

- N.J: Lawrence Erlbaum.
- Reese, S. (2005). *Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research* dalam Reese, S., Gandy, O. & Grant A. (eds), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum & Associates. 7-33.
- Reese, S. D. (2007) *The Framing project: A bridging model for media research revisited*. *Journal of Communication* 57: 148-54.
- Scheufele, D. A. (1999) *Framing as a theory of media effects*, *Journal of Communication*, 103-123.
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007) *Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models*. *Journal of Communication* 57: 9-20.
- Sendjaja, S. D., (2000) *Teori Komunikasi*, Jakarta, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P., (2009) *Gate keeping theory*, New York: Routledge.
- Weaver, D. H. (2007) *Thoughts on agenda setting, framing, and priming*. *Journal of Communication* 57: 142-47.
- Zhou, Y., & Moy, P. (2007) *Parsing framing processes: The interplay between on line public opinion and media coverage*. *Journal of Communication* 57: 79-98.
- Zuhri, (2011) *Siapakah RI mengadopsi cloud computing*, *Bisnis Indonesia*, Kamis 22 Januari 2011.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Cyber Community, Cyber Cultures : Arsitektur Sosial Baru Masyarakat Modern.

Hendri Prasetyo

Dosen komunikasi di universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Jakarta

ABSTRACT

Cyberspace is a brave new world that creates a new cultural form comes from daily life interaction among the user by computer network technology. People creates selves through social interactions and built sense of community – virtual community. Meaning and reality that constructed and shared within the cyberspace turns to cybercultures containing with feelings, attitude, emotional and pattern of behavior - also specific communication behavior. Pattern of communication behavior existing a set of norms, value that maintaining through continuous interaction and become a social map of meaning. This paper try to capture cyberspace and cybercultures from Gidden's structurations stand point that view a user as an agent that constructing meaning and subjective reality of cyberspace with their cultural perspective. It's offering a unique phenomena when people from different culture dealing with cyberspace activity and creating specific cybercultures

Keywords: Cyberspace, Cyber Community

Media komunikasi dan informasi merupakan mesin pendorong proses social yang memungkinkan terjadinya interaksi antar manusia, mengukuhkan keberadaannya sebagai makhluk social. Dalam kehidupannya, manusia berinteraksi dengan beragam. cara, mulai dari yang se-alamiah mungkin hingga yang melibatkan penggunaan perangkat-perangkat teknis. Berbagai media komunikasi diciptakan dan dikembangkan dalam peradaban komunikasi manusia - Sejak peradaban manual, mekanis hingga era elektronika modern, banyak sudah perangkat-perangkat komunikasi manusia. Loncatan teknologi pada era elektronik tidak hanya menempatkan media sebagai wahana penyampaian pesan semata (transportasional), namun media mampu menyimpan dan mengolah informasi-informasi tersebut.

Konsepsi mediamorfosis (Fidler, 2003:23) bukan sebagai rangkaian perkembangan media semata, melainkan suatu alur pikir yang memberikan pemahaman secara menyeluruh mengenai bentukan teknologi yang ada sebagai bagian dari suatu sistem yang saling terkait. Di dalamnya tercatat berbagai kesamaan dan hubungan antara bentuk dan sifat media yang muncul di masa lalu, masa sekarang dan yang masih berada dalam proses kemunculannya. Pendeknya, ketika bentukan media baru muncul bukan berarti media lama begitu saja mati, melainkan akan melebur dan menemukan bentukan baru yang adaptatif.

Sebagaimana yang dideskripsikan oleh Lievrouw dan Livingstone dalam bukunya, *New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICT's*:

“New media have not replaced older media. Rather, people’s information and communication environment have become ever more individualized and commoditized, integrating print, audio, still and moving image, broadcasting, telecommunication, computing and other mode and channel of communication and information sharing” (Lievrouw and Livingstone, 2006:1).

Media baru lahir sebagai hibridasi dari kemampuan media-media konvensional sehingga membentuk media dengan dimensi ganda. Tidak hanya itu, media baru didasarkan pada sistem komputerisasi dan pola jaringan yang terintegrasi secara global. Media baru didefinisikan oleh Manuel Castell (1996) sebagai *“new system of communication based on digitized networked integration of multiple communication modes”* (lihat Holmes, 2005:8).

Istilah media baru sendiri merujuk pada pembedaannya dengan media lama dikaitkan dengan kemampuan dan konsekuensi teknologinya. Ron Rice (1984, dalam Lievrouw et.al, 2006:21-25) mengatakan, *“new media as communication technologies typically involving computer capabilities that allow and facilitate interactivity among users or between users and information”*. Media baru lebih menekankan pada kondisi keterhubungan (*network*) yang dalam aplikasinya dapat bersifat *one to one*, *one to many* dan *many to many*.

