

Ahmadin, Lucky Nugroho, Erini Junita Sari, Mustopa, Imanuddin Hasbi, Nurul Islam,  
Agung Kurniawan, Emanuel Omedetho Jermias, Nina Putri Hayam Dey, Abdul Rahman,  
Aditya Eka Putra, Ade Putra Ode Amane, Yeyen Subandi, Brian L Djumaty

# Sosiologi

# Ruang Virtual



# **Sosiologi Ruang Virtual**

Ahmadin, Lucky Nugroho, Erini Junita Sari, Mustopa, Imanuddin Hasbi, Nurul Islam,  
Agung Kurniawan, Emanuel Omedetho Jermias, Nina Putri Hayam Dey, Abdul Rahman,  
Aditya Eka Putra, Ade Putra Ode Amane, Yeyen Subandi, Brian L Djumaty



## SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

Tim Penulis:

**Ahmadin, Lucky Nugroho, Erini Junita Sari, Mustopa, Imanuddin Hasbi, Nurul Islam, Agung Kurniawan, Emanuel Omedetho Jermias, Nina Putri Hayam Dey, Abdul Rahman, Aditya Eka Putra, Ade Putra Ode Amane, Yeyen Subandi, Brian L. Djumaty.**

Desain Cover:

**Fawwaz Abyan**

Tata Letak:

**Handarini Rohana**

Editor:

**Ahmadin**

ISBN:

**978-623-459-361-7**

Cetakan Pertama:

**Februari, 2023**

Hak Cipta 2023, Pada Penulis

---

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

**Copyright © 2023**

**by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung**

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**PENERBIT:**

**WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG**

**(Grup CV. Widina Media Utama)**

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas  
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

**Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020**

Website: [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

## Kata Pengantar

Alhamdulillah rasa syukur patutlah pada kesempatan ini kami curahkan kehadiran Allah SWT, karena berkat Rahmat, Hidayah, dan Inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Buku dengan judul “Sosiologi Ruang Virtual”.

Buku ini merupakan salah satu wujud perhatian penulis terhadap realitas atau fakta sosial yang kerap kali terjadi dalam hidup bermasyarakat. Yang dimana hal ini tak bisa lepas dari fakta bahwa manusia adalah makhluk sosial dan selalu membutuhkan orang lain di sekitarnya. Seiring berkembangnya zaman di era yang serba canggih seperti saat ini, teknologi sudah sangat berkembang. Teknologi memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, salah satunya komunikasi. Sehingga bentuk komunikasi di era yang serba canggih ini bisa dilakukan dengan berbagai cara.

Sehingga kehadiran buku ini tentunya dapat diselesaikan karena kontribusi dan bantuan dari semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penyusun menghaturkan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang sudah banyak memberikan kontribusi dalam proses penyusunan buku ini.

Sebagai insan yang penuh kekurangan dan kekhilafan, tentunya Buku ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak sangat kami harapkan. Akhirnya kami berharap semoga kehadiran buku ini bermanfaat bagi kita semua, amien.

Februari, 2023

Tim Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>BAB 1 TERBENTUKNYA MASYARAKAT VIRTUAL</b> .....	<b>1</b>
A. Pendahuluan .....	2
B. Pengertian Masyarakat Virtual .....	4
C. Internet Mencipta Masyarakat Virtual .....	8
D. Media Sosial Membentuk Komunitas Virtual .....	11
E. Masyarakat Virtual Dalam Realitas dan Kesadaran Palsu .....	18
F. Rangkuman Materi .....	19
<b>BAB 2 INTERAKSI MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL</b> .....	<b>25</b>
A. Pendahuluan .....	26
B. Interaksi Masyarakat di Era New Normal .....	29
C. Rangkuman Materi .....	36
<b>BAB 3 KELOMPOK SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL</b> .....	<b>43</b>
A. Pendahuluan .....	44
B. Internet .....	45
C. Media Sosial .....	46
D. Komunitas Virtual .....	48
E. Kelompok Sosial Masyarakat Virtual .....	49
F. Konflik di Dalam Kelompok Masyarakat Sosial Virtual .....	52
G. Etika di Kelompok Sosial Masyarakat Virtual .....	55
H. Komunitas Virtual: Perspektif Bisnis .....	56
I. Komunitas Virtual: Perspektif E-Health .....	58
J. Komunitas Virtual: Perspektif Pengembangan Karir .....	59
K. Rangkuman Materi .....	60
<b>BAB 4 KARAKTERISTIK DAN PRILAKU MASYARAKAT VIRTUAL</b> .....	<b>65</b>
A. Masyarakat Virtual .....	69
B. Ciri-Ciri Masyarakat Virtual .....	71
C. Karakteristik Masyarakat Virtual .....	74
D. Fitur Masyarakat Virtual .....	75
E. Masyarakat Virtual Dengan Anggota Terbanyak .....	75
F. Kode Etik Tidak Tertulis Dalam Komunitas Virtual .....	76

G. Rangkuman Materi .....	80
<b>BAB 5 SOLIDARITAS MASYARAKAT VIRTUAL .....</b>	<b>85</b>
A. Pendahuluan .....	86
B. Solidaritas Sosial .....	87
C. Bentuk – Bentuk Solidaritas .....	92
D. Kelompok Sosial .....	96
E. Media Sosial .....	98
F. Motivasi Menggunakan Media Sosial .....	100
G. Masyarakat Virtual .....	101
H. Rangkuman Materi .....	104
<b>BAB 6 MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG VIRTUAL .....</b>	<b>107</b>
A. Pendahuluan .....	108
B. Konsep Media Sosial .....	110
C. Media Sosial Sebagai Ruang Publik .....	113
D. Ruang Virtual & Jejaring Sosial .....	117
E. Rangkuman Materi .....	123
<b>BAB 7 PERILAKU MENYIMPANG MASYARAKAT VIRTUAL .....</b>	<b>127</b>
A. Pendahuluan .....	128
B. Selayang Pandang Perilaku Menyimpang .....	130
C. Perilaku Menyimpang Dalam Perspektif Sosiologis .....	132
D. Kejahatan Mayantara (Cybercrime) .....	134
E. Perilaku Menyimpang Dunia Virtual .....	135
F. Rangkuman Materi .....	141
<b>BAB 8 VIRTUAL POLICE DAN SOCIAL ORDER DI DUNIA MAYA .....</b>	<b>145</b>
A. Pendahuluan .....	146
B. Kejahatan Siber di Indonesia .....	150
C. Pembentukan Virtual Police .....	155
D. Urgensi Keteraturan Sosial di Dunia Maya .....	161
E. Rangkuman Materi .....	164
<b>BAB 9 MASYARAKAT VIRTUAL DAN PERILAKU KONSUMTIF .....</b>	<b>167</b>
A. Pengantar .....	168
B. Lahirnya Masyarakat Virtual .....	169
C. Perubahan Perilaku Masyarakat Virtual .....	178
D. Rangkuman Materi .....	182

<b>BAB 10 AGAMA DAN KESALEHAN SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL.....</b>	<b>187</b>
A. Pendahuluan.....	188
B. Realitas Masyarakat Virtual.....	192
C. Transformasi Sosial Keagamaan di Jagad Virtual .....	200
D. Pendangkalan Kesalehan di Jagad Virtual .....	204
E. Rangkuman Materi .....	207
<b>BAB 11 PASAR ONLINE SEBAGAI MEDIA INTERAKSI SOSIAL .....</b>	<b>211</b>
A. Pendahuluan.....	212
B. Pengertian Pasar.....	215
C. Peran Serta Fungsi Dari Pasar.....	218
D. Jenis-Jenis Pasar Online .....	219
E. Benefit Pasar Online .....	221
F. Pengertian Media Sosial .....	222
G. Interaksi Sosial.....	225
H. Interaksi Sosial Sebagai Dasar Proses Sosial.....	227
I. Rangkuman Materi .....	229
<b>BAB 12 VIRTUAL OFFICE SEBAGAI RUANG KERJA DUNIA MAYA .....</b>	<b>233</b>
A. Pendahuluan.....	234
B. Sejarah Realitas Virtual.....	235
C. Gambaran Umum Virtual Office .....	237
D. Virtual Office Working .....	238
E. Virtual Value Chain .....	239
F. Virtualbox .....	243
G. Metodologi Pengembangan Sistem .....	244
H. Virtual Office Ditinjau Dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata .....	245
I. Virtual Office Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik .....	247
J. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik .....	248
K. Rangkuman Materi .....	250
<b>BAB 13 DEMOKRASI MASYARAKAT VIRTUAL .....</b>	<b>255</b>
A. Revolusi Industri 4.0 .....	256
B. Demokrasi Virtual .....	258

C. Rangkuman Materi .....	265
<b>BAB 14 BENTUK-BENTUK GERAKAN SOSIAL DI DUNIA VIRTUAL .....</b>	<b>271</b>
A. Pengantar .....	272
B. Gerakan Sosial di Dunia Virtual .....	272
C. Dampak Gerakan Sosial Virtual Bagi Kehidupan Masyarakat .....	274
D. Dampak Gerakan Sosial Virtual Bagi Penegakan Hukum di Indonesia .....	274
E. Rangkuman Materi .....	275
<b>GLOSARIUM .....</b>	<b>277</b>
<b>PROFIL PENULIS .....</b>	<b>285</b>







# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 1: TERBENTUKNYA MASYARAKAT VIRTUAL

Dr. Ahmadin, S.Pd., M.Pd

Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Makassar

# BAB 1

## **TERBENTUKNYA MASYARAKAT VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) terutama informasi dan komunikasi sebagai produk modernisasi, pada kenyataannya membawa perubahan fundamental dalam kehidupan manusia. Kompleksitas perubahan tersebut dapat dilihat pada semua aspek kehidupan manusia: sosial, politik, hukum, budaya, ekonomi, dan lainnya. Dengan demikian, untuk ikut ambil bagian dan menjadi aktor dalam panggung kehidupan berbasis teknologi modern yang digital itu maka prasyarat yang harus dimiliki seseorang adalah keterampilan yang terkait dengan itu atau yang populer dengan sebutan melek teknologi.

Teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat, lebih jauh juga telah mengubah pola-pola interaksi dan bentuk relasi sosial manusia dari kecenderungan hubungan berbasis teritorial menjadi deterritorial. Serentak dengan itu, konsep komunitas juga mengalami perubahan paradigma dari syarat ruang geografis sebagai tempat hidup dan berinteraksi menjadi ruang sosial baru dalam dunia maya sebagai duplikasi ruang nyata. Konsekuensi logis dari perubahan pola interaksi tersebut yakni memunculkan apa yang disebut manusia digital (Ahmadin, 2012).

Tipologi masyarakat yang berinteraksi dan berkomunikasi tanpa harus bertatap muka secara langsung (face to face) seperti itu, antara lain digambarkan dalam karya Hans Dieter Evers dan Rudiger Korff "Urbanisme di Asia Tenggara: Makna dan Kekuasaan dalam Ruang-ruang Sosial" (2002).

Melalui hasil riset selama dua dekade tentang kota-kota besar di Asia Tenggara yakni Thailand, Sri Lanka, Indonesia, Malaysia, Filipina, dan Singapura ini, dilukiskan model interaksi manusia modern di perkotaan itu ditautkan oleh alat komunikasi telepon dan pasar. Ruang geografis menjadi sesuatu yang tidak penting lagi dan cenderung membuang banyak waktu dalam berinteraksi serta bertransaksi.

Dalam perkembangannya kecenderungan manusia modern yang berinteraksi melalui media teknologi komunikasi, semakin sempurna sejak terfasilitasi oleh Internet (Interconnection Networking). Jaringan komputer (internet) yang awalnya dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada 1969 ini (Townsend, 2021), kemudian menjadi kebutuhan vital sebagai piranti pendukung berbagai aktivitas di dunia kerja, usaha, hiburan, maupun pribadi. Tentu kita masih ingat saat pengguna telepon genggam (handphone) difasilitasi oleh sebuah alat komunikasi chat yakni BlackBerry Messenger (BBM) yang dirilis 1 Agustus 2005 (Riadi, 2017). Selama beberapa waktu lamanya fasilitas komunikasi pengganti Short Message Service (SMS) yang terbatas, yakni BBM sempat populer seiring meningkatnya jumlah pengguna Handphone BlackBerry di dunia. Namun sayang sekali kedudukannya lalu tergeser dan digantikan oleh aplikasi yang lebih lengkap fiturnya yakni WhatsApp, LINE, Kakao Talk, dan WeChat. Hal ini bermula sejak hadirnya iPhone dan android serta terjadinya peralihan industri selular ke layar sentuh.

Di era layar sentuh tersebut masyarakat pengguna internet melalui telepon genggamnya lalu terakrabkan sedemikian rupa dengan fasilitas komunikasi serta ruang berbagi informasi bernama Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya. Seiring dengan itu pula muncul kecenderungan baru di kalangan masyarakat yakni membuat group-group media sosial untuk memudahkan berkomunikasi secara kolektif dalam waktu bersamaan. Kecenderungan berkomunikasi melalui dunia maya tersebut pada gilirannya mencipta komunitas-komunitas virtual yang terbentuk atas kesamaan kepentingan, keserupaan profesi, ikatan etnis/keluarga, dan unsur pembentuk lainnya. Makin intensnya komunikasi manusia melalui dunia maya (internet), kemudian memunculkan istilah-istilah baru mulai dari warganet (netizen) hingga masyarakat virtual (virtual society) atau virtual community.

Berangkat dari beberapa realitas pengiring atas fenomena munculnya komunitas-komunitas di dunia maya, menjadi dasar pentingnya mengawali bahasan Sosiologi Ruang Virtual ini dengan menghadirkan kajian tentang proses terbentuknya masyarakat virtual. Pembahasan ini diawali dengan penemukenalan secara konseptual mengenai apa itu masyarakat virtual?, bagaimana internet mencipta masyarakat virtual, dan seperti apa media sosial membentuk komunitas virtual. Lalu benarkah realitas virtual yang dikonstruksi oleh media tersebut adalah representasi dari realitas sesungguhnya? Temukan jawabannya dalam ulasan berikut ini.

## **B. PENGERTIAN MASYARAKAT VIRTUAL**

Masyarakat virtual adalah istilah yang terbentuk dari dua unsur kata yakni “Masyarakat” yang berarti sekumpulan orang-orang yang menempati ruang dan waktu, saling berinteraksi melalui perantara simbol-simbol, dan diikat oleh suatu aturan adat sebagai kontrol sosial (Koentjaraningrat, 1990) dan “Virtual” yang bermakna sesuatu yang nyata tapi tidak konkret (Shield, 2005). Secara umum masyarakat virtual diartikan sebagai kehidupan manusia yang berkomunikasi tidak secara langsung melalui indra, namun hal itu dirasakan sebagai sebuah realitas. Bersama prinsip lebih cepat, efektif dan efisien dalam berkomunikasi, maka dunia virtual dibayangkan sama dan tak ubahnya dunia nyata (realitas pada ruang fisik) di mana semua orang bisa berinteraksi dengan berbagai kepentingan. Manusia-manusia yang berinteraksi melalui dunia maya yang tidak lagi menggunakan ruang fisik dilabeli dengan istilah Masyarakat Virtual (Virtual Society). Selain itu, terbentuk pula berbagai komunitas dalam ragam jenis berdasarkan kepentingan tertentu. Model komunikasi yang terpola sedemikian rupa lalu memunculkan istilah Komunitas Virtual (Virtual Communities). Ruang komunikasi virtual berbasis media internet ini menurut McIntosh (2008) ia istilahkan “Second Life” (kehidupan kedua) yang memungkinkan para penggunanya dapat berkontribusi dalam mengonstruksi ruang virtualnya. Bahkan menurutnya lebih jauh mampu mencipta lingkungan virtual yang kaya akan makna simbolik.

Melalui “Encyclopedia of Applied Ethics” (2012), M. Parsell menjelaskan bahwa komunitas virtual adalah kelompok sosial yang anggotanya melakukan interaksi lewat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Lebih jauh komunitas virtual dalam perkembangannya dinilai memunculkan perilaku baik dan buruk, inklusi dan pengecualian, manfaat dan biaya yang sama seperti ciri komunitas nyata. Bahkan dibayangkan anggota komunitas virtual tersebut juga dapat mengubah perilaku etis dalam kategori perbuatan baik maupun jahat. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang komunitas virtual, menarik dikemukakan pandangan Reingold tentang ciri-ciri komunitas virtual, yakni: (1) memiliki kesamaan hobi, interaksi yang berkesinambungan, (2) adanya identifikasi dan identitas, (3) fokus terhadap suatu hal, (4) integrasi atau kesamaan antara isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung, (5) isi diskusi harus sama dengan topik dalam komunikasi tersebut, dan (6) akses terbuka (Yunita, 2018).

Dalam “Encyclopedia of Information System” (Bidgoli, 2003) dijelaskan penciri masyarakat virtual yang berinteraksi di dunia maya menganggap kedekatan secara fisik tidak lagi diperlukan. Orang-orang yang berada di seluruh dunia dapat memilih jenis aktivitas apapun dan berbaur bersamanya dalam aktivitas global secara lokal dan berbagi nilai. Melalui penciri ini dijelaskan mengenai definisi masyarakat virtual sebagai bentuk sosial di mana orang tidak memilih untuk hidup, bertemu, atau bekerja tatap muka dalam mengembangkan atau mempertahankan hubungan yang signifikan. Melalui sumber ini pula disebutkan ada 5 (lima) bentuk masyarakat virtual, yakni: kerja jarak jauh, kerja kooperatif yang didukung oleh Komputer atau Computer Supported Cooperative Work (CSCW), perusahaan virtual, komunitas virtual, dan teledemokrasi.

Kerja jarak jauh merupakan salah satu bentuk masyarakat virtual yang berhubungan dengan aktivitas dunia kerja di mana pihak perusahaan secara virtual menawarkan lowongan kerja yang umumnya part time. Siapa pun, dari manapun, serta kapan pun dapat berpartisipasi sebagai pekerja yang dapat menghasilkan pendapatan tanpa ia harus meninggalkan tempat tinggalnya. Di Indonesia belakangan ini telah banyak perusahaan online yang menawarkan lowongan kerja antara lain seperti reseller dengan sistem dropship. Para pekerja hanya diminta untuk

mempromosikan atau menjual produk tertentu dari perusahaan penyedia melalui link media sosial. Selisih harga yang diberikan pihak perusahaan dan harga jual reseller adalah keuntungan atau ada juga yang menerapkan sistem fee dengan besaran bervariasi sesuai ketentuan perusahaan. Menariknya karena penjual atau reseller tidak perlu menampung produk jualan di tempatnya dan cukup bekerja sebagai pihak yang mempromosikan produk. Adapun pengemasan produk dan pengiriman ke konsumen menjadi tugas perusahaan. Dengan kata lain aktivitas masyarakat virtual seperti ini hanya duduk manis memainkan gadget atau ponselnya dan menjual secara online kemudian tinggal tunggu keuntungan mengalir ke dalam rekening pribadi.

Remote Working (sistem kerja yang menyelesaikannya di luar kantor atau dimana pun) menjadi trend belakangan ini, terutama sangat populer saat Pandemi Covid-19 mewabah pada berbagai belahan dunia. Di Indonesia masa Covid-19 melabeli kegiatan atau sistem kerja dengan istilah Work From Home (bekerja dari rumah). Dalam skala yang lebih besar budaya kerja remote tampak pada dibukanya lowongan kerja oleh beberapa negara. Berdasarkan laporan Indeks Kerja Jarak Jauh Global atau Global Remote Work Index 2022, disebutkan ada 10 negara terbaik yang menawarkan lowongan kerja jarak jauh, seperti: Jerman, Denmark, Amerika Serikat, Spanyol, Lithuania, Belanda, Swedia, Estonia, Singapura, dan Prancis (Dihni, 2022).

Kerja kooperatif dengan dukungan komputer atau juga populer dengan sebutan CSCW, merupakan bentuk aktivitas masyarakat virtual yang pertama kali ditemuciptakan oleh Irene Greif (seorang ilmuwan Komputer Amerika) dan Paul M. Cashman pada 1984. Sistem kerja serupa juga dikenalkan oleh Charles Findley (1987) yang ia namakan Collaborative Learning-Work. Dalam perkembangannya, cara bekerja dalam kelompok dengan memanfaatkan komputer pun menjadi trend dan diminati banyak orang karena menawarkan kemudahan serta efektif. Adapun perusahaan virtual (virtual office) yang dimaksud adalah suatu badan usaha atau perusahaan yang ruang kerjanya atau aktivitasnya berlokasi di internet. Sementara itu, komunitas virtual adalah kelompok sosial yang terbentuk di dunia maya atas dasar kesamaan kepentingan dan antara lain adalah komunitas dunia kerja (hmn.wiki, 2022)

Istilah Teledemokrasi sebagai penciri aktivitas masyarakat virtual diperkenalkan oleh Ted Becker melalui sebuah artikel bertajuk “Teledemocracy: Bringing Power Back to People” (1981). Dalam karya tulisnya ini Becker menjelaskan bahwa Teledemokrasi sengaja diciptakan untuk keperluan komunikasi politik dua arah secara elektronik, cepat, serta dapat menawarkan sarana untuk membantu mengedukasi para pemilih atas isu-isu. Selain itu, untuk memfasilitasi diskusi mengenai keputusan-keputusan penting, di mana setiap orang berkesempatan memberi suara secara langsung terhadap kebijakan publik.

Herman Narula melalui buah penanya yang bertajuk “Virtual Society: The Metaverse and the New Frontiers of Human Experience”, dijelaskan tentang keutamaan dunia virtual sebagai ruang pemenuhan akan otonomi, pencapaian dan koneksi paling baik untuk mencipta dan bertukar makna serta nilai. Mengambil sebuah kasus menarik dan cenderung provokatif, Narula yang terinspirasi dari karya Adam Grant (sang penulis sains populer Amerika, sekaligus Guru Besar di Wharton School of University of Pennsylvania) mengukuhkan Metaverse sebagai dunia maya jenis baru. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai pengubah pengalaman virtual masyarakat, tetapi lebih dari itu memperkaya kualitas hidup kita. Narula juga mengungkapkan betapa manusia telah lama berupaya melengkapi kehidupan sehari-hari mereka melalui keragaman yang kaya alternatif dan pengalaman.

Metaverse dalam konteks ini diartikan sebagai seperangkat ruang virtual. Istilah Metaverse terbentuk dari dua kata yakni “Meta” yang berarti di luar, di atas, atau melebihi dan “Verse” yang berarti semesta. Dengan demikian, Metaverse yang disebutkan berasal dari Bahasa Yunani tersebut bermakna “di luar semesta” atau “melebihi semesta”. Neal Stephenson sang penulis novel “Snow Crash” (2003) mengenalkan Metaverse sebagai dunia virtual 3D yang dihuni oleh avatar dan orang sungguhan. Sekadar digambarkan bahwa karya fiksi Stephenson ini bermuatan sejarah, linguistik, antropologi, arkeologi, agama, ilmu komputer, politik, kriptografi, memetika, dan filsafat. Dalam perkembangannya Metaverse antara lain juga mendukung tersedianya aktivitas belajar online melalui teknologi tanpa menghilangkan substansi proses pembelajaran di sekolah maupun kampus. Terlepas dari adanya



kekhawatiran akan efek negatif kehadiran teknologi metaverse dalam dunia pendidikan itu, namun dalam hal ini baik guru maupun siswa lalu menjadi kreatif dalam penggunaan aplikasi.

### **C. INTERNET MENCIPTA MASYARAKAT VIRTUAL**

Sudah merupakan asumsi umum bahwa teknologi merupakan penentu utama bagi proses berlangsungnya komunikasi terutama di era masyarakat industri yang saat ini sedang bermetamorfosis menjadi masyarakat informasi. Revolusi besar teknologi komunikasi digital yang melahirkan aneka perangkat media sosial, pada gilirannya mengonstruksi komunitas sosial baru dengan mode serta cara berkomunikasi berbeda yakni masyarakat virtual (Ahmadin, 2011). Kapan persisnya bermula transformasi interaksi sosial masyarakat dari realitas nyata berbasis teritorial menjadi realitas virtual yang deterritorial kemungkinan susah ditetapkan, namun yang pasti bahwa cikal bakalnya bermula sejak dikenalnya internet sebagai ruang komunikasi virtual. Pada banyak sumber disebutkan bahwa internet mulai dikembangkan serta diujicobakan untuk yang pertama kali pada 1969 oleh Departement of Defense, Amerika Serikat melalui proyek ARPNET (Advanced Research Project Network).

Dalam sebuah tulisan tentang Cybercrime yang membahas tentang cara memahami dan menanggulangi kejahatan berteknologi (Raharjo, 2002) dijelaskan bahwa Internet adalah singkatan dari Interconnection Networking. Internet menurutnya bisa diartikan sebagai a global network of computer network. Penggunaan awal dari internet dimaksudkan untuk keperluan riset dan akademisi yang dalam perkembangannya digunakan luas dalam dunia bisnis. Dalam sumber lain disebutkan bahwa akar historis dari kontribusi internet terhadap perkembangan komunikasi bermula dari upaya yang digagas melalui sebuah hibah penelitian dari Badan Proyek Penelitian Lanjutan Departemen Pertahanan Amerika Serikat. Masa itu para ilmuwan berkeinginan senantiasa menjaga hubungan komunikasi antara lokasi yang saling berjauhan dari aliran listrik yang telah dihancurkan. Disebutkan pula bahwa internet awalnya dirancang dan diterapkan pada unit riset universitas dan perusahaan telekomunikasi Amerika. Pada era 1960-an dan 1970-an kemudian berfungsi sebagai

jaringan komputer pengirim informasi dengan “pergantian paket” (Cohen-Almagor, 2013).

Kehadiran internet sebagai media komunikasi dalam perkembangannya, sungguh memiliki pesona dan daya pikat luar biasa bagi masyarakat dunia. Fungsi ganda yang dimiliki internet selain alat komunikasi yakni hiburan dan bisnis, membuatnya makin populer digunakan berbagai pihak serta kepentingan. Alasannya antara lain karena beragam kemudahan yang diberikan seperti dapat diakses kapan dan dimanapun serta oleh siapapun, koneksi dan jangkauan yang bersifat global (mendunia), efisiensi interaktivitas, fleksibilitas, ruang tak terbatas, dan aneka keunggulan lainnya. Hal ini dijelaskan dalam sebuah tulisan bertema E-Business (Tjiptono, 2000) bahwa daya pikat internet termasuk di Indonesia adalah fungsi 4C yakni: Chatting/Communication, Career, Cyberporn, dan Commerce. Keempat fungsi yang berhubungan dengan komunikasi, pekerjaan atau dunia kerja, hiburan/tontonan serta perniagaan, menjadi fasilitas masyarakat virtual yang sangat mudah diakses, karena hanya berada di ujung jari kita (saat menggunakan gadget atau android).

Chatting sebagai bagian dari model interaksi masyarakat virtual, dipahami sebagai aktivitas percakapan seseorang melalui media internet tanpa harus bertatap muka dengan orang lain sebagai lawan bicaranya. Career atau karir (dalam Bahasa Indonesia) berarti kedudukan atau jabatan dalam suatu pekerjaan dalam perkembangan serta kemajuan kehidupan seseorang. Adapun Cyberporn adalah penggunaan cyberspace oleh pihak-pihak tertentu untuk menampilkan atau mempublikasikan pornografi (tayangan cabul) pada suatu situs tertentu. Meskipun dilarang dan atau dibatasi penayangannya, namun rupanya konten seperti itu cukup banyak peminatnya di internet, sehingga tidak jarang dijadikan sebagai alat untuk mendongkrak popularitas sebuah situs dalam waktu yang relatif cepat. Sementara itu, Commerce (e-commerce) diartikan sebagai distribusi, penjualan, serta pemasaran aneka produk barang maupun jasa menggunakan internet, TV, serta jaringan ternologi lainnya.

Terbentuknya masyarakat virtual sebagai efek progresif dari penggunaan jaringan internet sebagai media komunikasi global secara luas di seluruh dunia tersebut, sering dihubungkan dengan revolusi ilmiah

yang saat ini dianggap telah memasuki tahap keempat. Luciano Floridi sang penulis buku “The Fourth Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality” (2014) melabeli revolusi informasi dalam dunia digital sekarang sebagai revolusi ilmiah keempat. Guru besar Filsafat dan Etika Informasi di Oxford University ini mengurai keempat tahap revolusi yang dimaksud. Pertama, Nicolaus Copernicus (1473-1543), seorang astronom Polandia paling wahid yang membuat rumus kosmologi heliosentris berbasis ilmiah bahwa matahari adalah pusat alam semesta, dimana bumi dan planet lain beredar mengelilingi. Kedua, Charles Darwin (1809-1882) Naturalis dan ahli Geologi Inggris yang mendakwahkan bahwa semua spesies kehidupan telah berevolusi dari masa ke masa dari nenek moyang yang sama melalui seleksi alam, sehingga menggeser manusia dari pusat kerajaan biologi. Ketiga, Sigmund Freud (1856-1939) Psikolog Austria yang mengukuhkan bahwa pikiran juga tidak sadar dan tunduk pada mekanisme pertahanan represi, sehingga kita jauh dari pikiran Cartesian yang sepenuhnya transparan terhadap diri kita sendiri. Keempat, yakni sekarang kita berada pada revolusi informasi yang dicirikan oleh proses dislokasi dan penilaian kembali sifat dasar dan peran manusia di alam semesta. Menghadapi kenyataan tersebut, Floridi merekomendasikan bahwa sementara teknologi terus bertumbuh dari bawah ke atas, maka sudah saatnya kita menggali lebih dalam, dari atas ke bawah, untuk memperluas dan memperkuat pemahaman secara konseptual tentang era informasi. Fokus penggalian tersebut mencakup sifat, implikasi yang kurang terlihat, serta dampaknya terhadap manusia.

Hal menarik yang perlu digarisbawahi dengan tinta tebal dari terbentuknya masyarakat virtual oleh penggunaan jaringan internet sebagai media komunikasi di era revolusi informasi (revolusi ilmiah keempat) adalah mode interaksi yang bersifat dislokasi. Proses interaksi sosial berbasis ruang fisik tidak lagi menjadi penting dan cenderung dianggap tidak efektif lagi. Sebaliknya, ruang virtual dianggap jauh lebih baik karena sejumlah kemudahan serta kecepatan prosesnya. Meskipun demikian, secara sosiologis menarik dikaji berbagai bentuk interaksi sosial yang berbasis virtual tersebut, perkembangan, serta implikasi yang ditimbulkannya. Dengan kata lain, perubahan besar yang terjadi dalam

pola-pola interaksi dan relasi manusia di era berbasis virtual dewasa ini menjadi tantangan baru bagi studi sosiologi.

#### **D. MEDIA SOSIAL MEMBENTUK KOMUNITAS VIRTUAL**

Proses terbentuknya berbagai komunitas dalam masyarakat virtual berhubungkan dengan dikenalkannya berbagai media sosial seperti: WhatsApp, LINE, Kakao Talk, WeChat, Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan lainnya. Tentu masih segar dalam ingatan kita akan jasa Gary Kalsen salah seorang pelopor hadirnya BlackBerry Messenger (BBM) yang diluncurkan pada 1 Agustus 2005 oleh Research in Motion (RIM), sebuah perusahaan yang berbasis di Kanada (Haryadi, 2009). Dalam penggunaannya, BBM telah dilengkapi fitur PIN (Personal Identification Number) yang menjadi syarat koneksi. Artinya, untuk dapat saling terhubung maka setiap pengguna harus memasukkan nomor PIN. Selain itu, fitur yang sangat disukai banyak pengguna adalah obrolan group (group chat), melacak status pesan terkirim atau tidak, transfer file, Ping, dan fitur lainnya. Mengutip data Kompas Tekno (Nistanto, 2014), John Chen sang CEO BlackBerry pernah membeberkan jumlah pengguna pesan BlackBerry mencapai 91 juta pengguna dalam sebulan. Di Indonesia sendiri menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah pengguna internet mencapai 71,19 juta orang pada 2013 (Adiarsi, 2015).

Kemudian kontribusi penting sosok Jan Koum, sang CEO dan pendiri WhatsApp bersama rekannya Brian Acton pada 24 Februari 2009. Koum sengaja memberi nama aplikasi yang diperkenalkan itu dengan WhatsApp yang dimaksudkan karena terdengar seperti “What’s up”, sebuah kata yang sering digunakan untuk menayakan apa kabar?. Sumber lain menyebutkan Instagram dan WhatsApp adalah dua layanan media sosial dan jejaring yang diperkenalkan pada 2010, di mana keduanya merupakan anak perusahaan dari Facebook, Inc, California, Amerika Serikat (Boulos, 2016). WhatsApp dalam eksistensinya hadir dengan fitur teks sederhana pengiriman pesan untuk teman dan keluarga secara gratis, panggilan suara dan video, WhatsApp web dan desktop, serta penggunaannya gratis karena menggunakan data internet. Berdasarkan laporan Business of Apps, pada kuartal II 2022 tercatat sebanyak 2,41 Milliyar pengguna WhatsApp.

Mengacu pada kenyataan betapa penting dan berharganya fasilitas internet dan berbagai aplikasi media sosial tersebut, maka terbentuknya masyarakat virtual (virtual society) atau komunitas virtual (virtual community) berhubungkait dengan dua penyebab utama. Pertama, hadirnya media sosial yang menyediakan aneka ruang dan panggung untuk berinteraksi serta bertansaksi merupakan fasilitas sekaligus kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh siapa saja dalam berbagai kepentingan. Seiring dengan itu, penggunaan media sosial tampil menjadi trend dan gaya hidup dan lalu menjadi sebuah “kemestian” atas nama kebutuhan untuk menggunakannya. Dengan kata lain kebutuhan masyarakat informasi yang terfasilitasi oleh teknologi komunikasi digital tersebut menjadi prakondisi bagi lahirnya masyarakat virtual.

Kedua, munculnya kesadaran baru masyarakat akan pentingnya mode komunikasi efektif melalui teknologi komunikasi berbasis internet. Maka terjadilah perubahan paradigma tentang cara berkomunikasi dari pola tradisional yang memerlukan banyak waktu, tenaga, dan biaya, menjadi pola modern dalam penggunaan sarana komunikasi berbasis internet melalui media sosial. Serentak dengan itu, ruang geografis dan kedekatan secara fisik pun menjadi hal yang tidak penting bagi terjalannya sebuah interaksi (komunikasi). Masyarakat umumnya akan berprinsip bahwa daripada membuang banyak waktu hanya untuk menyerahkan atau menerima sesuatu, lebih baik melakukannya secara online saja. Jika bentuk seserahan itu adalah benda maka bisa dikirim melalui penyedia jasa ekspedisi (kurir) dan dalam bentuk dokumen, surat, dan serta sejenisnya dapat dikirim melalui email atau WhatsApp serta media lainnya.

Aneka aktivitas dan bentuk interaksi masyarakat virtual yang bersifat global tersebut dicirikan oleh efesiensi waktu, fleksibiitas tempat/ruang, skala komunitas yang besar, serta kecepatan proses pembentukan suatu komunitas. Jika ungkapan lama “time is money” (waktu adalah uang) yang menekankan pentingnya efesiensi waktu, maka dunia virtual adalah solusinya. Bisa dibayangkan betapa banyak proses transaksi di bidang usaha dan bisnis dapat berlangsung hanya waktu yang relatif singkat melauai komunikasi virtual atau media sosial. Demikian pula dalam hal tempat/ruang kemudian tidak menjadi soal, karena untuk bergabung dalam komunitas tertentu yang berpusat secara offline di suatu negara

atau daerah, dapat dilakukan dari mana pun dan kapan pun serta siapa pun ia. Dengan kata lain keanggotaan suatu komunitas tidak terbatas pada kesamaan dan kedekatan ruang geografis tetapi bisa lintas ruang bahkan antanegara. Ukuran suatu komunitas (keanggotaan) masyarakat virtual juga cenderung tak terbatas dan bisa tampil dalam skala yang besar. Bahkan terlepas dari ikatan sosialnya yang longgar, namun dengan segala kemudahan akses membuat proses pembentukan suatu komunitas sangat cepat.

Lahir dan terbentuknya masyarakat virtual sebagai tipologi baru relasi sosial, dalam eksistensinya tampil sebagai produsen, agen, dan konsumen pengetahuan. Bagaimana masyarakat virtual memproduksi pengetahuan? Dibandingkan dengan anggota masyarakat dalam realitas sosial sesungguhnya, para netizen (sebutan bagi warganet) cenderung lebih kreatif dalam memproduksi pengetahuan. Betapa tidak, selain karena tersedia fasilitas untuk berbagi (sharing informasi) lewat berbagai media sosial, masyarakat virtual tersebut tidak terikat oleh pola baku tertentu yang menjadi standar kelayakan publikasi. Mereka memiliki otonomi seluas mungkin untuk menyumbangkan ide-ide dan pemikiran serta menyebarkan informasi kepada khalayak (publik). Minimal bagi mereka yang kurang kreatif memproduksi pengetahuan, dapat mengambil peran sebagai agen dalam proses penyebaran informasi pengetahuan tersebut melalui pemanfaatan fasilitas share yang disediakan pada berbagai media sosial. Meskipun demikian, terlepas dari otonomi luas yang dimiliki oleh kalangan warganet namun aktivitasnya tentu terikat oleh kode etik yang disyaratkan oleh suatu platform media sosial, antara lain adalah larangan melanggar hal-hal yang berhubungan dengan SARA, privasi, hak cipta, dan lainnya.

Fungsi ganda masyarakat virtual selain produsen dan agen adalah konsumen pengetahuan. Lihatlah kecenderungan masyarakat yang setiap waktunya mulai dari bangun pagi hari hingga menjelang tidurnya di waktu malam hari hampir tidak pernah terlepas telepon genggamnya dengan sesekali menengok media sosial. Rasa penasaran dan ingin tahu mendorongnya ia membuka kotak pesan pribadi maupun group di Aplikasi WhatsApp, yang disitu tersedia aneka informasi mulai kategori humor yang menghibur dan mengajak tertawa hingga yang serius bermuatan

pesan moral (nasihat/hikmah). Tidak berhenti sampai di situ, masyarakat virtual juga menengok postingan-postingan terbaru di Facebook, Twitter, Instgram, TikTok, dan lainnya. Demikian tingginya tingkat ketergantungan masyarakat pada media sosial tersebut, sehingga tidak jarang seseorang dalam sehari lebih intens komunikasinya dengan orang lain (teman, keluarga, dan atau relasi) di dunia maya dibandingkan dengan dunia nyata. Mengapa terjadi demikian? Jawabnya antara lain karena faktor kesibukan dan ketiadaan waktu yang banyak untuk bertemu secara langsung. Selain itu, teknologi digital yang menawarkan kemudahan berkomunikasi dan berinteraksi dapat menjadikan segala urusan dan atau pekerjaan lebih cepat selesai.

