

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Dunia sosial saat ini, tidak hanya terbatas pada dunia nyata (*offline*) melalui komunikasi secara tatap muka (*face to face*). Namun juga terdapat di dunia maya (*online*), bahkan intensitas interaksi sosial yang terjadi diantara *online* dan *offline* bisa dikatakan seimbang. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menggunakan jaringan internet serta gawai yang jenisnya semakin beragam, dengan komunikasi yang termediasi oleh komputer. Menurut hasil survey yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2016 pengguna internet bertambah dengan cukup signifikan. Dari jumlah 256,2 juta orang 51,8% nya atau sebanyak 132,7 juta penduduk Indonesia telah menggunakan internet. Dibandingkan tahun 2014, mencapai 88,1 juta orang atau 34,9% dari total penduduk 252,4 juta orang. Data tersebut membuktikan bahwa perkembangan pengguna internet semakin pesat dan tidak menutup kemungkinan akan terus meningkat.

Menurut data dari *Country Director* Facebook Indonesia, pada tahun 2016 di kuartal kedua tercatat pengguna aktif facebook mencapai 88 juta pengguna. Dimana 94% nya mengakses facebook melalui perangkat mobile. Masyarakat saat ini memang mulai beralih pada penggunaan perangkat mobile karena dinilai lebih efektif dan efisien. Ditambah lagi fitur yang tersedia sangat beragam dan cukup untuk menunjang keperluan masyarakat, hingga tidak perlu selalu menyalakn PC atau komputer terlebih dahulu, semuanya dapat dilakukan dalam sebuah gadget yang praktis. Segala aktivitas yang menggunakan perangkat komputer dan internet, menghasilkan bentuk komunikasi yang termediasi komputer yang disebut *computer mediated communication*. Yaitu komunikasi antara manusia yang menggunakan komputer sebagai mediumnya. Awal mulanya konsep CMC muncul karena hadirnya PC atau perangkat komputer dan juga internet, maka dari itu disebut *computer mediated*, sebab memang menggunakan komputer sebagai

medianya. Namun saat ini CMC tidak terbatas hanya pada komunikasi yang menggunakan komputer. Karena sistem komputer dan segala aplikasi yang biasanya diakses dengan komputer dapat dilakukan di perangkat *mobile* lainnya. Dengan hadirnya teknologi merubah bagaimana setiap orang berkomunikasi satu sama lain dan memungkinkan adanya komunikasi yang melibatkan banyak orang sekaligus (*many to many*). Maka dari itu dapat dikatakan bahwa penggunaan CMC yang menghasilkan terbentuknya komunitas-komunitas virtual.

Interaksi yang terjadi dalam dunia maya tidak hanya sebatas komunikasi interpersonal di antara para pengguna. Namun juga terdapat kelompok-kelompok dan organisasi yang memanfaatkan internet dan mode CMC lainnya untuk saling terhubung dan berfungsi juga sebagai media publikasi dari kelompok itu sendiri. Ada pula organisasi atau kelompok yang justru pertama kali terbentuk dalam dunia *online* bukan berawal dari dunia *offline* terlebih dahulu, sehingga memunculkan sebuah komunitas yang disebut ‘komunitas virtual’. Yaitu ketika sekumpulan orang dapat berinteraksi satu sama lain dalam dunia maya melalui berbagai macam media. Kelebihan dari komunikasi dalam komunitas virtual ialah memungkinkan banyak orang dapat berinteraksi tanpa mengkhawatirkan hambatan dan batasan seperti jarak dan waktu. Terlampauinya batasan-batasan tersebut yang membuat terbentuknya sebuah tempat yang besar bernama *global village* atau *the big village*. Sebuah desa besar (*the big village*) ini tak ubahnya seperti sekelompok masyarakat. Di dalamnya mereka saling menyapa, menghasilkan budaya-budaya bersama bahkan menciptakan pasar bersama (Bungin, 2013, hal. 163).