Jaringan komputer digunakan untuk membuat dunia paralel dan memfasilitasi komunikasi antar manusia melalui dasar teknologi yang disebut dengan *“Computer Mediated Communication”* - CMC. Istilah CMC merujuk pada suatu proses tempat manusia menciptakan, mengubah dan mempersepsikan informasi dengan menggunakan sistem telekomunikasi jaringan yang memfasilitasi terjadinya encoding, transmitting dan decoding suatu pesan.

Tidak hanya terjadi secara *one to one*, CMC dapat dikembangkan untuk berkomunikasi secara *many to many* tergantung dari

bagaimana kita menggunakannya. Dengan demikian maka CMC dapat dijadikan wahana bagi pembentukan komunitas bersama.

Dalam perspektif ini, komputer merupakan sarana untuk masuk dalam jaringan cyber. Namun begitu terdapat beberapa anggapan yang membedakan CMC dengan konsepsi media baru yaitu:

1. CMC lebih memfokuskan pada keunikan peristiwa komunikasi yang terjadi pada ruang maya.
2. Lebih memfokuskan pada proses interaksi daripada integrasi. Dengan demikian makna kajiannya lebih pada proses antar individu daripada keseluruhan konteks sosial – dan juga tradisi bagaimana komunikasi berlangsung.
3. Mencoba memahami faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi proses penggunaannya. (Lievrouw dan Livingstone, 2006:)

Meskipun lebih melihat pada proses interaksi daripada integrasi, CMC mencoba memahami integrasi dalam hal penyebaran informasi yang terjadi *“integration of information”*. Jones mengatakan, *“One of the central tenets of CMC theory is that CMC enables a form of “socially produced space”* (Jones, 1995:17).

Beragam kegiatan layaknya kegiatan sosial pada dunia riil dapat dilakukan pada interaksi melalui CMC. Para pengguna saling berkenalan, bertegur sapa, berbisnis, berargumentasi, melontarkan ide, gagasan kritik, ancaman dan mereka pun saling jatuh cinta melalui mediasi ini. Hanya saja mereka meninggalkan dunia fisik (*body*). Interaksi melalui CMC menciptakan ruang alternatif baru bagi interaksi *social* manusia. Aktivitas *social* melalui CMC melibatkan berbagai konteks komunikasi, baik yang bersifat personal, kelompok ataupun massa. Sebagaimana kehidupan ruang nyata, para pengguna CMC berinteraksi, bertransaksi, mendiami suatu alamat dan bersosialisasi dalam ru-



ang maya yang dikenal dengan *cyberspace*.

Asal kata *cyberspace* muncul melalui novel trilogy fiksi ilmiah karya William Gibson yang berjudul *Neuromancer* (1984), *Count Zero* (1986) dan *Mona Lisa Overdrive* (1988). *Cyberspace* digunakan untuk menyebut tempat kata, hubungan manusia, data, kekayaan dijalankan melalui aktivitas menggunakan teknologi CMC (Bell, 2001:22). Jelas, pada awalnya kehidupan maya berasal dari fantasi manusia tentang realitas dunia yang lebih maju, sebuah hiperrealitas manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia sebagai simbol pembebasan (*escaping*) manusia akan kekuatan materi dan alam semesta (Bungin, 2006:160). Dan ketika teknologi memungkinkan semua itu, maka terbentuklah ruang baru bagi manusia di dalam dunia hiperrealitas (*hyperreality*).

Konsepsi *cyberspace* melalui CMC mengingatkan pada apa yang disebut dengan “*Agora*” pada jaman Yunani Kuno. *Agora* adalah suatu ruang terbuka dimana informasi dan barang dipertukarkan. Informasi hadir dari mulut ke mulut atau tertuliskan pada suatu dinding besar. Wadah ini kemudian dimodernisasikan dalam bentuk yang disebut sebagai “*cosmopolitan coffee house*” – inilah yang menjadi cikal bakal kemunculan *cyberspace* yang melakukan itu semua melalui mediasi komputer yang saling terhubung secara global.

Deskripsi lainnya mengenai *cyberspace* diberikan oleh Michael Benedikt sebagai berikut :

“Cyberspace: A common mental geography, built, in turn, by consensus and revolution, canon and experiment; a territory swarming with data and lies, with mind stuff and memories of nature, with a million voices and two million eyes in a silent, invisible concert to enquiry, deal making, deram sharing and simple beholding”

(dalam Bell, 2001:7).