Eksistensi masyarakat virtual sesungguhnya tidak banyak berbeda dengan masyarakat nyata, karena komunitas ini hanya merupakan replika dari kehidupan dunia sebenarnya. Masyarakat virtual melalui jaringan internet dapat menjumpai aneka sarana, seperti: pasar, sekolah, pengajian, forum diskusi, bioskop, studio musik tempat bernyanyi, lapangan olahraga, obyek wisata, dan banyak lagi yang lain di dunia maya. Layaknya dunia nyata di alam virtual para pengunjungnya atau masyarakat virtual dapat memanfaatkan sarana berbelanja melalui berbagai toko online (online shop) atau marketplace baik dapat kapasitas peran sebagai pembeli maupun penjual. Pada pasar online bernama marketplace tersedia hampir seluruh kebutuhan dan perlengkapan hidup manusia serta cara mendapatkannya sangat mudah dan aman karena dapat dibayar saat produk/barang pesanan tiba di rumah atau bayar di tempat (Cash on Delivery). Dalam sistem market online ini baik pembeli maupun penjual tidak perlu meninggalkan tempat untuk bertransaksi, cukup melalui komputer atau handphone (gadget). Para siswa dan mahasiswa atau pihak-pihak pebelajar lainnya juga dapat menimba ilmu melalui aneka website atau aplikasi yang menyajikan konten/materi ilmu pengetahuan dalam berbagai disiplin ilmu. Tengoklah tatkala dunia virtual menyediakan kursus-kursus atau pelatihan berbasis online untuk berbagai pengembangan ilmu pengetahuan maupun keterampilan.

Melalui media sosial warganet juga dapat bergabung dengan group-group pengajian online untuk kebutuhan spiritual atau siraman rohani. Bahkan melalui channel YouTube juga dapat menikmati aneka sajian

ceramah keagamaan yang dapat memenuhi kebutuhan spiritual umat. Demikian pula bagi pihak-pihak yang gemar berdialog atau mendiskusikan topik-topik tertentu dapat bergabung sebagai member pada aneka group yang membuka layanan ini. Hadirnya sarana-sarana pemenuhan kebutuhan spiritual keagamaan tersebut, menguatkan argumentasi betapa sangat memungkinkannya proses pembinaan kesalehan sosial di kalangan masyarakat virtual atau melalui proses aktivitas virtual. Khusus bagi warganet yang gemar menonton cinema maupun jenis tayangan lainnya dapat ditemukan dalam dunia virtual seperti YouTube yang menyediakan fitur tampilan tontonan video layaknya di gedung bioskop. Hadirnya YouTube sebagai penyedia sarana tontonan dalam aneka genre sesuai kebutuhan penikmatnya, membuat banyak orang bisa membuat studio pribadi sebagai sarana menonton bersama keluarga di rumah.

Bagi masyarakat virtual yang gemar bernyanyi juga dapat memanfaatkan beberapa alternatif pilihan aplikasi karaoke online melalui handphone secara gratis, seperti: Smule, The Voice, StarMarker, Karaoke Online, Videoke King, dan Mini Karaoke. Selain itu, juga terdapat beberapa alternatif sarana karaoke yang dapat digunakan secara offline, seperti: WeSing, SingPlay, Singo, Karaoke Offline Dangdut, dan Red Karaoke Sing & Record. Melalui sarana bernyanyi ini masyarakat virtual memungkinkan dapat tampil layaknya penyanyi profesional atau minimal merasa profesional serta mengembangkan bakat dan minat. Bahkan belakangan ini beberapa pemilik channel di YouTube telah menyediakan video-video lagu karaoke yang dapat digunakan oleh semua orang dan bahkan dapat memilih lagu berdasarkan tinggi atau rendahnya nada dasar sesuai karakter suara kita. Kehadiran fasilitas karaoke di YouTube tersebut perlahan menggeser fungsi keyboard dalam musik electone, ditandai maraknya penggunaan musik YouTube karaoke lewat fasilitas laptop yang terkoneksi ke sound system.

Selain itu, realitas virtual yang menarik diungkap adalah tersedianya berbagai sarana olahraga yang memungkinkan setiap orang dapat bermain layaknya di dunia nyata. Sebut saja aplikasi game bola FIFA Soccer 2021 menyediakan prosesi jalannya pertandingan secara utuh, di mana kita dapat mengambil pemain Eropa maupun Amerika terbaik. Menariknya lagi karena kita dapat mengikuti kempetisi secara online tersebut dan dapat



bertanding bersama pemain dunia lainnya. Jika kita dapat memenangkan pertandingan tersebut, maka akan memperoleh hadiah di mana ini dapat digunakan untuk kepentingan pengembangan tim. FIFA Soccer yang dikembangkan oleh Electronic Arts tersebut, terbukti banyak diminati pecinta game bola online di seluruh dunia dan teridentifikasi telah diunduh sebanyak lebih dari 100 juta kali. Game bola online terpopuler kedua yang banyak diminati warganet adalah Pro Evolution Soccer (PES) 2021. Kelebihan aplikasi game ini yakni pada tampilan mobilyenya dan juga kita bisa memainkan teknik pemain dari pemain ternama dunia seperti Leonel Messi, Cristiano Ronaldo, dan lainnya. Dua jenis permainan bola berupa game online ini adalah sedikit dari sekadar contoh banyaknya aplikasi yang tersedia di internet. Melalui permainan game bola online ini membuat para penikmatnya merasakan suatu suasana layaknya dunia nyata yang diikuti dan disaksikan.

Para pecinta balap motor juga dapat terpenuhi kebutuhannya melalui aplikasi Traffic Rider, di mana game online ini menyediakan fasilitas berupa permainan yang bisa membuat pengendara motornya memacu dengan kecemasan tinggi dan jarak sangat jauh. Demikian pula rute perjalanan balapannya dilengkapi oleh berbagai rintangan yang menarik dan menantang para pemain game ini. Lalu bagaimana dengan fasilitas obyek wisata untuk masyarakat virtual? Beberapa waktu belakangan ini di internet dapat kita jumpai banyaknya website yang memposting link wisata virtual Indonesia. Melalui link obyek wisata virtual (virtual tourism) tersebut, warganet dapat menikmati aneka obyek wisata alam nan indah, berkunjung ke museum, wisata kota, serta aneka obyek wisata dunia secara gratis dari smartphonenya. Apakah berwisata secara virtual dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan keindahan alam serta menawarkan kepuasan eksotik? Banyaknya pengunjung ke link penyedia wisata virtual adalah jawabannya.

Mengacu pada beberapa fakta seputar proses terbentuknya masyarakat virtual karena pengaruh perkembangan teknologi digital dalam dunia informasi dan komunikasi, mengajak kita membenarkan ungkapan bahwa realitas virtual adalah sebuah keniscayaan (keharusan zaman). Kondisi dan tuntutan zaman yang telah maju sedemikian rupa merupakan godaan yang sulit ditolak jika ingin eksis dan cepat atau lambat

semua akan menuju ke sana, atau meminjam istilah Makroen Sanjaya “semua akan virtual pada waktunya” (Republika.co.id, 29 Juni 2020). Revolusi besar dalam dunia informasi dan komunikasi yang mewujudkan realitas virtual, setidaknya sebagai contoh global dapat dilihat pada era Covid-19 tatkala “Lock Down” dianggap dan menjadi solusi untuk memutus mata rantai persebaran virus global yang notabene sangat mematikan itu. Tentu belum hilang dalam ingatan kolektif kita saat kehidupan bermasyarakat di Indonesia seperti halnya di negara-negara lain, dibatasi aktivitasnya melalui kebijakan pemerintah berupa “Stay at Home” (Di Rumah Saja) dan “Work from Home” (Bekerja dari Rumah).

Keharusan virtual di kala itu tidak hanya terjadi dalam dunia bisnis (ekonomi) berupa penjualan dan pembelian secara online, tetapi pada dunia pendidikan pun sangat terasa. Sekolah dan kuliah harus menerapkan model pembelajaran online melalui aplikasi Zoom Meet, Google Meeting, dan hingga yang paling sederhana adalah group WhatsApp. Kemestian virtual ini secara sosiologis membawa perubahan pada pola interaksi sosial guru dan siswa dari tatap muka yang penuh sarat dengan nilai-nilai manusiawi ke tatap maya yang cenderung mengaburkan nilai tersebut. Hanya saja harus diakui bahwa di sisi lain kemestian mewujudkan masyarakat virtual tersebut membuat banyak orang menjadi kreatif dalam hal mengoperasikan teknologi.

Lebih jauh terbentuknya masyarakat virtual (komunitas virtual) dalam pandangan Igbaria (2013) dilihatnya tidak sekadar sebuah fenomena nirlaba tetapi bermfaat secara konstruktif bagi bisnis dunia nyata. Hasil studi Hegel dan Amstrong (Shen, 2009), menjelaskan beberapa manfaat dan keutamaan komunitas virtual bagi perusahaan, yakni: dapat meningkatkan permintaan pelanggan atas produk maupun jasa, promosi produk dan layanan dari mulut ke mulut, merangsang umpan balik pelanggan untuk meningkatkan produk dan layanan, menghasilkan informasi yang lebih kaya dari pelanggan dan pasar, menghilangkan pemisahan iklan dan transaksi, serta mengizinkan iklan dilihat sebagai sesuatu yang bermanfaat dan tidak sebaliknya sebagai hal mengganggu.

## **E. MASYARAKAT VIRTUAL DALAM REALITAS DAN KESADARAN PALSU**

Terlepas dari asas kebermanfaatannya masyarakat virtual dalam bidang ekonomi dan bisnis seperti yang diuraikan di atas ataupun dampak buruk yang mencipta kekhawatiran akan prospeknya, yang pasti bahwa realitas virtual tidak boleh dipahami dan diyakini sebagai representasi dari realitas sesungguhnya. Alasannya karena realitas virtual adalah konstruksi media yang sifatnya artifisial, sehingga lebih tepat dan cenderung relevan disebut sebagai simulasi realitas seperti istilah yang diungkap Jean Baudrillard. Dalam risalah filosofisnya yang bertajuk “Simulacra and Simulation” (1994), Baudrillard melalui hampiran teori budaya menganalisis hubungan antara realitas, simbol, dan masyarakat kaitannya dengan makna, simbolisme budaya dan media yang berkontribusi penting dalam mengonstruksi pemahaman tentang eksistensi bersama. Simulacra diartikan sebagai salinan (duplikasi) yang menunjuk pada hal-hal yang tidak asli atau yang tidak lagi asli, sedangkan Simulation merupakan tiruan (imitasi) dari praktik proses di dunia nyata dari waktu ke waktu.

Terbentuknya masyarakat virtual yang melibatkan internet serta media sosial sebagai desain konstruksinya, disadari atau pura-pura tidak disadari sesungguhnya memunculkan ragam realitas palsu. Di balik ruang virtual yang menjanjikan aneka kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam berkomunikasi, ternyata sekaligus menghamparkan fenomena-fenomena kepalsuan. Lihatlah identitas para pengguna media sosial apakah semuanya asli dan sesuai kenyataan? Terbukti dalam banyak contoh ternyata tidak. Untuk misi dan tujuan tertentu banyak pihak menggunakan nama palsu, usia palsu, pekerjaan palsu, keterangan tempat tinggal palsu, dan bahkan foto yang palsu pula (Ahmadin, 2016). Akibatnya nama “yang kurang bagus” (versi pemiliknya) dapat berubah menjadi keren, usia yang sesungguhnya sudah tua dapat menjadi muda, sebenarnya tinggal di pelosok atau daerah terpencil berubah menjadi penduduk kota, serta wajah dapat berubah cantik atau gagah melalui bantuan aplikasi media. Bahkan seseorang yang dalam kenyataannya memiliki istri dan atau suami, bisa tampil menjadi gadis atau perjaka melalui status palsu di media sosial. Lalu apa pula yang dimaksud dengan kesadaran palsu? Sangat banyak contoh dapat dikemukakan.

Realitas virtual digambarkan sebagai fenomena berpisahya antara diri (self) dengan yang nyata (real self), sehingga diri yang terpisah itu akan membentuk diri kembali dalam proses self creative atau self fashion (Demartoto, 2013). Masih dalam sumber yang sama diuraikan bahwa eksistensi diri dalam konteks ini akan terus berkembang atau berlipat ganda tanpa akhir (Piliang, 2001). Seseorang yang ingin dikatakan dermawan dan peduli pada sesama, dengan lakon pura-pura ia bisa memperagakan aktivitas membagi-bagikan uang atau makanan sambil mendokumentasikan dalam bentuk foto maupun video. Demikian pula seseorang yang ingin kelihatan giat bekerja atau menjalankan tugas sesuai perintah atasan, juga dapat merekayasa melalui gambar atau video dalam settingan seolah-olah. Bahkan seseorang yang ingin dikenal sebagai insan yang taat dalam beragama, juga dapat memanipulasi melalui penciptaan kesan lewat simulasi media gambar/foto atau video. Segera setelah proses penciptaan aneka kesadaran palsu tersebut dilakukan, maka selanjutnya sisa mempublikasikannya melalui media sosial. Apa yang digambarkan tersebut adalah sedikit dari banyaknya contoh-contoh lain yang dapat diamati dan disaksikan sendiri melalui medias sosial.

Beberapa fenomena sosial yang tampak pada berbagai media sosial seperti yang dicontohkan di atas, menunjukkan bahwa realitas virtual memang tidak seluruhnya merupakan representasi dari realitas sesungguhnya. Artinya, dengan beberapa pengecualian tentu ada juga tampilan-tampilan di dunia virtual yang merupakan penggambaran representatif dari subyek yang publikasi. Contohnya pada dunia bisnis atau usaha yang mempromosikan produk barang maupun jasa, cenderung menunjukkan penggambaran dari profil sesungguhnya terutama jika tindakan tersebut didasari pada prinsip menjaga reputasi atau nama baiknya. Akhirnya, harus diakui bahwa proses penciptaan realitas palsu dan kesadaran palsu lebih banyak dimungkinkan pada realitas virtual dibandingkan dengan dunia sosial sesungguhnya.

## **F. RANGKUMAN MATERI**

Setelah membaca uraian tentang proses terbentuknya masyarakat virtual, maka ada beberapa hal yang penting dikemukakan sebagai penguatan pemahaman, yakni:

1. Masyarakat Virtual secara umum dapat diartikan sebagai kehidupan manusia yang tidak secara langsung berkomunikasi melalui indra, namun hal itu dirasakan sebagai sebuah realitas. Bersama prinsip lebih cepat, efektif dan efisien dalam berkomunikasi, maka dunia virtual dibayangkan sama dan tak ubahnya dunia nyata (realitas pada ruang fisik) di mana semua orang bisa berinteraksi dengan berbagai kepentingan. Manusia-manusia yang berinteraksi melalui media internet dalam tatap maya yang tidak lagi menggunakan ruang fisik dilabeli dengan istilah Masyarakat Virtual (Virtual Society). Adapun Komunitas Virtual adalah kelompok sosial tertentu yang terbentuk dalam masyarakat virtual yang anggotanya melakukan interaksi lewat penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Lebih jauh komunitas virtual dalam perkembangannya dinilai memunculkan perilaku baik dan buruk, inklusi dan pengecualian, manfaat dan biaya yang sama seperti ciri komunitas nyata. Bahkan dibayangkan anggota komunitas virtual juga dapat mengubah perilaku etis dalam kategori perbuatan baik maupun jahat.
2. Proses terciptanya masyarakat virtual bermula sejak dikenalnya internet sebagai ruang komunikasi virtual. Pada banyak sumber disebutkan bahwa internet mulai dikembangkan serta diujicobakan untuk yang pertama kali pada 1969 oleh Departement of Defense, Amerika Serikat melalui proyek ARPNET (Advanced Research Project Network). Penggunaan awal dari internet dimaksudkan untuk keperluan riset dan akademisi yang dalam perkembangannya digunakan luas dalam dunia bisnis. Dalam sumber lain disebutkan bahwa internet awalnya dirancang dan diterapkan pada unit riset universitas dan perusahaan telekomunikasi Amerika. Pada era 1960-an dan 1970-an kemudian berfungsi sebagai jaringan komputer pengirim informasi dengan “pergantian paket”. Kehadiran internet sebagai media komunikasi dalam perkembangannya, sungguh memiliki pesona dan daya pikat luar biasa bagi masyarakat dunia. Fungsi ganda yang dimiliki internet selain alat komunikasi yakni hiburan dan bisnis, membuatnya makin populer digunakan berbagai pihak serta kepentingan. Alasannya antara lain karena beragam kemudahan yang diberikan seperti dapat diakses kapan dan

dimanapun serta oleh siapapun, koneksi dan jangkauan yang bersifat global (mendunia), efisiensi interaktivitas, fleksibilitas, ruang tak terbatas, dan aneka keunggulan lainnya.

3. Terbentuknya masyarakat virtual (virtual society) atau komunitas virtual (virtual community) berhubungkait dengan dua penyebab utama. Pertama, hadirnya media sosial yang menyediakan aneka ruang dan panggung untuk berinteraksi serta bertansaksi merupakan fasilitas sekaligus kesempatan yang bisa dimanfaatkan oleh siapa saja dalam berbagai kepentingan. Kedua, munculnya kesadaran baru masyarakat akan pentingnya mode komunikasi efektif melalui teknologi komunikasi berbasis internet. Maka terjadilah perubahan paradigma tentang cara berkomunikasi dari pola tradisional yang memerlukan banyak waktu, tenaga, dan biaya, menjadi pola modern dalam penggunaan sarana komunikasi berbasis internet melalui media sosial. Serentak dengan itu, ruang geografis dan kedekatan secara fisik pun menjadi hal yang tidak penting bagi terjalannya sebuah interaksi (komunikasi).
4. Realitas virtual tidak boleh dipahami dan diyakini sebagai representasi dari realitas sesungguhnya. Alasannya karena realitas virtual adalah konstruksi media yang sifatnya artifisial, sehingga lebih tepat dan cenderung relevan disebut sebagai simulasi realitas seperti istilah yang diungkap Jean Baudrillard. Dalam risalah filosofisnya yang bertajuk "Simulacra and Simulation" (1994), Baudrillard melalui hampiran teori budaya menganalisis hubungan antara realitas, simbol, dan masyarakat kaitannya dengan makna, simbolisme budaya dan media yang berkontribusi penting dalam mengonstruksi pemahaman tentang eksistensi bersama. Simulacra diartikan sebagai salinan (duplikasi) yang menunjuk pada hal-hal yang tidak asli atau yang tidak lagi asli, sedangkan Simulation merupakan tiruan (imitasi) dari praktik proses di dunia nyata dari waktu ke waktu. Terbentuknya masyarakat virtual yang melibatkan internet serta media sosial sebagai desain konstruksinya, disadari atau pura-pura tidak disadari sesungguhnya memunculkan ragam realitas palsu. Di balik ruang virtual yang menjanjikan aneka kemudahan, efisiensi, dan kecepatan dalam

berkomunikasi, ternyata sekaligus menghamparkan fenomena-fenomena kepalsuan.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

Setelah membaca materi tentang terbentuknya masyarakat virtual yang diuraikan sebelumnya, silahkan mengerjakan beberapa poin latihan berikut:

1. Apa yang dimaksud masyarakat virtual dan komunitas virtual?
2. Bedakan antara masyarakat nyata dan masyarakat virtual berdasarkan contoh interaksi serta aktivitasnya!
3. Jelaskan hubungan antara perkembangan teknologi digital dalam bidang komunikasi kaitannya dengan terbentuknya masyarakat virtual!
4. Bagaimana pandangan anda terhadap asumsi mengenai kemestian masyarakat virtual di era revolusi ilmiah keempat?.
5. Sebutkan dan jelaskan bagaimana ciri-ciri komunitas virtual!
6. Bagaimana pandangan anda atas asumsi bahwa realitas virtual bukan merupakan representasi dari realitas kehidupan sosial yang sesungguhnya?.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa. *Humaniora*, 6(4), 470-482.
- Ahmadin, A. (2012). "Paradox Manusia Digital", in *Membangun Masyarakat Beradab*. Makassar: Pijar Press.
- Ahmadin, A. (2013). *Dialektika Ruang dan Proses Produksi Sosial (Studi Sosiologi Pola Pemukiman Etnik Di Makassar)* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Ahmadin, A. (2016). *Pesona Realitas Palsu*. Makassar: Giatmedia.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. University of Michigan Press.
- Becker, T. (1981). Teledemocracy-Bringing power back to people. *Futurist*, 15(6), 6-9.
- Bidgoli, H. (2003). *Encyclopedia of Information Systems: EJ* (Vol. 2). Academic Press.
- Cohen-Almagor, R. (2013). Internet history. In *Moral, ethical, and social dilemmas in the age of technology: Theories and practice* (pp. 19-39). IGI Global.
- Demartoto, A. (2013). Realitas Virtual Realitas Sosiologi. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 2(1).
- Dihni, Vika Azkiva. "10 Negara di Dunia Terbaik Untuk Kerja Jarak Jauh 2022", <https://databoks.katadata.co.id>, diakses 22 Nopember 2022
- Evers, H. D., & Korff, R. (2002). *Urbanisme di Asia Tenggara: Makna dan kekuasaan dalam ruang-ruang sosial*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. OUP Oxford.
- Haryadi, R. (2009). *Demam Blackberry: Dari Barack Obama hingga Luna Maya*. Hikmah.
- Kamel Boulos, M. N., Giustini, D. M., & Wheeler, S. (2016). Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. *Future internet*, 8(3), 37.



- Koentjaraningrat. (1990). *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Loudon, Traver. (2003). *Essential of Management Information System*, V. New Jersey: Apper Saddle River.
- McIntosh, K. (2008). The social construction of virtual space. *Michigan Sociological Review*, 196-214.
- Nistanto, Reska K. (2014). "BlackBerry Umumkan Jumlah Pengguna Aktif BBM", *tekno.kompas.com*, 30 September.
- Parsell, M., & Townley, C. (2012). Virtual communities, Ethics of. In *Encyclopedia of applied ethics* (pp. 495-502). Academic.
- Piliang, Yasraf Amir. (2001). "Cyberpace, Cyborg, dan Cyber-Feminism: Politik Teknologi dan Masa Depan Relasi Gender". *Jurnal Perempuan* No. 18, Jakarta: Yayasan Perempuan,
- Raharjo, A. (2002). *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Riadi, I. (2017). Forensic investigation technique on android's blackberry messenger using nist framework. *International Journal of Cyber-Security and Digital Forensics*, 6(4), 198-206.
- Sanjaya, Makroen. "Semua Akan Virtual Pada Waktunya" *Republika.co.id*, 29 Juni 2020.
- Shen, L., & Li, Y. (2009, September). The Study about On-Line Information Interaction in Virtual Community Affecting Internet User's Consumption Role Changing. In *2009 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1-6). IEEE.
- Shields, R. (2005). *The virtual*. Routledge.
- Stephenson, N. (2003). *Snow crash: A novel*. Spectra.
- Tjiptono. (2003). *E-Business*. Jakarta: Erlangga.
- <https://hmn.wiki/id/CSCW>, Kerja Kooperatif Yang Didukung Komputer, diakses 22 Nopember 2022.
- Yunita, Rahmi. (2018). "Internet Sebagai Media Masyarakat Virtual: Studi Kasus Penamaan Budaya Menulis Surauparabek.or.id", *Shaut al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip & Dokumentasi*, vol. 10. No. 2. Juli-Desember 2018.



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 2: INTERAKSI MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL

Dr. Lucky Nugroho., S.E., M.M., MAk., MSc

Universitas Mercu Buana

# BAB 2

## **INTERAKSI MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Dinamika perkembangan teknologi informasi, komputer dan internet dalam 5 tahun terakhir ini begitu cepat dan telah berdampak pada seluruh kehidupan masyarakat. Terdapat dua faktor utama yang menyebabkan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet menjadi sangat masif digunakan yaitu (i) revolusi industri 4.0, dan (ii) pandemi Covid-19. Menurut Fasa et al. (2020), dan Irwansyah et al. (2021) sejarah revolusi industri 4.0 adalah sebagai berikut:

- Periode akhir tahun 1700 s.d awal tahun 1800 disebut dengan Revolusi Industri 1.0, dimana perkembangan industri ditandai dengan inovasi mekanisasi seperti penemuan mesin uap, penemuan mesin tekstil, dll;
- Periode awal abad 20, yaitu disebut dengan Revolusi Industri 2.0, dimana perkembangan industri ditandai dengan inovasi listrik, dan mekanisasi dalam produksi bergeser kepada produksi yang bersifat massal;
- Periode awal tahun 1950 s.d awal 1980 disebut dengan Revolusi Industri 3.0, dimana perkembangan industri ditandai dengan inovasi komputer dan robot. Dengan demikian, komputer telah menggantikan manusia sebagai operator;
- Periode awal 1980 s.d saat ini atau disebut dengan Revolusi Industri 4.0, dimana perkembangan industri ditandai dengan inovasi teknologi

cyber atau internet sehingga pada tahap ini teknologi otomasi, teknologi informasi, komputer dan internet menjadi salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari di masyarakat.

Adapun sejarah dari pandemi Covid-19 di Indonesia yang menyebabkan percepatan penggunaan dari teknologi informasi, komputer dan internet di masyarakat adalah sebagai berikut:

- Desember 2019  
Kasus Covid-19 yang disebabkan virus Corona pertama kali diidentifikasi di Wuhan China pada Desember 2019, dan terus menyebar ke seluruh Dunia (Jayani & Siringoringo, 2020);
- Maret 2020  
Kasus Covid19, masuk ke Indonesia di awal tahun 2020, yaitu tepatnya tanggal 02 Maret 2022 yang diumumkan secara resmi oleh Presiden Jokowi. Selanjutnya, pada akhir Maret, pemerintah mengumumkan akan mengimport obat anti virus avigan (Elza Astari Retaduari, 2022; Maulaa, 2020);
- April 2020  
Pada tanggal 13 April 2020 penyakit Covid-19 ditetapkan sebagai bencana nasional melalui Keppres 12 tahun 2020, dan menyebabkan mudik lebaran 2020 dilarang (Aida & Ratriani, 2020);
- Juni 2020  
Penerapan pertama kali kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di Jakarta yang mulai berlaku tanggal 5 Juni 2020 s.d 18 Juni 2020 (Jayani & Siringoringo, 2020);
- Desember 2020  
Jumlah angka kematian Indonesia yang disebabkan oleh Covid-19, mencapai 22.138 jiwa masyarakat Indonesia meninggal dunia dan yang berkontribusi besar terhadap jumlah tersebut adalah propinsi Jawa Timur, Jawa Tengah dan Jakarta (Viva, 2021);
- Januari 2021  
Istilah PSBB diganti menjadi pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dimana PPKM sudah lebih longgar dibandingkan PSBB dan sudah ditemukannya obat anti virus untuk menyembuhkan penderita Covid-19 (Kodrat Setiawan, 2021). Selain itu, secara resmi

telah terdapatnya vaksin Covid-19 yang ditandai penyuntikkan pertama kepada Presiden Jokowi dengan vaksin Sinovac pada tanggal 13 Januari 2021 (Sabiila, 2022);

- April 2021

Adanya kebijakan pelarangan mudik lebaran yang kedua setelah pelarangan mudik lebaran di tahun 2020 dalam rangka pencegahan penyebaran Covid-19 (Nugraheny & Galih, 2021);

- Juni 2021

Kasus Covid mengalami lonjakan yang cukup tinggi dan pada total kasus penderita Covid-19 telah mencapai 2 juta kasus (Sabiila, 2022);

- Juli 2021

Diterapkannya PPKM darurat pada tanggal 3 s.d 20 Juli 2021 di wilayah Jawa dan Bali dalam rangka mengurangi laju dari pada penyebaran kasus Covid-19 (Sabiila, 2022);

- Desember 2021

Pada periode September 2021 s.d akhir 2021 penambahan penderita Covid-19 sudah melandai hal ini dikarenakan masyarakat Indonesia sudah banyak yang menerima vaksin Covid-19 sejumlah 75,2 juta masyarakat sesuai laporan yang disampaikan oleh Kementerian Kesehatan pada tanggal 2 November 2022 (Annur & Bayu, 2021b).

Lebih lanjut, banyaknya korban dari pandemi Covid-19 sehingga terdapat kebijakan dalam membatasi mobilitas masyarakat ditengah berkembangnya teknologi informasi, komputer dan internet (revolusi industri 4.0) menjadikan pengguna teknologi digital atau internet meningkat (Fasa et al., 2020; Hiyanti et al., 2019; Jihad et al., 2022). Namun demikian, pada akhir 2022 kasus Covid-19 sudah mulai mereda ditandai dengan jumlah yang terinfeksi covid-19 yang terus menurun. Hal tersebut disampaikan oleh Satgas Covid-19 yang menyatakan bahwa penularan kasus Covid-19 di Indonesia sudah mulai berkurang yang ditunjukkan dengan menurunnya trend dari kasus Covid-19. Hal tersebut ditunjukkan oleh data per 9 Oktober 2022 dimana jumlah penderita kasus Covid-19 sejumlah 16.208 kasus sehingga jumlah tersebut mengalami penurunan sejumlah 281 kasus dari hari sebelumnya. Apabila dibandingkan bulan sebelumnya yaitu bulan September 2022 sudah

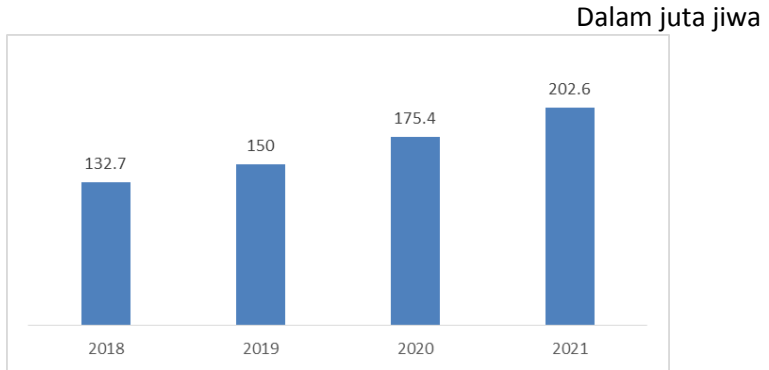
mengalami penurunan 2 kali lipat, dimana jumlah penderita Covid-19 nasional mencapai 35.250 kasus. Beberapa hal penting yang menandai menurunnya kasus Covid-19 adalah:

- Pada tanggal 30 Desember 2022, Presiden Joko Widodo telah mencabut kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) (Ulya & Carina, 2022);
- Dihentikannya operasional dari rumah sakit (RS) darurat Covid-19, Wisma Atlet, Jakarta pada tanggal 31 Desember 2022 (Sabki, 2022).

Berdasarkan fenomena dimana meningkatnya penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet pada masa pandemi Covid-19, dan pada akhir tahun 2022 pandemi Covid-19 sudah dinyatakan berakhir yang ditandai dihapuskannya kebijakan PPKM, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana interaksi antar masyarakat atau sosial pada era new normal?. Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui bagaimana interaksi masyarakat pada era new normal. Lebih lanjut, implikasi dari tulisan ini adalah memberikan informasi dan referensi kepada seluruh stakeholder yang memiliki kepedulian terhadap bidang sosial yang berkaitan dengan komunikasi masyarakat. Oleh karenanya keterbaruan dari tulisan ini adalah berkaitan dengan interaksi masyarakat di era new normal.

## **B. INTERAKSI MASYARAKAT DI ERA NEW NORMAL**

Pada masa pandemi Covid-19, berbagai interaksi sosial di masyarakat atau ruang publik yang menggunakan teknologi informasi, komputer dan internet begitu pesat berkembang baik untuk tujuan non formal maupun formal (Azizi et al., 2022; Maria et al., 2022; Pardede et al., 2022). Hal tersebut dikarenakan adanya kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Hal tersebut menunjukkan peningkatan pengguna internet di masyarakat yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Sumber: Annur & Ahdiat (2022a)

Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia Periode 2018 s.d 2021

Sesuai pada gambar 1 di atas, maka diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan yaitu dari 132,7 juta jiwa menjadi 202,6 juta jiwa atau meningkat sebesar 52,68%. Kenaikan jumlah pengguna internet per dari tahun 2018 s.d 2021 dapat ditunjukkan secara detail pada tabel di bawah ini:

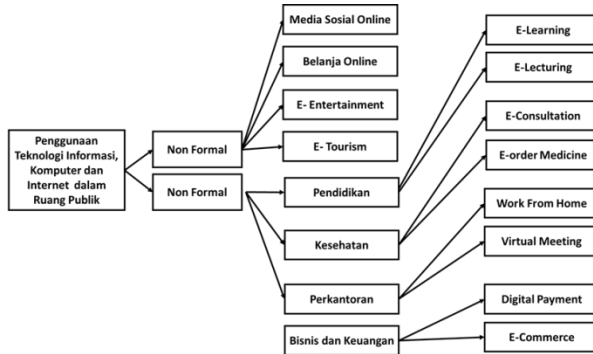
**Tabel 1. Kenaikan Jumlah Pengguna Internet per tahun**

Tahun	Pengguna Internet	Growth
2018	132.7	
2019	150	13.04%
2020	175.4	32.18%
2021	202.6	52.68%

Sumber: (Annur & Ahdiat, 2022a)

Dengan demikian, pertumbuhan pengguna internet selama 4 tahun terakhir mengalami peningkatan sebanyak 69,9 juta jiwa atau mencapai 25,63% dari total penduduk Indonesia pada tahun 2021 yang menurut Annur & Mutia (2022) mencapai 272,7 juta jiwa. Adapun penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet tersebut digunakan masyarakat dalam berinteraksi pada kehidupan sehari-hari yang

sebelumnya dilakukan secara tradisional dapat digambarkan sebagai berikut:

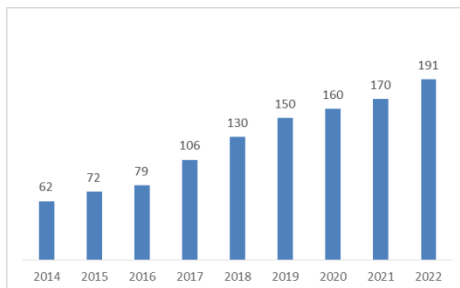


Sumber: Penulis

Gambar 2. Interaksi Sosial dengan Menggunakan Teknologi Informasi, Komputer dan Internet

Berdasarkan gambar 2 di atas, maka dapat interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sangat tergantung dengan teknologi informasi, komputer dan internet. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut

- Penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet untuk kebutuhan non formal:
  1. Media sosial online: Pengguna media sosial di Indonesia terus bertambah dari tahun ke tahun yang ditunjukkan pada gambar berikut ini:



Sumber: Mahdi (2022)

Gambar 3. Pengguna Media Sosial di Indonesia periode 2014 s.d 2022



Merujuk pada gambar 3 di atas, maka diketahui bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia dari tahun 2014 s.d tahun 2022 telah meningkat sebesar 129 juta orang atau tumbuh sebesar 208%. Adapun menurut Annur & Ahdiat (2022a) berdasarkan survey yang dilakukan oleh We Are Social dan Hootsuite, beberapa jenis media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat di dunia antara lain:

- a. Facebook;
- b. YouTube;
- c. WhatsApp;
- d. Instagram;
- e. WeChat;
- f. TikTok;
- g. FB Messenger;
- h. Telegram;
- i. Douyin;
- j. Kuaishou;
- k. Sina Wibo;
- l. Snapchat;
- m. QQ;
- n. Twitter;
- o. Pinterest.

Adapun tujuan penggunaan dari media sosial menurut Muniarty et al. (2021); Nugroho (2021); dan Rhenaldy et al. (2022) adalah memberikan bermanfaat untuk menambah relasi, menjalin silaturahmi, berkomunikasi, dll

2. Belanja Online: Merujuk hasil survey kepada 10.000 responden di 34 propinsi di seluruh Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Katadata Insight Center (KIC), maka diketahui terdapat 20,8% masyarakat Indonesia yang melakukan belanja online yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup (konsumsi) (Annur & Ahdiat, 2022d). Adapun aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam belanja online adalah:
  - a. Shopee;
  - b. Lazada;
  - c. Tokopedia;

- d. Bukalapak;
  - e. Blibli;
  - f. JD.ID.
3. E-Entertainment: pada masa pandemi Covid-19, pengguna aplikasi hiburan meningkat cukup signifikan. Salah satu aplikasi E-Entertainment yang penggunaannya meningkat pesat adalah Spotify, dimana pengguna Spotify pada Kuartal III tahun 2022 mencapai 456 juta orang. Sedangkan pada Kuartal III tahun 2021 baru mencapai 381 juta orang (Annur & Ahdiat, 2022c). Dengan demikian, selama satu tahun pengguna spotify bertambah 75 juta orang. Selain Spotify, aplikasi E-Entertainment lainnya yang mengalami peningkatan jumlah pengguna adalah Netflix. Peningkatan jumlah pengguna Netflix pada kuartal III di tahun 2021 mencapai 213,56 juta di dunia. Sedangkan pada kuartal III pada tahun 2020 sejumlah 195,15 juta orang (Annur & Mutia, 2021).
  4. E-Tourism: Bahkan pada masa sebelum pandemi Covid-19 berkembang juga inovasi berupa aplikasi untuk mengakomodir keinginan masyarakat dalam berjalan, berupa aplikasi yang bertujuan untuk memberikan kemudahan akses dari masyarakat untuk memilih tujuan perjalanan, paket perjalanan, akomodasi dan transportasi dalam perjalanan. Salah satu contoh aplikasi E-Tourism yang telah digunakan oleh Malaysia mempromosikan brand Malaysia Truly Asia adalah melalui kerjasama dengan yahoo dan MSN untuk dalam rangka menyebarkan informasi terkait wisata yang ada di Malaysia (Apriani & Irfan, 2017).
- Penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet untuk kebutuhan formal:
    1. Pendidikan: penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet pada bidang pendidikan pada masa pandemi Covid-19 berkembang berbagai teknologi yang mengakomodir kegiatan belajar yang antara lain:
      - a. E-Learning: Merupakan aplikasi berbasis teknologi informasi, komputer dan internet yang merupakan sistem pembelajaran yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Aplikasi ini sangat

membantu para siswa maupun murid untuk belajar dari rumah pada masa pandemi Covid-19;

- b. E-Lecturing: Merupakan aplikasi berbasis teknologi informasi, komputer dan internet yang mendukung proses mengajar maupun belajar melalui daring.

