



Bunga Rampai

# KOMUNIKASI DI MEDIA BARU



Editor: Ika K. Idris

Tim Dosen Program Sarjana  
dan Pascasarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Paramadina

Bunga Rampai  
KOMUNIKASI  
di MEDIA BARU

Bunga Rampai  
**KOMUNIKASI**  
di **MEDIA BARU**

Editor  
**Ika K. Idris**

**Penulis**  
**Ika K. Idris, Prabu Revolusi, Tri Wahyuti, Kurniawaty Yusuf,**  
**Faris Budiman Annas, Atika Budhi Utami, Wahyutama, Totok Amin**  
**Soefijanto, Putut Widjanarko, Rini Sudarmanti**



**RAJAWALI**  
**BUANA PUSAKA**

Bunga Rampai  
**KOMUNIKASI**  
di **MEDIA BARU**

---

**Perpustakaan Nasional RI Katalog Dalam Terbitan (KDT)**

**ISBN 978-623-7787-27-3**  
xi; 220 hlm.; 23 cm.  
Cetakan ke 1, November 2020

**Editor**

**Ika K. Idris**

**Penulis**

**Ika K. Idris, Prabu Revolusi, Tri Wahyuti, Kurniawaty Yusuf,  
Faris Budiman Annas, Atika Budhi Utami, Wahyutama,  
Totok Amin Soefijanto, Putut Widjanarko, Rini Sudarmanti**

**Desain Sampul**

**Tim Kreatif Rajawali Buana Pusaka**

**Penerbit**

**PT Rajawali Buana Pusaka**

**Depok**

**Telp: (021) 868-65632**

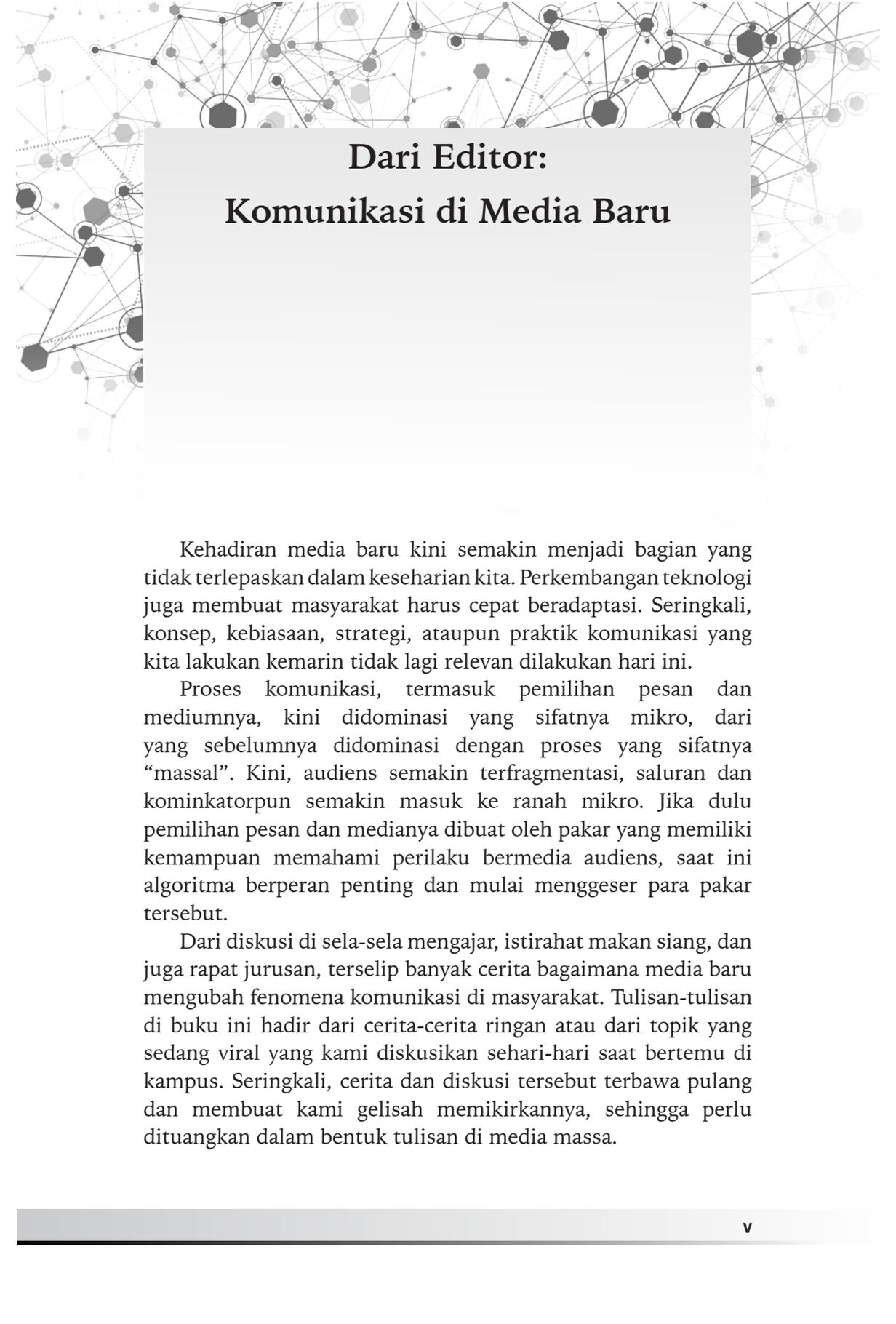
**e-mail: [rajawalibuanapusaka@gmail.com](mailto:rajawalibuanapusaka@gmail.com)**

**Anggota IKAPI**

**No. 374/JBA/2020**

Hak cipta di lindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak isi buku ini, baik sebagian maupun seluruhnya dalam bentuk  
apapun tanpa seizin dari penerbit.