Saat ini, keterhubungan antar indivi-

du baik secara *one to one*, *one, to many* dan *many to many* sudah dapat terselenggara melalui berbagai fasilitas dalam aplikasi internet. Keterhubungan dan pembentukan jaringan antar pengguna ini baik bersifat asynchronous maupun synchronous. CMC menyediakan ruang baru bagi pembentukan keterhubungan antar manusia dengan menanggalkan batasan waktu dan tempat.

Holmes (2005:45) mengatakan, “*Any medium which enclose human communication in an electronically generated space could be a form of cyberspace*”. *Cyberspace* sering kali disandingkan dengan internet, mengingat ruang maya ini terbentuk dari kondisi keterhubungan komputer dalam suatu jaringan (network). Bell (2001:7) mengungkapkan, “*we can define cyberspace in terms of hardware – as a global network computers, linked through communications infrastructures that facilitate form of interaction between remote actors*”. Keterhubungan ini tidak hanya bersifat perangkat teknis semata antar komputer (*hardware network*) – namun harus dipahami pula bahwa keterhubungan manusia penggunaannya ini memungkinkan terjadinya pertukaran makna simbolik hingga membentuk suatu realitas baru. Lebih lanjut, Bell mengatakan,

“a definition partly on the ‘symbolic trope’ could define cyberspace as an imagine space between computer in which people might build new selves, new world – Cyberspace is all this; it is hardware and software, and it is images and ideas – the two are inseparable”(2007:9).

Sejalan dengan definisi tersebut, Holmes dalam bukunya “*Virtual Politics: Identity & Community Cyberspace*” (1997:3) mengungkapkan bahwa ruang maya merupakan dunia dimana terbentuk nilai-nilai budaya (*new cultural form*) baru yang terbangun melalui inetraksi keseharian (*daily life interaction*) diantara penggunaannya melalui mediasi teknologi. Dalam ruang maya, masyarakat penggunaannya membangun dirinya dengan melakukan inter-

aksi dan proses *social* dalam kehidupan kelompok (jaringan) intra dan antar sesama anggota masyarakat maya. Konstruksi masyarakat maya (*cybercommunity*) pada awalnya kecil dan berkembang menggunakan pola jaringan laba-laba sehingga terbentuklah masyarakat yang besar.

Dengan demikian, keberadaan ruang maya selalu terkait dengan komunitas virtual, yaitu mereka yang saling berinteraksi menggunakan teknologi komputer (*cyberspace - cyber community*), karena melalui interaksi antar mereka ruang itu terbentuk. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Oswald, "*The critical component of any definition of cyberspace is the element of community*" (Oswald, dalam Holmes, 2005:45). Anggota masyarakat maya tidak terikat secara teritorial atau bahkan tidak pernah bertemu muka sekalipun. Melalui sarana virtual mereka berinteraksi, mempertukarkan makna dan membangun realitas dunia. Kelompok masyarakat ini diberi label sebagai *virtual communities*. "*Virtual communities are social aggregation that emerge from the net when enough people carry on those public discussion, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationship in cyberspace*" (Rheingold 1993:5)

Lebih lanjut, Holmes menguraikan,

"Virtual communities are formed and function within cyberspace – the space that exist within the connection and networks of communication technologies. They are presented by growing number of writers as exciting new form of community which liberate the individual from the social constraints of embodied identity and from the restrictions of geographically embodied space; which equalize through the removal embodied hierarchical structures; and promote the sense of connectedness (or fraternity) among interactive participants" (Holmes, 1997: 148).

Beberapa definisi tersebut menekankan bahwa komunitas maya sama sekali tidak

menekankan adanya struktur dan pertemuan tatap muka sebagaimana yang biasanya menjadi karakteristik dari komunitas secara konvensional namun lebih memusatkan perhatiannya pada proses komunikasi yang berlangsung (*on going communication*).

Anggapan seperti itu sejalan dengan definisi yang diberikan oleh Hagel dan Armstrong (1997) yang memusatkan perhatiannya pada isi dan aspek-aspek komunikasi. "*Virtual communities are computer mediated spaces where there is a potential for a integration of content and communication with an emphasis on member generated content*". (dalam Wibawa, 2001)

Fiona Lee (2003) menggarisbawahi karakteristik *cyber communities* yang diberikan oleh Rheingold:

- *The net / cyberspace refers to activities carried out in cyberspace, to differentiate them from real community activities;*
- *Public discussion suggests that participant have discussion with one another, whether to share opinions, knowledge, feelings, or common interest. There is the implication that topics are generated by participants rather than web site coordinators.*
- *Personal relationship indicates that with sufficient time, participants develop a self-sustaining relationship among themselves.*

Dari definisi dan deskripsi yang ada, dapat disimpulkan bahwa ruang-ruang berdimensi computer memiliki arti yang sama dengan *cyberspace* dan ruang internet ketika diakses melalui teknologi; dan muatan (*content*) yang ada mengacu pada data, informasi, diskusi, ekspresi dan perasaan-perasaan yang timbul dalam diskusi yang terjadi sesama anggota.

