

## SOSIABILITAS PARA NETTER DI INDONESIA: KASKUSER REGIONAL YOGYAKARTA

Weni A. Arindawati, S.Ip., MA

### *Abstract*

*This is a study on the sociability of netters as reflected in the phenomenon of virtual community or online groups. This study attempts to investigate how the sociability of netters, KASKUS community of Yogyakarta Region, is shaped in cyberspace. As a result, this study is aimed at understanding and explaining the sociability built by the netters. Besides, this study is aimed at describing the communication, consolidation, and confirmation of the netters. And, it is also aimed at pointing out the dissimilarity or similarity of online and offline sociability. In virtual ethnographic research, the interaction of virtual communities can actually be assessed based on its Computer-mediated Communication (CMC) practices. Therefore, observations are conducted by the researcher to explore the experience and self-reflection of both the researcher herself and informants. As a consequence, this study can be classified into a qualitative research involving a combination of ethnographic observation, interviews, and group discussions.*

**Key words:** *virtual community; sociability; CMC; KASKUS*

### Pengantar

Pembicaraan tentang kehidupan sosial komunitas *online*, terutama sosiabilitas pengguna internet (*netter*) lebih merupakan bagian diskursus sosial budaya masyarakat postmodern. Pada konteks sosial *cybersociety*, medium internet yang berada pada jalur *superhighway* mempunyai dua hal yang paradoksal. Pertama, mengingat komunitas virtual terus tumbuh belakangan ini dan intimasi itu ada, tetapi bagaimana pengguna internet membangun sosiabilitasnya? Kedua, beberapa kota yang ada di Indonesia dengan tingkat mobilitasnya yang cukup tinggi dan pengguna internetnya juga tinggi—contohnya daerah urban di Yogyakarta yang memiliki mobilitas ulang-alik (terutama mahasiswa).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Berdasarkan sensus penduduk 2010, Badan Pusat Statistik provinsi D.I Yogyakarta mencatat jumlah penduduk Kota Yogyakarta sebanyak 388.627 jiwa, dengan luas wilayah 32,50 kilometer per segi dan tingkat kepadatan penduduknya 14.239 jiwa per km<sup>2</sup>. Di samping merupakan kota pelajar, Yogyakarta juga kota wisata, sekaligus kota budaya sehingga tingkat mobilitas penduduknya cukup tinggi. Sedangkan menurut temuan David Hill dan Krishna Sen, pengguna internet di Yogyakarta memiliki

Penelitian ini bermaksud mengeksplorasi suatu masalah tentang bagaimana para *netter* membangun sosiabilitasnya di ruang *online* dengan melakukan *criss-crossing* terhadap kehidupan ‘real’-nya (*offline*). Aspek sosiabilitas dalam penelitian ini menggunakan beberapa dimensi yaitu dimensi kontekstual, dimensi dialogis, dan dimensi refleksif-diri terhadap realitas *cybersocial* di ruang virtual, yang terbentuk oleh relasi-relasi sosial, kekuasaan, dan politis (Saukko, 2003; Sterne via Jones, 1999: 257-282). Dalam hal ini, Jonathan Sterne mengingatkan, *cultural studies needs to continue to develop alternatives to millennial conceptions of the internet* (Sterne via Jones, 1999: 259).

Inti dari ketertarikan penelitian ini adalah bahwa studi komunitas virtual/*online* dalam grup forum diskusi *online* ini tidak terlepas dari dua unsur pokok. Pertama, bagaimana para pengguna komunitas *online* saling berinteraksi satu sama lain. Terlebih, praktik hubungan-hubungan sosial yang memberikan suatu kerangka lain masyarakat “baru” yang menjadi bagian dari fenomena komunitas *online*. Berbeda halnya jika interaksi sosial ini bukan semata-mata untuk menjalin kebersamaan di dalam ruang virtual saja, namun melahirkan kebersamaan yang berusaha diwujudkan di kehidupan ‘real’/*offline*. Oleh karena itu, aspek penting kedua adalah mengenai relasi sosial yang dialektis antara kehidupan virtual dan kehidupan ‘real’. Maka dari itu, studi ini mengangkat permasalahan tentang bagaimana sosiabilitas para *netter* di dunia virtual pada Komunitas KASKUS Regional Yogyakarta.

#### Kerangka Pemikiran/konseptual

Sosiabilitas merupakan istilah yang mengalami penyesuaian dari *sociability*, yaitu *the quality or state of being; also : the act or an instance of being sociable* (<http://www.merriam-webster.com/dictionary/sociable>). *Sociability* berasal dari kata sifat *sociable*, maksudnya adalah *willing to talk and engage in activities with other people; friendly* (<http://oxforddictionaries.com/definition/sociable>). Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia belum ada definisi mengenai istilah tersebut. *Sociability* memiliki sinonim atau derivasi istilah dari *sociality* dan *sociable*. Sosiabilitas yang menekankan pada pengguna internet yang melakukan interaksi sosial baik melalui medium internet maupun *face-to face* merupakan keadaan yang sama dengan

---

rasio mahasiswa yang lebih besar dibanding penduduknya. Lihat David Hill dan Krishna Sen, *Media, Budaya dan Politik di Indonesia*, Jakarta: ISAI, 2001, halaman 232.

kemampuan bergaul seseorang di kehidupan sehari-hari, yang menunjukkan perilaku sosial atau kesalinghubungan untuk menjalin hubungan sosial.

Selanjutnya, konsep sosiabilitas yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pendapat Maria Bakardjieva (2005) dalam *Internet Society* yang memuat bagian tentang *Chatting: Sociability Unbound*. Ia menggunakan istilah sosiabilitas untuk menggambarkan keadaan dan pengalaman partisipannya. Sehingga konsep ini secara operasional dimaksudkan *'virtual' friendships were in the process of becoming 'real', and such, sustained through other communication technologies* (ibid: 176). Dalam interaksi sosial para *chatter* memungkinkan banyak orang dapat mengobrol dalam satu *"room"* dan membicarakan berbagai macam hal, *private conversation in the public room* (173-175). Di situ terdapat kondisi *rationalistic model of internet communication*.