## 2. Kesehatan

- a. E-Consultation: Pada masa pandemi Covid-19, aplikasi E-Consultation seperti aplikasi Halodoc sangat membantu masyarakat dalam berkonsultasi terkait dengan kesehatan. Halodoc merupakan salah satu layanan digital pada bidang kesehatan atau telemedicine yang mengakomodir masyarakat yang membutuhkan layanan kesehatan berkonsultasi tanpa harus datang ke rumah sakit yang rawan akan tertular Covid-19 (Putra & Gunawan, 2021).
- b. E-Order Medicine: Selain terdapat aplikasi telemedicine, terdapat juga aplikasi untuk memesan, dan antar obat sesuai dengan resep dokter yang telah diberikan sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli obat dari rumah mereka. Selain itu mengurangi risiko menularkan penyakit yang dideritanya kepada orang lain. Beberapa aplikasi pesan-antar obat itu antara lain: (i) Aplikasi K24; (ii) GoApotik; (iii) Klik-Apotek; (iv) Apoplus; (v) PharmaNet B2B; (vi) Apotek Alfa Medika; (vii) KALBE Store (Wicaksono, 2020).

## 3. Perkantoran

- a. Work from Home: Salah satu istilah yang sangat populer dikalangan karyawan pada masa pandemi Covid-19 adalah WFH (Work from Home). WFH adalah pekerjaan kantor yang dapat dilakukan di rumah atau tempat mana saja yang didukung dengan internet dan aplikasi lainnya sesuai dengan kebutuhan pekerjaan tersebut.
- b. Virtual Meeting (Meeting Online): Beberapa aplikasi yang mengakomodir kegiatan rapat secara daring (online) pada perusahaan maupun instansi lainnya pada masa pandemi Covid-19 antara lain: (i) Zoom; (ii) Whatsapp; (iii) Microsoft Team; (iv) Skype; (v) Google Meet; (vi) Webex; (vii) Google Hangout (Jayani & Yudhistira, 2020).

#### 4. Bisnis dan Keuangan

- a. Digital Payment atau E-Payment: Merupakan aplikasi untuk menunjang transaksi pembayaran yang berbasis teknologi informasi, komputer dan internet. Pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 dan juga pandemi Covid-19 saat ini menjadi suatu keniscayaan. Salah satu fenomena kebutuhan dari digital payment adalah adanya dompet elektronik atau E-Wallet yang memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Beberapa alasan masyarakat menggunakan E-Wallet menurut Annur & Bayu (2021a) terdapat beberapa faktor mengapa masyarakat tertarik menggunakan E-Wallet yaitu:
  - 1) Membutuhkan pembayaran digital;
  - 2) Terdapat potongan harga atau diskon dari provider;
  - 3) Ingin mencoba menggunakan teknologi pembayaran baru;
  - 4) Ingin berhenti menggunakan pembayaran tunai;
  - 5) Terdapat rekomendasi dari teman, keluarga, dan kerabat;
  - 6) Iklan dari provider maupun bank.
- b. E-Commerce: Pada masa pandemi Covid-19, banyak para pengusaha yang memasarkan dan menjual barang maupun jasanya melalui aplikasi yang berbasis teknologi informasi, komputer dan internet. Bahkan dengan menggunakan aplikasi tersebut banyak para pengusaha dapat mempertahankan omset penjualannya (Nugroho et al., 2019, 2022; Nugroho & Chowdhury, 2015).

Oleh karenanya, pada masa new normal dimana pandemi Covid-19 kehidupan interaksi masyarakat akan sangat tergantung dengan penggunaan teknologi informasi, komputer dan internet yang memberikan fleksibilitas baik jarak, waktu, dan ruang sehingga dapat mempermudah kegiatan masyarakat baik untuk tujuan formal maupun non formal.

### **C. RANGKUMAN MATERI**

Pandemi Covid-19 sudah mulai mereda, dan aktivitas masyarakat sudah mulai kembali normal. Namun demikian, kondisi saat ini yang disebut dengan new normal era. Aktivitas masyarakat pada new normal era akan sangat tergantung terhadap teknologi informasi, komputer dan internet baik untuk kebutuhan formal maupun non formal

#### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan beberapa faktor yang mengindikasikan pandemi Covid-19 sudah melandai;
2. Jelaskan aplikasi apa saja yang digunakan masyarakat untuk kebutuhan formal;
3. Jelaskan aplikasi apa saja yang digunakan masyarakat untuk kebutuhan non formal;
4. Jelaskan aplikasi apa saja pada bidang kesehatan yang membantu masyarakat;
5. Jelaskan aplikasi apa saja pada bidang pendidikan agar tetap berjalan pada saat pandemi Covid-19?

## DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N. R., & Ratriani, V. R. (2020). *Larangan Mudik 2020, antara Cegah Virus Corona dan Dampak Ekonomi*. Www.Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/22/133325865/larangan-mudik-2020-antara-cegah-virus-corona-dan-dampak-ekonomi?page=all>
- Annur, C. M., & Ahdiat, A. (2022a). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Annur, C. M., & Ahdiat, A. (2022b). *Ini Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak pada Oktober 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/23/ini-media-sosial-dengan-pengguna-terbanyak-pada-oktober-2022>
- Annur, C. M., & Ahdiat, A. (2022c). *Jumlah Pengguna Spotify Tembus 456 Juta Orang per Kuartal III-2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/jumlah-pengguna-spotify-tembus-456-juta-orang-per-kuartal-iii-2022>
- Annur, C. M., & Ahdiat, A. (2022d). *Seberapa Sering Warga Indonesia Belanja Online?* Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/seberapa-sering-warga-indonesia-belanja-online>
- Annur, C. M., & Bayu, D. J. (2021a). *Kebutuhan Pembayaran Digital Jadi Faktor Utama Masyarakat RI Pakai E-Wallet*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/14/kebutuhan-pembayaran-digital-jadi-faktor-utama-masyarakat-ri-pakai-e-wallet>
- Annur, C. M., & Bayu, D. jarot. (2021b). *75,21 Juta Masyarakat Indonesia Telah Terima Dua Dosis Vaksin Covid-19*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/03/7521-juta-masyarakat-indonesia-telah-terima-dua-dosis-vaksin-covid-19>

- Annur, C. M., & Mutia, A. (2021). *Jumlah Pelanggan Netflix Sebanyak 213,56 Juta Orang Pada Kuartal III 2021*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/22/jumlah-pelanggan-netflix-sebanyak-21356-juta-orang-pada-kuartal-iii-2021>
- Annur, C. M., & Mutia, A. (2022). *Terus Meningkatkan, Jumlah Penduduk RI Tembus 275, 77 Juta hingga Pertengahan 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/terus-meningkat-jumlah-penduduk-ri-tembus-275-77-juta-hingga-pertengahan-2022>
- Apriani, & Irfan, P. (2017). Aplikasi E-Tourism sebagai Pendukung Promosi Pariwisata di Pulau Lombok. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 356–361.
- Azizi, M., Umiyati, H., Nugroho, L., Utami, A. R., Sudirman, A., Aryani, L., Irwansyah, R., Purbowo, P., Mardiana, S., Witi, F. L., Pratiwi, C. P., Syahputra, S., Hanika, I. M., & Johassan, D. M. R. Y. (2022). EFFECTIVE DIGITAL MARKETING. In D. E. Putri & E. P. Sari (Eds.), *CV WIDINA MEDIA UTAMA*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Elza Astari Retaduari. (2022). *2 Maret 2020, Saat Indonesia Pertama Kali Dilanda Covid-19*. Nasional.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2022/03/02/10573841/2-maret-2020-saat-indonesia-pertama-kali-dilanda-covid-19>
- Fasa, I., Febrianty, M., Khoerulloh, A. K., Arisa, A., Utami, W., Santoso, I. R., Arifudin, O., Suganda, A. D., Nugroho, L., & Haerany, A. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Widina Bhakti Persada Bandung. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Hiyanti, H., Nugroho, L., Sukmadilaga, C., & Fitrijanti, T. (2019). Peluang dan Tantangan Fintech (Financial Technology) Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(03), 326–333.
- Irwansyah, R., Syahputra, D., Ningsih, S., Hasan, M., Kristanto, T., Nugroho, L., Triwardhani, D., Marwan, D., Febrianty, F., Sudarmanto, E., BS, D. A., Sudirman, A., & Manggabarani, A. S. (2021). Marketing Digital Usaha Mikro. In *Widina Bhakti Persada Bandung*. Widina Bhakti Persada Bandung.

- Jayani, D. H., & Siringoringo, J. (2020). *Asal Usul Virus Corona Masuk ke Indonesia*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/timdatajournalism/analisisdata/5ecb63ef78264/asal-usul-virus-corona-masuk-ke-indonesia>
- Jayani, D. H., & Yudhistira, A. W. (2020). *Zoom Jadi Aplikasi Favorit untuk Komunikasi Virtual Selama Pandemi*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/10/05/zoom-jadi-aplikasi-favorit-untuk-komunikasi-virtual-selama-pandemi>
- Jihad, F. M., Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Pengembangan Bisnis Syariah di Era Digitalisasi. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1167–1168.
- Kodrat Setiawan. (2021). *Pemerintah Pakai Istilah PPKM, Apa Bedanya dengan PSBB?* Bisnis.Tempo.Co. [https://bisnis.tempo.co/read/1420962/pemerintah-pakai-istilah-ppkm-apa-bedanya-dengan-psbb?page\\_num=1](https://bisnis.tempo.co/read/1420962/pemerintah-pakai-istilah-ppkm-apa-bedanya-dengan-psbb?page_num=1)
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- Maria, Kasmu, A. B. P., & Nugroho, L. (2022). Kajian Penggunaan Aplikasi Digital dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM pada Sektor Makanan (Studi Kasus Ayam Gepuk Pak Gembus). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1669–1678.
- Maulaa, M. R. (2020). *Indonesia Impor 2 Juta Avigan untuk Berantas Virus Corona, Peneliti Korea Selatan Justru Was-was dengan Efek Sampingnya*. Www.Pikiran-Rakyat.Com. <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01354389/indonesia-impor-2-juta-avigan-untuk-berantas-virus-corona-peneliti-korea-selatan-justru-was-was-dengan-efek-sampingnya?page=3>
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, W., Anista, J. S. A., Elistia, E., Satriawan, D. G., Putro, S. E., Suyatno, A., Setyorini, R., Putra, S., Nugroho, L., Nurfadilah, D., Samidi, S., Arfah, A., & Fitriana, F. (2021). Kewirausahaan. In *CV Widina Media Utama*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.



- Nugraheny, D. E., & Galih, B. (2021). *Dimulai 6 Mei, Ini Rincian Aturan Larangan Mudik Lebaran 2021*. Nasional.Kompas.Com. <https://nasional.kompas.com/read/2021/05/03/05440091/dimulai-6-mei-ini-rincian-aturan-larangan-mudik-lebaran-2021>
- Nugroho, L. (2021). Konsep Pembangunan dan Pengembangan Desa Digital. In *Pengantar Manajemen Potensi Desa* (Issue 1, pp. 132–142).
- Nugroho, L., Badawi, A., & Hidayah, N. (2022). How Indonesian Women Micro and Small Entrepreneurs Can Survive in Covid-19 Pandemic? *Amalee: Indonesian Journal of Community Research & Engagement*, 3(1), 215–222.
- Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. K. (2015). Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh). *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 9(1), 83–100.
- Nugroho, L., Hidayah, N., Badawi, A., & Ali, A. J. (2019). Socialization of mobile banking and internet banking for mikro and small entrepreneur (gender and business sector perspective- Kemayoran night market community). *ICCD*, 2(1), 419–426.
- Pardede, J. F., Nugroho, L., & Hidayah, N. (2022). Analisa Urgensi Digitalisasi dan Laporan Keuangan Bagi UMKM. *Jurnal Cakrawala*, 2(4), 1531–1542.
- Putra, T., & Gunawan, A. (2021). *Halodoc, Atasi Pandemi di Garda Depan*. [www.Cnbcindonesia.Com/](http://www.cnbcindonesia.com/). <https://www.cnbcindonesia.com/news/20211207110027-4-297228/halodoc-atasi-pandemi-di-garda-depan>
- Rhenaldy, Nugroho, L., & Sugiarti, D. (2022). Kajian Jasa Endorsement Media Sosial Tiktok Berdasarkan Perspektif Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(3), 1179–1188.
- Sabiila, S. I. (2022). *Kasus Corona Pertama di Indonesia, Ini Kilas Balik Usai 2 Tahun Berlalu*. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5964691/kasus-corona-pertama-di-indonesia-ini-kilas-balik-usai-2-tahun-berlalu/2>
- Sabki, M. (2022). *Suasana RS Covid-19 Wisma Atlet Jelang Penutupan 31 Desember*. [www.Cnbcindonesia.Com](http://www.cnbcindonesia.com/).

<https://www.cnbcindonesia.com/news/20221227160721-7-400557/suasana-rs-covid-19-wisma-atlet-jelang-penutupan-31-desember>

Ulya, F. N., & Carina, J. (2022). *PPKM Dicabut, Kemenkes: Tidak Perlu Lagi WFH, tetapi...* Nasional.Kompas.Com.  
<https://nasional.kompas.com/read/2022/12/31/07014151/ppkm-dicabut-kemenkes-tidak-perlu-lagi-wfh-tetapi>

Viva. (2021). *Lebih dari 22 Ribu Orang Meninggal Akibat Covid-19 pada 2020.* Databoks.Katadata.Co.Id.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/28/lebih-dari-22-ribu-orang-meninggal-akibat-covid-19-pada-2020>

Wicaksono, B. D. (2020). *Sulit Cari Obat? Inilah 7 Aplikasi Apotek Online Terbaik.* Www.Idntimes.Com.  
<https://www.idntimes.com/tech/gadget/nena-zakiah-1/aplikasi-apotek-online-terbaik?page=all>





# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 3: KELOMPOK SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL

Erini Junita Sari, BA (Hons), M.Sc.

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin

# BAB 3

## **KELOMPOK SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Teknologi di dunia semakin berkembang dan tentunya tidak pernah berhenti menghasilkan berbagai produk dengan basis teknologi. Produk teknologi yang beragam tersebut dibuat guna memberikan kemudahan dan manfaat untuk manusia. Selain memfasilitasi kebutuhan akan informasi, ilmu pengetahuan, berita, internet juga dapat digunakan sebagai sarana serta media komunikasi untuk penggunaannya, seperti chatting, panggilan video, panggilan suara, dan unggahan. Saat ini berbagai fitur tersebut dapat ditemukan di berbagai platform media sosial. Interaksi-interaksi di platform media sosial tersebut juga menghasilkan komunitas virtual.

Komunitas Virtual (Virtual Community) merupakan satu elemen penting yang melibatkan ikatan dan budaya. Sebagian pendapat ahli ada mengatakan bahwa Komunitas Virtual muncul dan berkembang di dalam media komunikasi elektronik. Menurut Ling (2004), terdapat tiga jenis komunitas, yaitu: (1) komunitas berdasarkan kekerabatan, (2) komunitas lokalitas, dan (3) komunitas pikiran. Ketiga tipe komunitas ini dapat ditemukan juga di dalam komunitas yang dibentuk di internet (Li, 2014). Sebuah kelompok dapat dikatakan sebagai komunitas apabila orang-orang di dalamnya memiliki kesamaan dan menjalin komunikasi berdasarkan kesamaan tersebut, kemudian menggunakan kode atau simbol yang sama yang hanya dipahami oleh komunitas itu sendiri. Komunitas-komunitas

dalam jaringan ini kemudian menjadi sebuah Kelompok Sosial Masyarakat yang virtual.

## **B. INTERNET**

Internet adalah jaringan komputer yang sangat besar, dimana jaringan ini terbentuk dari berbagai jaringan kecil yang terdapat di seluruh dunia dan terhubung satu sama lainnya. Jaringan internet berhasil dikembangkan serta diuji coba pada tahun 1969 untuk pertama kalinya oleh U.S Department of Defense. Uji coba dilakukan ketika proyek ARPNet (Advanced Research Projects Network) dijalankan.

Berkembangnya World Wide Web (WWW) yang dirancang oleh Tim Berners Lee serta staf ahli dari laboratorium CERN (Conseil Europeen pour la Recherche Nucleaire) di Jenewa (Swiss) pada tahun 1991 menjadi salah satu faktor terbesar semakin menyebarnya penggunaan internet di berbagai belahan dunia dewasa ini. Daya tarik yang dimiliki oleh internet yang membuatnya sangat populer sebagai media berkomunikasi yaitu hiburan dan bisnis. Dua hal ini merupakan aspek-aspek yang berkaitan dengan keunggulan internet, dimana hal-hal tersebut memberikan kenyamanan (dapat diakses kapanpun oleh siapapun dan dimanapun), konektivitas dan jangkauan global, efisiensi dalam berinteraksi, fleksibilitas, alternatif ruang serta pilihan yang relatif tak terbatas, personalisasi sumber informasi potensial (dengan catatan sang individu mengetahui bagaimana dan dimana untuk mendapatkan informasi tersebut), dan lain-lain (Tjiptono, 2000, p. 19).

Internet dinilai mampu mengatasi hambatan jarak, waktu, serta ruang. Internet mempunyai karakteristik interactivity. Di dalam dimensi interaktivitas, terdapat beberapa karakteristik yang dimiliki oleh teknologi informasi ini, antara lain adalah bidirectionality, quick response, bandwidth, user control, amount of user activity, ratio of user to medium activity, feedback transparency social presence, dan artificial intelligence (Jaffe, 1995, p. 3). Internet juga berperan sebagai media baru yang memiliki keunggulan interaktif dan membangun hubungan secara personal, kelompok, serta massa. Internet sendiri mempunyai arti sebagai artificial intelligence dan bersifat mengalir. Yang dimaksudkan dengan hal tersebut adalah teknologi internet merupakan sebuah teknologi yang

bertumpu pada realitas virtual yang bersifat hybrid dan bekerja pada level representasi atau pencitraan. Orang-orang yang berada di dalamnya dapat keluar dan masuk sesuai keinginan mereka. Pengguna dapat mengakses internet, mengirim serta menerima pesan kapan saja sesuai kehendak. Jadi, teknologi internet membantu manusia untuk berhubungan dengan manusia lainnya, dimana di sini mereka dapat bertukar kualitas personal mereka. Di samping itu, selain jenis hubungan lain selain pertemanan dan berbagi pengetahuan, hubungan yang bersifat romantis dapat terjalin meski dapat dianggap ekstrim dan dalam pemikiran yang lebih konservatif hal ini dianggap sulit untuk dilakukan.

Kehadiran internet memberikan jalan untuk media baru untuk hadir dan berkembang di tengah masyarakat luas. Internet sendiri menyediakan kemudahan dan layanan dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan sesama pengguna maupun banyak orang. Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:68), internet merupakan sebuah jaringan komunikasi global yang mampu menghubungkan seluruh komputer di dunia, meski terdapat perbedaan sistem operasi dan mesin. Perkembangan internet tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun juga secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Tanpa disadari, manusia di zaman sekarang telah hidup di dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (cyber community).

### **C. MEDIA SOSIAL**

Media sosial merupakan bagian dari platform dunia maya yang termasuk pada World Wide Website (WWW), seperti microblog, dimana situs jejaring sosial ini mencakup seperti Twitter, Instagram, Facebook, ataupun video/foto/file di berbagai platform (Fuchs, 2014). Beberapa ciri dari media sosial, yaitu: (1) Partisipan, dimana ini merupakan para individu yang mempunyai ketertarikan dalam bertukar informasi sehingga tidak terdapat batasan di antara audience di media sosial. (2) Keterbukaan, dimana pemakaian media sosial sangat terbuka bagi siapa saja yang berkenan untuk berkontribusi serta melaksanakan umpan balik. Para individu yang menggunakan media sosial mudah dalam bertukar berbagai informasi serta memberikan pendapat terpaut hal-hal yang diminatinya.

(3) Obrolan, media sosial memudahkan para individu dalam melaksanakan komunikasi 2 arah dengan mudah dan cepat. (4) Masyarakat, sangat memungkinkan bagi media sosial untuk membentuk kelompok masyarakat sosial baru (online) dengan cepat, serta berkomunikasi secara efektif. Masyarakat yang memiliki keinginan serta ketertarikan yang sama dapat dengan mudah membentuk komunitas di media sosial. (5) Keterhubungan, media sosial bertumbuh pesat dalam keterhubungannya, menggunakan berbagai macam situs, sumber pribadi dan orang lain (Mayfield, 2018).

Media sosial sejatinya mampu mempermudah para penggunanya dalam mengirim dan memproduksi pesan melalui jejaring sosial, media online, serta berbagai forum dunia maya. Media sosial juga menyediakan ruangkemudahan untuk seseorang dalam berinteraksi secara cepat tanpa adanya jarak dan waktu. Hal tersebut dapat juga disebut sebagai kemudahan aksesibilitas. Di dalam media sosial, setiap orang senantiasa terlibat dalam kelompok sosial masyarakat virtual. Ini menunjukkan secara gamblang bahwa manusia merupakan makhluk dengan naluri untuk selalu bersama serta melakukan interaksi dengan manusia lainnya. Jika seorang manusia tidak bisa menggunakan satu bentuk komunikasi guna terhubung secara efektif, orang tersebut akan mencari bentuk lainnya, sebab berkomunikasi dengan orang lain merupakan suatu hal yang mendasar bagi setiap manusia (Picard, 2015). Hal ini terjadi bukan hanya di tengah masyarakat nyata, namun juga terjadi dan berkembang di tengah masyarakat maya yang membentuk kelompok sosial masyarakat virtual. Individu-individu tersebut menjangking, membangun, dan memelihara ikatan kekeluargaan serta pertemanan di media sosial. Melalui hubungan tersebut, setiap individu tersebut mengekspresikan pikiran, gagasan, perasaan, serta pendapat mereka. Bahkan di dalam kelompok sosial virtualnya, setiap individu bersedia berbagi pengamatan, pengalaman dan interpretasi tentang dunia milik mereka.

Di dalam dunia maya, orang-orang dapat membuat kesalahan dengan risiko yang tidak besar, seperti pertukaran identitas yang tidak mudah untuk dilacak. Interaksi daring (online) melalui gawai dapat membuat seseorang berubah menjadi “unforgiving” dari segala kekurangan yang diperlihatkan oleh seseorang dalam kehidupan nyata, dikarenakan dalam interaksi daring (online) seseorang akan memiliki pilihan yang lebih banyak.



Di dalam interaksi virtual seperti ini, Ketika seseorang merasa tidak cocok berinteraksi dengan satu orang, maka ia akan beralih ke orang lainnya (De Vito, 2003:184). Hasilnya, seseorang akan memilih untuk menghabiskan aktu di depan komputer agar bisa mencari sesuatu dan seseorang yang sempurna yang kemungkinan tidak akan ada. Ketika di kehidupan nyata, di saat seseorang berhubungan dengan orang lain dan menyaksikan kekurangan dari orang tersebut, seseorang biasanya akan memaklumi alih-alih menyerah berhubungan dengan orang tersebut dan mencari orang lain yang lebih sempurna.

#### **D. KOMUNITAS VIRTUAL**

Di zaman sekarang, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana mengekspresikan diri saja, namun juga hal lainnya. Sebagai contoh, terdapat perkembangan dalam penggunaan instagram, seperti sebagai sarana berpromosi, baik untuk promosi barang, jasa, dan untuk mempromosikan tempat wisata. Instagram sendiri berperan sebagai sarana pembentuk komunitas virtual. Kemudahan dalam mengunduh aplikasi di internet juga memberikan jalan bai penggunaanya untuk membentuk komunitas virtual berdasarkan kepentingan dan ketertarikan yang sama. Komunitas virtual yang hadir di tengah kehidupan sosial masarakat merupakan sebuah hasil dari kehadiran media baru. Pergeseran konflik pun mulai terjadi, dari konflik yang terjadi di dunia sosial sampai konflik yang terjadi di dalam ruang-ruang mediasi. Adapun karakter komunitas virtual menurut Reingold (1994), yakni seperti halnya komunitas sosial di dunia nyata, komunitas virtual merupakan sebuah komunitas yang terbentuk atas dasar:

1. Kesamaan hobi (interest)

Seorang individu atau sekelompok orang biasanya akan membentuk sebuah komunitas yang diperlukan untuk menampung dan bertemu orang-orang dengan hobi (interest) yang sama. Hal ini juga berlaku di dalam komunitas virtual, dimana kesamaan merupakan suatu hal yang penting guna membentuk sebuah komunitas yang solid.

2. Terdapat interaksi yang teratur  
Interaksi yang teratur merupakan sebuah komponen penting agar dapat menjaga kontak serta kekompakan antar anggota suatu komunitas.
3. Terdapat identifikasi atau identitas  
Identitas yang merupakan sebuah tanda pengenal bagi setiap anggota komunitas merupakan hal wajib yang harus ada dan terpenuhi. Setiap orang tentunya memiliki identitas yang unik. Identitas sendiri dapat berupa nickname (IRC).
4. Fokus khusus terhadap suatu hal  
Setiap komunitas wajib memiliki sebuah hal khusus yang mereka fokuskan. Hal-hal tersebut dapat berupa topik, minat, dan ketertarikan yang tentunya sama bagi para anggota komunitas.
5. Integrasi dan kesamaan  
Di dalam komunitas juga penting untuk memiliki integrasi dan kesamaan. Integrasi atau kesamaan tersebut dapat berbentuk seperti isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung di dalam komunitas. Isi diskusi wajib sama dengan topik dalam komunitas tersebut, karena hal ini merupakan hal penting untuk menjaga agar diskusi tetap berada pada jalurnya (sesuai topik dalam komunitas).
6. Keterbukaan suatu akses untuk informasi dalam komunitas virtual  
Keterbukaan akses untuk informasi maupun orientasi komersial merupakan komponen penting dalam sebuah komunitas, dikarenakan tiap anggota komunitas mempunyai hak yang sama dalam mendapatkan informasi. Sehingga setiap informasi yang dimiliki akan dibagikan kepada seluruh anggota komunitas.

## **E. KELOMPOK SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL**

Pertumbuhan komunitas virtual selaku media komunikasi antar kelompok di dunia maya tercipta dari berbagai macam motif mulai dari minat, pekerjaan, keterampilan, hobi, kelompok belajar, sumber informasi, dan lain-lain. Terdapatnya keseragaman minat menjadikan hal tersebut sebagai aspek pendorong para individu dalam menciptakan kelompok virtual yang bertujuan untuk mengembangkan data, pengetahuan, serta mobilitas bersama. Bahkan setiap orang bisa saja memiliki beberapa

komunitas virtual di berbagai platform. Namun, hal ini dikembalikan kepada masing-masing individu. Perbedaan minat pada setiap manusia juga mengarah kepada perbedaan metode berkomunikasi dan berinteraksi di setiap kelompok sosial masyarakat virtual dimana orang tersebut bergabung. Tanpa kita sadari, hal ini terus terjadi dan kemudian berkembang secara berkelanjutan serta konsisten dilakukan oleh orang-orang yang membentuk komunitas virtual di banyak platform. Perilaku komunikasi serta pola interaksi manusia di setiap kelompok sosial masyarakat virtual bisa saja berbeda. Hal tersebut tergantung dari situasi dan kondisi para individu yang terlibat di dalam komunitas maya tersebut. Perlakuan yang diberikan di komunitas virtual oleh individu juga berbeda-beda, tergantung dari komunitas virtual dimana individu tersebut bergabung. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku individu dalam komunitas virtual memiliki keberagaman dan kategori tertentu, tergantung dari kebutuhan dan kedekatan individu yang berada di dalam komunitas virtual tersebut. Nilai-nilai yang didapat dan dianut di dunia nyata juga dilibatkan di dalam dunia virtual, begitupun sebaliknya.

Gaya hidup di zaman modern yang serba praktis ini nyatanya membawa berbagai dampak terhadap pola perilaku masyarakat. Adanya fitur teknologi yang serba mutakhir dapat mengambil peran kedudukan sosial manusia selaku bagian dari masyarakat. Munculnya komunitas-komunitas online di tengah masyarakat perkotaan ialah contoh dari fenomena perpindahan makna sosial dalam kehidupan masyarakat modern. Kelompok sosial masyarakat virtual, bisa jadi seperti itu penggambaran yang relatif cocok buat komunitas ini. Lewat media internet interaksi sosial bisa terjalin dimana saja, kapan saja, dengan siapa saja tanpa wajib bertatap muka secara langsung. Komunitas ini telah jamak untuk warga perkotaan. Komunitas virtual merupakan yang cocok untuk kelompok sosial masyarakat virtual ini. Interaksi sosial dapat terjadi dimana saja, kapan saja, dan dengan siapa saja tanpa harus bertemu secara langsung (tatap muka) melalui media sosial. Komunitas virtual seperti ini sudah memiliki jumlah yang banyak bagi masyarakat di perkotaan. Jika ditinjau lebih jauh, dapat disadari bahwa komunitas-komunitas ini tercipta berdasarkan kesamaan minat para anggotanya. Mulai dari komunitas dengan fokus topik serius seperti komunitas ilmiah

ataupun komunitas budaya, hingga topik yang ringan semacam hobi. Sebut saja komunitas Bus Mania yang mengakomodasi para pecinta serta pengguna salah satu moda transportasi darat ini. Menjamurnya komunitas-komunitas online ini mencerminkan bahwa masyarakat modern cenderung hidup terkotak-kotak dalam atensi serta atensi tiap-tiap. Boleh jadi, ini merupakan style hidup baru warga modern.

Esensi komunitas tak hanya terletak pada pondasi yang didasarkan pada lokasinya saja, akan tetapi juga terletak pada “kualitas dalam mempertahankan kesepakatan bersama dalam kepentingan komunitas itu sendiri, kebutuhan akan komunitas tersebut, rasa kebersamaan akan identitas diri, serta kesamaan kepribadian yang dipunyai”. Penafsiran komunitas berdasarkan proses tidak ditunjukkan melalui entitas, akan tetapi melalui komunitas yang terbentuk dimana mereka lebih menunjukkan karakter elastis seperti perkembangan serta kesepakatan akan berbagai elemen yang menghasilkan makna simbol-simbol baru secara leksikal dan kebertahanannya dalam menghadapi tantangan-tantangan dari luar (Jones, 1999:204). Maraknya kemunculan komunitas-komunitas online ini mencerminkan bahwa masyarakat saat ini cenderung hidup terkotak-kotak sesuai minat dan perhatian masing-masing. Hal ini mungkin saja juga merupakan gaya hidup baru masyarakat di zaman modern ini.

Fernback dalam Jones (1999:207- 213) membagikan 3 konsep definisi tentang komunitas virtual, yaitu:

1. *Community as Place*

Hal ini didasarkan pada pengertian bahwa cyber space adalah sebuah tempat di mana komunitas dibuat dan bertahan, dimana hubungan sosial ekonomi yang baru terbentuk dan di mana horison baru dapat tercapai. Hal ini merupakan cerminan dari adanya unsur kejiwaan dan tradisi yang didapatkan ketika mengidentifikasi komunitas berdasarkan tempat.

2. *Community as Symbol*

Selayaknya komunitas di dunia nyata pada umumnya, komunitas cyber pun memiliki simbol-simbol tertentu, dimana simbol-simbol tersebut dapat diinterpretasikan. Simbol-simbol ini menekankan pada "substansi yang dibentuk". Komunitas-komunitas ini mencoba untuk

merekonstruksi simbol-simbol tersebut sebagai hasil dari kumpulan kode-kode yang bersifat normatif dan nilai-nilai yang dihasilkan bersama oleh anggota komunitas sebagai bentuk identitas mereka, dimana penekanannya lebih kepada "makna" daripada "struktur".

### 3. Community as Virtual

Komunitas ini dimaksudkan sebagai komunitas yang secara maya dalam ruang virtual dengan meninggalkan identitas fisik penggunaannya. Komunitas virtual mempunyai sistem nilai bersama, norma-norma, aturan-aturan, serta identitas bersama yang diperlihatkan melalui komitmen ataupun kepentingan di antara komunitas yang lain.

## F. KONFLIK DI DALAM KELOMPOK MASYARAKAT SOSIAL VIRTUAL

Hadirnya kelompok sosial masyarakat di dalam komunitas virtual menimbulkan dampak positif serta negatif. Dampak negatif yang ditimbulkan salah satunya yaitu kemampuannya dalam menimbulkan ruang konflik antar individu di dalamnya. Sebagai contohnya, banyak konflik sosial antar remaja yang diawali oleh aktivitas berkirim pesan (chatting) dan senda gurau di antara individu yang menimbulkan rasa sensitif para individu di dalamnya. Pesan yang disampaikan di tengah konflik tersebut kerap dianggap sebagai kebencian (hate speech). Ujaran kebencian dalam hal ini dianggap sebagai suatu bentuk penghinaan (Wolfson dalam Syahputra, 2017). Syahputra (2017) menunjukkan perang siber di media sosial telah membentuk dua polarisasi netizen, yaitu kelompok konservatif dan kelompok liberal. Kedua kelompok tersebut aktif menghasilkan wacana, opini, informasi, isu, dan rumors melalui media sosial. Ruang siber (cyberspace) membuat interaksi para individu berlangsung secara termediasi, sehingga mereka tidak dapat memahami kondisi psikologi lawan bicaranya. Ini memicu terjadinya jarak dan ketidakharmonisan di antara interaksi sosial di ruang virtual.

Kemudahan dalam mengutarakan pendapat di media sosial dapat ditemukan tidak hanya melalui akun pribadi saja, namun juga di dalam komunitas virtual seperti grup Whatsapp, grup Facebook, dan lain-lain. Komunitas virtual dapat memberikan jalan bagi seseorang untuk mengeluarkan aspirasi baik dalam menilai, menanggapi, maupun mengkritik informasi yang diberikan anggota lainnya. Kelompok sosial

masyarakat di dalam komunitas virtual yang terdiri dari berbagai bentuk kepribadian masyarakat juga sering kali menampilkan citra diri (self-image) masing-masing individu di dalamnya. Setiap individu akan selalu mempertahankan citra dirinya agar terlihat baik di hadapan individu lainnya. Untuk mempertahankan citra diri tersebut, terkadang, setiap individu mengedepankan sikap egoismenya sehingga konflik menjadi semakin mudah terjadi. Di samping itu, komunitas virtual sebagai forum terbuka, berpeluang besar bagi setiap individu di dalamnya untuk berkirim pesan atau informasi yang mengandung kebohongan (hoax). Hoax mengacu pada pendapat Curtis D. Mac Dougall (dalam Syahputra, 2017) diketahui sebagai ketidakbenaran informasi yang diproduksi secara sengaja untuk membiaskan kebenaran.

Fenomena konflik di kelompok masyarakat sosial virtual merupakan hal menarik untuk dikaji, karena tidak hanya kelompok masyarakat sosial virtual mampu menjadi mediator di dalam konflik di realitas sosial, namun juga penting untuk setiap anggota untuk memiliki pengetahuan tentang konsekuensi yang akan muncul karena interaksi yang dilakukan melalui kelompok sosial masyarakat virtual. bukan cuma kalau komunitas virtual sanggup 'memediasi' konflik dalam kenyataan sosial, tetapi merupakan berarti supaya tiap anggota mengenali konsekuensi yang ditimbulkan oleh interaksi yang dicoba lewat komunitas virtual. Utamanya, dalam membuka ruang konflik di antara para partisipan ataupun anggota kelompok percakapan. Kelompok Sosial Masyarakat virtual terdapat dalam kehidupan sosial yang timbul karena adanya media baru berhadir di tengah kehidupan masyarakat. Usaha-usaha untuk mengkaji fenomena konflik tersebut penting, karena terdapat pergeseran yang muncul yaitu pergeseran konflik, dari yang awalnya dalam dunia sosial kemudian berpindah ke dalam ruang-ruang mediasi. Jika di dunia nyata seorang individu sungkan dan enggan dalam mengeluarkan pendapat, biasanya hal tersebut terjadi karena individu tersebut merasa diperhatikan langsung oleh orang-orang di sekitar dirinya, sehingga hal tersebut menimbulkan beban mental. Sedangkan di komunitas virtual, seorang individu akan merasa lebih leluasa dalam memberikan pendapat, karena tidak disaksikan langsung oleh anggota komunitas virtual tersebut.

Kebebasan dalam mengutarakan pendapat dalam komunitas virtual kadang-kadang memberikan implikasi kepada timbulnya kesalahpahaman antar anggota yang berujung kepada ujaran kebencian atau perang teks di dalam ruang virtual. Rid (2013) mengatakan bahwa perang di media sosial tidak memiliki tempat, tidak mengenal waktu, dan mereka yang terlibat dalam perang tersebut tidak mengenal dengan baik satu sama lainnya. Terdapat beberapa hal yang menyebabkan kesalahpahaman di dalam komunitas virtual. Salah satunya adalah interpretasi yang berbeda terhadap teks. Kesalahpahaman tersebut dapat muncul karena perbedaan dalam interpretasi terhadap teks yang dikirimkan oleh seorang anggota komunitas virtual. Hal ini kerap kali menimbulkan konflik sosial. Soekanto (1992) mengatakan bahwa konflik antar individu dapat disebabkan oleh perbedaan pandangan, dimana dapat disebut juga sebagai pertentangan pribadi. Bahkan terkadang komunikasi yang menggunakan teks di dalam komunitas virtual tidak sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD).