Secara sosial keberadaan komunitas biasanya akan memunculkan apa yang disebut sebagai "*sense of community*" yakni karakteristik suatu komunitas yang ditandai oleh perilaku



saling membantu dan secara emosional adalah perasaan memiliki “*attachment*”. Demikian halnya dengan komunitas virtual, perasaan berkelompok muncul melalui pertukaran dukungan dan rasa kepercayaan yang ditanamkan ketika melakukan interaksi. Komunitas virtual bahkan memberikan cara dan kemudahan bagi individu mendapatkan perasaan diikutsertakan (*inclusion*), terutama bagi para individu yang mencari orang-orang yang berfikir sama dengan mereka.

Pandangan mengenai komunitas dan pembentukan komunitas maya hingga saat ini memang masih menjadi perdebatan, beberapa kalangan masih melihat komunitas dalam bentuk nyata dalam suatu ikatan wilayah, meskipun tidak semua orang yang berada dalam satu lingkungan yang sama dapat dikatakan komunitas, dapat dikatakan komunitas jika anggota-anggota yang ada di dalamnya memiliki pengalaman yang sama dan rasa sebagai suatu komunitas “*sense of community*”. Jones (1997) mengatakan, komunitas dapat dilihat dari dua sisi, yaitu komunitas yang berdasarkan pada lingkungan yang sama “*place based community*” dan komunitas yang berdasarkan kepentingan bersama “*communities of interest*”

Sementara itu, Schement membagi kategori komunitas menjadi dua berdasarkan sifat hubungannya yakni: *Primary relationship* dan *Secondary relationship*. Komunitas virtual masuk dalam kategori *secondary relationship*. “*internet communities are really made up of secondary relationship in which people only know each other in single, or few dimension*” (Schement dalam Livingstone, 2006:98)

Sementara itu Van Dijk membedakan bentuk komunitas ini menjadi apa yang disebutnya sebagai “*organic community*” dan “*virtual community*”. Komunitas *organic* realtif memiliki homogenitas diantara anggotanya, berbeda dengan komunitas virtual yang lebih heterogen dan sifatnya melengkapi “*virtual communities can't replace organic communities since since they are limited, but perhaps they*

can supplement and strengthen organic communities” (Lievrouw dan Livingstone, 2006:99)

Umumnya, kajian mengenai komunitas lebih banyak pada jenis komunitas berdasarkan tempat. Meskipun perilaku khas komunitas seperti halnya memberikan perhatian dan dukungan emosional juga terjadi pada komunitas yang berdasarkan kepentingan bersama tanpa batasan tempat. Pool (1983) menjelaskan, “*Cyberspace involvement can create alternative communities that are valuable and useful as our family, physically located communities*” (dalam Lievrouw dan Livingstone, 2006:99).

McMillan dan Chavis mengatakan, rasa komunitas “*sense of community*” adalah perasaan memiliki, perasaan menjadi satu kesatuan dengan anggota lain dan perasaan berbagi. Terdapat empat dimensi dalam melihat komunitas yaitu :

Pertama *feeling of membership* yaitu mempunyai rasa memiliki dan mengidentifikasi dirinya dalam suatu komunitas, kedua *feeling of influence*, rasa memiliki pengaruh dan dipengaruhi oleh komunitasnya dan ketiga adalah *integration and fulfillment of need* atau rasa di dukung oleh anggota lain yang berada pada komunitas tersebut. Dan terakhir adalah *shared emotional connection*, atau memiliki hubungan emosional sehingga menciptakan spirit komunitas.

Sense of community yang diungkapkan oleh Chavis tersebut hidup dan ada pada komunitas virtual. Ketika rasa itu tercipta maka proses sosial terjadi; seperti saling memberikan dukungan, berbagi informasi, menciptakan memelihara dan menjalankan norma dan batasan, memberikan *control social* dan dukungan emosional hingga material. Mc Millan dan Chavis mengungkapkan, dalam *sense of virtual community*, anggota dalam komunitas virtual mulai melakukan kegiatan komunitas sebagaimana disebutkan di atas. Kegiatan ini

dilakukan terus menerus sehingga terkukuhkan melalui aktivitas CMC.