Hampir sama dengan kata sosiabilitas, istilah *netter* belum memiliki arti khusus secara ilmiah. Sebab kata ini pun baru muncul sejak internet ada. *Netter* diambil dari Bahasa Inggris dari kata *Net* yang diberikan sufiks *-er*, yang artinya menunjukkan pelaku atau orang. Namun, kata ini sudah banyak dimengerti oleh masyarakat Indonesia sebagai pengguna internet. Sehingga secara sederhana, *netter* adalah penyebutan singkat untuk menamakan pengguna Internet, yang dalam kesehariannya atau hampir setiap hari serta untuk jangka waktu yang lama terkoneksi dengan Internet. Atau bisa juga, *Netter* merupakan istilah populer yang digunakan untuk menyebut seseorang dengan hobi mengakses *Net* atau jaringan Internet (misal *browsing* atau "berselancar" di dunia maya). Istilah ini mendapat predikat populer, karena sering digunakan tetapi belum mempunyai definisi khusus di dalam kamus manapun. Maka, pada konteks ini *netter* merujuk kepada anggota KASKUS (KASKUSer) sebagai seorang pengguna (Internet) yang mengakses situs KASKUS.us.

Partisipasi anggota komunitas KASKUS di dunia *online* dan *offline* menggambarkan karakter yang khas. Relasi sosial mereka dibangun secara berbeda dari anggota komunitas virtual yang berbasiskan *chat*, *mailing list*, *newsgroup* atau *bulletin board*. Komunitas KASKUS menyediakan ruang dialog, debat, transfer pengetahuan dan juga transaksi jual beli (*e-commerce*). Di sini ada celah bagi tumbuhnya ruang sosial maya. Relasi-relasi sosial mendukung kehadiran ruang sosial maya dengan memberikan perspektif baru dalam memahami perkembangan teknologi media. Maka

dari itu, ruang sosial maya berguna untuk dieksplorasi dan dilihat secara lebih nyata serta memperhatikan batasan-batasan ruang dunia maya dan nyata.

Teknologi dan proses sosial ditempatkan sebagai posisi yang saling berdampingan dalam pendekatan *Social Construction of Technology* (SCOT). Pendekatan ini ingin menunjukkan bagaimana bentuk artefak teknologis merupakan hasil dari proses-proses sosial. Sebagai konsekuensi atas pilihan dan rasionalisasi tentang sosiabilitas anggota komunitas virtual KASKUS, praktik keseharian (budaya) mereka yang diusung dalam penelitian ini lebih bersifat kontekstual. Namun, perlu menjadi catatan bahwa apa yang tergambarkan ke dalam teks-teks budaya di internet adalah suatu bentuk performativitas dan representasi dari tindakan sosial yang terkonstruksi dan mempengaruhi ranah kehidupan real. Sebab, yang ditampilkan dalam tindakan sosial dan pengalaman cukup mencerminkan kontekstualisasi penelitian ini terhadap realitas *online* maupun *offline*. *Social Construction of Technology* (SCOT) mendasarkan konstruksi-konstruksi sosial, budaya dan politik yang mengkorelasikan karakteristik perilaku pengguna dan pengaruh teknologi sebagai dasar konteks hubungan *online* dan *offline* (Bell, 2007: 39-40).

## Metode

Secara metode, sebagian besar penelitian ini dieksplorasi atas pengamatan yang didasarkan juga atas pengalaman dan refleksi-diri peneliti dan dibantu oleh informan. Informan adalah anggota KASKUS Regional Yogyakarta. Informan berguna untuk mengambil *point of view* anggota komunitas virtual. Pemilihan informan ditentukan berdasarkan keaktifan mereka berpartisipasi secara *online* maupun *offline*. Keaktifan informan diamati dari jumlah *posts* di atas 10.000 dengan *join date* antara tahun 2004 hingga 2009. Data ini dapat dilihat di profil akun *member* KASKUS. Selain itu intensitas kehadiran informan pada pertemuan *offline* yang dinamakan “guyub angkringan”, menjadikan basis penentuan seorang informan. Keterlibatan antara peneliti dengan informan dilakukan melalui interaksi personal yang diawali dari interaksi *online* kemudian dilanjutkan ke pertemuan *offline* secara bertatap muka.

Dalam penelitian etnografi virtual, untuk memahami interaksi komunitas virtual dapat dikaji berdasarkan interaksi *Computer-mediated Communication* (CMC)-nya. Model komunikasi CMC ini telah menawarkan tempat yang sangat potensial bagi lapangan penelitian yang terfokus dan efisien untuk menemukan struktur dan pola-pola

interaksi sosial. Awal pendekatan CMC, sebagian besar dilakukan dalam modus eksperimental. Di luar perdebatan ini, keuntungan dari penelitian yang melibatkan praktik CMC telah menyuguhkan formasi penelitian yang berbeda untuk membentuk pandangan tentang internet sebagai sebuah budaya. Artinya, praktik CMC merupakan wujud nyata realitas *online*.

Kemudian setelah menetapkan etnografi sebagai pendekatan, yang berguna dalam proses pengumpulan data. Strategi penyelidikan yang dipakai adalah berpartisipasi secara *online*, yaitu terlibat dalam interaksi CMC dengan komunitas KASKUS. Pendekatan etnografis ini menggunakan ranahnya di ruang virtual sekaligus 'real' yang dibagi menjadi dua situasi, yakni dalam keadaan *online* dan *offline*.

