Beastudi Etos Jakarta	Koordinator Bidang Pemberdayaan Masyarakat	Desa Bojong Terong, Citayam, 2018
4	Sekolah Pasca Kampus FSI FISIP UI Ke-29	Ketua Panitia	Universitas Indonesia, 2018
5	Penelitian dalam Research Cluster Perdesaan Sosiologi FISIP UI	Enumerator Lapangan	Bogor, 2018

C. Penghargaan dalam 10 tahun terakhir.

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	JUARA 1 PKM-P	LIMAS FISIP UI	2016
2.	PKM-PSH Didanai	Kemenristekdikti	2017
3.	JUARA 1 Karawitan Competition at Travest Atmajaya	Universitas Atmajaya	2017
4.	IP Terbaik Perempuan	Beastudi Etos Jakarta	2017

2.	JUARA 2 NASIONAL CASE STUDY	UI Achievement Community	2018
----	--------------------------------	--------------------------	------

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya siap menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Program Kreativitas Mahasiswa – Penelitian Sosial Humaniora

Depok, 08 November 2019

Pengusul,



Nina Indriyanti Ratnasari
NPM. 1606892346

1. Biodata Anggota Kelompok

2.1 Biodata Anggota Kelompok Ke-2

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Muhammad Heno Wijayanto
2.	Jenis Kelamin	L
3.	Program Studi	Sastra Daerah untuk Sastra Jawa
4.	NPM	1706983755
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Bekasi, 31 Oktober 1999
6.	E-mail	henowijayanto@gmail.com
7.	No.Telepon/HP	085718233116

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No	Jenis Kegiatan	Status dalam Kegiatan	Waktu dan Tempat
1	Sahabat Mahasiswa Baru UI	Staff. Email	2019, UI
2	Bedah Kampus UI	Staff Bedah Fakultas	2018, UI
3	Pekan Budaya Jawa	PJ Festival Gamelan	2019, FIB UI


C. Penghargaan dalam 10 tahun terakhir.

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.	Pembicara Seminar Nasional Naskah	FIB UI	2019

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya siap menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-Penelitian Sosial Humaniora.

Depok, 07 November 2019


Muhammad Heno Wijayanto
1706983755

2.2 Biodata Anggota Kelompok Ke-3

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap	Muhammad Fachri Shandika Iman
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Program Studi	Ilmu Komunikasi
4.	NPM	1806141630
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 28 Agustus 2000
6.	E-mail	
7.	No.Telepon/HP	087775670818

B. Kegiatan Kemahasiswaan Yang Sedang/Pernah Diikuti

No.	Jenis Kegiatan	Status dalam kegiatan	Waktu dan Tempat
1.	Lembaga Dakwah Fakultas, Forum Studi Islam FISIP UI	Wakil Kepala Departemen Kajian	2019, FISIP UI, Depok
2.	Televisi Universitas Indonesia	Kru Reporter	2019, FISIP UI, Depok
3.	UI Quranic Olympiad	Staf Seminar	2018, UI, Depok
4.	Islamic Festival FSI FISIP UI	Staf Humas, Publikasi, dan Desain	2018, FISIP UI, Depok
5.	Pekan Komunikasi 2019	Staf Mata Lomba Media Matters	2019, FISIP UI, Depok
6.	D' Islamic Pleasure Day (D'ISPLAY) FISIP UI 2019	Kepala Divisi Humas, Publikasi, Dokumentasi, dan Desain	2019, Taman Mini Indonesia Indah
7.	Communication Care (Commcare), Kegiatan Sosmas HMIK FISIP UI 2019	Staf Acara	2019, FISIP UI, Depok
8.	"Diskusi Asik Sosial Politik", Program Kerja Kajian dan Aksi Strategis BEM FISIP UI 2019	Staf Sponsorship	2019, FISIP UI, Depok
9.	MTQ UI 2019	Staf Desain dan Dokumentasi	2019, UI, Depok
10.	Musyawarah Nasional FSLDKN Ke-19	Staf Acara	2019, UI, Depok
11.	Islamic Festival FSI FISIP UI	Kepala Divisi Acara	2019, FISIP UI, Depok

C. Penghargaan dalam 10 tahun terakhir.

No.	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tempat
1.	Juara 4 Lomba Cerdas Cermat Sejarah Sc-DKI Jakarta,	Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka	Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Timur
2.	Technical Award, The	International Robot Olympiad	Beijing, China

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya siap menerima sanksi.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-Penelitian Sosial Humaniora.