Seseorang lebih bebas dalam menuliskan pesan singkatnya sesuai keinginan sendiri, seperti menulisnya dalam bentuk singkatan dan sebagainya. Kebebasan dalam memberi singkatan tersebut terkadang menimbulkan interpretasi yang berakhir dengan perang argumen antar anggota dalam komunitas virtual. Kesalahpahaman dalam penggunaan simbol juga dapat terjadi. Komunikasi dalam komunitas virtual memiliki kelemahannya tersendiri, seperti tidak dapat melihat raut wajah lawan bicaranya. Inovasi media sosial di zaman sekarang salah satunya adalah menyediakan aplikasi simbol (emoticon) yang mewakili ekspresi wajah dan perilaku seseorang di dunia nyata. Seorang individu akan menganggap simbol-simbol tersebut sebagai representasi dari lawan bicaranya. Kesalahpahaman antar anggota komunitas virtual salah satunya dapat disebabkan oleh kesalahan penggunaan simbol-simbol tersebut. Simbol yang dikirimkan terkadang membuat anggota lainnya merasa tersinggung dan tersudutkan, meskipun terkadang pesan yang memuat simbol tersebut ditarik atau dihapus oleh si pengirim. Namun, ini tidak dapat mengubah efek ketersinggungan anggota terhadap simbol awal yang dikirimkan.

Melihat fenomena tersebut, terbentuklah sebuah prinsip dasar dalam komunikasi yang bersifat irreversible. Mulyana (2007) mengatakan bahwa irreversible dapat diartikan sebagai komunikasi dimana sekali pesan dikirimkan maka si pengirim tidak bisa mengendalikan pengaruhnya ataupun menghilangkan efek pesan tersebut. Pesan yang dikirim akan langsung diterima dan dimaknai oleh si penerima. Namun, terdapat asumsi lain tentang penyebab konflik virtual, yaitu kesalahan menggunakan simbol. Variabel lain yang mendorong konflik terjadi dari kesalahan simbol ini adalah kondisi psikologis penerima simbol yang mungkin sedang tidak stabil sehingga cenderung mudah tersinggung, dan memunculkan ujaran kebencian. Simbol atau lebih tepatnya emoticon dapat menciptakan kesalahpahaman, namun kondisi psikologis si penerima pun perlu diperhatikan.

## **G. ETIKA DI KELOMPOK SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL**

Selayaknya di dalam kelompok sosial masyarakat di dunia nyata, di dalam kelompok sosial masyarakat virtual juga terdapat kode etik tidak tertulis (netiquette) sebagai hal yang mengatur interaksi di kelompok sosial masyarakat virtual. Netiquette sendiri terdiri dari etika-etika yang sama dengan etika di dalam lingkungan sosial manusia di dunia nyata, dimana tata krama dan sopan santun harus diperhatikan dalam pergaulan guna menjaga hubungan tetap baik (Shea, 2004:1). Tiga prinsip netiquette, yaitu:

1. Sumber informasi yang digunakan bersama  
Meskipun sumber informasi tersedia dan sumber informasi tersebut tak terbatas, tetapi sumber-sumber tersebut dimiliki oleh orang lain. Karena itulah disini berlaku conserve bandwidth, dimana saat melakukan aktivitas dengan internet, kita sebaiknya tidak mengirim pesan yang terlalu panjang dan cukup dengan pesan pendek. Menggunakan program atau file yang sudah dikompres dan menggunakan sumber informasi terdekat merupakan hal yang dianjurkan dalam prinsip ini.
2. Perlindungan informasi  
Perlindungan ini berkaitan dengan etos kerja, dimana seseorang diharapkan untuk tidak menggunakan sumber informasi pada jam



sibuk, dikarenakan hal ini dapat memperlamban sistem ketika pemilik sumber informasi memerlukan. Disarankan juga untuk tidak terlalu berlebihan Ketika menggunakan sumber informasi.

### 3. Perilaku umum

Hal ini berkaitan dengan sikap hormat serta sopan santun sebagai pengguna internet kepada orang lain. Seseorang dapat menerapkan perilaku ini dengan cara:

- a. Mengirim surat pribadi dengan tidak lupa mencantumkan identitas pengirim secara lengkap serta tidak lupa untuk menulis subyek surat elektronik (e-mail) yang cukup menggambarkan isi surat secara keseluruhan.
- b. Tidak mengirim pesan yang sama ke banyak news group atau mailing list (kelompok diskusi), dikarenakan hal ini merupakan pemborosan dan tidak semua orang memerlukan informasi tersebut.
- c. Tidak meneruskan “surat berantai” ke alamat e-mail lain. Apabila kita mendapatkan pesan yang tidak bermanfaat dan kita tidak mengenal siapa pengirimnya, akan lebih baik untuk menghapus e-mail tersebut dan tidak meneruskannya ke alamat lain (Kompas, 17 Oktober 2005:45).

## H. KOMUNITAS VIRTUAL: PERSPEKTIF BISNIS

Perkembangan perdagangan secara daring (online) yang semakin cepat memunculkan berbagai macam komunitas baru yang memengaruhi perilaku pengguna berdasarkan pengalaman. Hal ini tentunya dapat menjadi sebuah keuntungan untuk perusahaan guna meningkatkan sales dengan menggunakan komunitas virtual. Komunitas virtual sendiri dapat menjadi media komunikasi komersil bagi perusahaan agar dapat berinteraksi dengan pelanggan (Othmani & Bouslama, 2015). E-commerce seperti Bukalapak, Lazada, Tokopedia, dan Shopee dinilai sukses dalam melahirkan berbagai komunitas virtual di tengah masyarakat untuk konteks bisnis. Berbagai macam pebisnis daring (online) dan perusahaan berusaha meyakinkan pelanggan mereka demi memperoleh kepercayaan mereka secara online. Kepercayaan sendiri merupakan sebuah komponen penting dalam manajemen hubungan pelanggan. Di dalam dunia bisnis,

kepercayaan pelanggan terhadap pebisnis online adalah kunci dasar untuk menarik pelanggan. Para pelanggan yang memiliki karakteristik dan minat yang sama biasanya akan bergabung di suatu komunitas virtual dan dapat membagikan unggahan dan memberikan komentar terkait produk yang disukai.

Beberapa alasan seorang individu tertarik untuk bergabung di dalam komunitas virtual, yaitu:

1. Manfaat yang didapatkan ketika terhubung di komunitas virtual  
Hal ini merujuk pada kemampuan situs web atau platform dalam menyediakan beragam produk serta layanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Kehadiran situs web dan platform bisnis/belanja online juga memberikan manfaat bagi konsumen untuk berbagi informasi, berkomunikasi, serta berbagi pengetahuan yang tentunya dapat memberikan pengaruh kepada tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk dari bisnis online. Salah satu platform untuk bisnis/belanja online ini sendiri adalah Shopee. Individu-individu yang tergabung dalam komunitas virtual yang sering berbelanja di platform Shopee dapat memperoleh kegunaan berupa kualitas informasi produk yang ditampilkan yang tidak berbeda jauh dari produk aslinya. Kegunaan lainnya yaitu untuk memudahkan akses informasi, biaya murah, dimana hal ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja (tetap terkoneksi internet), dan proses pengiriman barang tergolong instan.
2. Komunitas juga memunculkan lingkungan sosial virtual  
Lingkungan sosial virtual memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumen sebagai anggota komunitas virtual, dimana untuk menumbuhkan kepercayaan dapat dilakukan dengan cara melihat rekomendasi dan ulasan pada situ web atau platform bisnis/belanja online. penjualan online. Bahkan kepercayaan online dapat meningkatkan niat membeli dan memberikan persepsi terhadap satu produk atau perusahaan tertentu. Kepercayaan konsumen didasari pada pengalaman, apakah pernah membeli barang tersebut atau mendapatkan informasi dari orang ke orang. Namun hal ini sendiri tidak terbatas pada budaya, sosial dan ekonomi.

### 3. Keamanan pengguna dalam komunitas virtual

Hal ini tentu menjadi sebuah bagian penting di dalam konteks bisnis online. Di dalam komunitas virtual dengan konteks bisnis online, keamanan merujuk pada perlindungan informasi konsumen berupa nama, alamat email, kontak seseorang, dan lain-lain. Keamanan tentunya memberikan pengaruh kepada kepercayaan konsumen terhadap suatu bisnis online. Oleh karena itu, informasi komunitas virtual haruslah kredibel, dan tentunya harus konsisten dengan kebutuhan anggota komunitas yang terdiri dari para konsumen.

Dengan demikian, komunitas virtual didalam konteks bisnis menawarkan hubungan timbal balik atau biasa disebut juga sebagai simbiosis mutualisme, dimana hal ini terjadi di antara konsumen dengan pebisnis online. Ketika komunitas virtual dalam bidang bisnis ditingkatkan dengan teknologi keamanan yang tinggi, konten (pesan) yang relevan, serta konteks yang sesuai, maka tentunya kepercayaan konsumen juga akan terpengaruh. Melalui kemandirian yang tinggi, kenyamanan dan kemudahan dalam mengakses informasi, komunitas virtual sebagai konsumen dapat meningkatkan kepercayaannya terhadap atau platform situs web belanja online.

## I. KOMUNITAS VIRTUAL: PERSPEKTIF E-HEALTH

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi di dunia, bermacam-macam platform berbasis pelayanan Kesehatan pun semakin berkembang dan bermunculan. Platform Kesehatan ini kemudian menjadi salah satu komunitas virtual baru dimana seseorang dapat memperoleh informasi dan pelayanan kesehatan.

Keberadaan E-Health sendiri tentunya menjadi sebuah kesempatan bisnis online yang berbasis Kesehatan. Kompetensi serta kecanggihan web yang digunakan mencakup kemudahan akses, cepatnya informasi, serta kepercayaan dan tingkat keamanan data pengguna menjadi komponen penting. Dengan adanya keamanan, dan kepercayaan terhadap suatu platform E-Health, maka hal tersebut akan membawa dampak positif seperti meningkatnya jumlah individu yang percaya dan menggunakan platform E-Health tersebut yang juga merupakan sebuah komunitas virtual.

Dengan berkembangnya teknologi, perkembangan komunitas virtual di bidang Kesehatan merupakan hal yang tidak terelakkan. Komunitas virtual di bidang kesehatan mulai bermunculan dari jaringan dan jalinan komunikasi antara dokter dan pasien melalui berbagai platform kesehatan. Komunitas virtual di bidang kesehatan ini terbentuk tanpa disengaja, akan tetapi hal ini menunjukkan bahwa bidang Kesehatan dapat menjadi target agar terbentuknya masyarakat dunia maya.

## **J. KOMUNITAS VIRTUAL: PERSPEKTIF PENGEMBANGAN KARIR**

Komunitas virtual merupakan suatu kelompok yang memiliki kepentingan bersama. Hal ini didasarkan pada aspek pribadi dan sosial para anggota kelompok virtual. Aspek pribadi mencakup kemampuan seorang individu yang di dalamnya terdapat berbagai macam individu dengan minat ataupun identitas bersama yang bersatu untuk mencapai tujuan. Hadirnya platform pengembangan karir seperti LinkedIn menyediakan layanan kepada para penggunanya untuk membuat profil sebagai cara mempromosikan diri untuk mencari pekerjaan. Beberapa komponen yang mengikat seseorang untuk bergabung dalam komunitas virtual yaitu modal jaringan sosial, modal pengetahuan, serta persekutuan (penjaringan ikatan). Ketiga komponen tersebut dipertemukan di dalam komunitas yang tergabung di dalam platform seperti LinkedIn (Rheingold, 2005).

Modal jaringan sosial merujuk kepada cara seseorang dalam menemukan orang lain yang memiliki minat yang serupa dalam komunitas virtual. Komunitas virtual menambahkan modal sosial kepada seseorang yang melakukan interaksi dengan berbagai orang baru dan membuat mereka merasakan bahwa semua orang di dunia saling berhubungan (Steinfeld, Ellison, Lampe, & Vitak, 2012). Platform seperti LinkedIn tidak hanya menjadi sarana pengembangan karir, namun juga membuat dunia terasa lebih kecil.

Modal pengetahuan merujuk pada segala informasi dan hal yang dapat dibrikan dan diperoleh seorang individu. Seperti contohnya di dalam platform LinkedIn ditawarkan berbagai macam informasi bagi para pencari kerja dan memberikan akses untuk berinteraksi secara professional. Hubungan professional yang terbangun di dalam platform ini memberikan

akses untuk menemukan pasar kerja melalui ruang virtual dan untuk mendapatkan pengetahuan terkait topik-topik tertentu.

Kemudian perkumpulan juga merupakan komponen yang mengikat seseorang untuk bergabung di komunitas virtual, dimana ikatan terjalin. Hubungan dengan berbagai individu yang tidak dikenal atau sebelumnya tidak pernah bertemu di dunia nyata dapat berlangsung. Komunikasi yang terjalin di linkedIn biasanya dimulai dengan memberikan pertanyaan kepada komunitas, memberikan komentar kepada sebuah proyek seseorang, serta mengucapkan selamat kepada seseorang atas promosi jabatannya. Di LinkedIn pengguna juga dapat memeriksa profil seseorang sebelum mengajukan pertanyaan atau berkomentar.

## **K. RANGKUMAN MATERI**

Kehadiran internet mendorong hadir dan berkembangnya berbagai media baru di tengah masyarakat. Internet sejatinya menyediakan kemudahan dan layanan dalam berkomunikasi dengan satu maupun banyak pengguna. Internet merupakan sebuah jaringan komunikasi global yang mampu menghubungkan seluruh hardware di dunia, walaupun terdapat perbedaan sistem operasi dan mesin. Perkembangan internet tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, tetapi juga secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. Perkembangan ini juga mendorong manusia di zaman sekarang untuk hidup di dalam dua dunia kehidupan, yakni kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (cyber community).

Kehadiran komunitas virtual yang memudahkan interaksi antarindividu ataupun kelompok, seperti interaksi dalam bentuk produksi, distribusi, serta konsumsi pesan dalam komunitas virtual, dimana hal-hal tersebut berpeluang dalam menimbulkan konflik di tengah kelompok sosial masyarakat virtual. Kehadiran komunitas virtual ini kemudian membentuk kelompok-kelompok sosial masyarakat virtual dengan berbagai dinamikanya. Komunitas virtual sendiri terdiri dari berbagai perspektif, seperti perspektif bisnis, perspektif layanan berbasis kesehatan (E-Health), maupun perspektif pengembangan karir. Kehadiran komunitas virtual yang memudahkan interaksi antarindividu ataupun kelompok, seperti interaksi dalam bentuk produksi, distribusi, serta konsumsi pesan

dalam komunitas virtual, dimana hal-hal tersebut berpeluang dalam menimbulkan konflik di tengah kelompok sosial masyarakat virtual.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Bagaimanakah internet mengubah kehidupan manusia?
2. Bagaimana konflik dapat terjadi di dalam kelompok sosial masyarakat virtual?
3. Apa saja komponen yang mengikat seseorang untuk bergabung di dalam komunitas virtual?
4. Sebutkan dan jelaskan apa saja perspektif di dalam komunitas virtual?
5. Apa saja komponen dari netiquette?

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Rangga. (2015). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru. *Jurnal Komunikasi*, 2(2) Universitas Riau.
- Agus, Salim. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Berger, Peter. L. & Luckman, Thomas. 1990. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media. Jakarta
- Dasuki, Muhammad Ramdon. (2016). Media Sosial: Antara Kebutuhan dan Ancaman, 8(2), 14.
- Demartoto, Argyo. 2007. *Mosaik dalam Sosiologi*. UNS Press. Surakarta
- De Vito, J.A. 2003. *Human Communication the Basic Course*. Ninth Edition.
- Huffaker, D.A., and Calvert, S.L. 2005. *Gender, Identity, and Language Use in Teenage Blogs*. *Journal of Computer Mediated Communication*, 10 (2). Article <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
- Jaffe, et al. 2004. *Language and Women's Place*. Harper & Row. New Hamsphire.
- Jones, S. 1999. *Doing Internet Research*. Sage Publications. California.
- Kang, Kyeong & Ng, Tina. (2016). "A New Collaborative Digital Social Space" dalam *Journal of Internet Social Networking & Virtual Communities*. University of Technology, Sydney, Australia. Volume 2016, ID. 794062, Tahun 2016. (hlm 1-2)
- Kompas, 17 Oktober 2005
- Kusumaningtyas, Ratih Dwi 2010. Peran Media Sosial Online (facebook) sebagai saluran self disclosure remaja putri di Surabaya (studi deskriptif kualitatif mengenai peran media sosial online (facebook) sebagai saluran self disclosure remaja putri di Surabaya). Skripsi. FISIP Universitas Pembangunan Nasional „Veteran“ Jawa Timur.

- Li, H. (2014). *Virtual Community Studies : A Literature Review , Synthesis and Research Agenda*. Proceedings of the Americas Conference on Information Systems, New York, (January 2004).
- Littlejohn, S.W. 1998. *Theories Of Human Communication*. Albuquerque. New Mexico.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metode penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, Corry Andhy Wardhani. 2009. *Teori Komunikasi*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Nova, Yohana. (2014). "Perilaku Komunikasi Kelompok virtual community Kaskus Regional Riau Raya" dalam *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Jurusan Komunikasi*. Universitas Riau, Pekanbaru. Volume 17, Nomor.2, Tahun 2014 (hlm. 120)
- Othmani, L., & Bouslama, N. (2015a). *Perceived Quality of a Virtual Community and Its Components : An Exploratory Investigation*. *Journal of Internet Social Networking & Virtual Communities*, 2015. <https://doi.org/10.5171/2015>.
- Othmani, L., & Bouslama, P. N. (2015b). *Highlighting the Influence of Virtual Communities on the Online Shopper Trust*. *Journal of Internet Social Networking & Virtual Communities*, 2015. <https://doi.org/10.5171/2015.603496>
- Pavlik, J.V. 2000. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspective*. Allyn and Bocon. USA
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKIS.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Piliang, Yasraf Amir. 2001. *Cyberspace, Cyborg dan Cyber-Feminism: Politik Teknologi dan Masa Depan Relasi Gender*. Dalam *Jurnal Perempuan* No. 18. Yayasan Jurnal Perempuan. Jakarta.
- Putri, Dibyaeswari Utami. 2012. *Peran Media Baru Dalam Membentuk Gerakan Sosial (studi kasus pada individu yang terlibat dalam IndonesiaUnite di Twitter)*. Skripsi. FISIP Universitas Indonesia.



- Raharjo, A. 2002. *Cybercrime: Pemahaman dan Upaya Pencegahan Kejahatan Berteknologi*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Rheingold, B. H. (2005). *The Virtual Community : Table of Contents*.
- Simangunsong, B. A. (2017). Interaksi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 65-76.
- Simpson, J. (2002). Computer-mediated communication. *Journal Volume* 56/4.
- Slouka Mark. 1999. *Ruang Yang Hilang: Pandangan Humanis Tentang Budaya Cyberspace Yang Merisaukan*. Mizan. Bandung
- Susilo, Rachmad K Dwi. 2008. *20 Tokoh Sosiologi Modern: Biografi Para Peletak Sosiologi Modern*. Ar-Ruzz Media. Yogyakarta
- Tjiptono. 2003. *E-Business*. Penerbit Erlangga. Jakarta



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 4: KARAKTERISTIK DAN PRILAKU MASYARAKAT VIRTUAL

Mustopa, M.Ag

STID Albiruni Cirebon

# BAB 4

## **KARAKTERISTIK DAN PRILAKU MASYARAKAT VIRTUAL**

---

Sudah menjadi kecenderungan manusia dalam menjalankan hidupnya selalu berkelompok, berkumpul, dan bermasyarakat. Manusia sendiri telah berhasil membentuk satuan sosial – budaya yang kemudian dinamakan dengan masyarakat.

Kata "masyarakat" aslinya berasal dari Bahasa Arab yaitu "*syaraka*" yang berarti ikut serta, berpartisipasi. satu lagi yang berpendapat bahwa masyarakat itu diambil dari Bahasa Inggris "*society*" yang berasal dari bahasa latin *socius*, berarti kawan. Koentjaraningrat dalam bukunya Pengantar Ilmu Antropologi menyebut pengertian masyarakat dengan sekumpulan manusia yang saling bergaul atau saling berinteraksi.<sup>1</sup>

Secara umum masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Seperti; sekolah, keluarga, perkumpulan. Negara semua adalah masyarakat. Definisi lain dari Masyarakat juga merupakan salah satu satuan sosial sistem sosial, atau kesatuan hidup manusia. Istilah inggrisnya adalah *society*, sedangkan masyarakat itu sendiri berasal dari bahasa Arab Syakara yang berarti ikut serta atau partisipasi, kata Arab masyarakat berarti saling bergaul yang istilah ilmiahnya berinteraksi.

---

<sup>1</sup> Kuntjaraningrat, Pengantar Ilmu Antropologi, Jakarta, Rineka Cipta, Oktober 2002

Berbicara mengenai ciri-ciri masyarakat, maka dapat dipaparkan mengenai ciri-ciri masyarakat menurut Soerjono Seakanto<sup>2</sup> sebagai berikut :

### **1. Hidup Berkelompok**

Sudah menjadi kodratnya bahwa manusia itu hidup bersama dan membentuk kelompok. Dari kelompok kecil inilah selanjutnya manusia membentuk suatu masyarakat. Mereka mengenali antara yang satu dengan yang lain dan saling ketergantungan. Kesatuan sosial merupakan perwujudan dalam hubungan sesama manusia ini. Seorang manusia tidak mungkin dapat meneruskan hidupnya tanpa bergantung kepada manusia lain.

Manusia maupun makhluk lain yang hidup bersama individu-individu sejenisnya hidup dalam suatu kelompok. Ciri khas kehidupan kelompok yaitu: 1) pembagian kerja yang tetap; 2) ketergantungan antar individu; 3) kerjasama antar individu; 4) komunikasi antar individu; dan 5) diskriminasi antara individu- individu warga dan individu- individu dari luarnya.

### **2. Melahirkan Kebudayaan**

Setelah manusia mampu membentuk suatu masyarakat, selanjutnya manusia mampu menciptakan kebudayaan. Dalam konsepnya tidak ada masyarakat maka tidak ada budaya, begitupun sebaliknya. Masyarakatlah yang akan melahirkan kebudayaan dan budaya itu pula diwarisi dari generasi ke generasi berikutnya dengan berbagai proses penyesuaian.

Adanya kebudayaan dalam masyarakat merupakan satu dukungan yang sangat besar bagi individu-individu dalam beberapa perspektif (1) awal permulaan adanya masyarakat, (2) awal terbentuknya pemahaman persekutuan dan (3) proses pengembangan masyarakat dalam menanggapi trend-trend modern. Secara eksistensial kebudayaan adalah jalan atau arah di dalam bertindak dan berpikir, sehubungan dengan pengalaman-pengalaman manusia yang fundamental dalam satu persekutuan. Dengan demikian kebudayaan tak pernah dijelaskan terlepas dari individu (manusia perorangan) dan masyarakat secara keseluruhan.

---

<sup>2</sup> Soekanto, Soerjono, Sosiologi suatu pengantar, Jakarta : Rajawali Pers, 2010

### **3. Adanya Perubahan**

Ciri-ciri masyarakat berikutnya adalah mengalami perubahan. Sebagaimana yang terjadi dalam budaya, masyarakat juga turut mengalami perubahan. Suatu perubahan yang terjadi karena faktor-faktor yang berasal dari dalam masyarakat itu sendiri. Dalam suatu penemuan baru mungkin saja akan mengakibatkan perubahan kepada masyarakat itu. Setiap unsur di masyarakat pasti mengalami perubahan, contohnya perubahan sosial dapat meliputi perubahan nilai-nilai, norma, teknologi, dan interaksi sosial.

### **4. Selalu Berinteraksi**

Tidak mungkin manusia mampu melahirkan kebudayaan dan mampu menciptakan perubahan kalau tidak melakukan interaksi satu sama lainnya. Salah satu syarat perwujudan dari masyarakat ialah terdapatnya hubungan dan bekerja sama di antara ahli dan ini akan melahirkan interaksi. Interaksi ini boleh saja berlaku secara lisan maupun tidak dan komunikasi berlaku apabila masyarakat bertemu di antara satu sama lain. Terlihat bahwa di dalam masyarakat, terdapat individu-individu yang saling berinteraksi (saling bergaul satu terhadap yang lainnya) membentuk sebuah entitas sosial yang hidup. Ada sekian banyak sarana dan prasaran yang menjalin interaksi dan kontak sosial antar individu-individu tersebut, yang cakupannya tidak saja sebatas keluarga yang satu dengan keluarga yang lain semata, melainkan lebih luas dari itu, yakni para ranah hubungan internasional. Walau nanti harus diingat bahwa tidak semua pergaulan antara individu itu boleh dikategori ke dalam istilah masyarakat.

### **5. Memiliki Kepemimpinan**

Dalam sebuah kelompok atau masyarakat haruslah ada seorang pemimpin yang menjadi panutan bisa mengatur, mengelola, dan mempengaruhi kelompoknya agar bisa tercipta lingkungan masyarakat yang kokoh. Dalam hal ini pemimpin adalah terdiri dari ketua keluarga, ketua kampung, ketua negara dan lain sebagainya. Dalam suatu masyarakat Melayu awal kepemimpinannya bercorak tertutup, hal ini disebabkan karena pemilihan berdasarkan keturunan.

Menurut Soerjono Soekanto<sup>3</sup> menyatakan bahwa kepemimpinan adalah kemampuan pemimpin atau leader untuk mempengaruhi orang yang dipimpin atau pengikut-pengikutnya. Sehingga orang lain tersebut bertingkah laku sebagaimana dikehendaki oleh pemimpin tersebut. Kadangkala dibedakan antara kepemimpinan sebagai kedudukan dan kepemimpinan sebagai suatu proses sosial. Sebagai kedudukan, kepemimpinan merupakan suatu kompleks dari hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang dapat dimiliki oleh seseorang atau suatu badan. Sebagai suatu proses sosial, kepemimpinan meliputi segala tindakan yang dilakukan seseorang atau suatu badan yang menyebabkan gerak dari warga masyarakat.

Setelah kita mengetahui sedikit definisi kata masyarakat kita akan bahas lebih lanjut apa itu masyarakat virtual. Sebuah masyarakat atau kelompok biasanya diawali dengan beberapa orang minimal 2 orang yang saling kenal, memiliki minat yang sama dan kemudian berkembang, anggotanya pun terus bertambah. Adapun kata virtual biasanya diartikan sesuatu yang tidak nyata atau biasa kita kenal sekarang dunia maya.

Jadi Masyarakat Virtual adalah sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di inderakan melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas

## **A. MASYARAKAT VIRTUAL**

Masyarakat adalah kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (territorial) tertentu, yang hidup secara relative lama, saling berkomunikasi, memiliki simbol-simbol dan aturan tertentu serta system hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki system stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relative dapat menghidupi dirinya sendiri.

Sedangkan masyarakat virtual merupakan sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung di indera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam

---

<sup>3</sup> Soerjono Soekanto, 2003, Op Cit, hlm. 318.

segi-segi kehidupan maya. Seperti membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan membangun system kejahatan juga control sosial.

Masyarakat virtual membangun dirinya dengan sepenuhnya mengandalkan interaksi sosial dan proses sosial dalam kehidupan kelompok (jaringan) intra dan antar sesama anggota masyarakat maya. Proses sosial dan interaksi sosial dalam masyarakat maya ada yang bersifat sementara dan ada dalam waktu yang relative lama dan menetap. Sifat dan iinteraksi sosial mereka ditentukan oleh kepentingan mereka dalam dunia maya.

Masyarakat virtual dibangun melalui interaksi sosial sesama anggota masyarakat maya. Syarat-syarat interaksi sosial dalam masyarakat nyata harus memiliki *social contact* dan *communication*. Persyaratan ini juga menjadi substansi utama dalam kehidupan sosial masyarakat maya. Hubungan yang di bangun dalam jaringan-jaringan computer, frekuensi radio, antena atau modem sesungguhnya adalah hubungan-hubungan sosial yang dibangun oleh anggota masyarakat untuk saling berinteraksi sedangkan mesin-mesin itu hanyalah media yang mereka gunakan.

Gaya hidup modern yang serba praktis ternyata membawa dampak terhadap perilaku masyarakat. Kehadiran perangkat teknologi yang serba canggih dan maji mampu mengambil alih peran sosial manusia sebagai bagian dari masyarakat. Terbentuknya komunitas-komunitas online dalam masyarakat perkotaan merupakan contoh dari fenomena pergeseran makna sosial dalam kehidupan masyarakat modern.

Masyarakat virtual, mungkin itulah gambaran yang relatif pas untuk komunitas ini. Melalui media internet interaksi sosial dapat terjadi dimana saja, kapan saja, dengan siapa saja tanpa harus bertatap muka secara langsung. Komunitas ini sudah jamak bagi masyarakat perkotaan. Jika dicermati, komunitas – masyarakat ini terbentuk berdasarkan kesamaan minat para anggotanya. Emulsi dari yang paling serius, seperti komunitas ilmiah atau komunitas budaya sampai dengan yang paling ringan seperti hobi. Sebut saja komunitas Bis Mania yang mengakomodasi para pecinta dan pengguna transportasi darat.

Menjamurnya komunitas-komunitas online ini mencerminkan bahwa masyarakat modern cenderung hidup terkotak-kotak dalam minat dan perhatian masing-masing. Boleh jadi, ini adalah gaya hidup baru masyarakat modern.

## **B. CIRI-CIRI MASYARAKAT VIRTUAL**

Pada 1993 muncul konsep *komunitas virtual* (*virtual community*) oleh Howard Rheingold. sama halnya seperti komunitas di dunia nyata, adapun ciri-ciri masyarakat virtual :

### 1. Kesamaan hobi atau interest

Orang atau sekelompok orang membentuk sebuah komunitas diperlukan adanya kesamaan hobi/interest. Begitupun dalam Virtual Community. Kesamaan menjadi penting untuk membentuk sebuah komunitas yang solid.

### 2. Adanya interaksi yang teratur

Interaksi yang teratur menjadi penting untuk menjaga kontak dan kekompakan antar anggota komunitas.

### 3. Adanya identifikasi atau identitas

Identitas, sebagai pengenalan masing-masing anggota komunitas, mutlak harus terpenuhi. Dimana setiap orang memiliki identitas yang unik. Identitas bisa berupa nick name (dalam IRC), atau pun alamat email (dalam milis).

### 4. Fokus yang khusus terhadap satu hal

Dalam setiap komunitas, harus ada hal yang khusus terhadap satu hal. hal tersebut biasanya berupa topik, kesamaan hobi/interest.

### 5. Integrasi atau kesamaan antara isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung.

### 6. Isi diskusi harus sama dengan topik dalam komunitas tersebut.

Hal ini penting untuk menjaga supaya diskusi tetap berada pada jalurnya (sesuai topik dalam komunitas).

### 7. Keterbukaan suatu akses untuk informasi.

Dalam virtual community, harus ada keterbukaan akses untuk informasi dan orientasi komersial. Karena tiap anggota komunitas memiliki hak yang sama dalam mendapatkan informasi. Sehingga



setiap informasi yang dipunyai di-share kepada seluruh anggota komunitas.

Budaya dalam masyarakat virtual tercipta oleh tiga unsur yang sangat utama yaitu:

1. Kelompok yang senantiasa bekerja untuk menciptakan mesin-mesin canggih dan realistis.
2. Kelompok yang setiap saat menggunakan mesin-mesin itu untuk menciptakan karya-karya imajinasi yang menakjubkan dalam dunia hiper-realitas.
3. Masyarakat yang pada umumnya setiap hari menggunakan mesin-mesin dan karya-karya imajinasi itu sebagai bagian dari kehidupannya.

Kehadiran ruang sosial maya memberikan perspektif baru dalam memahami perkembangan teknologi media. Ruang sosial maya ini berguna untuk mengeksplorasi dan menyalurkan segala informasinya tanpa memperhatikan batasan-batasan ruang dunia nyata. Sebagai bentuk alegori dari kesiapan manusia menuju pemahamannya terhadap realitas kesadaran rasionalnya.

Masyarakat virtual adalah suatu bentuk proses komunikasi yang menggunakan teknologi sebagai sarana berkomunikasi antara satu pihak kepada pihak lain dan biasanya feedback dapat langsung diterima dengan proses penyampaian pesan melalui ruang maya (*cyberspace*) yang bersifat interaktif. Di dalam Komunitas virtual tentunya ada komunikasi virtual, yang mana itu merupakan komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan (melalui) *cyberspace*/ruang maya yang bersifat interaktif. Melakukan komunikasi menggunakan internet, dapat dibedakan menjadi tiga jenis komunikasi yaitu :

1. Asynchronous communication (komunikasi melalui media internet dengan pengirim dan penyampai pesan dalam berinteraksi tidak berada pada kedudukan tempat dan waktu yang sama, namun pesan tetap sampai pada tujuan / sasaran (penerima))
2. Synchronous communication (komunikasi melalui internet dengan interaksi yang bersamaan waktunya).

3. On Line Broadcast communication Adalah istilah komunikasi yang dilakukan melalui fasilitas web.

#### **Kelebihan Dan Kekurangan Masyarakat Virtual :**

Komunitas virtual mempunyai kelebihan atau keuntungan yang diperoleh sebagai berikut:

1. Sebagian besar anggota sebuah masyarakat nyata memanfaatkan komunitas virtual sebagai media berbagi yang nyaman dan leluasa.
2. Tidak semua komunitas nyata mempunyai masyarakat virtual, tetapi akan lebih baik jika keduanya saling melengkapi dan dimanfaatkan.
3. Dengan adanya sebuah komunitas virtual, maka anggotanya akan memperoleh manfaat yang lebih besar jika dibanding suatu masyarakat nyata tanpa komunitas online.
4. Keunggulan dengan adanya keberadaan masyarakat virtual melahirkan cara komunikasi yang tidak terikat oleh jarak dan waktu, sehingga dimungkinkan untuk mempererat solidaritas antar anggota (karena sering berkomunikasi).
5. Masalah yang sering dihadapi dalam pemanfaatan masyarakat online justru bukan karena kurangnya interaksi tatap muka antar anggota, tetapi lebih kepada cara penggunaan dan kebiasaan dalam memanfaatkan masyarakat virtual.

#### **Masyarakat virtual memiliki kelemahan yaitu :**

1. Pengguna internet yang terlalu berlebihan akan menjadi over dan kemungkinan menjadikan dunia maya menjadi suatu penyalur hasrat dan aka menjadi hyper.
2. *Cyberspace* menjadi penyalur hasrat seks, kejahatan, sadisme, kedangkalan.
3. *Cyberporn*, menjadi persoalan masa depan karena cyberspace yang tanpa identitas.
4. *Cybespace* menjadi ajang kebrutalan semiotic. Model Komunikasi Klasik Model komunikasi klasik adalah model komunikasi yang menggunakan seperti media massa seperti koran, televisi, radio, ataupun film. Model komunikasi klasik biasanya terjadi dua arah.

### C. KARAKTERISTIK MASYARAKAT VIRTUAL

Komunitas virtual dapat dikategorikan menjadi 4 kunci karakteristik, motif, kardinilitas, isi, dan otonomi :

1. Berdasarkan motifnya, masyarakat virtual dapat dibagi menjadi tiga, yang pertama adalah motif untuk menjalin hubungan antar manusia, yang kedua adalah motif untuk mendapatkan informasi, dan yang ketiga adalah motif untuk bertransaksi.
2. Berdasarkan kardinilitasnya, masyarakat virtual bisa bersifat interaksi satu ke satu, satu ke banyak dan banyak ke banyak. Kardinilitas menggambarkan siapa yang mengontrol proses pertukaran informasi. Contoh dari interaksi satu ke satu yaitu pada private chat.
3. Berdasarkan isinya, isi dari sebuah masyarakat virtual dapat berasal dari individu-individu yang berada di dalamnya berupa diskusi-diskusi online dan pembuatan halaman web (blog) dari individu-individu itu, bisa juga berasal dari penyedia layanan komunitas dan bersifat tradisional, dalam kasus ini adalah pemerintah yang memberikan pengumuman namun pengumuman itu harus bersifat konsisten dan terkontrol dengan ketat.
4. Berdasarkan otonomi yang dimiliki dari sebuah komunitas virtual memiliki arti apakah komunitas virtual itu berdiri sendiri atau dimiliki bersama oleh anggota komunitas dan memiliki aturan yang telah disepakati bersama antar anggota komunitas itu. Kombinasi yang sesuai dari karakteristik di atas akan menciptakan komunitas yang efektif berdasarkan masyarakat virtual, secara spesifik kombinasi yang cocok untuk komunitas di bidang e-government adalah komunitas dengan motif saling menukar informasi, memiliki infrastruktur satu ke banyak dan sumber isi dari berbagai sumber, dan memiliki otonomi tingkat tinggi.

Manfaat Masyarakat Virtual:

1. Bermain musik di dunia virtual secara sederhana dapat dengan mudah dipelajari. Dengan membunyikan tuts-tuts nada dan menghapal nya atau kita dapat memainkan lagu sesuai dengan irama sebagai mana aslinya di dunia nyata.

2. Komunikasi bisa terjalin dengan baik. Karena kesibukan masing-masing maka masyarakat virtual bisa berkomunikasi dengan lancar melewati internet.
3. Dengan ditemukannya berbagai teknologi oleh para penciptanya, maka kehidupan manusia saat ini sudah banyak dimudahkan
4. Sharing pengetahuan, pengalaman, dll.
5. Dari pertemuan dalam dunia maya, banyak pengetahuan yang diperoleh.
6. Pebisnis dapat mengiklankan produknya dan bahkan melakukan transaksi melalui komunitas ini.
7. Komunikasi yang terjadi, tidak menggunakan biaya yang mahal, untuk mendapatkan informasi yang banyak.
8. Menemukan teman/relasi baru, bahkan sebagai biro jodoh.

#### **D. FITUR MASYARAKAT VIRTUAL**

1. Content: artikel khusus mengenai suatu topik yang menarik.
2. E-mail: alamat e-mail dan komunikasi surat menyurat ditujukan langsung ke orang yang berhubungan langsung dengan topik yang diminati.
3. Instant messaging: kontak langsung secara pribadi (satu orang dengan satu orang) kepada teman melalui fasilitas komunitas.
4. Message boards: kegiatan dan aktifitas mengirimkan pesan kepada seluruh anggota komunitas dan expert online (administrator).
5. Expert online : administrator yang ditunjuk untuk menindak lanjuti adanya suatu pertanyaan, kritik, maupun saran.
6. Web page creation: web yang sifatnya personal maupun kelompok.

#### **E. MASYARAKAT VIRTUAL DENGAN ANGGOTA TERBANYAK**

1. Skype (663 juta pengguna per Maret 2010)
2. Skype merupakan layanan yang membuat pengguna bisa melakukan panggilan suara dan video serta ngobrol melalui internet. Hebatnya layanan yang disediakan oleh skype adalah gratis. Skype sendiri didirikan pada 2003 oleh Niklas Zennstrom dari swedia dan Janus Friis dari Denmark.