[Halaman Ini Sengaja Dikosongkan]



## Dari Editor: Komunikasi di Media Baru

Kehadiran media baru kini semakin menjadi bagian yang tidak terlepas dalam keseharian kita. Perkembangan teknologi juga membuat masyarakat harus cepat beradaptasi. Seringkali, konsep, kebiasaan, strategi, ataupun praktik komunikasi yang kita lakukan kemarin tidak lagi relevan dilakukan hari ini.

Proses komunikasi, termasuk pemilihan pesan dan mediumnya, kini didominasi yang sifatnya mikro, dari yang sebelumnya didominasi dengan proses yang sifatnya “massal”. Kini, audiens semakin terfragmentasi, saluran dan kominkatorpun semakin masuk ke ranah mikro. Jika dulu pemilihan pesan dan medianya dibuat oleh pakar yang memiliki kemampuan memahami perilaku bermedia audiens, saat ini algoritma berperan penting dan mulai menggeser para pakar tersebut.

Dari diskusi di sela-sela mengajar, istirahat makan siang, dan juga rapat jurusan, terselip banyak cerita bagaimana media baru mengubah fenomena komunikasi di masyarakat. Tulisan-tulisan di buku ini hadir dari cerita-cerita ringan atau dari topik yang sedang viral yang kami diskusikan sehari-hari saat bertemu di kampus. Seringkali, cerita dan diskusi tersebut terbawa pulang dan membuat kami gelisah memikirkannya, sehingga perlu dituangkan dalam bentuk tulisan di media massa.

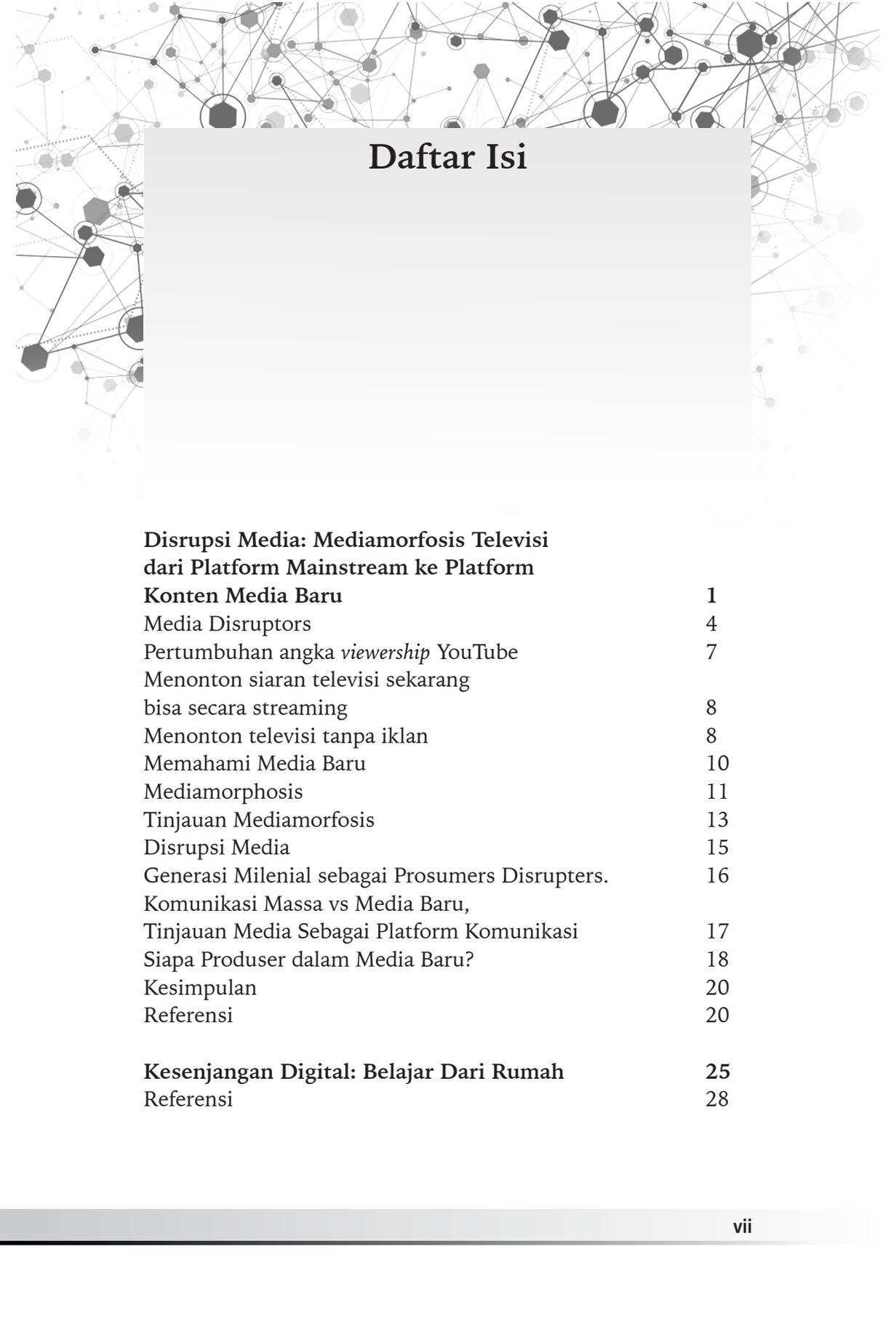
Dari sesama kolega di Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina kami saling belajar. Kami belajar bersama memahami istilah baru saat bertransaksi di lokapasar ataupun menonton video di YouTube. Kami juga belajar memahami konsep-konsep baru tatkala mencurahkan kekhawatiran seputar kesenjangan digital, pelanggaran privasi, ruang gema daring, ataupun partisipasi politik di media sosial.

Buku ini kami tulis dengan menekankan pada perspektif ilmu komunikasi. Kami sadar bahwa fenomena media baru, yang salah satu karakternya adalah multimedia, dapat dibahas dan dipelajari dari berbagai disiplin ilmu. Tak jarang pula ada mahasiswa kami “terjebak” untuk membahas aspek lain dari fenomena media baru di luar komunikasi, dan melupakan disiplin ilmunya. Tanpa bermaksud menjadikan ilmu komunikasi eksklusif, kami ingin mencoba mengingatkan kembali “ruh” keilmuan komunikasi dari sebuah aktivitas bermedia di era serba online saat ini.