Dalam realitas komunitas virtual banyak hal yang sebangun dan serupa dengan realitas *social* yang terdapat di dunia nyata, sebagaimana yang digambarkan oleh Rheingold berikut ini:

"In cyberspace, we chat and argue, engage in intellectual intercourse, performs act and commerce, exchange knowledge, share emotional support, make plans, brainstorm, gossip, fall in love, play games, create a little art and a lot of idle talk. We do everything people do when they get together, but we do it in computer screen, leaving our bodies behind. Million of us have already built communities where our identities commingle and interact electronically, independent of local time and location". (Rheingold, 1999:414).

Lebih lanjut, Rheingold (dalam Gibson, 1996:5) mengungkapkan, ketika CMC terjadi diantara dua orang atau satu orang dan banyak kelompok secara berkelanjutan, maka komunitas virtual terwujud. Menurutnya, komunitas virtual adalah agregasi *social* yang muncul dari *Net* ketika orang melangsungkan interaksi dan diskusi secara terus menerus dengan menyertakan perasaan pembentukan hubungan personal di ruang maya. Jadi, komunitas virtual berisi sejumlah orang yang secara *regular* berhubungan dan terhubung melalui interest, keahlian, masalah, ide, gagasan dan keinginan yang sama pada hal-hal tertentu.

Meskipun demikian, di kalangan para ahli masih banyak yang memperlakukan keabsahan komunitas maya sebagai suatu komunitas. Sebagian lain tetap mempertahankan bahwa komunitas virtual dapat saja terbentuk sepanjang perasaan berkelompok itu ada pada anggotanya. Peter L. Berger mengatakan masyarakat sebagai suatu keseluruhan kompleks hubungan manusia. Dalam pandangan Cresswell masyarakat merupakan kelompok *social*, suatu *commite* yaitu sekelompok orang-orang yang membangun dan

berbagi kebudayaan, nilai, kepercayaan dan asumsi-asumsi bersama.

Intinya, komunitas adalah hasil dari interaksi dan mempertahankannya melalui interaksi yang berkelanjutan. Komunitas virtual menggunakan jaringan *social internet* sebagai tempat (*space*) bertemunya anggota-anggotanya sebagai upaya mempertahankan afiliasinya sehingga interaksi dan keterhubungan tersebut dapat terus berlangsung. Dengan demikian, setiap komunitas virtual memiliki budaya kolaboratif yang dibentuk, dipelihara, dipertahankan dan dikembangkan oleh partisipannya. Budaya ini mempengaruhi bagaimana orang berperilaku di dalamnya, dan orang berinteraksi untuk berbagi nilai, makna dan juga identitas mereka. Inilah mengapa keberadaan komunitas virtual selalu memunculkan budaya virtual, sehingga pembahasan mengenai komunitas maya ini tidak terpisahkan dengan bentuk norma dan tata nilai di antara mereka (*cyberculture*).

Nilai dan Norma Masyarakat Virtual (*Cyberculture*).

Ruang maya (*cyberspace*) dengan bentukan realitas sosial budaya yang terdapat di dalamnya membentuk *cyberculture*, yang terbangun dari, oleh dan untuk penggunaannya (*cyber community*).

"Cyberspace is always cyber cultures, in that we cannot separate cyberspace from its cultural context... Cyber culture as an environment saturated by technology, so we need to read those technologies themselves as cultural" (Bell, 2001: 7).

Dunia maya merupakan bentukan alternatif ruang sosial di samping dunia nyata. Di dalamnya terbangun interaksi dengan beragam bentuk dan tujuan yang dibangun oleh mereka yang menghidupinya. Pertukaran makna, penciptaan identitas, aktivitas wacana, pertemanan dan penciptaan nilai-nilai tertentu, layaknya di dunia nyata. Pendeknya, terdapat banyak kemiripan bentuk interaksi yang terdapat di dunia maya dengan realitas nyata keseharian.



Ketika interaksi terbangun secara berkelanjutan dalam kurun waktu yang lama diantara sejumlah pengguna, maka terajutlah pemaknaan-pemaknaan bersama yang lahir dari dan untuk mereka (pengguna). Tata nilai dan norma interaksi melalui CMC muncul secara alamiah. Jika tata aturan pengoperasionalan CMC tercipta secara teknis, maka tata nilai dan pemaknaan bersamaan ini terbentuk secara sosiologis. Inilah yang disebut sebagai *cybercultures*.

Jika ruang maya "*cyberspace*" merujuk pada ruang baru di mana penggunaannya membangun interaksi hingga terbentuklah suatu masyarakat maya (*cybercommunity*), maka *cyberculture* atau budaya maya merujuk pada seperangkat realitas yang hidup di dalamnya. Dibangun melalui proses pemaknaan bersama diantara para penggunaannya. Tidak seperti tata aturan pengoperasian CMC yang bersifat teknis dan berlaku universal, tata nilai social dalam interaksi melalui CMC ini dapat terbentuk secara parsial, dan sangat dipengaruhi oleh konteks social dan budaya di mana teknologi tersebut digunakan.