3. Tencent QQ (636 juta pengguna per Nopember 2010)  
Dikenal dengan QQ, tencent QQ merupakan layanan instant messaging terpopuler di China. Tencent QQ di dirikan oleh Ma Huateng pada 11 November 1998 di Shenzhen China. Ma Huateng sendiri merupakan seorang pengusaha China yang mendirikan perusahaan internet ternama di China bernama Tencent Inc. QQ sendiri secara resmi baru diluncurkan pada Februari 1999.
4. Facebook (600 juta pengguna per Januari 2011)  
Situs jejaring social ini diluncurkan pada Februari 2004 di bawah naungan Facebook Inc. social media yang didirikan oleh Mark Zuckerberg ini berhasil meraup lebih 600 juta pengguna aktif pada Januari 2011. Facebook sendiri memungkinkan penggunanya untuk membuat profil pribadi, memasukkan pengguna lainnya sebagai teman, dan bertukar pesan, catatan, foto dan video.
5. Qzone (480 juta pengguna per Maret 2011)  
Satu lagi dari Negara tirai bamboo, Qzone. Merupakan situs jejaring social yang dibuat pada 2005 oleh Tencent, sebuah perusahaan internet ternama di China. Layanan ini memperbolehkan pengunjung untuk menulis blog, menyimpan catatan harian, mengirim foto, dan mendengarkan music. Uniknya, kebanyakan layanan ini tidak tersedia gratis. Pengguna baru bisa mempergunakan layanan tambahan tanpa membayar lagi setelah membeli Canary Diamond. Versi mobile pun tersedia, tetapi juga dengan biaya ekstra.
6. Windows Live Messenger (330 juta pengguna per Juni 2009)  
Awalnya bernama MSN Messenger dan merupakan layanan instant messaging yang dibuat oleh Microsoft. Saat ini layanan ini dirancang bekerja di windows XP, windows vista, windows 7, windows mobile, windows CE, Xbox 360, Blackberry OS, iOS, Java ME, S60 on Symbian OS dan Zune HD

## **F. KODE ETIK TIDAK TERTULIS DALAM KOMUNITAS VIRTUAL**

Interaksi dalam jaringan internet khususnya mailing list terlihat dalam bentuk pesan-pesan yang ditulis antara pengguna internet satu dengan pengguna internet lainnya. Dalam internet, meskipun ia adalah dunia tanpa batas yang memungkinkan setiap orang bisa mendapatkan

informasi yang diinginkan, namun tidak berarti dalam dunia maya tersebut tidak ada kode etik. Dalam masyarakat virtual terdapat kode etik tidak tertulis yang disebut dengan netuquette sebagai sarana untuk mengatur agar tidak terjadi masalah. Netuquette memiliki fungsi dalam pergaulan agar hubungan selalu baik.

Ada tiga prinsip yang menjadi cakupan netiquette:

1. Sumber informasi yang digunakan bersama. Meski merupakan sumber informasi yang tak terbatas, sebenarnya sumber-sumber tersebut dimiliki oleh orang lain. Karena itulah disini berlaku conserve bandwidth saat melakukan aktivitas dengan internet, yang artinya jangan mengirim pesan yang terlalu panjang jika pesan pendek sudah cukup. Menggunakan program atau file yang sudah dikompres dan menggunakan sumber informasi terdekat adalah hal yang dianjurkan dalam prinsip ini.
2. Perlindungan informasi, ini terkait dengan etos kerja di mana anda diharapkan untuk tidak menggunakan sumber informasi pada jam sibuk (memperlamban sistem ketika pemilik sumber informasi memerlukan). Atau jangan terlalu berlebihan saat menggunakan sumber informasi.
3. Perilaku umum. Prinsip yang terakhir ini berkaitan dengan sikap hormat dan sopan sebagai pengguna internet kepada orang lain. Hal ini bisa diterapkan misalnya dengan:
  - a. Mengirim surat pribadi dengan tidak lupa mencantumkan identitas pengirim secara lengkap dan tidak lupa untuk menulis subyek surat elektronik (e-mail) yang cukup menggambarkan isi surat keseluruhan.
  - b. Tidak mengirim pesan yang sama ke banyak newsgroup atau mailing list (kelompok diskusi) karena hal ini merupakan pemborosan karena tidak semua orang membutuhkan informasi yang dikirimkan.
  - c. Meneruskan surat berantai ke alamat e-mail lain. Kalau anda mengirim pesan yang tidak bermanfaat dan tidak dikenal sebaiknya langsung menghapus e-mail tersebut. Bukan malah meneruskannya ke alamat lain (Kompas, 17 Oktober 2005 : 45). Lebih jelas lagi Shea (2004 : 1-10) dalam artikelnya yang berjudul

The Core Rule of Netiquette memberikan sepuluh peraturan ketika berinteraksi dalam cyberspace.

Ketika kita berada dalam dunia maya misalkan kita sedang internetan, sejatinya di dalam internetan juga ada etikanya. Yaitu etika komunikasi di internet atau internet etiquette (netiquette, netiket). Ada sopan santun dalam komunikasi online sebagai etika pergaulan dunia maya, email, whatsapp.

Rule 1: *Remember The Human* (Ingat, pengguna internet juga manusia)<sup>4</sup>

Saat kita berinteraksi di cyberspace kita harus bisa membayangkan bahwa "sesuatu" yang kita ajak berkomunikasi di ujung sana adalah seorang manusia sama seperti kita. Seperti apa yang pernah diajarkan oleh orang tua atau guru kita yang sering mengatakan: jika dirimu tidak ingin disakiti oleh orang lain maka jangan sakiti mereka/meski kemungkinan kecil kita bisa melihat ekspresi wajah, tubuh maupun suara. Kemungkinan terjadinya kesalahpahaman diantara para partisipan sering terjadi, terutama bila kita berinteraksi dengan pengguna internet lain yang tak pernah kita temui dan berasal dari latar belakang budaya yang berbeda. Sehingga kita harus selalu ingat bahwa orang yang kita ajak berinteraksi juga manusia yang memiliki perasaan sama seperti kita.

Rule 2: *Adhere To The Same Standards of Behaviour Online That You Follo In Real Life Cyberspace* (Etika komunikasi dunia nyata berlaku di dunia maya)

Merupakan tempat yang memungkinkan orang untuk berbuat apa saja, karena kemungkinannya sangat kecil untuk memberikan sanksi-sanksi tertentu jika terjadi pelanggaran seperti memasuki area privacy orang lain atau juga menyakiti perasaan mereka, sehingga memungkinkan pengguna untuk melakukan apa saja yang dikehendaki. Sehingga asumsi ethics dalam dunia cyber lebih rendah dibandingkan dengan real life. Tetapi Shea menyanggah hal ini: The confusion may be understandable, but these

---

<sup>4</sup> artikel Virginia Shea (*Netiquette, by Virginia Shea, published by Albion Books, San Francisco (info@albion.com). ©1994 Virginia Shea*) berjudul *The Core Rule of Netiquette*.

people are mistaken. Standards of behavior may be different in some areas of cyberspace, but they are not lower than in real life.

Rule 3: *Know Where You Are In Cyberspace* (Kenali aturan main di forum online)

Ada baiknya kita mengetahui di mana ruang yang sedang kita pakai untuk berdiskusi. Misalnya ketika kita sedang mengikuti talk show untuk acara gosip tertentu mungkin di televisi akan sangat cocok jika kita melakukannya. Tetapi hal ini tidak akan pernah mendapat tanggapan jika kita sedang aktif dalam mailing list para jurnalis misalnya. Sehingga ada baiknya kita selalu memperhatikan identitas karakter dari ruang diskusi yang sedang kita ikuti. Karena satu topik tertentu yang banyak mendapat tanggapan luar biasa di satu tempat belum tentu terjadi hal yang sama di tempat yang lain.

Rule 4: *Respect Other's People Time and Bandwidth* (Hargai waktu dan 'kuota' orang lain)

Ada kalanya pengguna menggunakan dial up ketika mereka sedang berinteraksi dalam sebuah ruang tertentu. Sehingga waktu merupakan sesuatu yang memiliki korelasi yang positif dengan bills yang harus ia tanggung. Sehingga sebaiknya pesan yang dikirimkan tidak bertele-tele agar tidak membuang waktu untuk orang lain bisa membaca pesan kita atau menghabiskan memori.

Rule 5: *Make Yourself Look Good Online* Kualitas (Tampil baik di dunia daring)

kita dinilai bukan dari bentuk rambut, merek baju yang kitapakai, atau cantik tidaknya kita. Kualitas kita dilihat dari bagaimana kita menulis. Kesan baik terbentuk dari bahasa tulisan kita : ejaan dan struktur kalimat yang dipakai oleh pengguna. Sehingga sebaiknya memakai kalimat-kalimat yang tidak menyakiti hati.

Rule 6: *Share Expert Knowledge* (Bagikan pengetahuan dan keahlian Anda)

Salah satu tuntutan diciptakannya cyberspace karena saintist meminta adanya kebebasan mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya. Sehingga



ketika di internet sebaiknya kita menggunakan kesempatan berdiskusi ataupun berinteraksi untuk berbagi pengetahuan yang bermanfaat.

Rule 7: *Help Keep Flame Wars Under Control* (Kendalikan emosi)

Menjaga kondisi interaksi tetap berada di bawah kontrol. Menghindari terjadinya "flaming" (misalnya kondisi di mana partisipan bersikukuh saling mempertahankan opini yang akhirnya memungkinkan partisipan lain mengeluarkan kata-kata yang kurang menyenangkan).

Rule 8: *Respect Other's People Privacy* (Kendalikan emosi)

Memahami dan menghargai privacy orang lain.

Rule 9: *Don't Abuse Your Power* (Jangan salah gunakan wewenang)

Meski beberapa partisipan memiliki keahlian yang lebih atau informasi yang lebih banyak dari pengguna yang lain.

Rule 10: *Be forgiving of other people's mistakes* (Maafkan kesalahan orang lain)

Demikianlah bahasan tentang netiket, *netiquette*, etika internet, atau etika komunikasi di internet alias "sopan-santun internetan" versi Virginia Shea, tentu dengan "sedikit" modifikasi dari saya.

## G. RANGKUMAN MATERI

Secara umum masyarakat adalah sejumlah manusia yang merupakan satu kesatuan golongan yang berhubungan tetap dan mempunyai kepentingan yang sama. Seperti; sekolah, keluarga, perkumpulan. Negara semua adalah masyarakat. Definisi lain dari Masyarakat juga merupakan salah satu satuan sosial sistem sosial, atau kesatuan hidup manusia. Berbicara mengenai ciri ciri masyarakat, maka dapat dipaparkan mengenai ciri-ciri masyarakat menurut Soerjono Seakanto sebagai berikut :

1. Hidup Berkelompok
2. Melahirkan Kebudayaan
3. Adanya Perubahan
4. Selalu Berinteraksi

## 5. Memiliki Kepemimpinan

- Masyarakat Virtual

Masyarakat adalah kelompok-kelompok orang yang menempati sebuah wilayah (territorial) tertentu, yang hidup secara relative lama, saling berkomunikasi, memiliki symbolsimbol dan aturan tertentu serta system hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki system stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relative dapat menghidupi dirinya sendiri.

- Ciri-ciri Masyarakat Virtual

1. Kesamaan hobi atau interest
2. Adanya interaksi yang teratur
3. Adanya identifikasi atau identitas
4. Fokus yang khusus terhadap satu hal
5. Integrasi atau kesamaan antara isi diskusi dengan komunikasi yang berlangsung.
6. Isi diskusi harus sama dengan topik dalam komunitas tersebut.
7. Keterbukaan suatu akses untuk informasi.

- Karakteristik Masyarakat Virtual

Komunitas virtual dapat dikategorikan menjadi 4 kunci karakteristik, motif, kardinilitas, isi, dan otonomi :

1. Berdasarkan motifnya, masyarakat virtual dapat dibagi menjadi tiga, yang pertama adalah motif untuk menjalin hubungan antar manusia, yang kedua adalah motif untuk mendapatkan informasi, dan yang ketiga adalah motif untuk bertransaksi.
2. Berdasarkan kardinilitasnya, masyarakat virtual bisa bersifat interaksi satu ke satu, satu ke banyak dan banyak ke banyak. Kardinilitas menggambarkan siapa yang mengontrol proses pertukaran informasi. Contoh dari interaksi satu ke satu yaitu pada private chat.
3. Berdasarkan isinya, isi dari sebuah masyarakat virtual dapat berasal dari individu-individu yang berada didalamnya berupa diskusi-diskusi online dan pembuatan halaman web (blog) dari individu individu itu, bisa juga berasal dari penyedia layanan komunitas dan bersifat

tradisional, dalam kasus ini adalah pemerintah yang memberikan pengumuman namun pengumuman itu harus bersifat konsisten dan terkontrol dengan ketat.

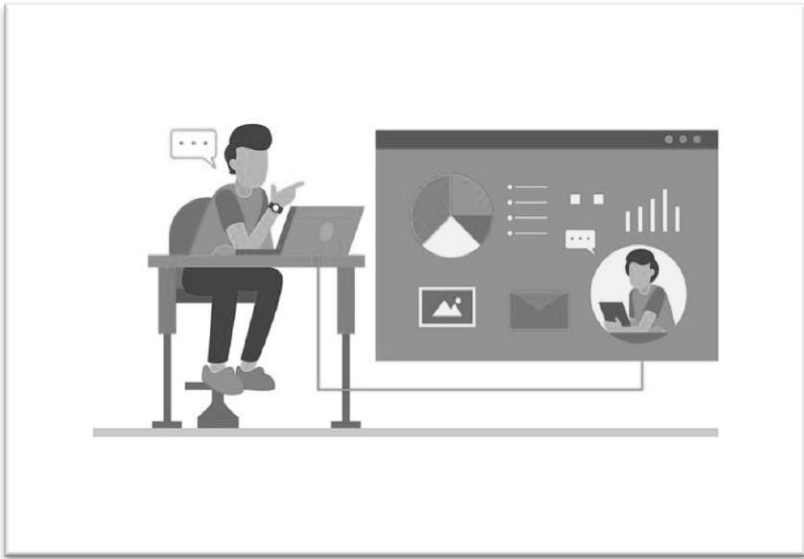
4. Berdasarkan otonomi yang dimiliki dari sebuah komunitas virtual memiliki arti apakah komunitas virtual itu berdiri sendiri atau dimiliki bersama oleh anggota komunitas dan memiliki aturan yang telah disepakati bersama antar anggota komunitas itu. Kombinasi yang sesuai dari karakteristik di atas akan menciptakan komunitas yang efektif berdasarkan masyarakat virtual, secara spesifik kombinasi yang cocok untuk komunitas di bidang e-government adalah komunitas dengan motif saling menukar informasi, memiliki infrastruktur satu ke banyak dan sumber isi dari berbagai sumber, dan memiliki otonomi tingkat tinggi.
- Manfaat Masyarakat Virtual:
    1. Bermain musik di dunia virtual secara sederhana dapat dengan mudah dipelajari. Dengan membunyikan tuts-tuts nada dan menghafal nya, atau kita dapat memainkan lagu sesuai dengan irama sebagai mana aslinya di dunia nyata.
    2. Komunikasi bisa terjalin dengan baik. Karena kesibukan masing-masing maka masyarakat virtual bisa berkomunikasi dengan lancar melewati internet.
    3. Dengan ditemukannya berbagai teknologi oleh para penciptanya, maka kehidupan manusia saat ini sudah banyak dimudahkan
    4. Sharing pengetahuan, pengalaman, dll.
    5. Dari pertemuan dalam dunia maya, banyak pengetahuan yang diperoleh.
    6. Pebisnis dapat mengiklankan produknya dan bahkan melakukan transaksi melalui komunitas ini.
    7. Komunikasi yang terjadi, tidak menggunakan biaya yang mahal, untuk mendapatkan informasi yang banyak.
    8. Menemukan teman/relasi baru, bahkan sebagai biro jodoh.

## **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan ciri-ciri masyarakat menurut para ahli!
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan Masyarakat Virtual?
3. Dari sekumpulan masyarakat bisa melahirkan kebudayaan jelaskan
4. Pada 1993 muncul konsep komunitas virtual (virtual community) oleh Howard Rheingold. sama halnya seperti komunitas di dunia nyata. Sebutkan ciri-ciri masyarakat virtual yang dimaksud:
5. Di era sekarang yang biasa kita sebut dengan dengan era virtual memiliki kelebihan dan kekurangan. Sebutkan kelebihan dan kekurangan

## DAFTAR PUSTAKA

- Kuntjaraningrat, Pengantar Ilmu Antropologi, Jakarta, Rineka Cipta, Oktober 2002
- Soekanto, Soerjono, Sosiologi suatu pengantar, Jakarta : Rajawali Pers, 2010
- Soerjono Soekanto, 2003, Op Cit, hlm. 318.
- artikel Virginia Shea (*Netiquette*, by Virginia Shea, published by Albion Books, San Francisco (info@albion.com). ©1994 Virginia Shea) berjudul *The Core Rule of Netiquette*.



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 5: SOLIDARITAS MASYARAKAT VIRTUAL

Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M.

Universitas Telkom

---

# BAB 5

## **SOLIDARITAS MASYARAKAT VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Dewasa ini semakin menghadirkan teknologi cerdas dan efisien, yang juga berdampak menghasilkan ruang besar tanpa batas, wilayah borderless, yang bisa digunakan bersama. Manusia merupakan salah satu dari makhluk hidup yang ada di muka bumi tumbuh dan berkembang biak yang kini penduduk bumi sudah milyaran. Dana Kependudukan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNFPA) menyatakan di pertengahan abad ke-20, penduduk bumi tahun 1950 berjumlah 2,5 miliar jiwa. Pada tahun 2011 bertambah menjadi 7 miliar jiwa, sebelas tahun kemudian atau tahun 2022 penduduk bumi sebesar 8 miliar jiwa.

Psikolog Amerika Serikat ternama David McClelland (1958) mengembangkan pertama kali konsep kebutuhan yang berfokus pada motivasi manusia. *Achievement motivation theory* (AMT) oleh McClelland mempunyai nama, seperti McClelland's Three Needs Theory atau McClelland's Acquired Needs Theory.

Teori ini memiliki tiga jenis kebutuhan yang mendasari motivasi manusia meliputi:

1. *Need for Achievement* (N-Ach), yaitu kebutuhan manusia untuk meraih atau mendapatkan sesuatu. Kebutuhan ini digunakan ketika manusia ingin membuktikan sesuatu, maka manusia akan mencari sebuah pengakuan. Berkaitan dengan pembelajaran suka menerima tanggung jawab, menetapkan tujuan prestasi yang moderat dan memperhitungkan resiko dan membutuhkan umpan balik atas kinerja.

2. *Need for Power (authority) (N-Pow)*, yaitu kebutuhan manusia untuk mendominasi, mempengaruhi orang lain, dan memiliki kuasa atas orang lain. Personal power dan institutional power. Berkaitan dengan pembelajaran keinginan untuk berinteraksi dengan orang lain dan hubungan sosial lebih penting daripada penyelesaian tugas.
3. *Need for Affiliation (N-Affil)*, yaitu kebutuhan manusia untuk berada di suatu tempat, menjadi bagian dari sesuatu seperti kelompok sosial, mengembangkan hubungan, dan menjalin persahabatan. Berkaitan dengan pembelajaran kebutuhan dengan mengkonsentrasikan diri dengan mempengaruhi orang lain dan memenangkan argumentasi.

Setiap orang akan memiliki ketiga kebutuhan ini dan penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan yang ingin diwujudkan. Contohnya, seseorang yang memiliki *Need for Achievement (N-Ach)* yang tinggi akan lebih banyak digunakan untuk melakukan negosiasi interpersonal. Selain itu, seseorang yang memiliki *Need for Power (N-Pow)* yang tinggi akan lebih banyak digunakan untuk memotivasi tim kerja maupun lingkungan tempat dia bekerja. Dalam konsep kebutuhan yang terkenal bahwa manusia paling dasar membutuhkan Solidaritas adalah representasi kesadaran dan tindakan dalam wilayah sosial. Dalam solidaritas terdapat kesadaran tentang keterbatasan sekaligus keterikatan antar manusia. Kesadaran itu mendorong suatu tindakan bersama demi tujuan atau nilai tertentu.

Kata solidaritas berdasarkan etimologinya, berasal dari kata Prancis, *solidaire* dan *solidarite* yang berarti kesatuan dan persetujuan akan suatu perasaan atau tindakan tertentu, terlebih dalam suatu kelompok individu dengan kesamaan tertentu. Makna kata dalam Bahasa Indonesia solidaritas adalah sifat (perasaan) solider; sifat satu rasa (senasib dan sebagainya); perasaan setia kawan (<https://kbbi.web.id/solidaritas>).

## **B. SOLIDARITAS SOSIAL**

Solidaritas merupakan konsep kesetiakawanan yang diperkenalkan oleh Emile Durkheim pada 1858. Pakar Durkheim, solidaritas adalah suatu hubungan antara individu atau kelompok yang terikat dengan perasaan



moral dan kepercayaan yang dianut bersama dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama.

Sosiologi adalah ilmu yang membahas mengenai berbagai aspek dalam masyarakat dan pengaruhnya bagi kehidupan manusia. Seorang sosiolog Emile Durkheim menyatakan solidaritas sosial yaitu sebuah situasi dan keadaan hubungan antara orang-perorangan maupun kelompok yang didasarkan pada kepercayaan yang dianut serta perasaan moral dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama. Solidaritas yang berdasarkan atas hubungan social yang ditujukan sebagai kekuatan moral yang mengendalikan individu, dalam waktu bersamaan memiliki aspek kesukarelaan dan karakter asli.

Durkheim menjelaskan pula bahwa solidaritas sosial sebagai proses sosial yang dapat mempersatukan masyarakat, dan anggota-anggotanya dapat melihat dirinya sebagai bagian dari kelompok tersebut. Solidaritas terdapat dalam berbagai lapisan masyarakat yang bekerja seperti perekat sosial, seperti adat istiadat, nilai, dan kepercayaan yang dianut bersama oleh anggota-anggotanya dalam kesadaran kolektif serta ikatan. Masyarakat dibagi kedalam dua tipe solidaritas, yaitu solidaritas mekanis dan solidaritas organik. Solidaritas mekanis merupakan solidaritas yang didasarkan atas persamaan. Individu pada masyarakat tipe solidaritas mekanis ini diikat dalam suatu bentuk solidaritas yang memiliki kesadaran kolektif yang sama dan kuat.

Solidaritas sosial adalah suatu relasi yang mengikat setiap individu dalam masyarakat yang atas dasar kepercayaan yang diyakini dan perasaan moral bersama. Emile Durkheim (1858-1917) mengandaikan bahwa semakin modern masyarakat, bentuk solidaritas akan semakin organik. Solidaritas dijelaskan sebagai suatu hubungan yang mengikat setiap individu dalam masyarakat yang didasarkan pada kepercayaan yang dianut dan perasaan moral bersama. Menurut Durkheim solidaritas sosial merupakan suatu keadaan hubungan antara orang-perorangan maupun kelompok yang di dasarkan pada kepercayaan yang dianut serta perasaan moral dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama (Nasution, 2009). Solidaritas didasarkan atas hubungan masyarakat yang ditujukan sebagai kekuatan moral yang mengendalikan individu, dalam waktu bersamaan memiliki aspek kesukarelaan dan karakter asli (Scoot, 2011)

Konsep Durkheim (1858) mengenai *The Division of Labour in Society*, yang kemudian August Comte beragumen bahwa banyak dari peristiwa yang dapat disusut melalui pembagian kerja yang semakin bertambah (Ritzer, 2012: 144). Di dalam masyarakat yang lebih sederhana, orang melakukan hal yang pada dasarnya sama, seperti bertani dan mereka mempunyai pengalaman-pengalaman yang sama dan akibatnya mempunyai nilai-nilai bersama. Sebaliknya, di dalam masyarakat modern atau masyarakat di era digital ini, dimana setiap orang mempunyai pekerjaan yang berbeda, Ketika orang yang berbeda diberi berbagai tugas yang terspesialisasi, maka mereka tidak lagi memiliki pengalaman-pengalaman bersama.

Durkheim (1893) menegaskan bahwa layanan-layanan ekonomis ini dapat memberikan efek moral dan menciptakan perasaan solidaritas antara dua orang atau lebih. Dalam perspektif sosiologi, keakraban hubungan antara kelompok masyarakat tidak hanya dinilai sebagai alat untuk mencapai cita-cita, tetapi keakraban tersebut juga menjadi tujuan utama dari kehidupan kelompok masyarakat yang ada. Keadaan kelompok yang semakin kokoh menunjukkan bahwasanya telah terjadi solidaritas yang kokoh pula, yang mana ditandai dengan munculnya rasa saling memiliki dan emosional yang kuat antara individu satu dengan yang lain.

Manusia perlu terus beradaptasi dan melakukan perubahan seiring dengan perkembangan politik, lingkungan, ekonomi, sosial, budaya dan teknologi. Kemunculan teknologi digital dan komputasi juga perlu dimanfaatkan untuk menciptakan lingkungan hidup yang lebih baik dan menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapi masyarakat di masa modern. Selain itu, dewasa ini, dunia sedang menghadapi berbagai permasalahan yang mengancam kehidupan manusia, seperti ketimpangan ekonomi, krisis iklim hingga ancaman terorisme. Pada tahun 2015, PBB juga telah merancang program Sustainable Development Goals (SDGs) sebagai upaya untuk menyusun solusi bagi isu-isu yang berkembang di masyarakat, serta mencapai pertumbuhan ekonomi dan sistem yang komprehensif demi mewujudkan keberlanjutan bagi dunia. Digitalisasi yang berhasil mentransformasikan industri dan infrastruktur sosial menuju digital telah terjadi di berbagai negara.

Bangsa Indonesia telah lebih dulu menetapkan tanggal sebagai Hari Kesetiawakanan Nasional (HKSAN). HKSAN bermula dari usaha bangsa Indonesia mempertahankan kemerdekaan pada 1945 hingga 1948. Pada Juli 1949, Kementerian Sosial yang berkedudukan di Yogyakarta, ibukota Indonesia menyadari bahwa harus ada pemulihan sosial masyarakat Indonesia. Ketika agresi Belanda dengan politik *divide et impera*-nya (1946 hingga 1948), telah membuat bangsa Indonesia cenderung berjuang secara sporadic. Terjadi beberapa daerah melakukan pemberontakan dan mendeklarasikan negara sesuai ideologi yang menimbulkan trauma sosial yang mendalam di hati masyarakat Indonesia.

Kementerian Sosial waktu itu mengadakan program penyuluhan sosial bagi tokoh-tokoh masyarakat dan kursus bimbingan sosial bagi calon pekerja sosial.

Tujuannya supaya dapat menanggulangi dan mengatasi permasalahan sosial yang sedang terjadi. Melalui berbagai upaya tersebut, diharapkan nilai kesetiakawanan sosial yang telah tumbuh di dalam masyarakat itu kemudian mekar lagi. Selanjutnya dijadikan sebagai Hari Sosial. Hari Sosial pertama kali diperingati pada 20 Desember 1958 dicetuskan oleh Menteri Sosial, H Moeljadi Djojomartono. Pada 1976 Hari Sosial diganti Namanya menjadi Hari Kebaktian Sosial. Kemudian, pada 20 Desember 1983 Hari Kebaktian berubah nama menjadi HKSAN

Solidaritas Internasional ditandai saat Deklarasi Milenium, 8 September 2000, para pemimpin dunia dan PBB sepakat bahwa solidaritas adalah nilai yang penting bagi hubungan internasional di abad ke-21. Mengingat globalisasi dan ketidaksetaraan yang semakin meningkat, PBB menyadari bahwa solidaritas dan kerja sama internasional yang kuat.

Tujuan Solidaritas Internasional atau Pembangunan Milenium, yaitu antara lain mewujudkan perdamaian, keamanan dan perlucutan senjata; memajukan pembangunan ekonomi dan melakukan pengentasan kemiskinan; melindungi lingkungan hidup; melindungi HAM; mengembangkan demokrasi dan pemerintahan yang baik; dan melindungi kaum rentan. Majelis Umum PBB mengumumkan bahwa Hari Solidaritas Internasional akan berlangsung pada 20 Desember setiap tahun. Bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya memajukan agenda pembangunan internasional dan mempromosikan pemahaman

global tentang nilai solidaritas manusia. Majelis Umum mempromosi budaya solidaritas dan semangat berbagi penting dalam memerangi kemiskinan dan ketidakadilan sosial.

Kemudian peningkatan permasalahan kemakmuran, kesejahteraan, dan kerusakan lingkungan hidup PBB mendeklarasikan Pembangunan Berkelanjutan tahun 2015, pelaksanaan SDGs dari 2015 s/d. 2030.

Tujuan SDGs meliputi:

1. Memberantas kemiskinan global.
2. Menghilangkan pola konsumsi yang tidak berkelanjutan.
3. Memfasilitasi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.
4. Perlindungan social dan lingkungan.

Setiap negara-negara anggota PBB wajib melaksanakan dengan cara:

1. Forum sosialisasi melalui seminar, diskusi, dan FJD.
2. Pengembangan Keterampilan social.
3. Meningkatkan pemahaman SDGs dalam bidang Pendidikan.
4. Meningkatkan kerjasama dari semua komponen pentahelix.
5. Kepastian inisiatif berkembang dari atas ke bawah dan sebaliknya.
6. Memotivasi kelompok social atau komunitas.



Gambar 1. Sumber:

<https://www.publichealthnotes.com/18-challenges-mdg-16-positive-scopes-sdg/>

### C. BENTUK – BENTUK SOLIDARITAS

Sebuah konsepsi baru tentang sosial dalam kajian sosiologi muncul disebabkan oleh adanya krisis moralitas masyarakat modern apa yang disebut dengan solidaritas sosial. Emile Durkheim mencoba menafsirkan masalah sosial tersebut menggunakan ilmu sosiologinya yang baru untuk melihat fakta- fakta kehidupan moral menurut ilmu-ilmu positif.

Prinsip-prinsip solidaritas, di antaranya:

1. Terjaganya rasa persaudaraan dan pertemanan terhadap sesama
2. Timbulnya rasa kepedulian terhadap teman dan keluarga
3. Lebih peka terhadap lingkungan sekitar
4. Terjalannya kekompakan terhadap teman

Tesis *The Division of labor in society* karya Emile Durkheim menjelaskan bahwa masyarakat modern tidak disatukan dalam melakukan pekerjaan-pekerjaan yang sama melainkan pembagian kerja sendirilah yang menarik masyarakat dan memaksa masyarakat modern untuk bergantung satu sama lain. Jika dilihat seperti tampak pembagian kerja hanya suatu ketergantungan berdasarkan ekonomis, tetapi Durkheim berargumen “layanan-layanan ekonomis yang dapat ia berikan tidak begitu penting dibandingkan dengan efek moral yang ia hasilkan dan fungsinya yang sebenarnya ialah untuk menciptakan perasaan solidaritas antara dua orang atau lebih”.

Perubahan di dalam pembagian kerja itu Durkheim melahirkan sebuah konsepsi bentuk solidaritas yaitu solidaritas mekanik dan solidaritas organik.

#### 1) Solidaritas Mekanik

Solidaritas mekanik yaitu mengarah pada masalah transisi dari tradisional ke modern. Inilah yang mencirikan “solidaritas mekanis” masyarakat tradisional sebagai solidaritas yang tergantung pada “keseragaman” anggota-anggotanya, yang mana dalam kehidupan bersamanya diciptakan bagi keyakinan dan nilai-nilai bersama. Dalam kondisi solidaritas mekanis, menurutnya “individualitas tidak berlaku”. Sebab “kesadaran individual” tergantung pada kolektif dan mengikuti pada gerakannya. Jadi, solidaritas mekanis lebih memberi peluang seluas-luasnya bagi kebersamaan tanpa batas. Dengan begitu logika individual

begitu saja terenyahkan. Tiada keputusan individu untuk mewarnai keputusan kolektif. Hukuman hanya ada pada masyarakat kolektif. Proses penyeragaman ini menjadikan masyarakat tradisional semakin kecil kesempatannya untuk sekedar membuat keputusan individual (Beilharz, 2003).

Solidaritas Mekanik memiliki karakteristik berikut:

- a. Pembagian kerja rendah
- b. Keadaan kolektif kuat
- c. Hukum represif lebih dominan
- d. individualisasi rendah
- e. Konsensus terhadap pola normatif
- f. Keterlikatan komunitas dalam menghukum orang yang menyimpang
- g. Secara relatif saling ketergantungan itu rendah
- h. Bersifat primitif atau pedesaan

Dalam masyarakat, manusia hidup bersama dan berinteraksi, sehingga timbul rasa kebersamaan diantara mereka. Rasa kebersamaan ini milik masyarakat yang secara sadar menimbulkan perasaan kolektif. Selanjutnya, perasaan kolektif yang merupakan akibat dari kebersamaan, merupakan hasil aksi dan reaksi diantara kesadaran individual. Jika setiap kesadaran individual itu menggemakan perasaan kolektif, hal itu bersumber dari golongan khusus yang berasal dari perasaan kolektif tersebut. Pada saat solidaritas mekanik memainkan perannya, kepribadian tiap individu boleh dikatakan lenyap, karena ia bukanlah diri individu lagi, melainkan hanya sekedar makhluk kolektif.

Individu-individu diserap dalam kepribadian kolektif. Solidaritas mekanik tidak hanya terdiri dari ketentuan yang umum dan tidak menentu dari individu pada kelompok, kenyataannya dorongan kolektif terdapat dimana-mana, dan membawa hasil dimana-mana pula. Dengan sendirinya, setiap kali dorongan itu berlangsung, maka kehendak semua orang bergerak secara spontan dan seperasaan. Masyarakat yang dibentuk oleh solidaritas mekanik, kesadaran kolektif melingkupi seluruh masyarakat dan seluruh anggotanya, dia sangat diyakini, sangat mendarah daging, dan isinya sangat bersifat religious. Sementara dalam masyarakat yang memiliki solidaritas organik, kesadaran kolektif dibatasi pada sebagian

kelompok, tidak dirasakan terlalu mengikat, kurang mendarah daging, dan isinya hanya kepentingan individu yang lebih tinggi dari pedoman moral (Ritzer and Goodman, 2008). Masyarakat yang menganut solidaritas mekanik, yang diutamakan adalah perilaku dan sikap. Perbedaan tidak dibenarkan. Menurut Durkheim, seluruh anggota masyarakat diikat oleh kesadaran kolektif, hati nurani kolektif yaitu suatu kesadaran bersama yang mencakup keseluruhan kepercayaan dan perasaan kelompok, dan bersifat ekstrim serta memaksa (Sunarto, 2004).

## 2) Solidaritas Organik

Solidaritas Organik adalah solidaritas yang terbangun dan beroperasi di dalam masyarakat kompleks berasal dari sekedar ketergantungan dari kesamaan bagian-bagiannya. Perbedaan-perbedaan yang membentuk kesatuan baru ini tentu bersifat saling melengkapi dan tidak saling bertentangan, karena setiap peran yang terspesialisasi penampilannya tergantung pada kegiatan-kegiatan orang atau kelompok organisasi yang saling berhubungan di dalam suatu kegiatan dan aktifitas tak satupun berdiri lepas satu sama lain solidaritas organik dengan demikian, adalah sebuah kesatuan dari sebuah keseluruhan yang bagian-bagiannya berbeda-beda berhubungan dengan cara sedemikian rupa sehingga masing-masing membantu mencapai tujuan-tujuan keseluruhan.

Ciri-ciri Solidaritas Organik sebagai berikut:

- a. Pembagian kerja tinggi
- b. Kesadaran kolektif rendah
- c. Hukum restitutif dominan
- d. Individualitas tinggi
- e. Konsensus pada nilai-nilai abstrak dan umum itu penting
- f. Badan-badan kontrol sosial yang menghukum orang yang menyimpang
- g. Saling ketergantungan yang tinggi
- h. Bersifat industrial perkotaan

Fungsi pembagian kerja bukanlah sebagaimana mungkin diharapkan, dan sebagaimana dikatakan Adam Smith, meningkatkan produktifitas, melainkan untuk memungkinkan sebuah kehidupan sosial yang integral

tidak tergantung pada sebuah keseragaman dalam bagian-bagian sistem itu. Inilah kemudian yang diikutinya dari Marx dan Comte, yang keduanya itu berpikir bahwa pembagian kerja mau tidak mau pasti membedah tatanan sosial. Pada solidaritas organik ini menyebabkan masyarakat yang ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya, karena adanya saling ketergantungan ini maka ketidakhadiran pemegang peran tertentu akan mengakibatkan gangguan pada sistem kerja dan kelangsungan hidup masyarakat. Keadaan masyarakat dengan solidaritas organik ini, ikatan utama yang mempersatukan masyarakat bukan lagi kesadaran kolektif melainkan kesepakatan yang terjalin diantara berbagai kelompok profesi. Kemasyarakatan. Selanjutnya, kesadaran para individu yang bersangkutan mencakup akan gambaran-gambaran kesadaran kolektif yang mengandung ide saling ketergantungan dengan kerjasama. Kesadaran itu bukanlah harmoni kepentingan yang artificial karena mencakup sebuah ketergantungan satu sama lain.

Solidaritas sosial virtual bisa dikategorikan solidaritas organik. Hal ini sejalan juga dengan periodeisasi revolusi industri mulai dari:

- 1) Revolusi industri 1.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan mesin,
- 2) Revolusi industri 2.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan transportasi atau otomasi,
- 3) Revolusi industri 3.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan dari komputer atau komputasi
- 4) Revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan adanya era kebangkitan internet.
- 5) Revolusi industri 5.0 merupakan era kebangkitan society.

Warga net (netizen) atau masyarakat virtual yang mana internet sebagai jejaring komunikasi yang sudah menjadi kebutuhan utama masyarakat berinteraksi. Masyarakat virtual

Istilah Masyarakat 5.0 memiliki maksud mewujudkan masyarakat baru kelima dengan memanfaatkan inovasi dan transformasi digital dengan tahapan berikut:

- 1) Society 1.0 masyarakat berburu.
- 2) Society 2.0 masyarakat agraris.