Oleh karena itu, *cyberspace* mampu menjadi situs lapangan bagi etnografi untuk memperkaya bagaimana perolehan data dari internet atau ruang maya. Internet yang disusun dari *setting* lingkungan yang tak terbatas masih bisa digali lebih dalam lagi untuk menangkap pemaknaan budaya *online*, dan teknologi yang mempengaruhi pembentukan relasi-relasi sosial bagi penggunanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka metode dari Christine Hine yang memberikan definisi operasional metode etnografi virtual bahwa:

“Kajian-kajian etnografis pada latar online berkontribusi besar bagi pembentukan sebuah pandangan terhadap internet sebagai budaya di mana teknologi yang dimanfaatkan orang yang bisa dipelajari. Pendekatan-pendekatan *cyberspace* yang disusun ini dapat diterima sebagai situs lapangan etnografi.”<sup>2</sup>

(2000: 9)

Melalui kerja etnografi virtual, peneliti akan melihat internet sebagai produk budaya dan artefak budaya, *a technology that was produced by particular people with contextually situated goals and priorities*. Sehingga, studi ini tergolong jenis penelitian kualitatif dengan mengkombinasikan antara pengamatan terlibat etnografis, wawancara dan *group discussion*. Dalam memperoleh data, penelitian ini menggunakan metode secara *online* dan *offline*. Metode secara *online* dilakukan dengan mengobservasi praktik CMC-nya, sekaligus peneliti bertindak sebagai *participant observer* di forum *online* salah satu trit paling dinamis, yaitu trit

---

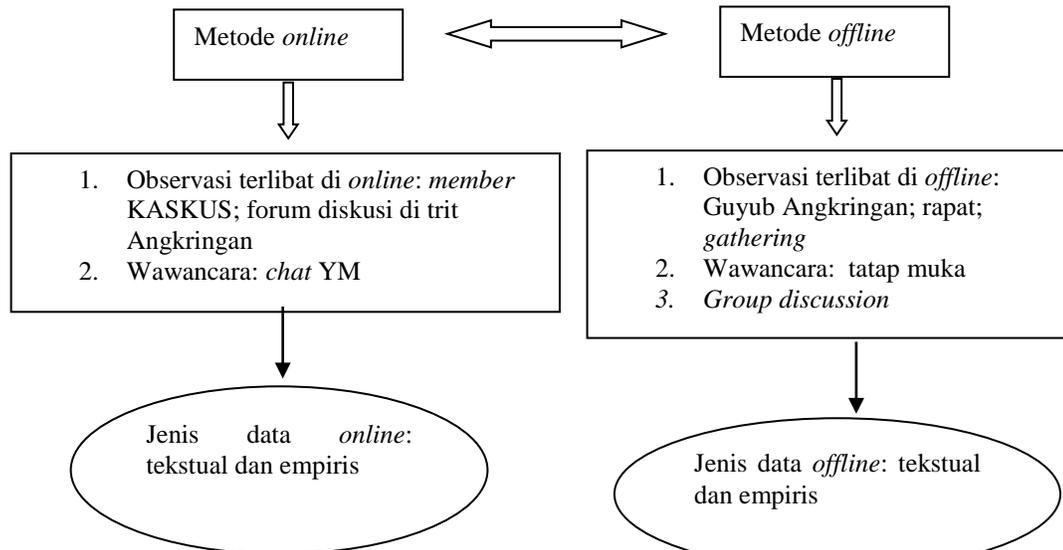
<sup>2</sup> “Ethnographic studies of online settings made a major contribution to the establishment of a view of the Internet as a culture where the uses people make of the technology available to them could be studied. These approaches established cyberspace as a plausible ethnographic field site.”

Angkringan eRYe. Pengamatan terlibat etnografis dimaksudkan bahwa peneliti bergabung menjadi *member* KASKUS sejak Oktober 2010. Data tersebut diambil selama jangka waktu itu hingga bulan Agustus 2011. Keterlibatan peneliti ditujukan saat berinteraksi secara *online* dengan subjek peneliti, yakni anggota KASKUS Regional Yogyakarta (dibaca: eRYe), sedangkan pengamatan juga dilakukan di ranah *offline* yakni ketika peneliti bertemu secara *face-to-face* dengan KASKUSer tanpa terhubung dengan jaringan (*online*), yang bertujuan mengamati subjek lebih dekat agar mampu mendalami proses-proses sosial yang berlangsung.

Selanjutnya, proses wawancara terhadap beberapa informan dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara yang disusun dan dibuat sebelum proses wawancara berlangsung, sedangkan yang tidak terstruktur, wawancara berlangsung secara spontan tanpa pertanyaan yang disusun sebelumnya. Hal ini ditujukan untuk memperoleh kedalaman analisis dari sudut pandang informan. Selain itu, jenis wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur dipakai demi menjaga kenyamanan dan keefektifan dalam proses pengumpulan data agar mendapatkan *point of view* secara lengkap dari informan dibandingkan melalui komunikasi CMC di YM.

Wawancara yang dibagi menjadi dua yaitu secara *online* menggunakan fasilitas *chat* Yahoo!Messenger (YM). Wawancara secara *offline* atau *face to face* berlaku ketika peneliti berinteraksi langsung tanpa medium teknologi internet dalam aktivitas real seperti dalam pertemuan rutin setiap Rabu malam di “Guyub Angkringan” atau acara-acara lain (*gathering* ataupun rapat) dengan anggota KASKUS eRYe. Untuk melengkapi bahan analisis, peneliti menambahkan *group discussion* saat informan, peneliti dan anggota komunitas lain berkumpul membicarakan tema-tema tertentu yang sedang berkembang di dalam diskursus realitas *online*. *Group discussion* merupakan cara kerja sederhana dari model wawancara tak terstruktur.