Interaksi dua arah di antara teknologi, pengguna dan konsepsi social budaya di mana teknologi itu digunakan melahirkan karakteristik dan keunikan makna mengenai teknologi itu sendiri. Ketika teknologi dimaknai secara subyektif dengan latar social budaya penggunaannya, maka teknologi itu akan terdefinisi dan terkonstruksi sedemikian rupa yang dapat nampak pada perlakuan penggunaannya pada perangkat tersebut.

Lebih lanjut, tidak hanya perangkat tersebut yang terdefinisi, namun lebih jauh pola perlakuan dan pemaknaan atas perangkat tersebut pada saatnya akan memaknai realitas kehidupan penggunaannya.

Memahami budaya maya (*cyberculture*) berarti mengabungkan antara dunia maya "*cyber*" dan budaya culture. Christine Hine (2000) mengungkapkan bahwa ruang maya sebagai suatu budaya dan menjadi artefak budaya. Pemahaman mengenai *cyberspace* menun-

tut untuk melihat pada beberapa dimensi yang terkait di dalamnya; sebagai material, secara simbolik dan dimensi experiential. Sebagai suatu teknologi, *cyberspace* menyediakan ruang bagi penciptaan dan pertukaran pesan yang di dalamnya makna diciptakan, dikonstruksi, dikembangkan dan dijalankan. Pertukaran pesan dan pemaknaan ini tentu saja melibatkan (dan merupakan) dimensi simbolik sebagai suatu aktivitas social, dan ketika pemaknaan social itu terjadi maka konsepsi budaya selalu ada sebagai cetak biru

Berangkat dari pemahaman tersebut maka *cyberspace* merupakan konsepsi budaya *cyberspace as culture*, dimana di dalamnya terdapat realitas yang hidup, dibangun dan dipelihara melalui interaksi keseharian penggunaannya. Realitas dan makna yang terbangun dalam ruang inilah yang menjadi budaya dunia maya "*cybercultures*". Sebagai sebuah artefak cultural, realitas tersebut senantiasa berubah, berkembang dan sebagian lainnya hilang.

Masyarakat maya sepenuhnya membangun dirinya melalui interaksi social dan proses sosial yang terjadi dalam jaringan antar sesama pengguna. Proses relasi social (*social relation*) masyarakat maya ini ada yang bersifat menetap, artinya pengguna (*individu*) menciptakan alamat (*address*) tinggal, bergabung dalam suatu kelompok social dengan beragam tujuan dan kepentingan atau yang hanya sekedar "berjalan-jalan" melalui aktivitas *browsing* atau *search*.

Seperti halnya yang terdapat pada masyarakat nyata, substansi utama pada masyarakat maya adalah berlangsungnya kontak social "*social contact*" dan proses komunikasi. Meskipun secara teknis mereka terhubung melalui gelombang pada alur (*bandwidht*) yang bersifat teknologis, namun sejatinya hubungan yang dibangun oleh masyarakat maya ini merupakan hubungan yang memiliki makna yang luas. Mereka saling membangun makna dalam dunia intersubjektif tentang dunia yang dihuninya.

Salah satu ciri dari masyarakat adalah

aktif menciptakan kebudayaan, baik yang bersifat artefak atau nilai-nilai. Budaya yang dikembangkan pada masyarakat maya adalah budaya-budaya pencitraan dan makna yang setiap saat dapat dipertukarkan ke dalam ruang interaksi simbolis. Budaya ini sangat subyektif atau lebih objektif lagi jika disebut sebagai intersubyektif yang sangat didominasi oleh kreator dan imajinater yang setiap saat membangun makna tersebut (Bungin, 2006:166).

Kebudayaan secara umum dapat dikatakan sebagai sesuatu yang dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan merupakan hasil interaksi antarindividu. Rosalie Wax sebagaimana yang dikutip oleh Kuswarno (2008:39) mendefinisikan sebagai suatu kenyataan dari “pengertian yang dialami bersama” (*shared meaning*), sehingga budaya merupakan milik sekelompok orang atau setidaknya dua orang, karena ada sesuatu yang dimiliki dan dibagi bersama.