Depok, 06 November 2018



Muhammad Fachri Shandika Iman
NPM.1806141630



Biodata Dosen Pendamping**A. Identitas diri**

1.	Nama Lengkap (dengan gelar)	Prof Dr Sudarsono Hardjosoekarto
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki
3.	Program Studi	Sosiologi
4.	NIP/NIDN	0025115710
5.	Tempat dan Tanggal Lahir	Sragen, 25 November 1957
6.	Alamat Email	Sudarsono.h@ui.ac.id
7.	No. Telepon/HP	0818634545

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Institusi	IPB	The University of Tokyo	The University of Tokyo
Tahun masuk-lulus	1977-1981	1987-1989	1989-1992

C. Rekam Jejak Tri Dharma PT**C.1 Pendidikan / Pengajaran**

No	Nama Mata Kuliah	Wajib / Pilihan	SKS
1	Sosiologi Organisasi	Wajib	3
2	Sosiologi Ekonomi	Wajib	3
3	Perencanaan dan Evaluasi Program Sosial	Wajib	3
4	Kebijakan Sosial	Wajib	3
5	Konstruksi Teori	Wajib	3
6	Academic Writing	Wajib	3

C.2 Penelitian

No	Judul Penelitian	Penyandang Dana	Tahun
1	Construction of Social Development Index	DRPM UI	2010
2	Institutional Strengthening of the Role of Mass Media for Disaster Risk Reduction	DRPM UI	2012

C.1 Pendidikan / Pengajaran

No	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Penyandang Dana	Tahun
1	Sekretaris Jendral DPD RI 2013-2017	DPD RI	2013-2017

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi.
Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan PKM-Penelitian Sosial Humaniora.

Depok, 31 Desember 2018

Dosen Pendamping,



(Prof Dr Sudarsono Hardjosoekarto)



Lampiran 2. Justifikasi Anggaran Kegiatan

No	Justifikasi Pemakaian	Harga Satuan (Rp)	Volume	Nilai (Rp)
Peralatan Penunjang Penelitian				
1.	Sewa Alat Perekam	Rp 100.000,-	3 buah	300.000,-
2.	Buku Catatan Lapangan	Rp 20.000,-	3 buah	60.000,-
3.	Souvenir Narasumber	Rp 200.000,-	6 paket	1.200.000,-
SUBTOTAL				1.560.000,-
Bahan Habis Pakai				
1.	ATK (Pulpen, Map, Amplop, Stapler, dll)			100.000,-
2.	Pulsa			100.000,-
SUBTOTAL				200.000,-
Biaya Transportasi				
1.	Transportasi Tim Peneliti ke Solo, Jawa Tengah	Rp 300.000,-	3 Kali x 3 orang	2.700.000,-
2.	Transportasi Tim Peneliti ke Yogyakarta	Rp 300.000,-	2 Kali x 3 Orang	1.800.000,-
SUBTOTAL				4.500.000,-
Lain-lain: Administrasi, Publikasi, Laporan, Akomodasi				
1.	Administrasi Perizinan			150.000,-
2.	Publikasi Penelitian			2.500.000,-
3.	Pelaporan dan penggandaan			100.000,-
4.	Penginapan selama turun lapangan	Rp 350.000,-	5 hari	1.750.000,-
5.	Konsumsi selama turun lapangan	Rp 200.000,-	5 hari	1.000.000,-
SUBTOTAL				

	5.500.000,-
TOTAL KESELURUHAN	11.760.000,-
TERBILANG: <i>SEBELAS JUTA TUJUH RATUS ENAM PULUH RIBU RUPIAH</i>	

Lampiran 3. Susunan Organisasi Tim Pelaksana dan Pembagian Tugas

No	Nama	Program Studi	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu	Uraian Tugas
1.	Nina Indriyanti Ratnasari	Sosiologi	Sosial Humaniora	30jam/Minggu	1. Bertanggung jawab atas pelaksanaan penelitian 2. Analisis data hasil penelitian 3. Mengkoordinir dan merencanakan pelaksanaan penelitian. 4. Kesekretariatan dalam tim.
2.	Muhammad Heno Wijayanto	Sastra Daerah untuk Sastra Jawa	Sosial Humaniora	25jam/minggu	1. Mengurus perizinan. 2. Mengurus Publikasi. 3. Membuat janji dengan subyek penelitian. 4. Mengatur konsumsi selama
3.	Muhammad Fachri Shandika Iman	Sosiologi	Sosial Humaniora	20jam/minggu	1. Mengelola pemasukan dan pengeluaran selama penelitian. 2. Mengelola dan mengatur akomodasi serta transportasi perjalanan. 3. Mengelola aplikasi Gephi sebagai tools penelitian 4. Mengkoordinir

Lampiran 4. Surat Pernyataan Ketua Peneliti



UNIVERSITAS INDONESIA
Veritas, Probitas, Iustitia

Kampus Salemba Jl. Salemba Raya No 4, Jakarta 10430
Kampus Depok Kampus Universitas Indonesia Depok 16424
Tel. 62.21. 7867 222/7884 1818 Fax. 62.21. 7884 9061
Email pusadmui@ui.ac.id | www.ui.ac.id

SURAT PERNYATAAN KETUA TIM PELAKSANA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nina Indriyanti Ratnasari
NIM : 1606892346
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa proposal PKM-PSH saya dengan judul **Digital Behavioral Economic pada Komoditas #SobatAmbyar Sebagai Transformasi Pemuda Indonesia di Era Revolusi Industri 4.0** yang diusulkan untuk tahun anggaran 2020 adalah asli karya kami dan belum pernah dibiayai oleh lembaga atau sumber dana lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Depok, 25 November 2019

Dosen Pendamping,

Yang menyatakan,



(Prof. Dr. Sudarsono Hardjosoekarto)
NIDN.0508050277

(Nina Indriyanti Ratnasari)
NIM. 1606892346

Mengetahui,

**Direktur Kemahasiswaan
Universitas Indonesia**

Dr. Arman Nefi, S.H., M.M.
NUK. 0508050277