- 3) Society 3.0 masyarakat industry.
- 4) Society 4.0 masyarakat informasi.
- 5) Society 5.0 (super smart society). Masyarakat 5.0 ialah masyarakat yang berpusat pada manusia yang menyeimbangkan kemajuan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui sistem yang sangat mengintegrasikan ruang virtual (non fisik) dan ruang fisik (<https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat>)



Gambar 2. Sumber:

<https://www.kompasiana.com/andidwiryanto/620fe14651d76471ad402f76/data-digital-indonesia-tahun-2022>

#### D. KELOMPOK SOSIAL

Konsep kelompok adalah beberapa individu yang pola interaksinya terorganisir dan terjadi secara kontinyu. Kelompok merupakan kumpulan individu yang bersatu karena mempunyai kesamaan identitas, yang terikat dalam kepentingan dan perasaan yang sama, sekaligus membedakan karakteristik mereka dengan individu lain dalam masyarakat. Kelompok sosial adalah gabungan dari beberapa manusia dalam sebuah teritorial yang hidup bersama dan di dalamnya terdapat hubungan antar satu sama lain. Hubungan tersebut merupakan hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dan sesuatu perasaan atau kesadaran untuk saling menolong antar anggota kelompoknya. Pengertian lain menyebutkan bahwa kelompok sosial ialah kumpulan yang terdiri dari lebih dari dua

atau lebih individu yang hidup bersama dalam kesatuan dan saling berinteraksi, serta saling mempengaruhi dengan kesadaran untuk saling tolong menolong (Wulansari, 2013).

Dasarnya manusia merupakan makhluk social yang mempunyai naluri untuk hidup serta membutuhkan manusia lain atau yang disebut dengan gregariousness. Manusia membutuhkan orang lain untuk saling membantu satu sama lain. Kelompok sosial merupakan kesatuan sosial yang terdiri atas beberapa manusia yang hidup dalam suatu tempat serta mengadakan suatu hubungan timbal balik yang cukup mendalam dan teratur, sehingga diharapkan adanya norma-norma tertentu, pembagian tugas, serta struktur yang berlaku.

Dari beberapa definisi di atas, jadi kelompok sosial adalah sekumpulan manusia yang saling berhubungan satu sama lain dan memiliki kesadaran untuk saling membantu sama lain yang didasari atas perasaan serta identitas yang sama dan saling mempengaruhi satu sama lain.

Manusia yang berkumpul dalam suatu tempat dapat dikatakan sebagai suatu kelompok sosial, ada juga yang tidak digolongkan sebagai kelompok sosial. Soerjono Soekanto membagi persyaratan terbentuknya kelompok sosial, yaitu:

- 1) Terdapat perasaan bahwa dia merupakan bagian dari kelompok pada setiap anggotanya,
- 2) Terdapat hubungan timbal balik antara individu yang satu dengan individu yang lainnya,
- 3) Adanya faktor-faktor yang dimiliki semua anggota sehingga hubungan antar anggota bertambah erat, seperti kesamaan tujuan, pemikiran, pekerjaan, dan lain-lain,
- 4) Mempunyai pola perilaku Berstruktur dan berkaidah
- 5) Memiliki sistem serta proses.

Mac Iver (1985) mengungkapkan bentuk-bentuk kelompok sosial dapat digolongkan menjadi beberapa sudut atau menurut kriteria ukurannya. Bentuk-bentuk kelompok sosial yang ada di masyarakat antara lain:

- 1) Kelompok Sendiri (In-group) dan Kelompok Luar (Out-group)
- 2) Kelompok Primer (Primary Group) dan Kelompok Sekunder (Secondary Group)
- 3) Paguyuban dan Patembayan

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, dan pada umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari Bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak".

Jenis-jenis Komunitas terbagi menjadi 3 komponen (Crow dan Allan, 2002):

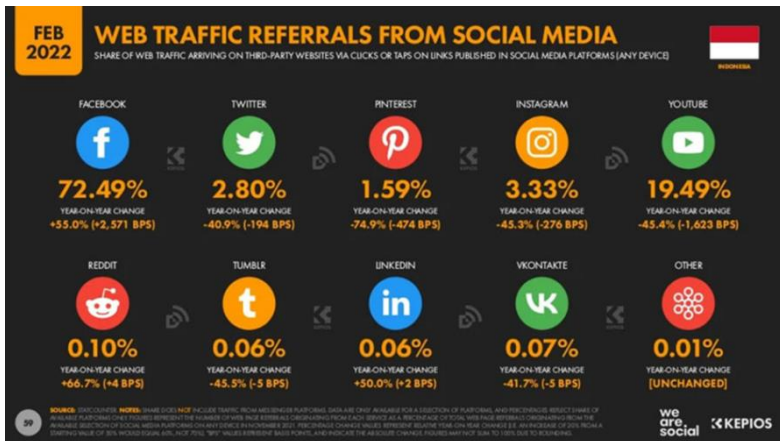
- 1) Berdasarkan Lokasi atau Tempat: Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat di mana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. Dan saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi dan memberikan kontribusi bagi lingkungannya.
- 2) Berdasarkan Minat: Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, atas dasar hobi, ras, agama, pekerjaan, suku. Komunitas berdasarkan minat memiliki jumlah terbesar karena melingkupi berbagai aspek, contoh komunitas pecinta perangko disebut *filateli*.
- 3) Berdasarkan Komuni: Komuni dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

## E. MEDIA SOSIAL

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: blog, twitter, Whatsapp, instagram dan lain-lain. Definisi lain dari social media juga di jelaskan oleh Antony Mayfield (2008). Menurutnya media sosial adalah media dimana

penggunanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds (dengan avatar/karakter 3D). (prezi.com)

Meskipun banyak perdebatan tentang posisi dan fungsi media sosial, akan tetapi sebagian besar pengamat komunikasi sepakat dan sependapat bahwa berdasarkan perangkat yang digunakan media sosial yaitu teknologi komunikasi terutama internet maka media sosial termasuk ke dalam kategori new media. Media sosial turut menyebabkan perubahan pada media massa. Hal ini dapat dilihat dari esensi isi pesan media sosial yang bersifat personal dan privat berada pada media global. (Santoso, 2011, hlm. 44).



Gambar 3. Sumber:

<https://gaungmedia.com/2022/07/26/pengguna-sosial-media-dan-internet-indonesia-2022/>

Media sosial menurut Utari adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya dan seterusnya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas (Utari, 2011).

Media social memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

1. Media social adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi social manusia menggunakan internet dan teknologi web.
2. Media social berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (“*one to many*”) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (“*many to many*”). Media social mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

## **F. MOTIVASI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL**

Internet telah menjadi kebutuhan primer bagi setiap manusia. Kenapa demikian, hal ini seperti yang dinyatakan oleh Sari menurutnya internet kini telah menjadi bagian hidup kita sehari-hari. Informasi apapun yang ingin kita dapatkan dapat secara mudah kita lakukan dengan mengakses internet. Bahkan perusahaan yang tidak memiliki akun di internet saat ini dapat diragukan kebonafitasnya.

Penggunaan media sosial tidak dapat terlepas dari motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukannya. Secara teori terdapat beberapa motivasi yang mendorong seseorang untuk menggunakan media social seperti yang disebutkan oleh McQuail (2000) yang dikutip Ratu berikut ini:

1. Faktor informasi; konsep hyperlink dan meme di internet memudahkan penggunaannya dalam pencarian informasi. Melalui internet pengguna akan dihadapkan pada gelombang informasi yang sangat banyak dan diperlukan bagi orang yang pertama kali menggunakan internet untuk dapat difungsikan secara optimal.
2. Identitas personal; pengguna menggunakan media social dalam rangka mengasosiasikan social media dengan karakter tertentu pada dirinya sendiri.
3. Faktor social live dan interaksi social; internet telah berhasil selangkah meninggalkan media konvensional.
4. Faktor hiburan; orang banyak menggunakan media social dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan dan hiburan (Uma, 2014)

Berikut beberapa karakteristik yang ada pada media social yaitu:

1. Partisipasi Mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audience (media massa/media siaran).
2. Keterbukaan Kebanyakan media social terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai social untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).
3. Perbincangan Memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara two way.
4. Komunitas Media social memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tayangan TV favorit).
5. Konektivitas merupakan suatu hubungan yang saling berkesinambungan antara hal satu dengan hal lain.

## **G. MASYARAKAT VIRTUAL**

Dunia baru yang terbentuk dari perubahan teknologi dari peradaban berburu, social, industry, informasi dan internet dengan fenomena aplikasi media social. Keinichi Ohmae (1991) mengungkapkan “dunia tanpa batas (borderless world)”. Terjadi perubahan besar dan mendasar pada tatanan social dan budaya dalam skala global terjadi yang globalisasi. Perkembangan ini membentuk dunia baru yang mengubah pengertian mengenai masyarakat, komunitas, komunikasi, interaksi budaya dan masyarakat. Penggunaan internet sudah menjadi kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari realitas kehidupan umat manusia sehari-hari di era digital. Akses internet yang semakin mudah dan murah memberikan kontribusi yang tak terhingga bagi realitas virtual oleh pengguna internet melalui ruang virtual seperti media social, dan situs dengan menggunakan perangkat multimedia seperti ponsel pintar (smartphone).



Gambar 4.

Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi sekarang ini, sebaiknya kita lebih gencar lagi mengembangkan aksi solidaritas sosial itu secara virtual, termasuk berderma melalui uang elektronik. Dengan begitu, kita sekaligus mewujudkan cashless society.

Charity Aid Foundation (CAF) merilis World Giving Index (WGI) pada pertengahan 2021 lalu. Melalui laporan tersebut, CAF mengungkapkan hasil survei terkait negara paling dermawan di dunia.



Gambar 5. Sumber:

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221007180049-36-378116/ini-5-negara-paling-dermawan-di-dunia-indonesia-peringkat-1>

Delapan media social yang memiliki aplikasi pesan mengajak berdonasi sebagai wujud solidaritas sosial ruang virtual antara lain: 1. Whatsapp 2. Instagram 3. Facebook 4. Twitter 5. Line 6. YouTube 7. TikTok 8. Email

Tipe *crowd-funding* yang populer di masyarakat yaitu donation-based *crowd-funding* sebagai salah satu jenis penggalangan dana yang paling umum dan biasanya hanya meminta sedikit sumbangan uang dari sejumlah besar orang untuk sebuah proyek serta tidak menawarkan imbalan apa pun kepada mereka yang memberikan dana. Semua dana yang terkumpul akan diberikan dalam bentuk donasi yang bersifat masalah social, bencana alam, pengobatan, pengobatan covid-19, dan kemanusiaan yang sedang terjadi saat pendanaan dilakukan. Donasi paling baik digunakan untuk mengumpulkan uang untuk kebutuhan pribadi serta proyek berbasis komunitas.

Beberapa situs *crowd-funding* untuk menggalang dana yang aman, mudah, nyaman dan terpercaya di Indonesia:

1. Kolase.com adalah situs *crowd-funding* paling aman pertama di Indonesia yang menyajikan beragam pilihan campaign bagi pelaku industri kreatif, baik itu musisi, pegiat event, penulis buku, maupun creative planner lainnya.
2. Akseleran adalah P2P lending platform di Indonesia yang menghubungkan UKM yang membutuhkan pinjaman untuk mengembangkan usaha dengan kumpulan pemberi pinjaman yang memiliki dana lebih untuk mendanai pinjaman tersebut.
3. Kitabisa.com adalah situs ini tampaknya sudah dikenal oleh banyak kalangan di Indonesia. Mengutip dari halaman kitabisa.com, website tersebut merupakan situs yang mewadahi orang untuk berdonasi maupun menggalang dana.
4. Ayopeduli.id adalah salah satu situs *crowd-funding* asal Indonesia yang bertujuan untuk mempertemukan masalah sosial dan pemberi solusi.
5. Gandeng Tangan adalah untuk memfasilitasi kebutuhan finansial usaha mikro. Gandeng Tangan hadir untuk mempermudah para pelaku usaha mikro untuk mendapatkan tambahan untuk modal usaha.



Masyarakat ruang virtual hendaknya cerdas dalam menangkap informasi dari sumber terpercaya lakukan cek dan ricek. Beberapa kasus minta penggalangan dan ternyata untuk kepentingan, pribadi, kelompok yang bertentangan dengan hukum positif di Indonesia.

## H. RANGKUMAN MATERI

Solidaritas masyarakat virtual adalah perasaan solider social dalam ruang virtual pada platform digital memanfaatkan aplikasi situs *crowd-funding* dan media social. Penggalangan dana dengan ruang lingkup global tanpa batas.

Solidaritas terbentuk berasal dari lokasi, minat, hobi, kesukaan, ide, profesi, ras, suku, agama dan pemikiran serta perasaan senasib. Penyebaran informasi di masyarakat virtual berlangsung sangat cepat. Hati-hati juga informasi yang diperoleh berupa hoaks dari penyebar berita yang mencari kesempatan dari kesempatan orang.

## TUGAS DAN EVALUASI

Tugas dan evaluasi terhadap pemahaman materi bab ini terdiri dari 5 (Lima) buah pertanyaan yang bersifat tekstual ataupun kontekstual analisis berikut:

1. Jelaskan yang dimaksud dengan solidaritas, jenis dan tujuannya!
2. Bagaimana prinsip-prinsip dan jelaskan!
3. Apakah hakikat solidaritas dan jenis-jenis solidaritas berikan contohnya!
4. Bagaimana efektifitas solidaritas social virtual?
5. Jelaskan dua ruang solidaritas social? Berikan contoh!

## DAFTAR PUSTAKA

- Beilharz. 2003. Teori-Teori Sosial. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Liliweri, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara
- Nasution, Zulkarnain. 2009. Solidaritas Sosial dan partisipasi Masyarakat Desa Transis. Malang: UMM Press.
- Paul B. Horton dan Chester L. Hunt (Alih Bahasa: Aminuddin Ram dan Tita Sobari). 1984. Sosiologi Edisi Ke 6. Jakarta: Erlangga.
- Ritzer & Goodman, 2008. Teori Sosiologi Modern. Jakarta: Kencana.
- Sunarto, 2004, Pengantar Sosiologi. Edisi revisi. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Scoot, John. 2011. Sosiologi: The Key Concepts. Jakarta: Rajawali.
- Santoso. 2011. Dinamika Kelompok, Jakarta: Bumi Aksara.
- Soerjono Soekanto.2013. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers.
- Syarbaini, Syahril dan Fatkhuri. 2016. Teori Sosiologi Suatu Pengantar. Bogor: Ghalia Indonesia
- Selo Soemardjan dan Soelaeman Soemardi. 1964. Setangkai Bunga Sosiologi Edisi Pertama. Jakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Soekanto, Soerjono. 2013. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali Pers
- Uma. 2014. Jurnal Penelitian: Media Sosial Dan Perkembangan Fashion Hijab (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Motif, Pola dan Pengaruh Penggunaan Media Sosial. dalam Perkembangan Fashion Hijab pada Komunitas Solo Hijabers)
- Upe, Ambo. 2010 Tradisi Aliran dalam Sosiologi Dari Filosofi Positivistik ke Post Positivistik. Jakarta: Rajawali Pers
- Utari. 2011. Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Yogyakarta: Aspikom.
- Wulansari, C. Dewi. 2013. Sosiologi Konsep Dan Teori. Bandung: Refika Aditama.

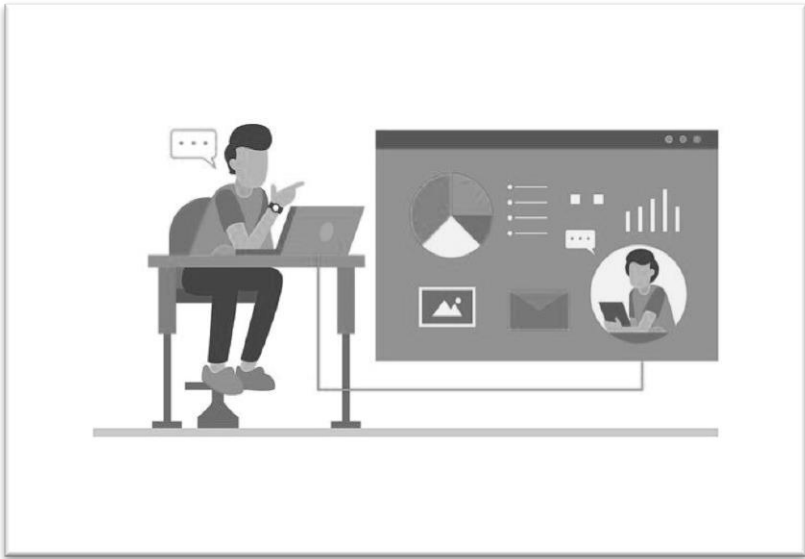
<https://lindungihutan.com/blog/media-sosial-untuk-mengajak-berdonasi/>

<https://cerdasbelanja.grid.id/read/522508155/ini-beberapa-platform-crowdfunding-yang-cocok-untuk-menggalang-dana?page=all>

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-whatsapp/>

[http://prezi.com/vddmcub\\_-ss\\_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/](http://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/)

<https://nasional.kompas.com/read/2020/12/23/21080141/membangunan-budaya-solidaritas-di-era-virtual.>



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 6: MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG VIRTUAL

Nurul Islam, M.Si.

STAIN Majene, Sulawesi Barat

# BAB 6

## **MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Tujuan dari tulisan ini yakni mendeskripsikan media sosial, dan seperti apa media sosial sebagai ruang virtual. Selain itu, media sosial menjadi instrument jejaring di dunia maya. Era sekarang, tidak sedikit orang menggunakan media sosial sebagai sarana berinteraksi dan bercengkrama dengan orang lain dan sebagai instrument teknologi informasi. Apa saja informasinya kita mudah dapatkan di media sosial.

Tulisan ini juga akan mengulas Bagaimana mekanisme media sosial sebagai sarana jejaring sosial baru? Media sosial yang dikenal sebagai media baru ini merupakan media yang bisa digunakan dengan menggunakan internet. Menurut dataportal Indonesia bahwa jumlah pengguna internet pada kuartal pertama tahun 2022 bahwa pengguna internet di Indonesia 204.700 juta (Dataportal 2022). Penetrasi internet tersebut berada pada rata-rata 73.7 % dari total populasi penduduk di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet meningkat sekitar 2.100.000 juta atau naik 1 % dari tahun sebelumnya dan hanya 73.050.000 juta orang di Indonesia tidak menggunakan internet dari total populasi di Indonesia, yakni 277.700.000 penduduk.

Media sosial tidak berfungsi bila tidak terkonteksi teknologi internet. Berdasarkan kecepatan akses jaringan internet di Indonesia, menurut Ookla dalam Dataportal tahun 2022 bahwa pengguna internet di Indonesia dengan kecepatan akses jaringan internet melalui jaringan seluler yakni 15.82 Mbps dan jaringan fixed internet yakni 20.13 Mbps

(Dataportal 2022). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan internet dengan kecepatan internet meningkat sekitar 3.40 Mbps (27.4 %) dari 7 bulan sebelumnya pada awal tahun 2022, khususnya melalui akses mobile internet.

Sedangkan, data statistic pengguna internet di Indonesia pada Januari 2022, yakni 191.400.000 (Dataportal 2022). Berdasarkan jumlah tersebut pengguna internet 68.9 % dari total populasi penduduk Indonesia. Beberapa media sosial yang populer digunakan oleh pengguna internet di Indonesia yakni facebook, youtube, Instagram, TikTok, Facebook Messenger, LinkedIn, Snapchat, dan Twitter. Sedangkan, Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia yakni Youtube, terdapat 139.0 juta pengguna. Diikuti Facebook 129.9 juta pengguna, Instagram 99.15 juta pengguna, TikTok 92.07 juta pengguna, Facebook Messenger 28.40 juta pengguna, LinkedIn 20.00 juta pengguna, Snapchat 3.30 juta pengguna, dan Twitter 18.45 juta pengguna. Aplikasi media sosial ini menjadi ruang partisipasi masyarakat yang populer saat ini, bukan hanya memberikan interaksi, tapi menunjukkan model partisipasi masyarakat yang baru dalam berkomunikasi dan menjadi sarana informasi. Namun, kondisi tersebut tidak selamanya positif, sebab kadang-kala oknum tertentu memanfaatkan untuk hal-hal negative. Kampanye negative, bullying, fitnah, jual beli barang haram, trafficking, hingga agitasi untuk urusan politik.

Banyaknya pengguna media sosial secara langsung berada dalam ruang sosial yang menjadi instrument berinteraksi gaya baru. Lalu, Apa itu media sosial? Kenapa orang sangat senang menggunakan media sosial? apa saja aktivitas dalam media sosial? Apa Dampak media sosial? pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi hal yang disoroti. Sederhananya, media sosial merupakan media yang kita gunakan untuk bersosial. Media tersebut basisnya melalui internet. Hal yang patut dijelaskan secara detailnya yakni sosial dalam media sosial. Apa itu sosial? Secara terminology sosial merujuk pada kebutuhan yang manusia harus terhubung dengan orang lain (Safko 2010). Kita sebagai makhluk sosial melakukan interaksi dengan orang lain, sejak keberadaan manusia itu sendiri ada. Berinteraksi dengan dunia sekitar, bercengkrama dengan

kelompok, komunitas bahkan membentuk organisasi untuk mencapai tujuan Bersama. Hal itu dapat dilakukan dengan bersosial.

## **B. KONSEP MEDIA SOSIAL**

Menurut Kaplan dan Haenlein menyebutkan konsepsi Media social sebagai saluran berbasis internet yang dibangun berdasarkan teknologi 2.0, memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (Kaplan dan Haenlein 2010). Bagi Michael Mandiberg berpendapat bahwa gagasan 'media sosial' telah dikaitkan dengan berbagai konsep: konten buatan pengguna favorit media perusahaan (seperti Facebook, Twitter), budaya konvergensi yang berfokus pada industri media versi Henry Jenkins, 'orang-orang yang sebelumnya dikenal sebagai audiens' konsep Jay Rosen, 'media partisipatif' yang erat kaitannya secara politis, 'produksi sejawat berorientasi proses oleh Yochai Benkler, dan Web 2.0 berorientasi pemrograman komputer oleh Tim O'Reilly (Mandiberg 2012).

Lain halnya apa yang soroti oleh Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes (Carr dan Hayes 2015) bahwa media social adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara selektif, hadir sendiri, baik secara real-time atau tidak sinkron, dengan khalayak yang luas dan sempit, mampu mengkreasi konten yang dibuat pengguna dan adanya persepsi interaksi dengan pengguna lain. Bersosial media berarti individu saling berinteraksi dengan individu lain dan bahkan dalam bentuk kelompok serta komunitas.

Internet bukan sekedar instrument teknologi, namun ia diorganisir oleh kelompok atau institusi. Seperti Google, Facebook, Twitter dan lainnya. Mereka menghadirkan informasi, berita dan hiburan, atau bentuk interaksi lainnya dengan menggunakan fasilitas web 2.0. Tipe web ini merupakan cara baru dalam menggunakan internet untuk melakukan kolaborasi dan sharing data antara pengguna media sosial (Straubhaar, LaRose, dan Davenport 2012).

Bersosialisasi tersebut merupakan praktik berkomunikasi dengan orang lain, menyampaikan ide, membagi kebahagiaan, dan pengalaman. Kita sepakat bahwa tidak ada manusia yang tidak membutuhkan sosialisasi. Sebab tanpa sosialisasi kita menyatakan kepada diri kita bahwa kita mampu hidup sendiri. Padahal manusia tidak mampu hidup tanpa bantu

orang lain. Berinteraksi dengan orang lain secara tidak langsung menyatakan diri kita sebagai makhluk sosial.

Selain, makna Sosial tersebut, apa yang dimaksud media? Istilah media merujuk pada apa yang membuat kita terhubung dengan orang lain. Manusia menulis pesan melalui surat yang disampaikan melalui media kepada orang, menyampaikan pesan verbal melalui handphone, mengirim surat melalui email, video, dan emoticon (emotional conics) sebagai pesan nonverbal. Konsepsi tersebut menjadi implementasi dari media teknologi yang kita gunakan.

Media sosial menjadi instrument baru dalam berinteraksi. Kadang kita menyebutnya sebagai media baru. Media tersebut memungkinkan menjadi ruang public Bersama, siapapun bisa mengakses, menggunakan, baik dalam bentuk positif seperti bersilaturahmi, saling tukar pikiran, menyampaikan pendapat tentang hukum, politik dan diskusi tentang Pemerintahan. Bahkan, bentuk negative seperti informasi hoax. Namanya, ruang publik apapun didiskusikan, informasi apapun bisa di sharing dengan menggunakan Bahasa resmi atau Bahasa pasaran.

Menurut Kaplan dan Haenlein bahwa terdapat tipologi media sosial, yakni the concept of self-presentation dan type of social interaction (Kaplan dan Haenlein 2010). Kehadiran media sosial menghadirkan ruang ekspresi diri melalui presentasi diri dan perwujudan interaksi dengan orang lain. Pertama, self-presentation ini merujuk pada pengguna media sosial menunjukkan dirinya dalam bentuk visual atau kontak sosial, seperti ekspresi pesan berupa emotikon untuk memberikan apresiasi terhadap orang lain. Konsepsi ini memberikan penjelasan bahwa seseorang menampilkan dirinya secara visualisasi dan audio. Misalnya, akun media sosial di facebook dimana foto yang dipajang atau video yang diupload yang menampilkan dirinya. Serta bentuk-bentuk ekspresi diri lainnya, seperti simulasi game yang menunjukkan dirinya mahir dalam game online tersebut.

Keduanya, social interaction merujuk pada sejauh mana intensitas individu dalam menggunakan media sosial untuk sarana hubungan dengan orang lain. Salah satu indicator untuk mengukur interaksi sosial yakni physical contact yang ditemui melalui interaksi satu sama lain melalui terdapatnya derajat keintiman (intimacy) dan kesegeraan (immediacy).



Keakraban antara individu melalui komunikasi interpersonal terwujud melalui, salah satu contohnya, mengirim pesan singkat (chatting) di Whatsapp atau mengirim surat secara elektronik (email). Sisi lain, seseorang memungkinkan berinteraksi secara langsung tanpa jeda (real time) melalui system sinkronus, seperti yang digunakan dalam zoom meeting, google meet dan lain sebagainya. Konsepsi social interaction ini dijelaskan dalam social presence theory disebutkan oleh Short, Williams dan Christie dimana kehadiran sosial hanya dapat terwujud melalui kontak sosial ditemukan proses sejauh mana setiap individu dapat berinteraksi secara intim tersebut (Short, Williams, dan Christie 1976).

Bagi Kaplan dan Haenlien (2010), Kehadiran sosial dapat dilihat melalui sejauh mana mereka mampu mengurangi ketidakpastian bagi penggunanya. Konsepsi ini erat kaitannya kekayaan media. Konsepsi ini bermaksud bahwa media sosial berusaha meminimalisir hal-hal yang tidak pasti bagi umat manusia, seperti informasi terkait produk teknologi baru melalui review device tersebut untuk mempermudah keunggulan dan kelemahan teknologi tersebut. Orang saling balas chatting melalui aplikasi whatsapp untuk saling bertanya-jawab, koreksi dan mengurangi miscommunication. Artinya, media social sebagai richness media, dimana pengguna bisa saling menanyakan hal-hal yang tidak diinginkan atau tidak sesuai yang diinginkan. Kondisi tersebut memiliki Konsekuensi secara politik, khususnya pada masyarakat modern.

Dalam masyarakat modern, pilihan-pilihan dalam berinteraksi didasarkan pada diferensiasi peran sosial. Juga, manusia bertindak dalam kapasitas yang berbeda dalam peran sosial yang berbeda (Trottier dan Fuchs 2015). Pertimbangkan contoh pekerja kantor kelas menengah modern, yang juga memiliki peran sebagai suami, ayah, kekasih, teman, pemilih, warga negara, anak, penggemar dan tetangga, untuk tidak mengatakan apa-apa tentang berbagai asosiasi tempat ia berada. Dalam peran yang berbeda ini, manusia diharapkan untuk berperilaku sesuai dengan aturan khusus yang mengatur berbagai sistem sosial di mana masyarakat modern terdiri (seperti perusahaan, sekolah, keluarga, gereja, klub penggemar, partai politik, dan lain sebagainya).

Pandangan Trottier dan Fuchs ini merujuk pada konsepsi yang dibangun oleh Habermas, dimana menjelaskan tentang bagaimana masyarakat modern hidup dan berkembang dalam ruang yang berbeda. Hal ini dapat dilihat melalui peran yang berbeda. Habermas menyatakan bahwa modernitas menghasilkan 2 hal, yakni pemisahan antara ekonomi dari keluarga dan rumah sehingga ekonomi modern didasari pada kapital dan upah buruh. Konsepsi ini merujuk pada jarak ruang antara tempat kerja dan rumah, dimana orang telah berjauhan antara rumah dan tempat kerjanya hanya untuk memperoleh upah. Kedua, kemunculan ruang public politik, dimana manusia sebagai masyarakat yang memiliki hak suara, opini public, atau hak menyampaikan pendapat di ruang terbuka menjadi penanda bahwa era sekarang bukan lagi periode yang menggunakan system monarki. Kita bisa lihat kasus arab spring (Adryamarthanino 2022). Dimana media sosial, twitter, menjadi pendorong untuk menyampaikan pendapat dan terjadi eskalasi besar-besaran dimana-mana, khususnya di tanah arab.

### **C. MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG PUBLIK**

Kenapa media sosial sebagai ruang public? Istilah Ruang Publik diperkenalkan oleh Jurgen Habermas (1989). Menurut Habermas bahwa ruang public merupakan sesuatu yang spesifik sebagai ruang dimana orang bertemu, diskusi, dan pertukaran informasi tentang apapun itu memungkinkan memproduksi pandangan-pandangan umum atau opini public (Habermas 1989).

Bagi Habermas, ada tiga hal utama yang menjadi kategori institusional public sphere (Habermas 1989), yakni adanya kecenderungan untuk mengutamakan kesamaan yang ada pada mereka, Diskusi mengenai persoalan-persoalan publik yang kemudian demikian tuntas (sampai tidak ada lagi pertanyaan berkaitan dengan persoalan publik tersebut), dan terjadinya sebuah proses yang sama mampu mengubah kegiatan dan isu publik menjadi komoditas budaya yang mengandung prinsip-prinsip inklusif. Pertama, mewujudkan sharing informasi kepada semua orang melau media sosialnya masing-masing. Orang tidak segang-segang membagikan ide ke orang lain. Kedua, bertukar pikiran tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh masyarakat, seperti kebijakan dan program

Pemerintah, pemilu presiden, kasus korupsi, dan lain sebagainya. Proses diskusi tersebut tidak sedikit berujung pada saling menjelek-jelekan satu sama lain. Ketiga, berinteraksi dengan orang lain juga mewujudkan kebersamaan dengan tujuan menjunjung nilai-nilai inklusif. Menghormati perbedaan budaya dan agama salah satu perwujudan dari sikap inklusif, seperti menghormati perayaan agama lain, dan termasuk sikap moderat dalam beragama. Sehingga, ruang public untuk semua tercipta. Bagi Habermas, ruang public menjadi ruang equal bagi siapa saja.

Ketiga fondasi inilah yang kemudian menjadikan dasar dari para pakar selanjutnya untuk melihat perkembangan public sphere dalam tingkatan yang berbeda, lebih modern. Asumsi tersebut memunculkan konsepsi utama dimana Ruang public dalam masyarakat madani yakni social equality (Syahputra,2013).

Konsepsi ruang public menunjukkan bahwa bukanlah pertanyaan sederhana untuk memutuskan apakah dan seberapa sosial WWW sebenarnya. Oleh karena itu pendekatan teori sosial untuk memperjelas pengertian 'media sosial' dapat dikemukakan dengan mengidentifikasi tiga proses informasi sosial yang merupakan tiga bentuk sosialitas, yakni Cognition, Communication dan Cooperation (Trottier dan Fuchs 2015). Individu secara personal memiliki fitur kognitif tertentu yang mereka gunakan untuk berinteraksi dengan orang lain sehingga ruang interaksi bersama tercipta. Dalam beberapa kasus, ruang-ruang ini digunakan tidak hanya untuk komunikasi tetapi juga untuk produksi bersama kualitas baru dari keseluruhan sistem sosial dan pembangunan komunitas.

Ketiga gagasan tersebut, bagi Trottier dan Fuchs, berhubungan dengan berbagai bentuk sosialitas: gagasan kognisi terkait dengan konsep fakta sosial Emile Durkheim, konsep komunikasi dengan gagasan Max Weber tentang tindakan sosial dan hubungan sosial, konsep kerja sama dengan gagasan komunitas dan kerja kolaboratif. Menurut model ini, media dan platform online yang terutama mendukung kognisi (seperti situs web surat kabar) adalah media sosial (bentuk kognitif), yang terutama mendukung komunikasi (seperti email) adalah media sosial (bentuk komunikasi), dan yang terutama mendukung pembangunan komunitas dan kerja kolaboratif (seperti Wikipedia, Facebook) adalah media sosial (bentuk kooperatif).

Ini berarti bahwa media sosial adalah istilah yang kompleks dan ada berbagai jenis media sosial. Studi empiris menunjukkan bahwa perkembangan terbaru adalah bahwa ada peningkatan tertentu dari pentingnya media sosial (bentuk kolaboratif melalui sikap koperatif) di Internet, yang terutama disebabkan oleh munculnya situs jejaring sosial seperti Facebook, wiki seperti Wikipedia, dan mikroblog seperti Twitter.

Dalam bentuk penggunaan, orang memanfaatkan media sosial tentunya memiliki fungsi dan tujuannya masing-masing. Bukan hanya menghadirkan praktik sosial, tetapi juga mampu menunjukkan presentasi diri. Menurut Kaplan dan Haenlein bahwa terdapat klasifikasi media sosial, sebagai berikut.

**Table 1 Klasifikasi Media Sosial berdasarkan Kehadiran Sosial dan Presentasi Diri**

		Kehadiran Sosial dan Kekayaan Media		
		Rendah	Sedang	Tinggi
Self-Presentation/ Self-Disclosure	Tinggi	Blog	Situs jaringan sosial (misal: Facebook)	Dunia sosial virtual (misal: Second Life)
	Rendah	Proyek kolaborasi (seperti; Wikipedia)	Komunitas sharing konten (misal: YouTube)	Dunia Game Virtual (misal: World of Warcraft)

Sumber: Kaplan dan Haenlein (2010)

Ketika individu memiliki presentasi diri yang tinggi, maka akan cenderung rendah dalam kehadiran sosial, seperti pengguna blog. Individu tersebut hanya memenuhi subyektifitas diri sebagai individu yang menyampaikan gagasan melalui web blognya. Namun, rendah secara interaksi dengan orang lain. Berbeda dengan menyampaikan gagasan melalui facebook dan twitter, dari perspektif relasi sosial dengan orang lain sedang dan cenderung tinggi, dan sangat tinggi pada penggambaran diri, seperti apa dirinya terkait pandangannya atas suatu tema diskusi.

Tipologi yang dipetakan oleh Kaplan dan Haenlein, secara nyata dapat kita temui pada pengguna media sosial di Indonesia, dan dunia. Kolaborasi, komunikasi dan kognisi antara pengguna media sosial terbentuk melalui

klasifikasi media sosial tersebut mewujudkan lingkungan global baru atau kampung global seperti pandangan McLuhan. Terdapatnya fenomena setiap individu terhubung satu sama lain dan bentuk satu ruang global. Konsekuensi ini tercipta disebabkan oleh perkembangan dan kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan media yang menyatu dalam satu perangkat. Kita sebut sebagai media baru.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat 6 kategorisasi, dari 2 aspek yang dinilai (self-presentation dan social presence), yang disebutkan Kaplan dan Haenlein (2010). Pertama, Collaborative projects, merupakan bentuk interaksi dalam media sosial yang memungkinkan terjadi kombinasi dan kreasi konten yang berkelanjutan oleh banyak pengguna. Konsep proyek ini didasari pada kemampuan dalam kolaborasi kerja antar actor media sosial dalam menghasilkan konten yang menarik, seperti encyclopedia Wikipedia, dimana lebih dari 230 bahasa yang berbeda. Berbeda lagi dengan web Amazon yang menyediakan buku online berbayar. Kedua, Blogs, merupakan representasi dari bentuk media sosial yang memiliki ciri-ciri khusus yakni bertipe websites menampilkan konten yang didesain sesuai dengan keinginan penggunanya. Selain itu, blog juga menghadirkan persentasi diri melalui web pages. Kekurangannya yakni hanya mampu di manage oleh satu orang saja sebagai pengguna, creator, dan designer.

Ketiga, Content communities merujuk pada sharing konten media diantara pengguna. Komunitas pengguna media berada pada masyarakat global. Pengguna didasari pada komunitas konten tidak membuat halaman profil pribadi. Namun, halaman ini biasanya hanya berisi informasi dasar, seperti tanggal mereka bergabung dengan komunitas dan jumlah video yang dibagikan. Seperti youtube, dimana video dihasilkan oleh content creators dan kemudian mengunggah pada akun youtube mereka, sama halnya yang ada pada media Flickr yang membagi foto saja.

Keempat, Social Networking Sites merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna terhubung melalui menciptakan profile tentang informasi personal, mengundang tempat dan kolega lainnya untuk mengakses profile tersebut, dan mengirim emails dan pesan instan diantara penggunanya. Profile pribadi tersebut dapat berupa ragam informasi, termasuk foto, video, file rekaman suara, dan blogs. Media

sosial yang populer digunakan di Indonesia, salah satunya, facebook, seperti penjelasan diawal.

Kelima, Virtual Game Worlds, merujuk pada platforms yang merefleksikan tiga lingkungan dengan dimensi yang berbeda, yang mana pengguna dapat mempresentasikan dirinya melalui avatars dan berinteraksi dengan orang lain seperti mereka berada pada dunia nyata (real life). Konsepsi ini memunculkan 2 hal yang penting, yakni dunia game secara virtual dan menghadirkan iklan dalam game. Dunia virtual dihadirkan untuk memberikan rasa nyata dunia yang didesain untuk membuat orang mengalami simulasi. Dimana Kemampuan teknologi media elektronik memungkinkan dapat menciptakan realitas dengan menggunakan satu model produksi. Simulasi digunakan untuk menjelaskan dan membandingkan model dengan realitas, biasanya melalui Teknik computer (Pilliang 2003). Disebut Simulasi karena penciptaan model-model nyata yang tanpa asal-usul atau realitas awal. Pada perkembangannya biasa disebut Hyper-reality. Hal yang penting kedua yakni terdapat komersialisasi ditandai dengan adanya iklan dalam game. Hal ini akan menguntungkan bagi para perusahaan penyedia game online.