Konsepsi budaya suatu masyarakat dapat terlihat pada pemaknaan yang mereka berikan pada objek social yang berada pada lingkungannya. Proses pemberian makna inilah yang selalu melibatkan penggunaan bahasa baik sebagai penyampai pesan, penamaan (*naming*) atau pelabelan (*labeling*). Sehingga bahasa dan penggunaan bahasa dalam peristiwa komunikasi pada kelompok masyarakat akan memperlihatkan pola budaya yang tumbuh di baliknya.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, komunitas dunia maya (*cybercommunity*) membangun seperangkat pemahaman dan nilai-nilai bersama melalui aktivitas komunikasinya. Bentuk dan pola komunikasi yang berlangsung di dalamnya merupakan wujud dari tata nilai yang disepakati dan dipelihara dari dan oleh mereka. Dari sudut pandang etnografi komunikasi, inilah yang disebut sebagai masyarakat komunikatif. Etnografi komunikasi memandang bahwa kaidah-kaidah komunikasi dapat berbeda dari satu kelompok dengan kelompok, mereka memiliki kaidah dan variasi linguistic. Dengan demikian keberagaman tidak komunikasi memiliki im-

plikasi bentuk linguistic dan norma-norma social. (Kuswarno, 2008:41).

***Cyber Cultures* dalam Tinjauan Teori Strukturasi (Anthony Giddens)**

Webster (1998) mengungkapkan, pembahasan mengenai teknologi media komunikasi menempatkan manusia (*audience*) pada tiga posisi, yakni, *audience-as-mass*, *audience-as-outcome* dan *audience-as-agent* (dalam Thompson dan Bryant, 2002:370). Konsepsi mengenai determinisme teknologi melihat teknologi sebagai sentral yang memunculkan dampak-dampak di masyarakat (*audience as outcomes*) mereka (*audience*) diasumsikan sebagai pihak yang pasif menerima terpaan teknologi.

Berbeda dengan pandangan determinisme teknologi, konsepsi sosioteknologi memahami teknologi sebagai sebuah produk social-budaya masyarakat penciptanya. Teknologi tidak diciptakan dalam situasi hampa social. Maka aspek sosial budaya terbenam dalam proses penciptaan teknologi tersebut. Manusia sebagai agen yang memiliki kapasitas dalam memilih hingga merekayasa bentuk teknologi tersebut, baik secara teknis maupun sosial.

Teori Strukturasi dari Giddens dapat digunakan untuk menjelaskan dialektika yang terbentuk dalam interaksi antara teknologi CMC dengan penggunaannya. Penggunaan teknologi CMC oleh komunitas sebagai suatu praktik sosial, yang mana di dalamnya tercipta suatu bentuk realitas sosial yang terbangun melalui aktivitas penggunaannya. Teknologi memiliki bentuk struktur yang tercipta melalui konsepsi pemikiran penciptanya. Manusia pengguna adalah agen yang berinteraksi dengan struktur tersebut melalui suatu konsepsi social budaya.

Sebagaimana yang diungkapkan sebelumnya, bahwa tindakan dibatasi dan dimungkinkan oleh struktur yang diproduksi dan diproduksi oleh tindakan tersebut. Dalam penelitian ini agen merujuk pada pengguna atau mereka yang berinteraksi melalui CMC dan tindakan (*act*) dapat dianalogikan sebagai peng-



gunaan CMC pada jejaring sosial, sedangkan 'struktur' adalah pola komunikasi dan tata cara interaksi yang berkembang pada penggunaan CMC. Maka penggunaan CMC dapat dibatasi (diarahkan, dibentuk atau dikonstruksi) oleh pola komunikasi dan interaksi CMC, namun pada akhirnya pola komunikasi yang baru akan terbentuk dari proses penggunaan CMC yang dikembangkan oleh agen melalui proses timbal balik dan pemaknaan terhadap objek. Hubungan dua arah ini menghasilkan interplay yang berkesinambungan dan menghasilkan redefinisi serta restrukturisasi.

Suatu kelompok akan secara aktif mengadaptasi teknologi CMC yang kemudian direstrukturisasi ke dalam bentuk interaksi kelompok tersebut. Lebih lanjut, Giddens (dalam Livingstone, 2006:123) mengatakan bahwa kelompok sosial akan memilih teknologi yang diinginkan dan secara sosial mengkonstruksi makna-makna dari keberadaan teknologi tersebut. Konstruksi pemaknaan inilah yang dapat terlihat melalui pola perilaku komunikasi yang terjadi melalui penggunaan CMC.

Dalam pandangan tersebut, individu memainkan peran sentral melalui penilaian dan interpretasinya pada kejadian di sekitarnya (pengalaman). Asumsi yang mendasari konstruksi realitas secara social adalah sebagai berikut :

- Realitas tidak hadir dengan sendirinya, tetapi diketahui dan dipahami melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh bahasa.
- Realitas dipahami melalui bahasa yang tumbuh dari interaksi social pada saat dan tempat tertentu
- Bagaimana realitas dipahami bergantung pada konvensi-konvensi social yang ada.
- Pemahaman terhadap realitas yang tersusun secara social membentuk banyak aspek penting dalam kehidupan, seperti aktivitas berfikir dan berperilaku.