Semoga tulisan-tulisan yang ada dalam buku ini bermanfaat bagi mahasiswa ilmu komunikasi di Universitas Paramadina dan masyarakat luas.

Jakarta, 21 November 2020

**Ika K. Idris**  
Editor



# Daftar Isi

<b>Disrupsi Media: Mediamorfosis Televisi dari Platform Mainstream ke Platform Konten Media Baru</b>	<b>1</b>
Media Disruptors	4
Pertumbuhan angka <i>viewership</i> YouTube	7
Menonton siaran televisi sekarang bisa secara streaming	8
Menonton televisi tanpa iklan	8
Memahami Media Baru	10
Mediamorphosis	11
Tinjauan Mediamorfosis	13
Disrupsi Media	15
Generasi Milenial sebagai Prosumers Disrupters.	16
Komunikasi Massa vs Media Baru, Tinjauan Media Sebagai Platform Komunikasi	17
Siapa Produser dalam Media Baru?	18
Kesimpulan	20
Referensi	20
<b>Kesenjangan Digital: Belajar Dari Rumah</b>	<b>25</b>
Referensi	28

<b>Lika-liku Praktik Media Digital:</b>	
<b>Refleksi dan Realitas</b>	<b>31</b>
Suatu Pendekatan Praktik	32
Memahami Konstruksi Realitas di Media Sosial	34
Kenali Efek Psikologis	35
Minimalisme Digital, Sebuah Refleksi Praktik Bermedia	37
Referensi	38
<b>Buzzer Media Sosial dan Kepercayaan Publik</b>	<b>41</b>
Pengertian buzzer	42
Kepercayaan terhadap buzzer	43
<b>Melawan Covid-19 Melalui Kampanye Kreatif</b>	<b>47</b>
Krisis Kesehatan yang Mendunia	47
Dampak Pandemi Covid-19 Untuk Kehidupan Sosial	48
Kampanye Via Media Sosial	50
Kampanye Unik Lawan Covid-19	51
Kesimpulan	58
Referensi Buku	59
<b>Masyarakat Senantiasa Makin Maya:</b>	
<b>Perspektif Historis tentang Teknologi Komunikasi dan Hubungan Sosial</b>	<b>61</b>
Komunitas Maya: Pra-Internet	62
Komunitas Maya: Internet	67
Komunitas Maya: Media Sosial	70
Penutup	72
Referensi	73
<b>“Perempuan” dalam Percakapan Seputar Kandidat Presiden di Twitter</b>	<b>75</b>
Jokowi-Ma’ruf Amin dan “perempuan” dalam dunia Twitter	79
Prabowo-Sandiago Uno dan “perempuan” dalam dunia Twitter	83

Simpulan dan Rekomendasi	86
Referensi	89
<b>Domikasi Narasi Entertainment di Media Sosial</b>	<b>91</b>
Narasi Entertainment di Pilkada DKI Jakarta	94
<b>Memanfaatkan Instagram dan Marketplace sebagai Platform Bisnis di Indonesia</b>	<b>97</b>
Perkembangan Bisnis <i>Daring</i>	97
Perbedaan Lokapasar dan Niaga Elektronik/Niaga-el	99
Instagram dan lokapasar, pilih mana?	100
Tips dan Trik Memahami Akun Instagram yang Dapat Dipercaya	103
Referensi:	105
<b>Media Sosial yang Beradab</b>	<b>107</b>
<i>Efek Nirkekang Daring</i>	108
Ruang Gema Daring	111
Algoritma Mobokratis	112
Adakah jalan keluar?	113
Referensi	113
<b>Penggunaan Penggalang Opini Media Sosial sebagai Pemuka Opini dalam Kampanye Politik</b>	<b>115</b>
Teori <i>Two Step Flow of Communication</i>	116
Efektivitas Penggunaan Penggalang Opini	
Media Sosial dalam Kampanye Politik	120
Kesimpulan	124
Referensi	124
<b>YouTubization: Tinjauan Komodifikasi Khalayak oleh Layanan Berbagi Video YouTube</b>	<b>122</b>
Komodifikasi Khalayak Media Baru.	130
Komodifikasi Khalayak YouTube	133
Kesimpulan	142
Referensi	143

<b>Film Indonesia: Masa Depan Setelah Pandemi</b>	<b>147</b>
Tanda Gembira Sebelum Pandemi	148
<i>Trend</i> berkelanjutan?	148
Tergantung Film <i>Box Office</i> ?	<b>149</b>
Tergantung Jumlah Layar Bioskop?	150
<i>Badai Pasti Berlalu</i> ?	151
Referensi	153
<b>Mengenali Jaringan Penyebar Hoax</b>	<b>155</b>
Buzzer Politik	157
<b>Idola Mangkat, Sobat pun Ambyar?</b>	<b>161</b>
Referensi	<b>173</b>
Artikel <i>Online</i>	173
<b>Privasi pada Era Internet</b>	<b>175</b>
Referensi	180
<b>Personal Branding <i>Food Vlogger</i> Perempuan Indonesia</b>	<b>181</b>
Konten <i>Foodie</i> di YouTube Indonesia	181
<i>Food Vlogger</i> Perempuan Indonesia di YouTube	183
<i>Personal Branding</i>	184
Kreativitas Empat Perempuan <i>Food Vlogger</i> Indonesia di YouTube	186
<i>Personal Branding</i> Empat <i>Food Vlogger</i> Perempuan Terpopuler di Indonesia versi YouTube	191
Kesimpulan	196
Referensi Buku	197
Artikel <i>Online</i>	<b>197</b>
<b>Propaganda 2.0</b>	<b>199</b>
Teknik propaganda	200
Propaganda di media sosial	201