*Group discussion* dilakukan hanya secara *offline*. Diskusi kelompok ini diperlukan agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan beragam tentang sosiabilitas para *netter*. Ini akan terlihat dari diskursus yang berkembang atau sedang dibangun saat mereka berdiskusi tentang peristiwa (informatif) di realitas *online*. Diskusi kelompok adalah aktivitas berdiskusi dengan tidak membatasi orang yang bergabung dalam diskusi itu. Artinya, siapapun yang terlibat dalam diskusi itu dan apapun tema yang dibicarakan itu cenderung tidak fokus terhadap satu persoalan saja. Berikut skema metode pengumpulan data:



Skema: Operasionalisasi Metode *Online* dan *Offline*<sup>3</sup>

Berikutnya adalah menentukan jenis data. Karena metode pengumpulan data ini terdiri dari dua model maka data-data tersebut bersumber dari data *online* dan data *offline*. Pada data *online* penggunaan jenis datanya berupa teks-teks yang ditulis/ketik dalam praktik berkomunikasi (CMC) termasuk teks-teks yang ada di dalam *thread* (trit) forum diskusi. Pengadopsian interaksi CMC pada proses ini membantu pemahaman peneliti untuk melampaui celah-celah *online* sendiri (*beyond the online spaces*) dalam membuat pemetaan (*mapping*) terhadap fungsi dari bentuk CMC (Dodge via Hine, 2005:117-127).

Proses selanjutnya ialah menginterpretasikan proses-proses sosial yakni sosiabilitas yang dibangun di ruang *online* (kehidupan maya) kemudian dapat dilihat juga sosiabilitasnya di kehidupan real. Proses analisa dialektis sosiabilitas di ruang virtual dengan 'real' dapat terbagi ke dalam tiga unsur yaitu konsolidasi, komunikasi, dan konfirmasi. Dengan mengamati proses ketiga unsur itu maka sosiabilitas dapat dicermati secara lebih mudah. Untuk dapat menganalisisnya lebih jauh maka yang perlu dilakukan, pertama, data *online* akan dianalisis termasuk penggunaan dan

<sup>3</sup> Skema metode ini merupakan hasil elaborasi dan modifikasi metodis peneliti dari berbagai kerangka metode yang telah dikaji dan digunakan beberapa peneliti sebelumnya. Sekaligus metode ini berupaya memberikan tawaran praktis terhadap metode lain dalam perkembangan akademik Ilmu Sosial Humaniora atau studi-studi sejenis berikutnya.

makna bahasa yang dipakai. Kedua, data ini akan dibenturkan dengan konteks sosial yang memungkinkan pemaknaan. Ketiga, menginterpretasikan proses-proses sosiabilitas berdasarkan konteks kejadian yang dialami.

Meskipun komunitas virtual itu banyak ragamnya, terutama di Indonesia, namun kajian komunitas virtual yang menekankan pada aspek sosiabilitas penggunaannya ini bukanlah secara holistik bertujuan untuk menggambarkan komunitas virtual yang ada, atau hendak membandingkan komunitas KASKUS dengan komunitas virtual jenis lainnya. Komunitas KASKUS Regional Yogyakarta dipilih sebagai korpus penelitian yang cukup representatif untuk menyelidiki sosiabilitas karena didasarkan adanya pertemuan lanjutan dari *online* ke dunia real, dan jumlah anggota regionalnya ada sekitar 3000 lebih ditambah pula setiap pertemuan *offline* minimal terdapat 50 orang berkumpul dan saling berinteraksi.

#### Analisa

Pada awalnya, KASKUS dikenal para *netter* Indonesia karena memiliki konten berbau pornografi, yaitu BB17 (buka-bukaan 17+ tahun). Namun, sejak tahun 2008 forum ini ditutup atas dampak berlakunya UU No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Oleh karena itu, mulai tahun 2008 KASKUS beralih menuju *profit oriented* atau bisnis, di samping mereka juga tetap mempertahankan misi awal pendirian komunitas ini sebagai forum diskusi *online* yang bebas berbicara apapun (*freedom of speech*). Kemudian, situs komunitas virtual ini pun semakin berkembang dari segi layanan fitur, fasilitas dan aplikasi lainnya karena dimasuki berbagai iklan-iklan, contohnya, perusahaan yang bergerak di bidang *Internet Service Provider* (ISP). Mereka pun bekerjasama dengan beberapa lembaga kemanusiaan dunia seperti UNICEF. Kini manajemen KASKUS berada dibawah PT. Darta Media Indonesia, dipimpin oleh seorang CEO, Ken Dian Lawadinata.

Keanggotaan KASKUS terdiri dari orang-orang Indonesia, mayoritas kalangan kaum muda. Keberadaan anggota ini tidak hanya menempati wilayah geografis di Indonesia tetapi di seluruh dunia, seperti Eropa, Amerika, Timur Tengah, Asia dan Afrika. Anggota KASKUS di wilayah Indonesia dibagi lagi menjadi beberapa regional dan sub-regional. KASKUS Regional Yogyakarta merupakan salah satu regional yang paling aktif berpartisipasi secara *online* maupun *offline*.

Kaum muda sejak dahulu menjadi ranah kajian yang khas dalam perkembangan ilmu sosial-humaniora. Tentu saja, kaum muda di sini bukan dibedakan berdasarkan usianya, sebagaimana konsepsi masyarakat umum selama ini. Kaum muda merupakan suatu kategori formasi sosial yang menunjukkan pola-pola tertentu, seperti gaya hidup, fashion, bahasa, kebiasaan dan waktu luang. Meskipun secara jumlah, populasi terbesar di dunia saat ini didominasi oleh kaum yang berusia muda sekitar 15-40 tahun.