Keenam, Virtual social worlds merupakan tipe dunia virtual yang kedua, selain dunia game. Kategori yang terakhir ini merujuk pada kebiasaan sosial yang tidak biasa pada umumnya, dikarenakan perilaku sosial tercerabut dari dunia nyata yang terbebas dan hadir dalam kondisi virtual seperti dunia nyatanya. Dunia virtual sosial ini juga dapat menggunakan avatar dan berinteraksi dengan orang lain. Jadi, muncul pertanyaan apa dan bagaimana media sosial sebagai ruang virtual?

#### **D. RUANG VIRTUAL & JEJARING SOSIAL**

Media sosial sebagai media baru. Baru karena bentuk media sebelumnya, diperbaharui melalui bentuk lain yang lebih dimensional dan dinamis mengikuti perkembangan zaman, dan membentuk pola interaksi yang baru dalam kehidupan sosial. Kondisi tersebut tentunya tidak sulit diidentifikasi melalui karakteristik. Karakteristik struktur media baru yakni Terintegrasi ke dalam Telekomunikasi (Data communications dan Mass communications) menjadi single medium (Konvergensi), Interaktif, dan

Digital Code (Dijk 2006). Proses konvergensi yang dimaksud yakni media baru menghadirkan media yang satu namun di dalamnya terdapat 3 paduan, yakni telecommunication (seperti telepon), data communication (seperti jaringan computer, server-to-server), dan komunikasi massa. Konvergensi inilah yang kita kenal sekarang yakni kombinasi antara pengiriman data (melalui teks, suara, image dan data), terdapat layanan (penyediaan informasi sinkronous dan asinkronous), manajemen (pengaturan konten yang dikontrol oleh perusahaan, seperti penyedia aplikasi hiburan, aplikasi video untuk menonton siaran sepakbola), transportasi (menyuguhkan layanan internet telepon, internet TV), dan infrastruktur (transmisi yang terhubung satu-sama lain antara telepon dan computer data communications).

Karakteristik Interaktif merujuk pada aksi dan reaksi, melalui proses komunikasi yang face-to-face communication (komunikasi tatap muka). Menurut van Dijk dan De vos bahwa mendefinisikan interaktif dapat dilihat melalui empat tingkatan yakni pertama level interaktif yang memungkinkan terciptanya proses komunikasi dua sisi (narasumber dan audiens) dan multilateral (variatifnya model Kerjasama antar individu. Level ini memiliki dimensi, disebut dimensi space. Ruang merupakan definisi space dalam perspektif teknologi. Kedua, level interaktif yang memiliki derajat sinkronitas pada dimensi waktu. Level ini merujuk pada respon yang langsung atau tertunda, sinkronus atau asinkronus. Ketiga, level multilateral, dimana berinteraksi dengan orang lain. Seperti mengirim surat elektronik (e-ktp). Level ini merujuk pada dimensi behavioural. Dimensi ini didasari pada aktivitas pengirim dan penerima pesan saling bertukar peran.

Karakteristik terakhir yakni Digital code. Kode digital adalah karakteristik media teknis yang hanya mendefinisikan bentuk operasi media baru. Namun, ia memiliki konsekuensi substansial yang besar untuk komunikasi. Kode digital tersebut bahwa dalam menggunakan teknologi komputer, setiap item informasi dan komunikasi dapat diubah dan ditransmisikan dalam bentuk string satu dan nol yang disebut byte, dengan setiap 1 atau 0 menjadi sedikit. Kode buatan ini menggantikan kode alami dari pembuatan analog dan transmisi item informasi dan komunikasi (misalnya dengan berkas cahaya dan getaran suara).

Teknologi informasi dan komunikasi menjadi faktor utama munculnya media sosial. Perkembangan teknologi ini memunculkan komunitas baru yakni komunitas masyarakat maya. Komunitas ini merupakan perubahan dari masyarakat nyata yang ada di sekitar kita berimigrasi ke masyarakat yang baru, maya. Menurut Burhan Bungin (2006) menyebutkan bahwa Masyarakat maya ini muncul disebabkan 6 unsur. Pertama, Pola interaksi menyerupai sistem jaring laba-laba (paduan antara social contact dan instrumen teknologi komunikasi-informasi). Manusia berinteraksi mengandalkan jaringan melalui komunitas mereka. Jaringan ini dapat berupa anggota dalam kelompoknya dan di luar kelompok mereka. Dimulai dari mitra antara anggota kelompok berkembang menyerupai jaringan laba-laba. Pola itu dapat ditemukan pada proses mengizinkan data profile diakses, foto, video dan lainnya.

Kedua, Kelompok Sosial maya. Komunitas baru ini memiliki sesuatu yang tidak biasanya melalui model interaksi yang virtual. Orang tidak saling bertatap muka, dan tidak hadir secara fisik, namun mampu mengirim pesan, ide, gagasan, kesedihan, kebahagiaan hingga hal negative terjadi. Kelompok ini juga difasilitasi server-to-server melalui sistem internet yang terkoneksi secara global. Sederhananya, kehidupan sosial dalam dunia maya ini dimulai dari konektivitas server melalui satelit. Semakin banyak kelompok atau jaringan, maka semakin banyak orang melintasi jaringan tersebut seperti melalui aplikasi media sosial, twitter atau facebook. Sifat kelompok sosial dalam masyarakat maya memunculkan sifat kerumunan (crowd). Orang berkenang mengobrol melalui aplikasi whatsapp, berkenalan dan berkumpul (komunitas). Keberadaan tersebut menunjukkan adanya eksistensi kelompok melalui jaringan mereka sendiri.

Ketiga, Kebudayaan dan masyarakat maya. Kebudayaan merupakan salah satu ciri adanya masyarakat. Bagi Burhan Bungin, kebudayaan masyarakat dunia maya didasari pada budaya pencitraan dan makna yang direpresentasikan melalui ruang interaksi sosial yang simbolis. Orang dengan senang mengunggah foto personal mereka ke dalam akun media sosial mereka. Foto makanan yang disebarluaskan. Simbolisme ini merepresentasikan dirinya sebagai personal yang sosial-maya (sharing pesan melalui dunia maya). Teknologi media sosial tersebut menjadi



mesin pencipta kebudayaan baru yang memungkinkan tidak lepas dari urusan ekonomi melalui unggah yang populer atau viral. Sehingga, kebudayaan yang mereka ciptakan merupakan budaya yang tidak memiliki nilai sakral seperti kebudayaan masa lalu.

Keempat, Kontrol social masyarakat maya. Masyarakat dunia maya menjadikan media sosial sebagai sarana control sosial. Dimana hal itu dibangun Bersama sebagai sistem. Sebab, orang bisa lihat dan akses, memberikan komentar, tanggapan negative. Kondisi ini didasari oleh etika umum yang ada di dunia nyata di bawah ke dalam kehidupan dunia maya. Kelima, Stratifikasi social, kekuasaan dan kepemimpinan masyarakat maya. Dunia maya terdapat stratifikasi sosial yang dapat ditemukan melalui besaran jaringan. Konsepsi ini didasari pada seberapa besar kepemilikan jaringan dan informasi yang dapat diakses. Sederhananya, jumlah member masyarakat dunia maya pada setiap lalu lintas jaringan atau website menjadi dasar stratifikasi sosial.

Terakhir, Perubahan social dalam masyarakat maya dimana masyarakat nyata (dunia nyata) bermigrasi ke dunia maya. Revolusi ini merupakan perkembangan yang nyata, dimana dunia tidak selebar daun kelor. Juga, masyarakat terus membuat perubahan untuk keluar dari bayang-bayang kesempitan interaksi. Dampak yang lain yakni teknologi internet pada masyarakat maya ibarat mesin. Dimana tindakan tidak lagi menghadirkan secara penuh tubuh karena interaksi dengan alat/ mesin yang lebih pada bodyless, Tindakan mengalami pergerakan cepat dan memunculkan analisa, dan ketiga, Tindakan tidak lagi memiliki lokasi karena tubuh manusia terhubung secara global. Konsepsi ini yang dikemukakan oleh Hardiman dan mengkritik bahwa tugas etika komunikasi digital sesungguhnya menempatkan kembali tindakan manusia melalui komunikasi digital yang fluid dan anonym ke dalam ruang atau lokasi yang menjadi asal dari Tindakan, yakni kesadaran pelaku (Hardiman 2021).

Sederhananya terbentuknya masyarakat virtual didasari oleh penggunaan internet yang mana menunjukkan adanya isolasi dan alienasi diri dari dunia nyata serta tetap terpaku pada komputer (Christensen dan Levinson 2003). Kondisi lain, internet juga mampu membentuk komunitas virtual yang sama nyatanya dengan komunitas lainnya. Internet menjadi

instrumen utama dalam membentuk komunitas online. Istilah ini memiliki pengertian yang sama dengan *cyber-communities*. Masyarakat virtual, dalam pandangan Sosiologi Kontemporer, bahwa modernitas menyebabkan terkikisnya nilai-nilai dan struktur komunitas tradisional dan menggantikan hubungan yang impersonal dan nilai-nilai budaya yang terfragmentasi (Shumar dan Renninger 2002).

Dalam pandangan tradisional, masyarakat dipahami sebagai orang-orang yang terhubung secara geografis dan pertemuan tatap muka. Kondisi ini hilang sebagai prasyarat untuk ikatan komunal, di mana orang tidak perlu bertemu tatap muka namun mempertahankan hubungan pribadi dengan orang lain dalam konteks komunitas. Perspektif jejaring sosial memungkinkan kita menjelajahi beberapa ambiguitas komunitas online, seperti bagaimana komunitas dapat digunakan untuk merujuk pada jaringan 'orang asing' secara virtual yang bertukar ide dan informasi dan teman virtual yang memperdebatkan hal-hal krusial (Hayhornthwaite 2002).

Perubahan yang lain dari adanya revolusi teknologi tersebut mendorong perubahan melibatkan penyebaran internet broadband, konektivitas seluler, dan media sosial. Menurut Rainie dan Wellman (dalam Graham dan Dutton 2019) bahwa dunia sosial yang menurun tanpa henti atau dunia kemajuan yang tak henti-hentinya, melainkan, lingkungan baru "individualisme berjejaring" di mana jaringan pribadi orang yang terfragmentasi—yang dipupuk oleh interaksi digital—menyediakan banyak hal yang sama dengan yang disediakan oleh jaringan tradisional dan ketat di masa lalu, seperti kemampuan bersosialisasi dan dukungan.

Pada konteks era digital ini, komunikasi yang terbentuk melalui ruang siber (*cyberspace*). Menurut Yasraf Amir Piliang bahwa *Cyberspace* yakni sebuah ruang imajiner, dimana setiap individu melakukan apa yang hendak ingin lakukan melalui strategi atau Teknik baru (*artificial intelligence*) (Piliang 2012). Kemajuan teknologi ini mendorong manusia untuk masuk ke ruang baru bersifat maya dan artificial. Dimana kegiatan manusia dilakukan sehari-hari di dunia nyata bergeser ke dalam bentuk yang siber dan virtual. Bagi Yasraf, Imigrasi kerja dan interaksi ini merupakan hasil substitusi teknologi seperti *cyber-economy*, *cyber-education*, *cyber-culture*, *cyber-politics* dan sebagainya. Ruang ini

menciptakan model interaksi yang baru melalui masyarakat yang berjejaring atau *networking society*.

Artinya, masyarakat dunia terhubung satu-sama lain secara global melalui internet. Dimana kita dapat melihat bahwa jaringan media, jejaring sosial, dan jaringan ekonomi menjangkau ke sudut dan tepi terjauh dunia. Dunia kita telah menjadi benar-benar terhubung secara global. Dengan penyebaran TV satelit, telepon seluler, dan Internet yang cepat, negara-negara berkembang seperti Cina dan India dengan cepat berubah dari masyarakat pra-industri menjadi masyarakat massa industri dan sebagian bahkan masyarakat jaringan pasca-industri.

Jaringan tersebut dikenal dengan istilah *Network*. *Network* yakni kumpulan link antar elemen pada sebuah unit. Elemennya disebut *Nodes*, sedangkan unitnya disebut *system*. Link tunggal pada 2 element disebut *relationships* (Dijk 2006). Sedangkan, *Network Society* yakni menjelaskan bentuk dan organisasi yang memproses informasi dan perubahannya. Masyarakat jaringan dapat didefinisikan sebagai masyarakat informasi dengan jaringan media dan social pada semua level (dari individu hingga masyarakat luas).

Penyebab munculnya jaringan, bagi van Dijk (2006), yakni terdapatnya fenomena individu yang berjejaring menjadi dasar konsepnya, Konsep jejaring sebagai bukti kebutuhan social dalam masyarakat yang individual, Jaringan dapat dilihat sebagai *social counterparts of individualization*, jaringan membentuk struktur baru dalam masyarakat luas, dan jaringan ini berada dalam struktur dan sistem. Menurut Safko bahwa Jejaring sosial setua manusia yang telah ada (Safko 2010). Sama seperti di hampir setiap spesies lain, manusia memiliki kebutuhan instingtual untuk bersama, berkomunikasi dengan, dan berbagi pemikiran, ide, dan perasaan tentang kehidupan sehari-hari mereka. Hanya alat yang kita gunakan untuk berkomunikasi yang telah berubah selama ribuan tahun.

Mereka berjejaring, bukan hanya sekedar berinteraksi layaknya dalam dunia nyata. Namun, secara tidak langsung membangun komunitas melalui ruang virtual. Ruang dimana terdapat area yang hanya bisa diakses melalui jaringan internet. Kondisi tersebut menjadi suatu kebutuhan, bukan lagi hanya memenuhi kewajiban, seperti kuliah daring

menggunakan aplikasi zoom meeting, atau sekedar mengakses informasi terkait materi pembelajaran.

Istilah jaringan, bukan hanya terdapat pada jaringan sosial. namun, ada jenis yang lain terdiri dari Physical networks. Organic network, neuronal network, technical network, media network (Dijk 2006). Khusus, jaringan sosial merupakan sistem sosial yang memiliki ikatan yang jelas atau konkrit dalam hubungan yang abstrak. Hal yang dimaksud abstrak yakni karena setiap individu yang berinteraksi melalui proses yang tidak bertatap muka secara langsung layaknya dunia nyata. Interaksi tersebut dapat terwujud dalam bentuk relasi individu, organisasi, sosial dan relasi global.

## **E. RANGKUMAN MATERI**

Menurut Kaplan dan Haenlein menyebutkan konsepsi Media social sebagai saluran berbasis internet yang dibangun berdasarkan teknologi 2.0, memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna. Internet bukan sekedar instrument teknologi, namun ia diorganisir oleh kelompok atau institusi. Seperti Google, Facebook, Twitter dan lainnya. Mereka menghadirkan informasi, berita dan hiburan, atau bentuk interaksi lainnya dengan menggunakan fasilitas web 2.0. Tipe web ini merupakan cara baru dalam menggunakan internet untuk melakukan kolaborasi dan sharing data antara pengguna media sosial.

Tipologi media sosial, yakni the concept of self-presentation dan type of social interaction. self-presentation ini merujuk pada pengguna media sosial menunjukkan dirinya dalam bentuk visual atau kontak sosial, seperti ekpresi pesan berupa emotikon untuk memberikan apresiasi terhadap orang lain. social interaction merujuk pada sejauh mana intensitas individu dalam menggunakan media sosial untuk sarana hubungan dengan orang lain. Salah satu indicator untuk mengukur interaksi sosial yakni physical contact yang ditemui melalui interaksi satu sama lain melalui terdapatnya derajat keintiman (intimacy) dan kesegeraan (immediacy).

Menurut Habermas bahwa ruang public merupakan sesuatu yang spesifik sebagai ruang dimana orang bertemu, diskusi, dan pertukaran informasi tentang apapun itu memungkinkan memproduksi pandangan-pandangan umum atau opini public.

Terdapat 6 kategorisasi media sosial, yakni *collaborative projects*, *blogs*, *content communities*, *social networking sites*, *virtual game worlds*, dan *virtual social worlds*. Dalam Konteks era digital, komunikasi yang terbentuk melalui ruang siber (cyberspace). Menurut Yasraf Amir Piliang bahwa Cyberspace yakni sebuah ruang imajiner, dimana setiap individu melakukan apa yang hendak ingin lakukan melalui strategi atau Teknik baru (artificial intelligence). Kemajuan teknologi ini mendorong manusia untuk masuk ke ruang baru bersifat maya dan artificial. Jaringan tersebut dikenal dengan istilah Network. Network yakni kumpulan link antar elemen pada sebuah unit. Link tunggal pada 2 element disebut relationships (Dijk 2006). Sedangkan, Network Society yakni menjelaskan bentuk dan organisasi yang memproses informasi dan perubahannya. Masyarakat jaringan dapat didefinisikan sebagai masyarakat informasi dengan jaringan media dan social pada semua level (dari individu hingga masyarakat luas).

Internet mampu membentuk komunitas virtual yang sama nyatanya dengan komunitas lainnya. Internet menjadi instrumen utama dalam membentuk komunitas online. Istilah ini memiliki pengertian yang sama dengan cyber-communities. Masyarakat virtual, dalam pandangan Sosiologi Kontemporer, bahwa modernitas menyebabkan terkikisnya nilai-nilai dan struktur komunitas tradisional dan menggantikan hubungan yang impersonal dan nilai-nilai budaya yang terfragmentasi. Perspektif jejaring sosial memungkinkan kita menjelajahi beberapa ambiguitas komunitas online, seperti bagaimana komunitas dapat digunakan untuk merujuk pada jaringan 'orang asing' secara virtual yang bertukar ide dan informasi dan teman virtual yang memperdebatkan hal-hal krusial.

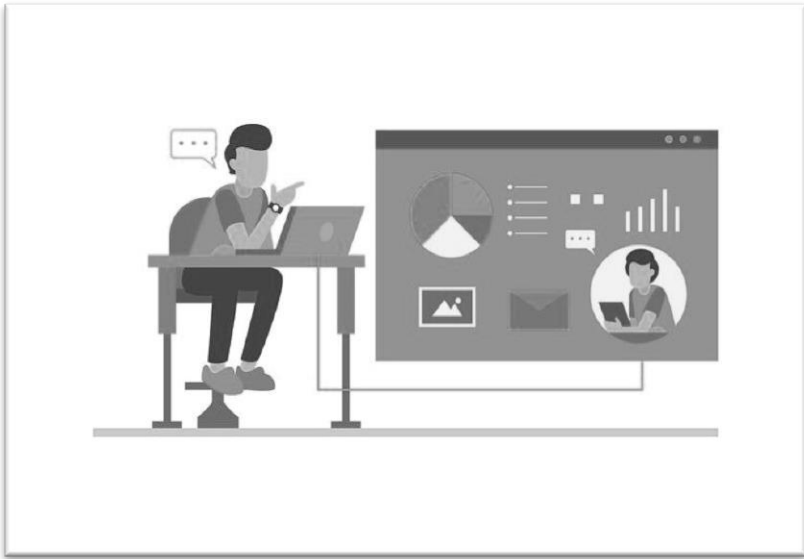
### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Apa yang dimaksud dengan Media sosial?
2. Jelaskan secara detail tipologi pengguna media sosial?
3. Jelaskan apa yang dimaksud *Network Society*? Dan berikan contoh.
4. Bagi Habermas, seperti apa ruang publik yang ideal?
5. Menurut anda, apa perbedaan masyarakat virtual dan masyarakat nyata?

## DAFTAR PUSTAKA

- Adryamarthanino, Verelladevanka. 2022. "Dampak Fenomena Arab Spring." *Kompas.com*. Diambil (<https://www.kompas.com/stori/read/2022/04/12/130000079/dampak-fenomena-arab-spring?page=all>).
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Pertama. Jakarta: Kencana: Prenada Media Group.
- Carr, Caleb T., dan Rebecca A. Hayes. 2015. "Social Media: Defining, Developing, and Divining." *Atlantic Journal of Communication* 23(1):46–65. doi: 10.1080/15456870.2015.972282.
- Christensen, Karen, dan David Levinson. 2003. *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. California: Sage Publications Ltd.
- Dataportal. 2022. "Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights." *Dataportal.com*. Diambil 8 Juni 2022 (<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>).
- Dijk, Jan A. G. M. van. 2006. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. First. London: Sage Publications Ltd.
- Graham, Mark, dan William H. Dutton. 2019. *Society and The Internet: How Networks of Information and Communication are Changing Our Lives*. Second. New York: Oxford University Press.
- Habermas, Jurgen. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. First. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Hardiman, F. Budi. 2021. *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*. Pertama. diedit oleh Erdian. Yogyakarta: Kanisius.
- Hayhornthwaite, Caroline. 2002. "Building Social Network via Computer Networks: Creating and Sustaining Distributed Learning Communities." in *Building Virtual Communities: Learning and Change in Cyberspace*, diedit oleh K. A. Renninger dan W. Shumar. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

- Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53:59–68.
- Mandiberg, Michael. 2012. *The Social Media Reader*. New York, NY: New York University Press.
- Pilliang, Yasraf Amir. 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Culture Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pilliang, Yasraf Amir. 2012. "Masyarakat informasi dan digital: Teknologi informasi dan perubahan sosial." *Jurnal Sositologi* 11(27):143–55.
- Safko, Lon. 2010. *The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success*. Second Edit. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Short, J., E. Williams, dan B. Christie. 1976. *The Social Psychology of Telecommunications*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Ltd.
- Shumar, Wesley, dan K. Ann Renninger. 2002. "Introduction: On Conceptualizing Community." in *Building Virtual Communities: Learning and Change in Cyberspace*, diedit oleh K. A. Renninger dan W. Shumar. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Straubhaar, Joseph, Robert LaRose, dan Lucinda Davenport. 2012. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. Seventh. Boston, MA: Wadsworth Cengage Learning.
- Syahputra, Iswandi. 2013. *Rezim Media: Pergulatan Demokrasi, Jurnalisme, dan Infotainment dalam Industri Televisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Trottier, Daniel, dan Christian Fuchs. 2015. "Theorising Social Media, Politics and the State: An Introduction." in *Social Media, Politics and the State: Protest, Revolutions, Riots, Crime and Policing in the Age of Facebook, Twitter and YouTube*, diedit oleh D. Trottier dan C. Fuchs. New York, NY: Routledge.



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 7: PERILAKU MENYIMPANG MASYARAKAT VIRTUAL

Agung Kurniawan S. Pd., M. Si

Jurusan Sosiologi, Universitas Jenderal Soedirman



# BAB 7

## **PERILAKU MENYIMPANG MASYARAKAT VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Pada masa sekarang ini perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berkembang begitu cepat, perkembangan teknologi ini merasuk hampir ke seluruh sendi kehidupan manusia sehingga tanpa disadari teknologi bagaikan “candu” yang tak terpisahkan dari kehidupan. Memang tak bisa kita pungkiri bahwa dengan adanya teknologi memberikan manfaat yang cukup besar bagi kehidupan bermasyarakat, sebagai contoh kini jarak tidak lagi menjadi masalah sejak adanya smartphone dengan video call baik melalui aplikasi whatsApp maupun aplikasi yang lain. Video call memungkinkan individu bertukar informasi secara langsung dengan bertatap muka, bahkan kini teknologi tersebut dapat dilakukan dengan jumlah pengguna yang meningkat sehingga memberikan kesan efisien dan intim bagi pengguna dalam menjalin komunikasi. Bidang komunikasi memang menjadi salah satu sektor yang berkembang sangat pesat dan sudah diterima oleh manusia dalam kehidupan mereka, perkembangan pada bidang komunikasi memunculkan berbagai temuan dengan keunggulan dan kegunaannya masing-masing. Sebut saja smartphone yang hampir dimiliki oleh semua masyarakat tanpa dibatasi status sosial, bahkan anak usia SD pun kini sudah banyak yang memiliki smartphone baik sebagai alat penunjang belajar atau yang lainnya. Tablet dan laptop pun kini semakin menjamur dengan menawarkan berbagai spesifikasi berbeda sesuai dengan kebutuhan, bagi mereka yang gemar bermain game sudah disediakan tablet atau laptop

yang support, bagi para pekerja design dan konten creator pun sudah ada teknologi yang mendukung sesuai kebutuhan.

Kini dengan adanya jaringan internet yang memudahkan masyarakat dalam segala aktivitas keseharian mereka, semakin memperbesar ketergantungan manusia akan teknologi, jika dulu mereka yang sering mengakses internet adalah usia produktif dengan kisaran usia antara 20 sampai 29 tahun, berdasarkan data BPS terkait persentase penduduk usia 5 tahun ke atas yang pernah mengakses internet dalam 3 bulan terakhir menurut kelompok umur (persen) tahun 2019-2021 menunjukkan bahwa kelompok usia 5 tahun sudah pernah mengakses internet (BPS, 2022).

Kelompok Umur - Komunikasi	Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kelompok Umur (Persen)		
	2019	2020	2021
5-12	7,93	9,55	13,32
13-15	7,86	7,42	7,23
16-18	9,66	8,83	8,12
19-24	18,72	17,13	15,26
25+	55,84	57,07	56,08

Sumber: BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas). Catatan: - Pembagi adalah total penduduk yang mengakses internet

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk yang besar, memang menjadi pasar potensial bagi para pengembang teknologi dengan iming-iming kemudahan menjalani kehidupan. Animo masyarakat Indonesia pada teknologi khususnya internet sebagai salah satu sarana yang memberikan kemudahan dalam kegiatan mereka terbilang cukup besar, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta pada Januari 2022. Ini berarti ada 73,7% dari populasi Indonesia yang telah menggunakan internet (dataindonesia.id).



Searah dengan maraknya perkembangan teknologi, manusia sebagai makhluk yang paling sempurna dengan dibekali akal pikiran oleh Sang Pencipta pun ikut mengembangkan kreativitasnya, bisnis jual beli kini merambat melalui media online baik dengan memanfaatkan media sosial ataupun platform toko online yang mungkin salah satu toko online tersebut terinstal di handphone kita. Harus kita akui bersama bahwa banyak manfaat yang kita peroleh dari adanya perkembangan teknologi informasi, namun juga sangat disayangkan terdapat penyimpangan yang dilakukan oleh manusia di dunia virtual sebagai efek samping dari kemajuan tersebut.

## **B. SELAYANG PANDANG PERILAKU MENYIMPANG**

Berbicara mengenai perilaku menyimpang, perhatian kita tertuju pada sebuah stigma terhadap sebuah tindakan yang tidak diharapkan atau dikehendaki oleh masyarakat, tetapi apabila kita melihat kenyataan di masyarakat, sebuah tindakan atau perilaku yang dianggap menyimpang itu sangat beragam. Hal tersebut terjadi karena tergantung tempat terjadinya perilaku dan siapa yang menilai perilaku tersebut, apabila perilaku tersebut dianggap bertentangan dengan nilai serta norma yang berlaku di masyarakat secara otomatis perilaku tersebut akan dianggap sebagai sebuah tindakan penyimpangan. Nilai dan norma pada dasarnya merupakan suatu rumusan cara pandang dalam menilai sebuah perilaku yang boleh dan tidak seharusnya dilakukan (Jokie, 2009: 9).

Secara definitive dapat dikatakan apabila terjadi suatu perilaku menyimpang yang dilakukan oleh seseorang, terjadi akibat adanya anggapan dari masyarakat, suatu kelompok atau suatu komunitas yang menilai bahwa perilaku atau tindakan itu dilakukan di luar nilai, norma, adat istiadat, dan kebiasaan yang berlaku di lingkungan (Narwoko, 2010: 97-98). Sebuah tindakan atau perilaku yang kemudian dikatakan menyimpang tidak selalu harus berupa kejahatan seperti pembunuhan, perampokan, korupsi, atau kejahatan besar lainnya. Melainkan dapat berupa sebuah pelanggaran kecil yang dilakukan oleh seseorang namun hal tersebut dianggap sebagai sebuah hal yang di luar kebiasaan seperti membuang sampah sembarangan, makan menggunakan tangan kiri, maupun muda mudi yang berpacaran hingga larut malam.

Perilaku menyimpang tidak serta merta dikatakan sebagai sebuah tindak kejahatan apabila tidak diketemukan suatu peraturan hukum yang mengatur, sesuatu yang dikatakan menyimpang tersebut terkadang merupakan sebuah kebiasaan baru yang berbeda dengan nilai serta norma pada masyarakat. Meskipun seiring dengan perkembangan zaman, anggapan akan sesuatu yang baru dan menyimpang tersebut dapat saja berubah apabila kuantitas orang yang melakukan hal tersebut bertambah. Persepsi akan sebuah tindakan menyimpang juga berbeda, apabila masyarakat yang menduduki status sosial tinggi melakukan sebuah tindakan menyimpang bahkan sampai melakukan pelanggaran hukum maka mereka tidak terkena labeling sebagai pelaku penyimpangan bahkan lolos dari jeratan hukum. Maka dari itu, pada tataran persepsi terjadi diskriminasi dalam penentuan sebuah perilaku yang dilakukan oleh seseorang apakah termasuk menyimpang atau tidak (Jokie, 2009: 10).

Penentuan sebuah tindakan apakah termasuk dalam penyimpangan atau tidak maupun suatu kondisi yang dirasa merupakan sebuah tindakan menyimpang dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa sudut pandang sebagai berikut.

1. Statistik

Pandangan statistik melihat bahwa sebuah penyimpangan tidak banyak dilakukan oleh masyarakat, namun penyimpangan merupakan perilaku yang jarang dilakukan sehingga dianggap sebagai sesuatu yang di luar kebiasaan. Pandangan statistik mengasumsikan bahwa semua tindakan atau perilaku itu benar, perilaku menyimpang yang dilakukan oleh seseorang atau suatu kelompok hanya menunjukkan secara statistik bahwa perilaku tersebut berbeda dari norma dan kebiasaan yang ada di masyarakat. Jadi pandangan ini melihat perilaku menyimpang bukan dari baik atau buruk, benar atau salah melainkan pada nilai statistik yang jarang terjadi.

2. Absolutisme

Pandangan absolutisme memberi asumsi bahwa masyarakat mempunyai sebuah dasar serta aturan yang mengikat mereka secara jelas, selain itu pandangan ini menganggap bahwa anggota masyarakat sepakat terhadap perilaku dikatakan menyimpang atau tidak berdasarkan acuan yang telah disepakati bersama yakni perilaku

yang dianggap normal atau biasa. Penyimpangan menurut pandangan ini terjadi karena adanya kegagalan individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan tanpa melihat perbedaan budaya yang mengikat, sehingga penyimpangan yang dilakukan oleh seseorang harus tetap dianggap sebagai sebuah penyimpangan.

3. Reaktifis

Pandangan reaktifis menganggap bahwa perilaku menyimpang merupakan sebuah pelabelan yang dilakukan orang lain, seseorang dikatakan telah melakukan suatu perilaku menyimpang berdasarkan anggapan yang diberikan oleh lingkungan atau seseorang berdasarkan nilai dan norma yang mereka pahami. Pandangan ini mencoba melihat penyimpangan dari sudut pandang sosial, yakni dari proses interaksi diantara pelaku menyimpang dengan masyarakat sebagai pengendali sosial, para penganut pandangan ini menganggap bahwa sebuah perilaku dikatakan menyimpang atau tidak berdasarkan dari reaksi masyarakat sekitar yang secara langsung menyaksikan perilaku itu.

4. Normatif

Pandangan normatif melihat bahwa sebuah penyimpangan merupakan tindakan pelanggaran yang dilakukan terhadap nilai dan norma di masyarakat, pelanggaran yang terjadi merupakan sebuah reaksi atau sanksi terhadap bentuk pengendalian sosial. Saksi yang diterapkan terhadap pelanggaran merupakan salah satu bentuk tekanan agar setiap individu bersikap dan berperilaku sesuai norma di masyarakat, karena norma yang ada tidaklah muncul dengan sendirinya tetapi norma tersebut diciptakan, kemudian dijaga, serta disebarkan oleh masyarakat itu sendiri.

### **C. PERILAKU MENYIMPANG DALAM PERSPEKTIF SOSIOLOGIS**

Sebuah perilaku dikatakan menyimpang karena perilaku tersebut dianggap tidak seperti norma yang telah disepakati bersama oleh masyarakat, sosiologi sebagai sebuah disiplin ilmu yang mengkaji berbagai fenomena sosial di masyarakat seperti fungsi serta struktur dalam masyarakat, perilaku manusia, interaksi antar manusia, dan lingkungan sosial maka kajian mengenai perilaku menyimpang pun dipelajari oleh sosiologi. Terkait perilaku atau tindakan menyimpang, banyak teori

sosiologi yang memberikan berbagai penjelasan akan apa itu perilaku menyimpang serta sebab kenapa perilaku menyimpang itu terjadi meskipun terdapat perbedaan. Tokoh sosiologi yang menjelaskan mengenai perilaku menyimpang antara lain Durkheim dengan anomienya yang menjelaskan suatu keadaan dimana norma tidak lagi dipedomani akibat harapan kultural tidak sesuai dengan kenyataan. Terdapat juga R.K Merton yang menajal menerangkan anomie tersebut dengan fenomena penyimpangan sosial, Merton mengatakan bahwa dengan adanya proses sosialisasi maka membuat individu untuk belajar akan berbagai tujuan kebudayaan yang sekaligus memaksa individu untuk belajar bagaimana cara dalam mencapai tujuan sesuai budaya masyarakat. Apabila pilihan untuk mendapatkan kesempatan dalam mencapai berbagai tujuan tersebut tidak didapatkan, maka memungkinkan individu untuk mencoba mencari alternatif cara lain sekalipun itu sebuah perilaku menyimpang. Hal tersebut terjadi karena pada dasarnya manusia selalu merasakan dorongan untuk melakukan pelanggaran pada situasi tertentu dengan dukungan adanya kesempatan untuk melakukan penyimpangan, dasar yang digunakan untuk memberi kategori suatu perilaku dikatakan menyimpang biasanya didasari adanya perbedaan perilaku serta perbedaan kondisi dari individu (Sulaiman, 2020: 73).

Menurut Cohen (1992) dalam sosiologi dapat dikelompokkan menjadi tiga pendekatan dalam mengkaji perilaku menyimpang, pendekatan pertama melihat individu yang mendapat sosialisir tidak tepat maka ia tidak memiliki cukup kemampuan untuk menyerap nilai dan norma serta kultur yang melembaga di masyarakat sehingga menyebabkan dirinya tidak bisa membedakan perilaku mana yang pantas atau tidak pantas berdasar pandangan masyarakat. Pendekatan lain melihat bahwa setiap individu yang melakukan penyimpangan haruslah belajar seperti apa tindakan menyimpang tersebut serta bagaimana melakukannya. Sosiolog yang mendukung pendekatan ini meyakini bahwa perilaku menyimpang yang dilakukan oleh seseorang akan dilanjutkan atau disebarluaskan ke orang lain sehingga akan terjadi proses belajar bagaimana melakukan perilaku menyimpang. Sedangkan pendekatan ketiga menjelaskan bahwa suatu perilaku menyimpang merupakan sebab akibat antara kebudayaan yang bertentangan dengan struktur sosial masyarakat dalam usaha

individu untuk mencapai tujuan mereka. Jika seorang individu tidak mendapat peluang memilih berbagai cara untuk mencapai tujuan, maka akan membuka peluang mereka untuk melakukan sebuah perilaku menyimpang.

#### **D. KEJAHATAN MAYANTARA (CYBERCRIME)**

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan salah satu dari sekian banyak produk modernisasi, kehadiran internet mampu memberi dampak luar biasa pada kehidupan manusia. Pada awal kemunculannya teknologi informasi khususnya internet adalah sesuatu yang memiliki sifat netral, namun seiring perkembangan zaman internet juga memiliki sisi negative yang memberikan kesempatan kepada pihak tertentu untuk menyalahgunakannya. Cybercrime atau kejahatan dunia maya akhir-akhir ini menjadi topik hangat yang sering diperbincangkan, cybercrime merupakan kejahatan jenis baru dengan memanfaatkan teknologi tanpa dibatasi oleh teritorial serta interaksi langsung antar pelaku kejahatan dengan korban. Cybercrime sendiri identikan dengan computer crime, Indra Safitri (1999) menjelaskan bahwa kejahatan yang terjadi di dunia maya merupakan jenis kejahatan dengan memanfaatkan teknologi atau suatu rekayasa teknologi yang dilakukan oleh pelaku pelanggar internet. Menurut Gama (2000) cybercrime pada dasarnya sebuah tindak kejahatan yang mencakup hampir semua jenis kejahatan yang disertai berbagai modus operandinya sebagai akibat negative dari adanya internet.

Secara umum cybercrime merupakan segala bentuk tindak kejahatan melalui teknologi informasi jaringan internet serta bentuk kejahatan konvensional lain menggunakan bantuan teknologi informasi. Tindak kejahatan cybercrime tersebut dapat dipandang dari arti sempit dan arti luas, dalam arti sempit dapat dipandang sebagai sebuah kejahatan yang dilakukan dengan system computer sedangkan dalam arti luas merupakan kejahatan terhadap jaringan computer yang dilakukan menggunakan sarana computer (Widodo, 2013:12). Menurut (Wahid dan Labib, 2005: 76) sesungguhnya terdapat cukup banyak perbedaan terhadap definisi cybercrime, meskipun dari perbedaan tersebut terdapat beberapa kesamaan dalam beberapa hal antara lain:

1. Perbuatan yang dilakukan secara ilegal, tanpa hak atau tidak etis tersebut terjadi dalam ruang atau wilayah cyber (cyber space), sehingga tidak dapat dipastikan yurisdiksi negara mana yang berlaku terhadapnya.
2. Perbuatan tersebut dilakukan dengan menggunakan peralatan apapun yang terhubung dengan internet.
3. Perbuatan tersebut menyebabkan kerugian material maupun immaterial.
4. Pelakunya adalah orang yang menguasai penggunaan internet beserta aplikasinya
5. Perbuatan tersebut sering dilakukan secara transnasional atau melintasi batas negara.