<b>Internet dan Ancaman Polarisasi Opini</b>	<b>205</b>
Polarisasi Opini di Internet	207
Peran Jurnalisme Online	208
<b>Aplikasi Teori <i>Uses &amp; Gratification</i> dalam Perusahaan Bionik:</b>	<b>211</b>
Hikmah	218
Referensi	219

[Halaman Ini Sengaja Dikosongkan]



# Masyarakat Senantiasa Makin Maya: Perspektif Historis tentang Teknologi Komunikasi dan Hubungan Sosial

Oleh: Putut Widjanarko

Keberadaan komunitas maya atau masyarakat maya (*virtual community* atau *virtual society*) seringkali dianggap sebagai fenomena mutakhir yang didorong perkembangannya oleh kehadiran teknologi komunikasi internet dan belakangan lagi media sosial. Komunitas maya dianggap sebagai bentuk baru komunitas yang anggotanya mungkin tak pernah berjumpa dalam kehidupan nyata, tak dibatasi oleh kondisi geografis, tetapi disatukan oleh, misalnya, kesamaan minat, profesi, hobi, identitas sosial, dan lain-lain. Media sosial misalnya sering digambarkan sebagai “menjauhkan yang dekat, dan mendekatkan yang jauh.” Meme berkebaruan di media sosial, misalnya, yang menggambarkan sekelompok orang sedang duduk berdekatan (di restoran, meja makan, taman, dan lain-lain), tapi masing-masing asyik dengan gawai (*gadget*) mereka terkoneksi dengan orang lain di dunia maya.

Tidak dimungkiri memang Internet dan media sosial mendorong virtualisasi masyarakat atau komunitas, dan menumbuhkan cara baru bagi manusia untuk melakukan hubungan sosial. Banyak juga diperdebatkan apakah kecenderungan ini secara umum menguntungkan atau merugikan bagi perkembangan kemanusiaan. Wacana mengenai komunitas maya dan untung-ruginya bagi peradaban manusia sering melupakan aspek historis pengaruh teknologi komunikasi

bagi masyarakat. Jika kita melihat sejarah, bisa disimpulkan bahwa virtualisasi masyarakat atau komunitas yang terjadi saat ini sebenarnya kelanjutan dari proses virtualisasi terus menerus sepanjang sejarah manusia yang dipengaruhi perkembangan teknologi komunikasi.

### **Komunitas Maya: Pra-Internet**

Teknologi komunikasi paling awal yang mulai membuat masyarakat semakin maya mungkin adalah huruf fonetik, dimana satu suara diwakili oleh satu lambang huruf. Untuk menyusun sebuah kata, maka huruf-huruf fonetis tersebut disusun berurutan berdasarkan bunyinya. Huruf-huruf Latin, Arab dan Jawa, misalnya, huruf fonetik. Jenis huruf lain adalah pictogram, yang sebuah huruf mewakili sebuah konsep atau kata. Contohnya adalah huruf China, Kanji, dan Hieroglif.

Menurut McLuhan (1967), huruf fonetik mencabut orang dari keluarga dan sukunya. Tak seperti penulisan piktografis seperti hieroglif dan huruf China, dimana satu simbol mewakili satu konsep, huruf fonetik berupa huruf-huruf yang berhubungan dengan suara tertentu. Dalam huruf fonetik, tanda dan suara dipisahkan dari makna semantik. Jumlah huruf dalam piktografis jauh lebih banyak dibandingkan sejumlah kecil huruf dalam alfabet dalam menyampaikan pesan. Karena menyimbolkan suara, maka huruf fonetik pada dasarnya dapat digunakan oleh bahasa apapun untuk komunikasi tertulis. Sementara itu piktogram hanya berlaku pada budaya tertentu tempat ia dikembangkan.

Dengan kata lain, dengan dipisah-pisahkannya kata terdiri dari potongan-potongan bunyi terpisah-pisah, huruf fonetik merintis jalan bagi pengakuan individu. Huruf fonetik memungkinkan komunikasi antar budaya dan bahasa karena, dibanding piktogram, lebih tak terikat dengan budaya tertentu. Dengan demikian komunikasi bisa lebih luas dan lebih jauh, sementara itu dalam budaya kesukuan, komunikasi didominasi oleh perangkat lisan-pendengaran sehingga efektivitasnya dibatasi oleh jarak. Karena itu, menurut McLuhan (1967),

seseorang yang terpelajar akan mengalami kesadaran batin yang membuatnya untuk memisahkan diri dari suku dan keluarga. Di zaman kuno dulu kebebasan individu diwujudkan ketika seorang berbakat (dan dengan demikian melek huruf) dari sebuah suku yang jauh bisa mendapatkan karirnya, sebagai contoh, di Kekaisaran Roma.

Penemuan teknologi percetakan semakin mendorong “pemisahan” antara individu dengan komunitas terdekatnya. Eisenstein (1983) menunjukkan bahwa sumber informasi lokal yang bersifat publik, seperti gereja, lambat laun digantikan oleh media berkala—awalnya oleh koran bulanan, diikuti mingguan, dan akhirnya koran harian—yang dapat dibaca di rumah dengan tenang. Media cetak juga mendorong kesadaran privasi pribadi (individualisme) yang menjadi tanda masyarakat modern. Media cetak yang mudah dibaca tersebut juga telah memudahkan dibaca dalam hati, yang merupakan aktivitas privat, sementara itu manuskrip biasanya dibaca keras-keras. Fenomena ini tidak hanya penting karena menunjukkan sekularisasi sedang berlangsung, namun juga menandakan bahwa ikatan komunitas lokal makin melemah. Komunitas membaca membuat publik lebih tersebar dan hubungan sosial lebih bersifat individualistik. Namun Eisenstein (1983) menunjukkan bahwa meski solidaritas komunal memang berkurang, tetapi keterikatan individu dengan peristiwa-peristiwa yang terjadi di tempat yang lebih jauh juga meningkat. Jadi meski ikatan lokal melonggar, tapi jalinan seseorang dengan unit kolektif yang lebih luas juga meningkat. Saluran-saluran komunikasi yang impersonal telah menyambungkan dan menghubungkan populasi urban yang terfragmentasi dalam individu-individu independen.