Karena kaum muda mudah menerima segala bentuk kemajuan teknologi dan pengetahuan, tentunya, yang perlu dicermati adalah kaum muda yang berada di perkotaan atau masyarakat urban, yang dipengaruhi oleh arus pertukaran informasi, ekonomi, dan transportasi. Secara umum, kaum muda dapat dilihat sebagai pertemuan dua unsur pembentukan identitas “yang lain” dan juga “gaya” yang berbeda dari kultur dominannya. Fenomena kaum muda urban yang seringkali diidentikkan dengan kelompok-kelompok tertentu (punk, sexpistol, pop), kini mulai nampak suatu identitas “lain”, gaya hidup dan waktu luang yang cukup menarik untuk dikaji, terutama untuk membaca aspek sosiabilitas yang dibangun di ruang virtual.

Pada titik tertentu, setelah dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, secara cepat perubahan-perubahan model komunikasi CMC ini direspon oleh kalangan muda. Kalangan muda justru dianggap sebagai “agen-agen yang membawa perubahan” itu pula.

Di dalam ruang maya, komunikasi interpersonal menjadi semakin mudah, murah, cepat dan global. Artinya, kekuatan besar teknologi komunikasi-informasi yang membuka jalan membawa dampak interaksi sosial yang menunjang proses sosiabilitas di era modern akhir. Dalam menjalankan proses komunikasi muncullah apa yang biasa diungkap dengan istilah komunitas virtual. Yakni, suatu konsep dalam kajian media baru mengenai bentuk (hubungan) perkumpulan manusia di ruang maya (*cyber*). Komunitas virtual ini merupakan sarana baru dalam komunikasi massa yang dijalankan sesuai tataran CMC yang telah disebutkan sebelumnya. Mengutip dari Rheingold, *do just about everything people do in real life* ((1993/2000: xvii).

Penjelasan di atas sebagai pengamatan dan pemahaman sederhana dari dampak teknologi internet bagi kehidupan masyarakat urban, khususnya kaum muda. Maka konstruksi wacana tentang komunitas virtual senyata dapat dicermati dari fenomena

perkembangan komunitas KASKUS yang memiliki bermacam-macam komunitas hobi di dalamnya dan mampu mengorganisir diri—sosiabilitas anggotanya di kehidupan ‘riil’. Sebagaimana yang menjadi fokus penyelidikan pada penelitian ini, komunitas virtual KASKUS Regional Yogyakarta menyimpan banyak hal menarik untuk dianalisis dan direkontekstualisasikan dengan perubahan sosial yang terjadi akhir-akhir ini.

Reputasi termasuk salah satu aturan main yang digunakan Komunitas KASKUS. Masing-masing KASKUSer memiliki apa yang disebut dengan reputasi. Sebagaimana yang dipahami di dalam kehidupan ‘real’, reputasi dianggap sebagai ukuran kualitas atau nilai diri seseorang, sehingga reputasi secara tidak langsung juga akan mempengaruhi hubungan interaksi sosial di masyarakat atau komunitas yang mencitrakan karakter subjek diri.

Reputasi adalah sebuah fitur yang disediakan oleh manajemen pendiri forum Komunitas Virtual KASKUS untuk memberikan “nilai” terhadap KASKUSer dan diberikan oleh KASKUSer lain berdasarkan aturan-aturan tertentu di ruang *online*, yaitu KASKUSer harus memiliki jumlah *posting*-an di atas 2000 (sering diistilahkan dengan ISO2000). “Nilai” yang dimaksud semacam *reward*; penghargaan; atau pemberian “sukarela”. Lalu, “nilai” yang memiliki arti negatif atau mengandung unsur *punishment* ialah ‘bata’ atau reputasi buruk. Karenanya kontekstualisasi “nilai” ini disebut dengan *virtual reward* dan *virtual punishment*. *Virtual punishment* digunakan sebagai suatu punishment yang berlaku dalam mekanisme “pemberian nilai” reputasi yang mengkerangkai suatu *netiquette* yang sudah ditetapkan sebagai *standards of being social* (Man & Stewart, 2000: 14). Penggunaan istilah ini meminjam dari Tamir Maltz (1996), yang menerangkan bahwa *virtual punishment* ditujukan sebagai *controlling and disrupting the communication of others* (via Jones, 1997/2002: 230). Selain itu Steven Jones (1997/2002) juga menambahkan bahwa *virtual punishment can be an effective means for controlling the behavior of personae in virtual communities* (ibid: 231).

Wujud konkrit penggunaan reputasi ini berupa kode-kode simbolik yang diberi makna masing-masing yaitu *reward/punishment* sebagai objek virtual. Maka, objek virtual adalah gambar suatu objek material yang artifisial atau semu, yang digunakan dalam realitas *cyberspace* sebagai objek yang dilekatkan pada benda ‘real’ tertentu yang diberi makna lain. Objek virtual yang dimaksud di sini yaitu balok ‘cendol’ dan ‘bata’. Permainan bahasa tersebut merupakan bentuk kreatifitas yang melampaui

proses kebudayaan di ruang maya dalam menciptakan sebuah ciri khas untuk memberikan tanda bagi identitas kelompok (komunitas KASKUS) mereka.

Munculnya istilah reputasi adalah bentuk upaya menghadirkan apa yang ada di dunia 'real' juga berlaku di dunia virtual. Dalam konteks ini reputasi berarti bahwa ketika seseorang 'berlaku baik'<sup>4</sup> maka akan dihargai oleh orang lain (*reward*), dan jika sebaliknya akan diberikan "nilai buruk" (*punishment*). Ketentuan ini menjadi bagian dari abnormalitas, bahwa ternyata interaksi sosial itu tidak selalu berjalan normal kendati di dalam diskusi komunitas *online*. Pertama, ketika kekuasaan seorang agen itu beroperasi melalui aturan-aturan yang disepakati dalam media *online*. Kedua, abnormalitas bisa juga terjadi secara spontan, contoh iseng memberikan 'bata'.