Dikaitkan dengan keberadaan ruang maya "cyberspace" sebagai hasil bentuk interaksi individu melalui CMC, budaya virtual terbangun melalui aktivitas bersama tersebut,

dan pada gilirannya melandasi proses interaksi yang terjadi di dalamnya (*cybercultures*). Realitas yang terbangun menjadi suatu tata perilaku dan melandasi aktivitas berfikir yang juga merupakan peta pemaknaan (*maps of meaning*) di antara para penggunanya (*cybercommunity*).

Seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan perilaku yang berulang, disebut sebagai kebiasaan (*habits*). Kebiasaan inilah yang akan menuntut manusia mengatasi suatu permasalahan secara otomatis. Dalam suatu interaksi, setiap *actor* saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain (*actor* lainnya). Kebiasaan tersebut berinteraksi, dipertukarkan dan membentuk perbedaan dalam aktivitas tindakan *actor*. Inilah yang dikatakan sebagai pengkhasan (tipikasi). Dari interaksi yang berkelanjutan itu, beberapa kebiasaan menjadi milik bersama seluruh anggota komunitas dunia maya, maka terbentuklah suatu lembaga (*institution*). Melalui institusi inilah komunitas maya mengkategorikasikan dirinya, nilai-nilai, norma dan aturan yang mereka anut bersama.

Institusi ini memungkinkan terbangunnya suatu susunan peran (*roles*), atau kumpulan kebiasaan (*habitual behavior*). Norma dan nilai hadir sebagai perangkat yang mengatur peranan-peranan tersebut. Dengan demikian maka institusi menjadi kendali social (*social control*) yang mengarahkan realitas sosial yang terjadi di antara komunitas dunia maya tersebut. Semua itu terlegitimasi melalui interaksi keseharian yang berulang sehingga institusi tersebut dapat eksis di antara para pengguna CMC.

Selanjutnya, *roles* dan *habitual behavior* inilah yang tersusun mengkonstruksi realitas sosial komunitas jejaring social dunia maya. Pemaknaan subyektif masyarakat atas realitas dunia akan memunculkan cetak biru lahirnya teknologi dalam masyarakat. *Konsepsi Social Construction of Technology* (SCOT) mengungkapkan bahwa peta pemaknaan individu akan menentukan makna yang terbentuk atas teknologi tersebut dan pada akhirnya

menentukan proses penggunaan dan pengembangannya (Bijker 1987, dalam Livingstone, 2002:249). Demikian halnya ketika teknologi tersebut dioperasionalisasikan. Konsepsi sosial budaya pengguna akan menentukan bagaimana teknologi tersebut dimaknai.

Proses pemaknaan terhadap bentukan teknologi tersebut lahir dari proses interaksi diantara individu sehingga melahirkan peta pemaknaan. Peta pemaknaan (*maps of meaning*) inilah yang akan menentukan bagaimana teknologi tersebut diperlakukan. Demikian selanjutnya hingga terjadi *interplay* yang rumit di antara aspek-aspek dalam social budaya masyarakat hingga pada kemunculan bentukan teknologi selanjutnya.

Dengan demikian, perbedaan social budaya akan memunculkan pemaknaan yang berbeda hingga akhirnya teknologi akan diperlakukan secara berbeda-beda. Bucciarelli me ngatakan,

“technology design is a fundamentally communicative process that brings object, actions and social relationship together; design is best seen as a social process of negotiation and consensus, a consensus somewhat awkwardly expressed in the final

product” (1994:20).

Makna-makna subyektif tersebut ditransaksikan melalui proses interaksi sehingga memunculkan makna bersama (*shared meaning*), dan sebagai muaranya adalah tindakan social yang teramati. Di sinilah pemaknaan social terbentuk menjadi budaya masyarakat maya (*cybercultures*) yang dibangun dan dikembangkan melalui aktivitas CMC.

DAFTAR PUSTAKA

- Fidler, Roger. 2003. *Mediamorphosis: Memahami Media Baru*. Terjemahan: Harto no hadikusumo. Yogyakarta: Bentang.
- Lievrouw, Leah and Sonia Livingstone, 2006. *Handbook of New Media: Updated Student*. London; Sage Publ.
- Holmes, David. 2005. *Communication Theory. Media, Technology and Society*. London: Sage Publishing.
- Bell, David. 2001. *Introduction to cybercultures*. London. Routhledge.
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi. Teori, Paradigma dan Diskur*