Mengikuti argumen ini, Marshall McLuhan (1962; 1964) berpendapat bahwa budaya cetak adalah arsitek nasionalisme modern. Budaya cetak telah membuat indera visual menjadi lebih penting, menggeser indera pendengaran yang menjadi utama pada budaya lisan sebelumnya. Linearitas, uniformitas, dan keakuratan kata-kata yang tercetak—yang tak ada dalam

budaya lisan dan budaya manuskrip—menyediakan kesiapan psikologis bagi pemikiran rasional dan analitis yang mengantar manusia ke Zaman Renaisans. Tak seperti tradisi lisan dan kebiasaan membaca keras-keras dalam budaya manuskrip, membaca dalam budaya cetak pada dasarnya adalah aktivitas pribadi. Budaya cetak juga menekankan konsep kepengarangan, tak seperti pada khususnya tradisi lisan yang tak mengenal kepengarangan karena legenda, puisi, pepatah, dan sebagainya adalah milik komunitas. Ini adalah penegasan akan individualitas, walaupun individu-individu ini terhubung oleh media cetak di luar lingkungan geografis mereka.

Teknologi cetak massal memungkinkan terjadinya penyeragaman terhadap dialek-dialek yang tadinya sedikit berbeda menjadi mengarah pada dialek utama yang muncul di produk-produk tercetak, baik media maupun buku. Lebi jauh lagi, melalui pengelompokan logat dan bahasa, homogenisasi bertahap wilayah-wilayah yang berbeda itu memungkinkan penyatuan politis dari penduduk yang sebagian besar tak saling mengenal. Komunitas kesukuan digantikan dengan perkumpulan lebih luas, yang terdiri dari orang-orang yang secara homogen dididik sebagai individu. Dalam konteks ini, Rheingold (2000, hal. 54) mengutip Emile Durkhem yang menyatakan bahwa bentuk sosial pra-modern *gemeinschaft*, yang lebih dekat artinya dengan kata *community* dalam bahasa Inggris, digantikan oleh *gesellschaft*, yang dapat diterjemahkan sebagai masyarakat (*society*) yang dicirikan antara lain oleh hubungan impersonal umum satu sama lain.

Sekitar dua puluh tahun setelah McLuhan, Benedict Anderson (1991) membuat sebuah terminologi yang sangat imajinatif untuk sebuah bangsa—yaitu “komunitas yang dibayangkan (*imagined community*).” Suatu bangsa adalah *dibayangkan (imagined)*, karena anggota-anggotanya, bahkan di bangsa terkecil pun, tak pernah kenal sebagian besar anggota sebangsanya, bertemu atau bahkan mendengar mereka, namun dalam pikiran mereka hidup citra persatuan mereka (1991). Dengan kata lain, bangsa dibangun di atas imajinasi kolektif oleh penduduk bahwa mereka adalah

anggota dari jaringan sosial yang lebih besar yang berisi lebih banyak individu selain individu dalam suku, klan, atau keluarga sekitarnya. Sekali lagi, mereka disatukan oleh imajinasi kolektif yang dimungkinkan oleh teknologi media cetak.

Saat membahas Eropa, Anderson (hal. 37-46) menyatakan bahwa peran budaya cetak meletakkan dasar bagi komunitas yang dibayangkan dengan tiga cara berbeda. *Pertama*, bahasa tercetak menciptakan persatuan medan komunikasi bagi komunitas. Melalui media cetak dan kertas, pembicara dari beragam variasi (dialek) kelompok bahasa yang sama—yaitu Inggris, Perancis, Spanyol, misalnya—bisa memahami satu sama lain. Ini sulit terjadi dalam komunikasi lisan. Kemudian lambat laun mereka menyadari bahwa ada jutaan orang dalam kelompok bahasanya, namun pada saat bersamaan, mereka juga menyadari bahwa hanya ada jutaan orang itulah dalam kelompok bahasa mereka. Inilah benih-benih awal komunitas yang dibayangkan.

*Kedua*, kapitalisme media cetak mendorong kestabilan dalam bahasa. Media cetak menstabilkan bahasa karena bentuk permanennya memungkinkan reproduksi tak terbatas melintasi ruang dan waktu. Sebagai contoh, bahasa Perancis abad keduabelas jauh berbeda dengan bahasa Perancis abad kelimabelas, dan susah dipahami sebagian besar orang masa kini. Menjelang abad ketujuhbelas, tingkat perubahan dalam bahasa-bahasa Eropa menurun, sehingga teks-teks dari era itu masih bisa dipahami orang masa kini. Ketetapan bahasa yang baru ini membangun citra keberlangsungan sejarah, hal yang penting bagi gagasan subjektif sebuah bangsa.

*Ketiga*, kapitalisme media cetak menciptakan bahasa kekuasaan yang berbeda dengan logat administratif sebelumnya. Dialek tertentu mendominasi ketetapan berbahasa dan diangkat menjad keunggulan politik dan budaya baru. Dialek-dialek lain menjadi “substandar,” dan berasimilasi dengan dialek yang dominan.

Komunitas yang semakin maya semakin lebih jauh dan dalam dengan berkembangnya komunikasi elektronik, terutama radio dan selanjutnya televisi. Menurut Meyrowitz (1985), walaupun

budaya lisan dan budaya cetak itu berbeda, keduanya masih kuat menjaga ikatan antara tempat fisik dan tempat sosial. Walau seluruh media baru sebelumnya telah mengubah pola aliran informasi antar tempat, dan kemudian selalu mempengaruhi hubungan antar tempat, media elektronik melangkah lebih jauh. Media elektronik, menurutnya, memicu hampir disosiasi total antara tempat fisik dan tempat sosial. Ketika orang berkomunikasi menggunakan media elektronik, secara fisik mereka tak lagi menentukan dimana dan siapa dia dalam hal perspektif sosial. Media elektronik telah menghancurkan keistimewaan waktu dan tempat. Televisi, radio, dan telepon telah mengubah tempat yang tadinya privat menjadi publik dengan menjadikannya lebih bisa diakses dunia luar (hal. 125).