Ukuran reputasi terdiri dari jumlah *bar* 'cendol/bata'. *Reputation bar point* adalah kumpulan balok yang memiliki sejumlah poin-poin tertentu. Jumlah *bar* ditentukan dari jumlah poin yang diterima. Jika KASKUSer "melemparkan" (istilah yang biasa dipakai) +1 'cendol' sama artinya dengan 1 poin, begitu juga dengan 'bata'. Selain reputasi baik dan buruk, seorang KASKUSer yang tidak memiliki reputasi akan diberikan 'tanda' balok berwarna abu-abu (istilah itu disebut dengan "abu gosok").

Istilah 'cendol' digunakan untuk memberikan *reward* yang bermakna sebagai reputasi baik. Awalnya, di KASKUS istilah 'cendol' disebut dengan 'ijo-ijo', unsur warna hijau berarti reputasi baik. 'Cendol' berasal dari ikon berbentuk kotak/balok berwarna hijau yang diasosiasikan juga dari sejenis makanan untuk campuran minuman es Dawet khas Jawa, yang diberi nama cendol.<sup>5</sup> Meskipun cendol ini dikenal dalam kehidupan 'real' sehari-hari mereka, namun istilah ini direproduksi dan mengalami modifikasi makna sehingga cendol memperoleh bahasa yang esoteris, yang digunakan oleh komunitas KASKUS. Cendol sebagai minuman khas lalu dimaknai ulang menjadi 'cendol' yang menunjukkan reputasi baik.

Reputasi baik sangat penting untuk membangun kepercayaan (*trust*) di dunia maya<sup>6</sup>. Dalam bisnis *online* ini berlaku bagi penjual agar dipercaya oleh calon pembeli

<sup>4</sup> Maksudnya adalah jika KASKUSer tidak melanggar aturan di forum KASKUS, dan mem-posting hal-hal yang dianggap menarik dan bermanfaat bagi KASKUSer lain. KASKUSer yang dapat bekerjasama menciptakan suasana keakraban dan pertemanan.

<sup>5</sup> Yaitu penganan yang terbuat dari tepung beras dan sebagainya yang dibentuk dengan penyaring kemudian dicampur dengan air gula dan santan (untuk minuman). Berdasarkan sumber KBBI *offline* V.1.3, melalui <http://ebsoft.web.id>.

<sup>6</sup> Sejauh mana tingkat kepercayaan ini berfungsi di komunitas itu, biasanya dikaitkan dengan jumlah *reputation bar* dan *post*. Jumlah poin 0 sampai dengan +99 akan ditunjukkan dengan 1 *bar* (balok)

(terutama di dalam Forum Jual Beli/FJB KASKUS), meski mereka tidak mengenal satu sama lain sebelumnya. Sebab realitas dunia maya memungkinkan *trust* dan *deception* berlangsung secara bersamaan<sup>7</sup>, seperti yang diungkapkan oleh Cristiano Castelfranchi dan Yao-Hua Tan (2002) dalam artikelnya “The Role of Trust and Deception in Virtual Societies”.<sup>8</sup> Dan apa yang pernah dikutip oleh mereka juga, Lewicki et.al. (1998) menyampaikan tipologi perbedaan tipe kepercayaan yang terdiri dari (1) *deterrence-based trust*, kepercayaan yang lahir dari sistem aturan baku yang normatif; (2) *knowledge-based trust*, kepercayaan karena kemampuan agen yang memiliki kompetensi, tujuan, dan motif; (3) *identity-based trust*, karena agen tersebut menarik kita untuk percaya karena identitas yang dibangun (via Castelfranchi & Tan, hal. 62).

### Refleksi Kritis: Mozaik Realitas *Cyberculture*

Telaah refleksi kritis terhadap realitas *cyberculture* di Indonesia, yang telah dihasilkan studi pada kasus komunitas virtual KASKUS Regional Yogyakarta ini adalah *Ngaskus*. *Ngaskus* mencerminkan budaya khas, yaitu praktik kultural *online*

---

‘cendol’, sedangkan poin 0 sampai dengan -99 memiliki 1 *bar* ‘bata’. Tampilan *reputation bar* cendol/bata KASKUSer dapat dilihat dalam tampilan *user* pada suatu *trit/thread* atau *profil user*. Letak *reputation bar point* berada di bawah keterangan *post* (lihat lampiran 1). Keterangan ini bisa diakses melalui <http://www.KASKUS.us/showpost.php?p=153808156&postcount=52>).

<sup>7</sup> Kepercayaan ini dimaksudkan sebagai penggunaan cendol/ijo-ijo yang artinya reputasi baik, sehingga orang akan menilai bahwa KASKUSer ini dapat dipercaya sebagai KASKUSer yang baik (menaati aturan yang ada) meskipun seorang KASKUSer yang memiliki *full bar* cendol tetap saja berpeluang melakukan kecurangan dalam hal cara memperoleh cendol, seperti misalnya melakukan transaksi jual-beli cendol, arisan cendol, barter cendol. Sehingga bagaimana pun kepercayaan bisa saja dibuat dengan mendapatkan/mengumpulkan cendol tetapi mungkin saja cendol yang didapat adalah hasil dari bentuk kecurangan. Selain itu, kepercayaan dan kecurangan ini sangat sering terjadi di forum jual-beli (FJB) KASKUS. Kepemilikan cendol dan bata akan mempengaruhi penilaian seorang pembeli terhadap penjualnya. Padahal belum tentu jika penjual (KASKUSer yang buka lapak) yang mendapat bata karena pernah melakukan penipuan jual-beli, bisa saja itu terjadi karena mendapat bata di forum lain (di luar FJB).