Umumnya suatu kelompok atau komunitas dapat terbentuk dengan alami ketika mereka betempat di suatu lokasi bersama-sama dalam kurun waktu tertentu. Komunitas merupakan unit terkecil dari masyarakat. Komunitas juga dapat terbentuk ketika setiap individu dalam komunitas memiliki ketertarikan yang sama, begitupun komunitas online dapat terbentuk. Hal yang unik dari komunitas *online* ialah ada yang membuat komunitas online sebagai kepanjangan dari komunitas fisik yang sudah ada. Dimana sebenarnya dalam

dunia nyata komunitas tersebut memang ada. Namun adapula yang justru baru bertemu dalam dunia online yang kemudian bersama-sama membuat komunitas online atau seseorang/pihak tertentu menyediakan sebuah forum sebagai tempat komunitas online bertemu. Sama seperti sebuah komunitas dalam dunia nyata, anggota komunitas virtual saling menyapa, berbagi informasi, saling mendukung antara setiap anggota dan berbagi emosi dan perasaan yang sama melalui cerita yang dibagikan. Mereka terkumpul atau terbentuk bisa jadi berdasarkan kesamaan pada minat atau hobi yang sama, ketertarikan akan suatu hal, identitas, ideologi dan lain sebagainya.

Ciri khas lain dari komunitas yaitu perasaan komunitas (*sense of community*). Perasaan komunitas merupakan sekumpulan pengalaman subjektif dari rasa saling memiliki, saling menghormati dan komitmen yang dapat dihasilkan hanya dari partisipasi (Berki dan Jakala, 2011 hal 14). Maka dari itu dapat dikatakan bahwa *Sense of community* lah yang membuat sebuah kelompok dapat disebut sebagai komunitas. Namun yang menjadi permasalahan adalah bagaimana dengan komunitas *online*. apakah dalam komunitas *online* juga muncul perasaan komunitas layaknya komunitas secara fisik. Penelitian ini menjadi menarik karena saat ini tidak ada batasan antara komunikasi *online* dan *offline*. Karena setiap orang pada era digital kali ini lebih banyak mewakilkan kehadiran mereka pada setiap pertemuan dan interaksi sosial dalam dunia maya. Menurut Montagut (2011, hal. 717), saat ini tidak ada pembeda antara komunikasi interpersonal baik *online* maupun *offline*, justru interaksi sosial *online* dan *offline* seringkali pada hakekatnya berhubungan.

Penelitian mengenai komunitas virtual sebelumnya pernah dilakukan Yohana dan Wulandari (2014). Yaitu dengan meneliti perilaku komunikasi kelompok komunitas virtual Kaskus Regional Riau Raya. Dengan menggunakan pendekatan interaksionisme simbolik. Guna mencari tahu bagaimana pola interaksi dalam komunitas tersebut, kemudian juga kohesivitas dan norma kelompok. Hasil dari penelitian tersebut ialah menunjukkan pola interaksi yang terbangun dalam komunitas Kaskus Regional Riau Raya yang terlihat salah

satunya dari penggunaan bahasa. Khususnya pada komunikasi secara *online* dimana terdapat bahasa-bahasa tertentu yang dipakai para kaskuser, sebutan para pengguna kaskus. Kemudian dari segi kohesivitas, hasil penelitian menunjukkan bahwa kebebasan mengemukakan opini atau pendapat dan keterikatan yang terbangun dari interaksi antara anggota, mampu menumbuhkan kohesivitas kelompok yang terlihat dari keramahtamahan setaip kaskusers

Sedangkan penelitian lain mengenai komunitas virtual juga dilakukan oleh Rosenberry (2010, hal 154) dengan meneliti forum koran harian lokal. Bagaimana komunitas virtual yaitu forum tersebut dapat memperkuat komunitas secara fisik (*offline*). Hasilnya menunjukkan bahwa keberadaan forum sebagai komunitas virtual bermanfaat bagi para anggota sebagai media pertukaran informasi. Dan membantu mereka lebih mengenal komunitas secara lebih baik karena tak jarang diantara anggota forum ada yang bertemu secara langsung (*offline*). Namun nyatanya tidak merubah sikap anggota untuk terlibat aktif dalam komunitas secara *offline*. Dengan kata lain tingkat keterlibatan di dunia nyata masih rendah diantara para anggota.