Sifat pesan elektronik itu sendiri, menurut Meyrowitz (hal. 117), mendorong lunturnya keasadaran akan tempat dan ruang (*sense of place*). Tak seperti dalam seluruh media terdahulu, seperti batu, tanah liat, papirus, perkamen, dan kertas, pesan elektronik tidak memiliki volume dan berat fisik. Bahkan ketika sebuah media non-elektronik tersebut portable dan mudah dibawa, media masih harus dipindahkan secara fisik dari satu tempat ke tempat lain. Meyrowitz (hal. 308) menyatakan bahwa media elektronik, terutama televisi, memberikan dampak luar biasa pada kesadaran akan ruang. Media elektronik telah menggabungkan tata cara sosial yang tadinya berbeda, menggeser garis pembatas antara perilaku privat dan publik ke arah privat, dan melemahkan hubungan antara situasi sosial dan tempat fisik. Akibatnya orang tak lagi “mengenal tempatnya” karena komponen-komponen pengikat tradisional “tempat” telah diceraikan-beraikan oleh media elektronik.

Belakangan Putnam (2000) juga melihat keterpisahan orang dengan “tempat” dan tergradasinya konseptualisasi ruang komunitas. Dalam bukunya yang banyak diperbincangkan, *Bowling Alone*, Putnam menunjukkan bahwa keterlibatan warga dan keterlibatan personal dalam komunitas tradisional (misalnya komunitas olah raga bowling) di kalangan warga Amerika telah menurun secara substansial. Menurut Putnam, sampai pada

tingkat tertentu media elektronik berperan dalam penurunan kesadaran komunitas di kalangan warga Amerika (216-246).

## **Komunitas Maya: Internet**

Walaupun komunitas memang proses virtualisasi komunitas sudah berjalan sejak dulu-dalam hal bahwa hubungan sosial tak dibatasi oleh batas kedekatan geografis-tak berarti internet tidak menghadirkan karakteristik baru dalam perkembangan komunitas maya. Kemampuan internet dalam komunikasi dari-banyak-ke-banyak (*many to many communications*) dan sifat desentralisasi internet jelas-jelas adalah karakteristik yang tak dimiliki teknologi komunikasi sebelumnya.

Meski begitu, Howard Rheingold (2000) berpendapat bahwa komunitas maya yang dihidupkan Internet memiliki kesamaan dengan karakteristik yang menjadi ciri sebuah komunitas lama. *Pertama*, Rheingold mengatakan bahwa tak ada subkultur daring yang tunggal dan monolitik (hal. xviii). Orang telah menerima komunitas maya via Internet dengan berbagai cara: ada yang untuk tujuan serius seperti berbagi makalah di kalangan ilmuwan, yang lain untuk berjualan dan mencari kencan, dan sebagainya. Karena itu, komunitas maya lebih mirip ekosistem subkultur dengan beberapa karakteristik unik. Bagi Rheingold, komunitas maya dengan segala keragamannya adalah konsekuensi alamiah dengan tersedianya komunikasi antar individu melalui computer—"seperti mikroorganisme yang membuat koloni" (hal. xx). Hal ini tak terjadi hanya pada Internet, namun juga teknologi komunikasi sebelumnya seperti telegraf, telepon, dan televisi, yang telah membentuk ulang makna komunitas bagi individu, mengubah ruang publik, dan cara orang bertindak (hal. xx-xxi).

Bagi Rheingold, komunitas maya Internet akan mirip komunitas nyata jika ditilik dengan menggunakan konsep "*collective goods*," salah satu konsep penting dalam sosiologi. *Collective goods* adalah elemen-elemen yang mengikat individu ke dalam satu komunitas. Ada tiga *collective goods* yang berfungsi sebagai perekat sosial dan membuat komunitas maya mirip

komunitas nyata: modal jaringan sosial, modal pengetahuan, dan hubungan karib (hal. xviii). Modal jaringan sosial adalah sumberdaya sosial tempat orang memperluas dan memperbanyak teman dan jaringan kontak, mencari teman baru, dan sebagainya. Tak diragukan bahwa komunitas maya dapat menjadi cara mengembangkan jaringan sosial dengan mendapatkan kenalan baru, meskipun mungkin sekali apakah hubungan tersebut akan berlanjut dengan pertemuan fisik. Komunitas maya juga dapat digunakan untuk memperluas jaringan sosial atau memelihara jaringan yang sudah ada. Tak seperti komunitas tradisional, dimana pertemanan dibatasi oleh konteks geografis, dalam komunitas maya orang disatukan dalam minat dan nilai yang sama (hal. 11-12). Tentu saja orang dapat dikelabui oleh nama palsu, namun penipuan tersebut lambat laun akan lenyap saat orang menggunakan medium tersebut secara kritis.

Komunitas maya juga mengembangkan modal pengetahuan sebagai perekat sosial mereka, karena mereka menyediakan akumulasi keahlian yang sangat beragam (hal. xviii). Karena begitu banyak orang dari berbagai lapisan telah menggunakan Internet, komunitas maya dapat menjadi alat untuk mencari dan mendapatkan informasi dan pengetahuan. Kata Rheingold, jika Anda membutuhkan informasi khusus atau opini ahli atau petunjuk tentang suatu sumber, komunitas maya seperti ensiklopedia hidup (hal. 46). Berbagi dan bertukar informasi, yang menjadi bagian penting komunitas, juga terjadi dalam komunitas maya. Meneruskan dan membagi informasi lengkap dapat dilakukan secara simultan dan mudah kepada banyak orang yang mungkin tertarik pada informasi tersebut. Ada sebuah kontrak sosial informal dan tak tertulis dalam komunitas maya dimana orang akan meneruskan informasi pada yang lain yang mungkin tertarik, dan pada saat tertentu yakin bahwa yang lain akan mengirimkan informasi mereka.