<sup>8</sup> “Both the social approach to computation and the autonomous agents paradigm, and computer-mediated social interaction unavoidably entail the diffusion of problems of trust and deception in virtual communities. These issues are also emerging in the domain of human-computer (H-C) interaction, in computer-supported collaborative work (CSCW) and, generally, in computer mediated interaction and organization, and in the “infosociety.” (hal. 56). Artikel ini dapat dibaca di *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6, No. 3, *Communities in the Digital Economy* (Spring, 2002), pp. 55-70 yang dipublikasikan oleh M.E. Sharpe, Inc. atau dapat diakses melalui <http://www.jstor.org/stable/>

tertentu yang hanya bisa dipahami oleh kalangan mereka. Praktik kultural terdiri dari praktik-praktik penandaan berupa nilai-nilai, norma, aturan, bahasa, gaya hidup, atribut dan sebagainya. Sehingga dapat dikatakan bahwa komunitas KASKUS merupakan contoh dari realitas masyarakat “baru”, yang menciptakan semacam sub-kultur baru yang esoteris, lahir dari dunia virtual. Meminjam konsep baru yang dikenalkan David Bell itu sebagai *cybersubculture* (Bell, 2001: 163-184).

Dari hasil temuan itu dapat disimpulkan bahwa,

Reputasi merupakan sebuah nilai meskipun mengalami relativitas nilai yang dipakai untuk mendukung sosiabilitas seseorang di komunitas virtual secara *online*. Reputasi ini memiliki karakter khusus dari penggunaan ikon berupa balok merah dan hijau (“bata dan ijo-ijo/cendol”) yang berarti reputasi baik dan buruk. Sedangkan, reputasi baik adalah semacam *virtual reward*, dan reputasi buruk adalah *virtual punishment*. Sosiabilitas dibangun dari proses penandaan terhadap nilai tertentu yang turut mengkonstruksi identitas. Atas reputasi inilah implementasi seorang subjek di dunia virtual merupakan wujud virtualitas identitas yang dapat direkayasa atau dimanipulasi.

*Posting* menunjukkan partisipasi aktif dalam diskusi/chat di ruang *online* yang menyediakan saluran atau kanal-kanal untuk mengakrabkan diri. *Posting* dapat dikategorikan sebagai bagian lain dari model komunikasi yang termediasikan komputer (CMC) secara simultan. Terlebih ketika sarana *posting* ini digunakan untuk kepuasan dan mencapai hasrat tertentu (reputasi, ISO2000, koleksi cendol dan bata). Semakin sering *posting*, maka eksistensi seorang *netter* di ruang *online* menjadi ukuran yang cukup signifikan, dan secara kuantitatif, intensitas *posting* ini menentukan sosiabilitasnya.

Kloning ID merupakan bagian keserbamungkinan bukan hanya atas multi-identitas yang ada di dunia maya (Turkle, 1995). Namun juga soal bagaimana identitas mampu direkayasa dan direproduksi, yakni mengenai pembentukan identitas seorang *netter* yang digandakan (kloning) dan terrepresentasi dari gambar avatar atau *location ID user* yang disamakan dengan unsur identitas yang utama (*ID primary*). Kloning ID juga merupakan sejenis replikasi identitas *netter* yang berguna untuk membantu menciptakan atau merekayasa objek-objek virtual ‘cendol/bata’ sehingga memotivasi *netter* untuk mencipta ulang identitas di ruang maya. Dengan demikian kloning ID bermanfaat dalam membangun sosiabilitas yang menyebabkan kebersamaan atas

aturan main tertentu yang bertujuan untuk mengakrabkan diri meskipun ini adalah bentuk kecurangan sekaligus penipuan. Anomali yang justru berpengaruh terhadap sosiabilitas para *netter* di ruang *online*.

Guyub Angkringan merupakan aktivitas *offline* yang berdasarkan kelanjutan sosiabilitas yang dibangun di ruang virtual, kemudian dapat menguatkan kembali rasa persaudaraan, kekeluargaan dan kebersamaan secara lebih terorganisir dan terstruktur. Realitas masalah yang ada di ruang virtual kemudian dapat dipecahkan di dunia 'real'. Namun, bisa juga realitas di dunia virtual tidak ada hubungan sama sekali dan tidak dicampur adukkan dengan kehidupan 'real'-nya, tergantung pada konteks persoalan yang mengikutsertakan aturan main yang berlaku dalam komunitas KASKUS eRYe.

Komunikasi yang berlangsung di ruang *online* terdapat variasi bentuk-bentuk CMC yang mendukung sosiabilitas mereka di dunia virtual, seperti YM, Facebook, dan Twitter. Selain itu, para *netter* menggunakan bahasa yang esoteris yang sudah dimaknai ulang menurut kesepakatan mereka. Sehingga terkadang bahasa dalam kehidupan sehari-hari dipakai juga dalam dunia virtual. Begitu juga sebaliknya. Tetapi bahasa *online* yang direproduksi dan dipakai di kehidupan sehari-hari terkesan "aneh" bagi orang awam. Hanya saja itu hanya bisa dipahami oleh kalangan mereka. Sosiabilitas yang dikonstruksi dengan menggunakan bahasa *online* inilah terkadang justru menjadi alat identifikasi dan pencarian bagi pengakuan diri sebagai bagian dari komunitas tersebut. Pergaulan di dunia 'real' yang teridentifikasi melalui bahasa esoteris mereka layaknya sudah menjadi kebiasaan.

Meskipun kloning ID dapat berguna dalam sosiabilitas di dunia virtual, namun untuk meminimalisir penipuan identitas dan bentuk kecurangan lainnya di dunia 'real', arena konfirmasi dapat dipahami sebagai bentuk *cross-check* status identitas seorang *netter* terhadap perilaku maupun *personality* (pemilik ID *user*). Ini akan saling mengisi atau bahkan meningkatkan rasa persaudaraan dan keakraban di antara mereka.