Selain itu ada pula penelitian yang dilakukan Lev-on (2010, hal 1209) yang meneliti penggunaan laman atau web Katif.net sebagai *platform* komunikasi bagi penduduk Gush Katif, Israel yang harus terpisah dari keluarganya karena kebijakan pemindahan dari pihak pemerintah. Penyebaran penduduk Katif di berbagai wilayah di dalam ataupun di luar negara Israel membuat inisiator web Katif.net merubah laman tersebut yang awalnya sebuah blog tentang kota menjadi tempat atau forum yang mempertemukan setiap warganya. Sehingga terbentuklah sebuah komunitas virtual. Pertanyaan penelitian yang diangkat oleh Lev-on hampir serupa yaitu mempertanyakan bagaimana *sense of community* dapat terbangun antara penduduk Gush Katif yang terpisah baik dengan menggunakan laman Katif.net dan media virtual lainnya. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara rasa komunitas (*sense of virtual community*) yang kuat dengan penggunaan laman untuk *update* isu sosial. Jadi semakin sering seseorang mendapatkan atau membaca update sosial semakin kuat rasa terikat dengan

komunitas. Selain itu yang membedakan dari penelitian lainnya ialah latar belakang lain yang juga memicu tingginya *sense of virtual community*, yaitu alasan yang sifatnya personal terkait identitas. Yakni memiliki kesamaan identitas sebagai warga gush katif dan pengalaman kejadian yang sama. sehingga menjadi faktor pengikat antara setiap anggota atau warga untuk lebih aktif berinteraksi secara virtual.

Melihat dari ketiga penelitian tersebut, ketiganya mempertanyakan permasalahan yang sama yakni berkaitan dengan *sense of virtual community*. Persamaan yang lain ialah penelitian yang dilakukan Rosenberry melibatkan suatu komunitas virtual yang menjadi kepanjangan dari apa yang ada dalam kehidupan nyata, namun komunitas tersebut baru terbentuk dalam dunia online. Dengan pertanyaan yang sama namun menghasilkan argumen yang berbeda. Dimana anggota dalam forum online koran merasa terbantu dan seringkali saling bertemu namun hal tersebut tidak membuat mereka terlibat lebih aktif lagi dalam aktivitas offline. Sedangkan penelitian Lev-on menunjukkan bahwa adanya *sense of virtual community* yang muncul antara penduduk Gush Katif yang menjadi anggota laman katif.net. Kemudian penelitian Yohana & Wulandari yang meneliti kelompok komunitas yang memang terbentuk dalam dunia online dan menemukan adanya kohesivitas yang nampak dari interaksi antara setiap anggota atau kaskuser

Memang dalam penelitian terdahulu yang juga menjadi rujukan penelitian-penelitian serupa terdapat pernyataan bahwa komunikasi secara *online* dapat meningkatkan atau memperluas hubungan sosial yang memang sudah ada tapi umumnya justru tidak menciptakan kelompok yang baru. Alasannya ialah komunikasi secara online tidak dapat otomatis membangun rasa percaya dan komitmen yang justru menjadi dasar sebuah komunitas terbentuk. (Rosenberry, 2010, hal. 157). Maksudnya adalah melalui komunitas virtual, suatu kelompok dapat meningkatkan hubungan sosial namun berlaku untuk komunitas yang memang sudah ada dalam dunia nyata. Sulit bagi komunitas virtual yang terbentuk secara online karena sebelumnya tidak pernah bertemu sehingga rendah

akan tingkat kepercayaan pada setiap anggota. Namun ada pula pernyataan bahwa dalam komunitas virtual pun sebuah kelompok dengan memiliki *sense of virtual community* dapat terbentuk. Karena manusia tetap saja manusia baik di dunia online dan offline dalam membentuk kelompok di dunia virtual juga terdapat dinamika kelompok seperti tujuan, etika, aturan dan ritual (Kim & Frank, 2003).

Berdasarkan dari beberapa penelitian yang telah dilakukan maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melihat bagaimana perilaku komunikasi dalam komunitas virtual. Serta bagaimana *sense of community* dalam komunitas virtual tersebut dapat terbentuk. Peneliti memilih Komunitas Asep-asep sebagai subjek penelitian. Karena Komunitas Asep-asep ini juga terbentuk pertama kali melalui media sosial sehingga dapat dikategorikan sebagai komunitas virtual.