*Collective good* ketiga yang menjadi perekat dalam masyarakat adalah terciptanya hubungan karib yang juga ada dalam komunitas maya. Rheingold menampilkan beberapa contoh dari pengalaman pribadinya sebagai anggota WELL,

salah satu komunitas maya paling awal dimana rasa kedekatan, persahabatan, dan kebersamaan menjadi bagian dari komunitas maya. Sebagai contoh, melalui hubungan maya, anggota-anggota WELL mengumpulkan uang untuk membantu anggota lain membayar biaya operasi rumah sakit yang mahal. Atau bagaimana bantuan dimobilisasi bagi anggota yang seorang biarawati Buddhis di Nepal dan kemudian sakit berat serta membutuhkan perawatan khusus menggunakan peralatan medis khusus sebelum dapat dipindahkan ke rumah sakit di San Fransisco (hal. 17). Rheingold menunjukkan pula bahwa komunitas maya juga mampu memberikan dukungan, persahabatan, dan keakraban seperti halnya komunitas nyata. Meski maya, bagi banyak orang Internet telah menjadi tempat untuk mencari teman, "... menjangkau lewat layar untuk menyentuh hidup orang lain," dan karenanya berhak menyandang kata "komunitas" (hal. 330).

Meski berpandangan optimis, Rheingold menaruh perhatian pada potensi bahaya komunitas maya yang ia sebut sebagai disinformokrasi (*disinformocracy*) (hal. 295-321). Rheingold berpendapat bahwa ada tiga tingkat kemungkinan disinformokrasi yang harus dihindari. *Pertama*, komodifikasi ruang publik (hal. 301-308). Kekokohan ruang publik sebagai domain kehidupan sosial, dimana hal seperti opini publik dapat dibentuk, tentu saja tergantung pada teknologi komunikasi yang tersedia dalam masyarakat. Karena ruang publik dan demokrasi adalah pasangan yang tak terpisahkan, terganggunya ruang publik tak bisa dielakkan akan membahayakan demokrasi. Dengan adanya dominasi kepentingan komersial di media massa, ruang publik telah tergerus. Teknologi komunikasi telah dimanfaatkan secara ekstensif untuk mendorong masyarakat konsumtif, sehingga alih-alih menjadi saluran komunikasi sejati ia malah menjadi sebuah saluran untuk memperbaharui hasrat komersial (hal. 305). Komunitas maya Internet memang memiliki kekuatan besar untuk membongkar monopoli kepentingan komersial dalam media, namun ironisnya pada saat yang sama mereka juga lebih mudah dikomodifikasi, sehingga menghadirkan bahaya yang lebih besar pada ruang publik.

*Kedua*, penggunaan teknologi komunitas maya untuk pemantauan masyarakat dan pelanggaran privasi (hal. 308-317). Teknologi informasi dan komunikasi selalu didominasi militer dan akan terus didominasi oleh militer, polisi, dan intelijen untuk masa depan yang dapat diduga (hal. 310). Karena itu jika sebuah rezim totaliter memiliki kontrol dominan atas teknologi ini, pengawasan pada masyarakat dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Namun Rheingold menunjukkan bahwa serangan terhadap hak dan privasi individu paling mungkin datang dari kepentingan komersial, bukan dari totaliter dan kediktatoran politik (hal. 312). Data populasi yang dikeruk dari jejak digital yang ditinggalkan orang saat menggunakan teknologi komunikasi dengan memberikan sebagian data pribadi untuk kenyamanan berbelanja, mengambil uang dari ATM, dan sebagainya (hal. 313) dapat dijual karena kepentingan komersial.

*Ketiga*, hiperrealisme komunitas maya (hal. 317-320). Rheingold mengutip pendapat dua kritikus sosial Perancis, Guy Debord dan Jean Baudrillard, untuk mendukung argumennya. Bagi Debord, kekuatan hegemonik telah mengubah segalanya ke dalam peristiwa media, dimana khalayak ramai menjadi penonton. *Headline* berita dan iklan telah menggantikan demokrasi sejati, dan versi komersial simulasi hubungan manusia tampil ke depan. Baudrillard membahas lebih jauh dengan berpendapat bahwa media telah meningkatkan bentuk sintesis budaya teknologi dan penghilangan sistem simbol manusia. Media telah membombardir khalayak dengan simbol yang tak berkaitan dengan realitas, seperti dalam iklan rokok yang mengaitkan merek rokok dengan citra tertentu: petualangan, keberanian, dan sebagainya. Hal-hal semacam itu bisa terjadi pada komunitas maya, sehingga menurunkan kualitas komunitas maya.

## **Komunitas Maya: Media Sosial**

Perkembangan terakhir teknologi komunikasi media sosial yang sangat mempengaruhi relasi sosial, tentu saja, adalah media sosial, yang terlebih lagi didorong perkembangannya oleh

komunikasi nirkabel atau *mobile communication* dan teknologi gawai (*gadget*). Berdasarkan penelitiannya yang mendalam, Turkle menyatakan bahwa orang kini didorong oleh pola perilaku kompulsif yang sama: dikendalikan oleh teknologi. Sebaliknya dari mengendalikan teknologi, kita malah dikendalikan oleh teknologi. Kita mengira dengan telepon genggam akan dapat mengatur lebih baik komunikasi (*e-mail*, media sosial dan lain-lain), tetapi yang terjadi kita seperti tertuntut untuk meraih telepon genggam menjadi hal pertama yang kita lakukan ketika bangun tidur dan hal terakhir yang kita kerjakan sebelum tidur.