Akhirnya dari temuan-temuan di atas, studi ini menegaskan bahwa masyarakat informasi ini telah mendorong daya tarik pemanfaatan teknologi Internet dan munculnya suatu *the social order in virtual life (virtual order)*.<sup>9</sup> Media baru turut membentuk sosiabilitas para *netter*, untuk kemudian dilanjutkan di dunia 'real'.

---

<sup>9</sup> Frase ini merupakan hasil pemikiran peneliti untuk menyebut suatu tatanan sosial di dunia virtual.

Internet juga sebagai medium yang membawa perubahan-perubahan cara lain orang berkomunikasi dan bergaul atau mengakrabkan diri. Dalam konteks sosial para *netter* yang mayoritas kaum muda dalam studi ini, tampak bahwa kaum muda tetap saja mengusung ide-ide lain berupa *cybersubculture*, dan kreativitas baru untuk menciptakan persaudaraan dan rasa kekeluargaan.

Dunia “baru” yang bernama *cyberspace*—yang dihuni oleh “warga” (*netizens*), yang mengorganisir diri tidak hanya di ruang maya tetapi juga dilanjutkan di ruang ‘real’, maka lebih tepat jika gagasan ini disebut dengan *neo-cybersociability* atau sosiabilitas maya yang baru.<sup>10</sup> Maksudnya adalah kebersosialan yang dikonstruksi di ruang maya maupun di ruang ‘real’ serta merta saling bersinggungan dan mengadakan proses ulang-alik dalam membentuk hubungan sosial dan komunikasi yang baru, yakni pemanfaatan jaringan internet dan komputer (elektronik).

Di samping itu, peneliti cukup mengapresiasi gagasan humanisnya Mark Slouka yang menyuguhkan kontestasi jaman sebagai gambaran untuk menyebut kebudayaan pascaruang (Slouka, 2000). Namun, sesungguhnya studi ini secara sederhana hendak mencoba memberikan pandangan kritis terhadap pemikiran Mark Slouka tentang kondisi yang dikhawatirkan sebagai efek dari kebudayaan pascaruang itu. Bahwa dengan melihat hasil temuan-temuan studi ini, dapat dikatakan cukup memberikan hasil yang berbeda. Masyarakat informasi, terlebih para *netter* mampu melakukan negosiasi ulang terhadap apa yang ada (terjadi) di ruang virtual dan ‘real’ sebagai bentuk realitas ‘yang lain’. Saat ini kita dapat menyaksikan bagaimana kehidupan manusia telah berubah, bukan hanya karena perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, tetapi juga kehidupan sosial.

Maka, studi ini menekankan bahwa dari penggunaan internet ada dampak arus balik antara sosiabilitas *online* dan *offline*. Dengan kata lain, bentuk-bentuk sosiabilitas yang dibangun para *netter* dapat saling menguatkan kembali hubungan sosialnya baik secara *online* maupun *face-to-face* dan atau sebaliknya sejauh ada keinginan untuk menjalin pertemanan. Teknologi menjadi bukan yang menentukan hubungan-hubungan sosial namun teknologi hanyalah sebagai jembatan yang menguatkan

---

<sup>10</sup> Istilah ini merupakan konsep yang dibuat oleh penulis sebagai hasil modifikasi konsep atas temuan studi ini dan konsep yang pertama kali dikenalkan oleh Christopher Huge Partridge, *cyber-sociability*. Meskipun ia tidak cukup jelas mendefinisikan istilah tersebut. Lihat dalam Christopher Partridge, *The Re-enchantment of the West: Alternative Spritualities, Sacralization, Popular Culture and Occulture*, vol.2, T&T Clarck International, London, hal 144.

hubungan sosial sebelumnya maupun sesudahnya. Pendapat ini merupakan pandangan mengenai determinisme teknologi, sekaligus menjaga jarak dari posisi di antara pandangan *technophilia/technophobia*. Sedangkan, interaksi sosial baik di ruang *online* ataupun *offline* tidak begitu saja serta merta dapat menggantikan satu dengan lainnya tetapi saling berbalik, interaksi di ruang *online* belum tentu selalu menggantikan interaksi secara *face-to-face* begitupun sebaliknya. Gagasan tersebut mencoba menjelaskan alasan agar tidak begitu saja terjebak pada *displacement theory*. Demikian yang menjadi simpul atas studi ini agar lebih mantap menempatkan sudut pandang peneliti sebagaimana yang telah dijabarkan sebelumnya.

[ ]

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Bakardjieva, Maria. 2005. *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Bell, David. 2001. *An Introduction to Cybercultures*. New York: Routledge.

\_\_\_\_\_. 2007. *Cyberculture Theorists: Manuel Castells and Donna Harraway*. New York: Routledge.

Dodge, Martin. 2005. "The Role of Maps in Virtual Research Methods", dalam *Virtual Methods: Issues in Social Research on the Internet*. Christine Hine (Ed.). New York, Oxford: Berg.

Hine, Christine. 2000. *Virtual Ethnography*. London, Oaks, New Delhi: Sage.

Jones, Steven G. (Ed.). 1997/2002. *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Jones, Steven G. (Ed.). 1999. *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.

Slouka, Mark. 2000. *Ruang yang Hilang: Panandgan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*. Bandung: Mizan.

Sterne, Jonathan. 1999. "Thinking the Internet: Cultural Studies Versus the Millennium", dalam Steve Jones (Ed.). 1999. *Doing Internet Research*. New York, New Delhi, London: Sage Publications. Hal. 257-282.

Turkle, Sherry. 1995. *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. London: Secker & Warburg.

#### Website

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/sociable> {diakses pada 12 Februari 2011}

<http://oxforddictionaries.com/definition/sociable> {diakses pada 14 Januari 2010}

<http://mashable.com/2009/09/28/sociability/> {diakses pada 14 Januari 2010}

<http://www.kaskus.us/> {diakses pada 8 Agustus 2011}