Komunitas Asep-asep merupakan sebuah komunitas yang mewadahi siapapun orang yang memiliki nama Asep. Meski nama Asep identik dengan masyarakat sunda, akan tetapi keanggotaannya tidak terbatas hanya pada orang Sunda saja. Tapi juga berasal dari daerah-daerah lain di di luar provinsi Jawa Barat. Komunitas Asep-asep telah melewati berbagai macam proses sebelum mendeklarasikan diri sebagai komunitas. Awalnya komunitas ini hanya berupa grup dalam media sosial Facebook pada tahun 2009. Para inisiator dari grup Facebook awalnya ingin mencairitahu berapa banyak nama Asep dalam Facebook yang kemudian mereka kumpulkan dalam grup. Lebih dari itu sesekali Grup tersebut melakukan kegiatan *ngopi darat* bersama. Di luar sangkaan ternyata respon yang cukup baik didapatkan dari para Asep. Awalnya para penyelenggara hanya meperkirakan peserta yang datang hanya beberapa dan tidak akan membludak. .Karena jumlahnya yang terus bertambah dan melihat adanya potensi dalam Asep akhirnya mereka memutuskan untuk membentuk Paguyuban saat melakukan pertemuan dengan semua anggota pada tahun 2015, baru di tahun 2016 berubah menjadi Komunitas Asep-asep.

Dalam menjalankan organisasinya Komunitas Asep-asep tentu memanfaatkan penggunaan media dan internet. Karena anggota komunitas yang

tersebar di berbagai kota hingga luar pulau Jawa dan memiliki rutinitas serta pekerjaan yang berbeda. Sehingga dengan menggunakan media sosial dan media lainnya memudahkan setiap anggota untuk saling berinteraksi. Media sosial yang sering digunakan oleh Komunitas Asep-asep adalah Facebook dan juga beberapa bentuk pesan online (*Instant Messenger*) seperti Line, Whatsapp dan BBM.

Namun untuk mempermudah akses dan rencana kegiatan, komunitas Asep-asep juga membentuk Dewan Perwakilan Pusat (DPP) dan Dewan Perwakilan Wilayah (DPW). Setiap Dewan perwakilan seringkali berkumpul rutin, sedangkan kumpulan yang melibatkan seluruh anggota biasanya merupakan acara besar seperti konferensi dan acara-acara tertentu yang seringkali bersifat insidental. Setiap kali bertemu atau berkumpul komunitas Asep-asep ini memiliki nama panggilannya masing-masing, kemudian mengenakan iket kepala yang khusus komunitas Asep-asep. Kedekatan dan keterikatan yang terjalin dalam Komunitas Asep-asep yang notabennya berawal dari Komunitas Virtual membuat Peneliti tertarik untuk mencaai tahu bagaimana perilaku komunikasi dalam komunitas Asep-Asep.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Menurut Kriyantono (2010), metode deskriptif ini bertujuan untuk membuat deskripsi yang sistematis, akurat dan faktual mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari populasi atau objek tertentu. Dimana peneliti sebelumnya telah memiliki konsep dan kerangka konseptual atau landasan teori. Sehingga bisa didapati fakta realitas dari apa yang sedang diamati tentunya berdasarkan kerangka konseptual yang telah dikembangkan. Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk komunikasi synchronous dan asynchronous yang digunakan Komunitas Asep-asep?
2. Bagaimana *Sense of Virtual Community* dapat terbentuk pada Komunitas Asep-Asep?
3. Bagaimana keterkaitan komunikasi synchronous dan asynchronous dalam membentuk *sense of virtual community*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana bentuk komunikasi synchronous dan asynchronous yang digunakan Komunitas Asep-asep
2. Mengetahui bagaimana *Sense of Virtual Community* dapat terbentuk pada Komunitas Asep-Asep
3. Mengetahui bagaimana keterkaitan bentuk komunikasi synchronous dan asynchronous dalam membentuk *sense of virtual community*

1.4 Manfaat Penelitian

1) Manfaat dari segi teori

- Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan kajian yang lebih lanjut terkait komunitas virtual dan penelitian dengan pendekatan etnografi virtual. Karena kajian ini masih belum banyak dilakukan.
- Diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih terkait pendekatan etnografi virtual untuk mengkaji interaksi dalam dunia internet secara lebih mendalam.

2) Manfaat dari segi praktik

- Diharapkan penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai pemanfaatan teknologi dan internet, yang menjadi tempat komunikasi interaktif bagi para anggota organisasi.

- Penelitian ini diharapkan mampu memberikan perspektif yang baru dalam memahami komunikasi yang terjadi di dunia *online* dan keterkaitannya pada dunia *offline*

3) Manfaat dari segi kebijakan

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan informasi baru untuk memahami bagaimana Komunitas Asep-asep menjalankan organisasinya dengan memanfaatkan media online

4) Manfaat dari segi aksi sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman terkait aktivitas Komunitas Asep-asep dalam menyebarkan misi dengan penggunaan media online