Media sosial, menurut Turkle, telah membuat utamanya pada *digital natives* tidak bisa berkomunikasi secara *real time* dan langsung. Mereka lebih suka mengirim pesan via teks atau *texting* (menggunakan *messenger*, SMS, WhatsApp, atau aplikasi lainnya) dari pada berbicara langsung menggunakan telepon, misalnya, karena percakapan langsung lebih memerlukan spontanitas dan bisa lebih tak terduga. *Texting* memang memungkinkan sarana komunikasi, tetapi dengan tingkat interaksi yang lebih rendah dibanding komunikasi bicara langsung. Generasi digital ini telah luntur kemampuannya berbicara dan bercakap-cakap langsung secara *real time*, sebuah ketrampilan komunikasi pertama umat manusia. Akibatnya, generasi digital ini makin tergantung pada teknologi untuk relasi sosial mereka. Teknologi media sosial dan komunikasi nirkabel sedang mendorong virtualisasi masyarakat dan komunitas lebih jauh lagi. Media sosial telah menjadi arena perkembangan identitas generasi digital ini, dan pada saat yang sama menimbulkan kecemasan bagi mereka tentang bagaimana orang lain melihat mereka di dunia daring dan implikasinya pada komunikasi di dunia-nyata. Media sosial telah menjadi tempat untuk menunjukkan identitas diri (yang mungkin berbeda antara daring dan luring), ketimbang sarana komunikasi yang dalam dan bermakna. Tambahan lagi hidup di dunia daring yang ditawarkan oleh *game* daring-yang serba lebih cepat, dan lebih menarik-juga menyediakan tempat alternatif pengganti dunia nyata.

## Penutup

Proses dari waktu ke waktu terbentuknya masyarakat semakin maya dapat ditelusuri sejak penemuan huruf fonetik dan terus berlanjut bahkan menjadi lebih kuat dengan bergulirnya sejarah. Kekuatan yang menyatukan orang-orang di wilayah berdekatan semakin melemah dan digantikan oleh ikatan sosial yang melewati batas-batas geografis. Namun pemelamahan ikatan sosial ini tidaklah selalu buruk atau merendahkan kemanusiaan. Pada titik ini, pendekatan teori jaringan sosial Granovetter (1983) tentang ikatan kuat dan ikatan lemah menarik untuk dibahas. Dalam pandangan Granovetter, sebuah “ikatan kuat” adalah struktur sosial seseorang yang terjalin kuat, dimana orang saling terkait erat (sebagai contoh keluarga dekat, teman dekat, teman satu kos-kosan, teman sekantor, dan lain-lain). Dengan kata lain, ikatan kuat cenderung terbentuk dalam batasan-batasan geografis yang relatif kecil. Selain memiliki ikatan kuat tersebut, orang akan membentuk “ikatan lemah” dengan memiliki sekumpulan kenalan jauh, yang sangat jarang bertemu secara fisik. Masing-masing kenalan jauh itu juga sedikit yang saling kenal. Pada gilirannya, setiap kenalan memiliki ikatan kuatnya sendiri. Ikatan lemah antara seseorang dan kenalannya menjadi jembatan penting ia dengan kenalan yang memiliki ikatan kuat masing-masing tersebut.

Argumen dasar Granovetter adalah bahwa ikatan lemah sangat penting bagi masyarakat secara umum. Meluasnya gagasan, perkembangan ilmu pengetahuan, bahkan keberhasilan sebuah kampanye (baik politik maupun produk barang dan jasa), misalnya, akan tergantung pada luasnya ikatan lemah. Jika seseorang memiliki gagasan, misalnya, dan kemudian hanya berhasil meyakinkan orang-orang dalam ikatan kuat saja, maka gagasan itu hanya berputar pada orang-orang terdekat saja. Gagasan tersebut akan diterima lebih luas jika menyebar melalui ikatan lemah orang tersebut, yang pada gilirannya orang-orang dalam jaringan ikatan lemahnya akan bisa menyebarkan kepada jejaring ikatan lemah yang dimiliki masing-masing. Begitu seterusnya.

Begitulah, sebuah masyarakat yang kekurangan ikatan lemah akan menjadi komunitas tertutup, karena informasi luar sulit masuk dan informasi tak akan menyebar di luar kelompok. Dalam masyarakat yang miskin ikatan lemah, menurut Granovetter (hal. 202), gagasan baru akan lambat menyebar, upaya ilmiah akan terhalang, dan subgrup yang terpecah berdasar ras, etnis, dan geografi.

Dalam hal ini perkembangan masyarakat modern banyak bergantung pada ikatan lemah dalam hubungan sosial. Dalam kata-kata Rheingold (2000, hal. 361), suatu jaringan sosial berisi campuran ikatan kuat dan ikatan lemah adalah “ ... penting bagi orang-rang untuk mendapatkan dasar-dasar identifikasi, afeksi, emosional, dan dukungan material ... Ikatan yang lebih lemah akan melipatgandakan modal sosial, pengetahuan bermanfaat, dan kemampuan menyelesaikan pekerjaan.”

Pertanyaannya adalah keseimbangan antara ikatan lemah dan ikatan kuat, karena seperti titik ekstrim apapun dalam spektrum, hubungan sosial dengan ikatan kuat terlalu mengatur nampak sama bahayanya dengan ikatan lemah yang terlalu mengatur. Terlalu banyak ikatan lemah, kondisi sosial yang dianggap dibuat oleh komunitas maya Internet, bisa menimbulkan alienasi dan superfisialitas. Sebaliknya, terlalu banyak ikatan kuat seperti posisi fundamentalis dalam agama, pasti menimbulkan pikiran dangkal, intoleransi, dan fanatisme.

## Referensi

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* Edisi kedua dan revisi. Verso.
- Eisenstein, E. (1983). *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge University Press.
- Granovetter, M. (1983). The Strength of Weak: A Network Theory Revisited. *Sociological Theory*, vol. 1, hal. 201-233.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy, The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. New American Library.

- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place, The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford University Press.
- Putnam, Robert (2000). *Bowling Alone, The Collapse and Revival of American Community*. Simon and Schuster.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Edisi kedua. MIT Press.
- Slouka, M. (1995). *War of the Worlds: Cyberspace and the High-Tech Assault on Reality*. Basic Books.
- Turkle, S. (2014). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books