## **E. PERILAKU MENYIMPANG DUNIA VIRTUAL**

Maraknya perkembangan teknologi dan informasi membuat berbagai kalangan masyarakat merasakan perubahan yang begitu cepat, seiring dengan arus informasi dan berbagai kemudahan lain yang ditawarkan oleh teknologi ternyata juga memunculkan berbagai fenomena baru dalam kehidupan bermasyarakat khususnya di dunia virtual (Dikdik, 2005: 2). Apabila kita berbicara mengenai perilaku menyimpang di dunia virtual, maka kita perlu mengkaji mengenai peraturan perundangan yang mengatur hal tersebut, untuk melindungi keamanan masyarakat dalam dunia virtual pemerintah kemudian mengeluarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Kita akui bersama bahwa dengan semakin berkembangnya teknologi informasi yang tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia membuat potensi kejahatan ataupun penyimpangan pada dunia virtual semakin besar.

Begitu masifnya pengguna teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia khususnya internet yang merambah ke berbagai sektor kehidupan manusia, menimbulkan berbagai persoalan baik yang berhubungan dengan hukum atau yang berkaitan dengan suasana damai di masyarakat. Para pengguna internet sering merasakan masalah, hal tersebut terjadi karena belum adanya aturan jelas yang dapat dijadikan landasan hukum dunia virtual (Sjahputra, 2002: 5). Penyimpangan yang



terjadi di dunia virtual berbeda dengan penyimpangan yang dilakukan di masyarakat, apabila di masyarakat suatu tindakan dikatakan menyimpang karena perilaku tersebut tidak selaras dengan norma yang disepakati dan dijaga oleh masyarakat sekitar. Selain itu suatu perbuatan atau perilaku juga dapat dikatakan melanggar hukum karena tidak sesuai dengan undang-undang, merampas hak orang lain, suatu perbuatan yang melanggar norma susila serta perbuatan lain yang tercantum dalam hukum pidana.

Pada dunia virtual tidak ada aturan nilai dan norma baku yang menjadi dasar dalam berperilaku di media sosial, namun kebanyakan norma pada kehidupan nyata diaplikasikan dalam bermedia seperti sopan santun serta adat ketimuran. Meskipun pada praktiknya banyak terjadi berbagai penyimpangan di dunia virtual bahkan yang termasuk dalam jenis kejahatan, penyimpangan tersebut semakin beragam dilakukan oleh pengguna internet aktif. Berkenaan dengan hal itu, berikut beberapa penyimpangan yang terjadi di dunia virtual, meskipun apa yang akan disebutkan di bawah belum mengakomodir semua jenis penyimpangan yang terjadi.

### **1. Perjudian online**

Mungkin kita dulu mengalami ketika masih kecil saat bermain kelereng bersama teman-teman, siapa yang memenangkan permainan maka akan mendapatkan seluruh kelereng, atau ketika kita sedang bermain gambar siapa yang memenangkan maka akan mendapat seluruh gambar. Berbagai macam permainan anak tersebut sebenarnya mengandung unsur perjudian karena terdapat pertaruhan di dalamnya, berbagai bentuk perjudian sudah sangat merebak di masyarakat baik yang terang-terangan atau secara sembunyi-sembunyi.

Maraknya perkembangan teknologi juga berdampak pada perkembangan perjudian yang kini berubah nama menjadi judi online, pada dasarnya perjudian online memiliki kesamaan dengan perjudian konvensional karena terdapat nilai pertaruhan serta unsur menang dan kalah. Tindak perjudian online merupakan judi dengan memanfaatkan internet yang memudahkan perilaku dalam berjudi dapat melakukannya dimana saja dan kapan saja, perjudian online dijalankan melalui situs-situs website atau pun aplikasi yang sangat mudah ditemukan melalui jaringan

internet. Berbeda dengan judi konvensional, pada perjudian online model taruhan dibayarkan melalui transfer rekening bank atau topup sehingga saldo kita terisi sejumlah uang untuk bertaruh dalam judi online ini. Maraknya tindak perjudian membuat masyarakat resah, sehingga pihak kepolisian saat ini gencar memberantas segala bentuk judi online karena jaringan mereka yang sangat luas bahkan antar negara yang membutuhkan kerjasama semua pihak dalam memberantasnya.

## 2. Pelecehan seksual

Kemunculan internet yang begitu menarik perhatian masyarakat juga dibarengi dengan berbagai platform media sosial, sekitar akhir tahun 2000an berbagai media sosial mulai menjadi trend di kalangan anak muda seperti Friendster, Facebook, Twitter, Instagram, dan Youtube. Awal mula munculnya media sosial memberikan dampak positif bagi anak muda karena mereka dapat membangun relasi sosial dengan berbagai orang dari segala tempat melalui foto serta hal lainnya yang menunjukkan identitas pribadi. Data terbaru menunjukkan begitu banyak masyarakat yang menggunakan media sosial dalam keseharian mereka, sehingga potensi terjadinya pelecehan seksual secara online semakin besar.



Pelecehan seksual yang terjadi melalui media virtual biasanya terjadi karena adanya ketimpangan relasi kuasa di mana tujuan utama dari pelaku untuk mendapatkan sebuah keuntungan baik finansial ataupun seksual. Kekerasan seksual di dunia virtual bisa berupa penyebaran konten sensitive seperti foto atau video, selain itu bentuk lain dari pelecehan ini berupa godaan-godaan yang menjurus ke tindakan asusila melalui aplikasi chatting. Munculnya media sosial yang seharusnya dapat menjadi sebuah

sarana baru bagi anak muda dalam bersosialisasi serta memperluas pergaulan, ternyata juga memberikan kesempatan kepada para oknum yang tidak bertanggungjawab melampiaskan hasrat seksualitas mereka. Berdasarkan penelitian tercatat 76% remaja dari 1.000 remaja Wanita berusia 30 tahun ke bawah mengaku pernah merasakan pelecehan di dunia maya berupa chat yang berkonten sensitive (Aprilia, 2007).

### 3. Berita Bohong (Hoax)

Manusia memiliki sifat alamiah untuk melakukan interaksi sosial dengan sesamanya, karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak mampu hidup sendiri untuk mencukupi segala kebutuhan. Di era modernitas seperti sekarang ini peran media sosial menjadi sangat penting dalam kehidupan manusia yang penuh akan kompleksitas, baik digunakan hanya untuk sekedar hiburan semata atau bahkan menjadi sebuah kegiatan untuk mendapatkan keuntungan material. Sampai saat ini, media sosial masih terus mengalami perkembangan dengan berbagai inovasi yang diciptakan untuk semakin menarik minat para penggunanya. Secara lebih rinci berdasarkan data dari we are social (2022), tercatat penggunaan media sosial-sosial yang paling sering dioperasikan adalah whatsApp disusul Instagram dan Facebook.



Sumber : wearesocial.com

Ketiga platform media sosial yang paling sering digunakan tersebut merupakan media untuk berbagi konten baik melalui teks, gambar, serta video di mana setiap orang bebas untuk memberikan komentar dan membagikannya ke siapa saja. Hal tersebut memberikan kesempatan

kepada oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab untuk membuat atau menyebarkan berita maupun kabar yang belum tentu kebenarannya (hoax). Beberapa waktu ke belakang dengan semakin banyaknya pengguna media sosial di Indonesia, penyebaran hoax pun mengalami peningkatan yang signifikan berdasarkan data dari keminfo terdapat sekitar 800.000 situs penyebar hoax (kemeninfo.go.id). Selain itu, Bareskrim Polri mencatat jumlah kasus terkait penyebaran berita bohong (hoax) pada tahun 2022 sampai bulan Mei sejumlah 55 kasus, jumlah ini meningkat apabila dibandingkan tahun 2021 dengan periode waktu yang sama (pusiknas.polri.go.id).

#### **4. Peretasan (hacking)**

Peretasan atau hacking merupakan sebuah tindakan membobol perangkat computer atau suatu system jaringan computer baik dengan izin ataupun tanpa izin, selain computer aktivitas peretasan juga dapat dilakukan pada smartphone, tablet, akun email, akun media sosial, serta jaringan lain yang terhubung dengan internet. Sedangkan orang atau pelaku yang meretas disebut dikenal dengan istilah hacker, beberapa waktu lalu jagat media sosial Indonesia sempat “geger” dengan kasus pembobolan website pemerintah yang dilakukan oleh hacker berinisial “bjorka”, ia meretas beberapa website resmi milik pemerintah untuk kemudian disebarluaskan melalui media sosial. Apa yang dilakukan oleh bjorka merupakan satu contoh kecil dari banyaknya peretasan lain di dunia, peretasan tidak hanya dapat dilakukan oleh mereka yang professional saja tetap juga dapat dilakukan oleh kalangan awan yang tidak memiliki kemampuan pengolahan data internet.

Tindakan mengambil alih akun media sosial yang dilakukan oleh seseorang dengan tujuan untuk mengganti atau melakukan tindakan negative, baik ketahui atau tidak oleh pemilik akun juga termasuk dalam peretasan. Melansir dari mediaindoensia.com, sampai dengan bulan Agustus 2022 diduga terjadi sekitar tujuh kasus data bocor yang diantaranya meliputi kebocoran data nasabah Bank Indonesia, kebocoran data pelanggan Indihome, kebocoran data pelanggan PLN, serta data penduduk milik KPU terkait dengan proses pemilihan umum. Beberapa contoh peretasan tersebut dilakukan oleh para oknum untuk

mendapatkan keuntungan pribadi, data-data yang didapatkan oleh pelaku peretas biasanya dijual pada “pasar gelap” untuk mendapatkan keuntungan secara finansial. Peretasan merupakan salah satu bentuk penyimpangan yang terjadi pada dunia virtual di era teknologi seperti sekarang ini,

## 5. Cyber Bullying

Melansir dari laman [unicef.org](http://unicef.org) *cyber-bullying* (perundungan dunia maya) ialah bullying atau perundungan dengan menggunakan teknologi digital, hal ini dapat terjadi di media sosial, platform chatting, platform bermain game, dan ponsel. Adapun menurut *Think Before Text*, *cyber-bullying* adalah perilaku agresif dan bertujuan yang dilakukan suatu kelompok atau individu, menggunakan media elektronik, secara berulang-ulang dari waktu ke waktu, terhadap seseorang yang dianggap tidak mudah melakukan perlawanan atas tindakan tersebut jadi, terdapat perbedaan kekuatan antara pelaku dan korban. Masih berdasarkan laman [unicef.org](http://unicef.org) perbedaan kekuatan dalam hal ini merujuk pada sebuah persepsi kapasitas fisik dan mental, *cyber-bullying* merupakan perilaku berulang yang ditujukan untuk menakuti, membuat marah, atau mempermalukan mereka yang menjadi sasaran antara lain sebagai berikut:

1. Menyebarkan kebohongan tentang seseorang atau memposting foto memalukan tentang seseorang di media sosial
2. Mengirim pesan atau ancaman yang menyakitkan melalui platform chatting, menuliskan kata-kata menyakitkan pada kolom komentar media sosial, atau memposting sesuatu yang memalukan/menyakitkan
3. Meniru atau mengatasnamakan seseorang (misalnya dengan akun palsu atau masuk melalui akun seseorang) dan mengirim pesan jahat kepada orang lain atas nama mereka.
4. Trolling - pengiriman pesan yang mengancam atau menjengkelkan di jejaring sosial, ruang obrolan, atau game online
5. Mengucilkan, mengecualikan, anak-anak dari game online, aktivitas, atau grup pertemanan

6. Menyiapkan/membuat situs atau grup (group chat, room chat) yang berisi kebencian tentang seseorang atau dengan tujuan untuk menebar kebencian terhadap seseorang
7. Menghasut anak-anak atau remaja lainnya untuk mempermalukan seseorang
8. Memberikan suara untuk atau menentang seseorang dalam jajak pendapat yang melecehkan
9. Membuat akun palsu, membajak, atau mencuri identitas online untuk mempermalukan seseorang atau menyebabkan masalah dalam menggunakan nama mereka
10. Memaksa anak-anak agar mengirimkan gambar sensual atau terlibat dalam percakapan seksual.

## **F. RANGKUMAN MATERI**

Dari pemaparan materi yang telah disampaikan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan industry teknologi dan komunikasi yang begitu massif memberikan berbagai kemudahan dalam kehidupan manusia, meskipun terdapat juga dampak negative dari adanya perkembangan teknologi tersebut yang disalahgunakan sebagai sebuah penyimpangan dunia virtual.
2. Perilaku menyimpang merupakan sebuah tindakan yang tidak diharapkan atau dikehendaki oleh masyarakat, apabila perilaku tersebut dianggap bertentangan dengan nilai serta norma yang berlaku di masyarakat secara otomatis perilaku tersebut akan dianggap sebagai sebuah tindakan penyimpangan.
3. Sosiologi memberikan berbagai penjelasan akan apa itu perilaku menyimpang serta sebab kenapa perilaku menyimpang itu terjadi meskipun terdapat perbedaan.
4. Penyimpangan yang terjadi di dunia virtual berbeda dengan penyimpangan yang dilakukan di masyarakat, ada dunia virtual tidak ada aturan nilai dan norma baku yang menjadi dasar dalam berperilaku di media sosial.

5. Beberapa contoh penyimpangan yang dilakukan oleh seseorang di dunia virtual antara lain judi online, pelecehan seksual, berita bohong, peretasan, dan cyber-bullying.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Mengapa kemajuan teknologi informasi yang seharusnya memberikan begitu banyak manfaat bagi kehidupan manusia justru disalahgunakan oleh oknum-oknum untuk melakukan penyimpangan?
2. Bagaimana sosiologi memandang perilaku menyimpang?
3. Sebutkan dan jelaskan contoh lain perilaku menyimpang yang terjadi di dunia virtual selain yang telah dicontohkan di atas!
4. Jelaskan bagaimana kita harus bersikap sebagai pengguna internet aktif dalam menyikapi berbagai penyimpangan yang semakin marak terjadi!
5. Menurut anda, bagaimana posisi negara dalam menjaga persatuan dan keamanan masyarakat khususnya di dunia virtual?

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahid dan Mohammad Labib (2005) *Kejahatan Mayantara (Cyber Crime)*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Aprillia, I. (2017). *Cewek Ini Pernah Mengalami Pelecehan Seksual di Media Sosial, Ini Cara Menghadapinya*. [cewekbanget.grid.id/Love-Life-And-Sex-Education/Cewek-Ini-PernahMengalami Pelecehan-Seksual-Di-Media-Sosial-Ini-Cara-Menghadapinya](http://cewekbanget.grid.id/Love-Life-And-Sex-Education/Cewek-Ini-PernahMengalami-Pelecehan-Seksual-Di-Media-Sosial-Ini-Cara-Menghadapinya).
- Cohen, Bruce J. (1992). *Sosiolog Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dikdik M. Arief Mansur. Elisatris Gultom. (2005) *Cyber Law Aspek Hukum dan Teknologi Informasi*, Bandung: Refika Aditama.
- Gema, Ari Juliano. (2000). *Cyber Crime: Sebuah Fenomena Kejahatan di Dunia Maya*. Diakses dari <http://www.theceli.com/dokumen/jurnal/ajo/a002.shtml>.
- Indra, Safitri. (1999). *Tindak Pidana di Dunia Cyber*. *Insider, Legal Journal From Indonesian Capital & Investment Market*. Diakses dari [http://business.fortunecity.com/buffett/842/art180199\\_tindakpidana.html](http://business.fortunecity.com/buffett/842/art180199_tindakpidana.html).
- Jokie M. S. Siahaan. (2009). *Perilaku Menyimpang Pendekatan Sosiologi*. Jakarta: Malta Printindo.
- Narwoko J. Dwi dan Bagong Suyanto. (2010). *Sosiologi Teks Pengantar Dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Sjahputra, Imam. (2002). *Problematika Hukum Internet Indonesia*, Jakarta: Prenhallindo.
- Sulaiman, Umar. (2020). *Perilaku Menyimpang Remaja Dalam Perspektif Sosiologi*. Gowa: Alauddin Univercity Press.
- Widodo. (2013). *Hukum Pidana di Bidang Teknologi Informasi Cybercrime Law: Telaah Teoritik dan Bedah Kasus*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.



**Website**

Bps.go.id

Dataindonesia.id

Kominfo.go.id

Mediaindoensia.com

Pusdiknas.polri.go.id

Unicef.org

Wearesocial.com



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 8: VIRTUAL POLICE DAN SOCIAL ORDER DI DUNIA MAYA

Emanuel Omedetho Jermias  
Universitas Negeri Makassar

---

# BAB 8

## **VIRTUAL POLICE DAN SOCIAL ORDER DI DUNIA MAYA**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan utama bagi kehidupan manusia, dimana komunikasi merupakan aktivitas penyampaian pesan dari individu ke individu yang lain dan mendapatkan feedback (Mahyuddin, 2019). Sifat komunikasi sangat global dan menyeluruh, dan dengan adanya komunikasi akan terlihat adanya aneka ragam budaya. Globalisasi dapat berlangsung dan terjadi secara cepat melanda seantero dunia karena didukung oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Milyane et al., 2022). Globalisasi merupakan proses pembaharuan yang terjadi di lingkungan pergaulan antara bangsa secara utuh yang terjadi karena pertukaran cara pandang dunia, hasil pemikiran, dan juga aspek-aspek budaya yang lain (Winarno, 2008). Lebih khusus, Selo Soemardjan menjelaskan bahwa globalisasi merupakan suatu tahapan terbentuknya sistem komunikasi dan organisasi antar masyarakat yang berada di berbagai negara (Juharmen, 2020). Globalisasi merupakan suatu hubungan sosial lintas negara yang pada gilirannya terkoneksi satu dengan yang lainnya sehingga suatu peristiwa yang terjadi pada wilayah tertentu akan berdampak secara sistemik di wilayah yang lain.

Lebih lanjut Malcom Waters mengetengahkan bahwa globalisasi telah menghapus sekat-sekat geografis antar negara yang menyebabkan budaya tampak samar-samar karena semuanya menjadi satu dalam pikiran masing-masing individu (Dari & Hudaidah, 2021). Sedangkan Mansour Fakhri memandang bahwa globalisasi ditandai dengan semakin majunya

peran pasar, investasi, dan aktivitas ekonomi terkoneksi satu sama lain dalam skala internasional (Fakih, 2002). Perkembangan pada globalisasi dibuktikan dengan adanya kemajuan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi. Bidang ini merupakan bidang vital yang menggerakkan bagaimana implikasi globalisasi itu sampai ke setiap negara yang berkonsekuensi pada diterimanya berbagai informasi yang dapat saja mendatangkan kebaikan maupun keburukan. Dari kemajuan ini juga, setiap individu dengan mudahnya terfasilitasi untuk memperoleh informasi. Kepemilikan *smartphone* membuat seseorang dapat menambah wawasan dan meningkatkan kapasitas walaupun tetap berada di teras rumah sembari menikmati secangkir kopi di hari libur.

Kemajuan teknologi informasi sebagai salah satu pendukung kuatnya arus globalisasi ke berbagai negara ternyata menyisakan pula masalah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diibaratkan dua sisi mata uang. Selain bermanfaat untuk menjalin komunikasi dan menyebarkan informasi secara luas, berpotensi pula untuk meningkatkan kejahatan siber. Semakin canggihnya teknologi membuat kejahatan siber (*cyber-crime*) semakin gampang terjadi. Saat ini kejahatan siber telah menjadi isu utama di berbagai negara, karena ancamannya semakin meningkat, termasuk di Indonesia. Secara umum, kejahatan siber atau kejahatan dunia maya merupakan tindak kejahatan yang memanfaatkan komputer yang didukung oleh kecanggihan teknologi internet. Kejahatan ini dapat menembus sekat-sekat antar negara dan berlangsung dalam waktu yang singkat dan tidak terbatas.

Berdasarkan data yang dirilis oleh Reuters pada 22 Juni 2016, situs resmi Bank Indonesia dan Bank of Korea mengalami serangan hacker. Nasib baik masih berpihak pada kedua bank tersebut karena tidak ada kerugian maupun uang yang hilang sebagai akibat dari aksi peretasan itu. Sebagai tanggapan dari peristiwa itu, maka Hammam Riza selaku Deputi Kepala Bidang Teknologi Informasi Energi dan Material Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (TIEM BPPT) menegaskan akan pentingnya pengamanan siber di Indonesia. Hal ini perlu dilakukan karena berbagai elemen vital Indonesia pernah mengalami upaya peretasan, termasuk Kementerian Keuangan, Markas Besar TNI, dan LPDP.

Demi menjaga kelangsungan keamanan negara dengan segala unsur vitalitasnya, maka kebutuhan akan hadirnya critical infrastructure protection plan guna menghadapi serangan siber merupakan suatu keharusan yang sangat mendesak, baik pada tingkat negara maupun pada sektor-sektor strategis. Untuk mencapai hal tersebut maka perlu adanya kerjasama lintas sektor terutama dari Kementerian Koordinator Politik, Hukum, dan Keamanan (Kemenkopolhukam), Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), dan Lembaga Sandi Negara. Hal ini penting karena selama beberapa tahun terakhir ancaman insiden dan serangan siber telah menjadi isu penting di sektor jasa keuangan, termasuk di sektor perbankan, terbukti dari jumlah insiden dan serangan siber yang sangat tinggi di sektor perbankan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Indonesia menjadi negara dengan indeks keamanan siber terburuk di Asia dan dunia. Laporan dari National Security Index mencatat, skor indeks keamanan siber di Indonesia sebesar 38,96 poin dari 100 pada 2022 (Juansih, 2022). Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai peringkat 3 terendah di lingkaran negara-negara G-20.

Insiden kejahatan siber yang marak terjadi di Indonesia disebabkan oleh salah satunya ialah secara umum para pelaku kepentingan atau lembaga yang terkait tidak menindaklanjuti temuan upaya serangan siber yang disampaikan oleh Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN). Berdasarkan data yang dihimpun oleh BSSN sejak Januari hingga Oktober 2022, ada sekitar 800 juta anomali trafik atau upaya mencurigakan atas serangan peretas. Fenomena maraknya kejahatan siber di berbagai belahan dunia menuntut pula peran Indonesia dipergaulan internasional untuk merespon kejahatan ini. Terkait dengan Konvensi Kejahatan Siber PBB, Indonesia telah mengambil peran dalam pembentukan Ad-Hoc Committee on Cybercrime (komite khusus yang dibentuk PBB dalam membahas instrument hukum yang terkait dengan kejahatan siber).

Sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan pemanfaat internet terbesar keempat di dunia, Indonesia menghadapi peluang sekaligus ancaman besar dengan perkembangan teknologi digital dan internet. Perusahaan konsultan McKinsey mengutarakan bahwa dengan menjalin kerjasama dengan penyedia jasa teknologi digital, Indonesia bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi pada angka US\$ 150 miliar, atau

setara 10% dengan produk domestik bruto pada tahun 2025. Keuntungan lain yang dicapai oleh Indonesia dalam bidang ekonomi ialah meningkatkan pertumbuhan ekonomi tahunan sebanyak 2% karena memberi dukungan terhadap sektor usaha kecil dan menengah (Janros, 2020). Akan tetapi capaian-capaian tersebut tanpa didukung oleh keamanan siber yang kuat, maka Indonesia akan menghadapi berbagai ancaman dan tantangan di dunia siber. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2018, lebih dari 200 juta serangan siber terdeteksi di Indonesia. Untuk menghadapi serangan-serangan tersebut, pemerintah telah mengeluarkan langkah strategis dengan menyusun sejumlah peraturan dan membentuk sejumlah lembaga di Kementerian Pertahanan dan Kepolisian. Namun, hal tersebut belum cukup, jika tidak dibarengi dengan hukum yang lebih kuat dan membangun sistem dan industri keamanan digital.

Salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam menjaga sistem keamanan digital ialah dengan dibentuknya polisi virtual. Polisi virtual secara resmi diluncurkan oleh Badan Reserse Kriminal Polri pada Kamis, 25 Februari 2021. Polisi virtual ini bertugas untuk melakukan pencegahan dan mengurangi tindak pidana pelanggaran Undang-Undang informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Peluncuran polisi virtual didasarkan pada Surat Edaran Kapolri Nomor SE/2/II/2021 tentang kesadaran budaya beretika mewujudkan ruang digital Indonesia yang bersih, sehat, dan produktif. Kehadiran polisi virtual ini juga diharapkan dapat mengurangi konten-konten yang memuat berita provokatif, kabar bohong, dan konten negative lainnya yang dikhawatirkan dapat memunculkan keresahan dan kegaduhan ditengah masyarakat. Polisi virtual akan lebih banyak mengarahkan masyarakat pada hal-hal yang lebih edukatif, pembelajaran melibatkan masyarakat, melibatkan influencer yang memiliki follower cukup banyak untuk memberikan pendidikan/edukasi tentang bagaimana beretika, berbudaya yang baik, dalam penggunaan media sosial. Atas dasar hal itu, maka melalui tulisan ini akan dihadirkan beberapa tujuan antara lain:

1. Mengulas kejahatan siber di Indonesia
2. Menguraikan latar belakang pembentukan virtual police di Indonesia
3. Menguraikan urgensi keteraturan sosial di dunia maya

## **B. KEJAHATAN SIBER DI INDONESIA**

Beriringan dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, tingkat resiko dan ancaman penyalah manfaat teknologi informasi dan komunikasi juga semakin tinggi dan kompleks. Perkembangan teknologi informasi pada masa ini yang lebih famous dengan istilah era digital memiliki dimensi positif dan negatif. Kehadiran teknologi telah memberikan kemudahan bertransaksi dan berkomunikasi walaupun dalam jarak yang jauh. Dimensi negatifnya ialah munculnya kejahatan baru yang lebih famous dengan istilah cyber-crime misalnya hacking atau peretasan yang biasanya berciri kurangnya pelibatan hubungan secara fisik dan tanpa kekerasan. Artinya, cyber-crime terfokus pada pemanfaatan dalam jaringan telematika.

Saat ini Kejahatan siber atau cyber-crime lebih mudah terjadi dan telah menjadi isu prioritas seluruh negara di dunia ini. Salah seorang peneliti dari Akamai Research menyatakan bahwa kejahatan hacking yang sering terjadi di Indonesia disebabkan oleh lemahnya sistem keamanan internet dan komputer. Bentuk kelemahan sistem keamanan internet adalah munculnya cyber-crime yang menjadi masalah rumit dan sangat menggurita di Indonesia. Akibat bentuk masalah yang rumit, saat ini problematika dalam internet banyak memunculkan saling sengketa yang membutuhkan putusan hakim dan campur tangan hukum negara. Adanya permasalahan baru mengenai perkembangan internet ini menunjukkan bahwa pengaruh adanya peraturan perundang-undangan mengenai teknologi dan informasi sangat berguna dalam penanggulangan kejahatan siber.

Kasus kejahatan siber di Indonesia sudah marak terjadi, mulai dari pemalsuan identitas hingga teror tagihan utang yang bahkan tidak pernah dilakukan oleh sang tertagih. Berbagai kejahatan siber ini pun banyak dilakukan di ruang-ruang media sosial misalnya facebook, whatsapp, Instagram dan media sosial lainnya. Adapun yang menjadi sasaran para pelaku kejahatan siber ialah device atau hardware atau software atau juga data pribadi dari korban. Sifat dari kejahatan siber ini adalah baik pelaku maupun korbannya sama-sama invisible atau tidak terlihat, hal ini yang membuat jenis kejahatan siber ini punya kerumitan khusus. Pelaku potensial dari jenis kejahatan siber ini, dia bisa dari kelompok yang

geologis ataupun kelompok yang berbisnis secara ilegal dan individu tertentu. Keuntungan pelaku di aktivitas kejahatan siber ialah yang pertama memungkinkan anonimitas jadi pelaku dengan lebih mudah menyembunyikan identitas mereka, kedua adalah ketika pelaku melaksanakan kejahatan di ruang cyber ada jeda waktu yang memungkinkan pelaku lebih leluasa untuk menghilangkan barang bukti agar mengelabui dan mencegah respon dari upaya-upaya yang dilakukan oleh penegak hukum. Adapun faktor pemicu munculnya kejahatan siber di Indonesia antara lain:

### **1. Akses internet yang tidak terbatas**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk yang sangat aktif dalam memanfaatkan jaringan internet. Menurut data yang dirilis oleh We Are Social, per Januari 2022, sekitar 204,7 juta penduduk Indonesia yang menggunakan internet. Data yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia sejumlah 210.026.769 dari keseluruhan jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 272.682.600 jiwa. APJII mencatat bahwa pagebluk covid 19 merupakan salah satu faktor dominan yang menyebabkan perubahan perilaku penggunaan internet. Sekitar 76,63 persen responden yang berusia 13-18 tahun menjawab mereka lebih sering menggunakan internet sejak pandemi, 19-34 tahun sebanyak 53,99 persen, dan usia 35-54 tahun berjumlah 47,91 persen. APJII menemukan alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses pesan singkat dan media sosial (98,02%), sekolah atau kerja dari rumah (90,21%) dan mencari informasi atau berita (92,21%). Mereka juga menggunakan internet untuk mengakses layanan publik (84,9%), transportasi online (76,47%), layanan keuangan (72,32%), transaksi online (79%), email (80,74%), dan konten hiburan (77,25%).

Perkembangan Internet nirkabel di Indonesia melaju sedemikian, terutama bila dilihat dari makin banyaknya hotspot Wi-Fi di banyak tempat umum seperti di kafe, hotel, bandara, dan kampus. Umumnya eksekutif perusahaan yang memiliki mobilitas tinggi banyak mengambil manfaat dari adanya teknologi tersebut. Mereka sering bertransaksi, dan menjalankan banyak aktivitas kantor di tempat-tempat umum. Namun harus disadari bahwa Akses Internet di tempat umum melalui hotspot



sangat rawan terhadap datangnya serangan dari luar seperti hacker, virus, spam, ataupun spyware. Apalagi akhir-akhir ini terdapat banyak kejahatan siber baru, seperti *password attack*, *phising*, dan *keylogger*. Sehingga pengguna perlu melindungi transaksi dan aplikasi vitalnya dari serangan tersebut, karena bisa jadi serangan tersebut akan merembet ke sistem aplikasi dikantornya. Kasus yang paling besar adalah hilangnya atau bocornya data-data atau informasi penting perusahaan karena serangan *hacking* melalui aplikasi nirkabel di tempat-tempat umum. Selain itu, *cyber-crime* juga bisa mengurangi produktivitas karyawan perusahaan karena penuhnya bandwidth oleh ratusan e-mail sampah.

## 2. Kelalaian pengguna komputer

Perangkat apa pun yang digunakan untuk mengakses internet, entah itu laptop, PC, Smartphone semuanya memiliki resiko yang sama. Ketika mengakses internet tidak ada yang bisa memberikan jaminan kalau data pribadi dapat terlindungi. Tidak ada juga jaminan bahwa perangkat yang digunakan untuk mengakses internet dapat terhindar dari serangan program-program berbahaya. Trojan, virus, worm, spyware, adware, keyloggers. Nama-nama itu hanya beberapa dari sekian banyak malware yang berkeliaran dan membahayakan komputer kita. Kerusakan yang ditimbulkannya pun bermacam-macam, dari mulai “hanya” mengubah ekstensi file sehingga tidak bisa digunakan sampai melumpuhkan 50 juta komputer hanya dalam waktu 1 hari. Mengingat bahayanya, menjadi sebuah hal penting untuk menjadi perhatian agar setiap pengguna internet berusaha untuk melindungi komputer dari malware. Sama seperti di dunia nyata, Internet tidak sepenuhnya aman. Jika di tahun 1980-an malware dibuat hanya untuk iseng, sekarang malware dibuat oleh para profesional sebagai alat untuk melakukan kejahatan.

*Cyber-crime* atau kejahatan yang dilakukan dengan teknologi komputer dan Internet, sudah lama menjadi isu keamanan. Mau tidak mau, kita mesti sadar akan bahaya dan cara pencegahannya. Di tempat kerja, biasanya kita menggunakan komputer inventaris perusahaan yang bisa juga dipergunakan oleh karyawan lain. Komputer dengan beberapa username seperti ini rentan terhadap pencurian data. Jadi pastikan username yang dimiliki menggunakan password agar data-data pekerjaan

tidak rusak, berubah, atau hilang. Sangat disarankan agar tidak menggunakan tanggal, bulan dan tahun lahir sebagai password karena sangat gampang ditebak.

### **3. Gampang dilakukan**

Sudah banyak kejahatan siber yang terjadi di Indonesia, mulai dari pemalsuan identitas sampai pada tagihan hutang yang tidak pernah dilakukan oleh si tertagih. Kejahatan siber saat ini sangat gampang dilakukan karena rata-rata orang Indonesia memiliki media sosial misalnya Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp. Melalui media sosial tersebut terkadang ada orang yang tertipu dalam jumlah rupiah yang sangat banyak. Kejahatan siber yang terjadi dengan memanfaatkan media sosial disebabkan oleh beberapa hal yaitu

- a. Identitas pengguna, pengguna media sosial acapkali memiliki kelengkapan identitas pribadi yang sangat gampang dipalsukan, dibuat-buat bahkan gampang dicuri. Hal tersebut memudahkan para pelaku kejahatan siber dapat memanipulasi dan memalsukan data dan identitas pribadi para pemanfaat media sosial.
- b. Penggandaan aset informasi, aset informasi yang ada di media sosial juga dapat dengan mudah digandakan atau disalin. Hal ini karena tidak ada Delete Button atau tombol hapus yang tersedia di internet.
- c. Lokasi, ketika terdeteksi lokasi pengguna media sosial ini maka sama halnya akan mudah dipalsukan atau mudah disembunyikan.

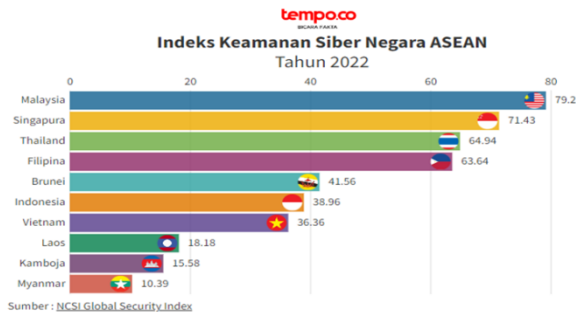
### **4. Kecerdasan para pelaku**

Sasaran serangan siber di era digital di era saat ini menjadi sangat luas. Para pelaku kejahatan siber, saat ini tidak hanya melakukan penyerangan ke sektor perbankan yang menghimpun pundi-pundi uang. Pelaku kejahatan siber juga mulai menyerang sektor-sektor lain yang telah menjadi target untuk melakukan proses pencurian data. Kejahatan siber telah menjadi momok tersendiri bagi para korban, dan telah memunculkan banyak kerugian. Mulai dari kerugian materi hingga beban psikologi. Dengan kecanggihan teknologi, para pelaku kejahatan siber juga memanfaatkan artificial intelligence (kecerdasan buatan) dalam melancarkan aksinya. Hal itu diperkuat oleh temuan dari Lembaga riset

siber Indonesia CISSReC (*Communication & Information System Security Research Center*). Pratama Persadha selaku Ketua CISSReC menyebut bahwa pelaku kejahatan siber akan menyerang dengan kecerdasan buatan, sehingga membuat serangan siber semakin berbahaya. Para peretas memanfaatkan AI agar malware, ransomware, virus, hingga trojan bisa terus berkembang dan terus memperbaiki kelemahannya untuk melawan anti-virus. Sebagai contoh perwujudan kecerdasan buatan itu ialah pembuatan video palsu yang menyerupai asli. Dengan *deep-fake* video palsu bisa dibuat dengan memanipulasi muka dan suara seseorang. Di video itu, seseorang bisa dibuat seolah-olah mengucapkan sesuatu yang tidak dia ucapkan

## 5. Sistem keamanan siber yang lemah

Suka atau tidak, keamanan siber di Indonesia begitu lemah. Kondisi keamanan siber Indonesia yang lemah dapat dilihat dari runtutan kasus kebocoran data penduduk yang terjadi secara berulang dalam beberapa masa terakhir. Berdasarkan data yang dirilis oleh *National Cyber Security Index (NCSI)*, Indonesia menempati posisi 77 dari 160 negara di dunia mengenai keamanan siber nasional (Ramadhan & Wijaya, 2022). Dalam konteks Asia Tenggara, indeks keamanan siber Indonesia dapat dilihat pada grafik berikut ini



Lemahnya sistem keamanan siber Indonesia yang hanya mendapatkan skor 38,96 atau urutan 6 di negara-negara anggota ASEAN tentu akan berdampak pada sistem keamanan negara secara keseluruhan (ekonomi, politik, maupun pertahanan negara). Ada beberapa hal yang

menyebabkan sistem keamanan siber di Indonesia berada pada tataran lemah, yaitu:

- a. Selama ini sistem keamanan data antar lembaga bersifat sektoral, masing-masing lembaga mempunyai sistem keamanan sendiri-sendiri.
- b. Minimnya saling koordinasi antar lembaga negara terkait sistem keamanan elektronik, keamanan informasi dengan lembaga terkait misalnya BIN dan BSSN.
- c. Lemahnya sistem keamanan, baik dari segi sistem informasi maupun kapasitas sumber daya manusia.
- d. Minimnya anggaran yang diperuntukkan dalam mengelola, mengendalikan, mengawasi sistem siber dan sistem informasi negara.

## **6. Perhatian masyarakat kurang**

Dalam suatu kesempatan, tepatnya pada saat pelaksanaan Focus Group Discussion (FGD) yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia, tenaga profesional Lembaga Ketahanan Nasional, Baskoro Arianto menyatakan bahwa keamanan siber merupakan bagian dari salah satu isu strategis ketahanan nasional, khususnya dalam aspek transformasi digital. Namun patut dijadikan renungan bahwa terjadi sebagian masyarakat Indonesia kurang perhatian mengenai pentingnya keamanan siber. Menurut Pratama Persadha, minimnya perhatian masyarakat terhadap keamanan siber mengakibatkan serangan siber acapkali terjadi dan social engineering akhirnya sering menjadikan masyarakat umum sebagai korban. Rendahnya kesadaran masyarakat akan keamanan siber disebabkan oleh edukasi siber yang belum terpenuhi secara baik. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh pelaku kejahatan siber, dengan penguasaan informasi dan kelihaihan berkomunikasi, pelaku dapat membuat korbannya patuh hingga menuruti perintah mereka.

## **C. PEMBENTUKAN VIRTUAL POLICE**

Pernah menjadi perbincangan heboh di jagad media sosial tentang pembentukan polisi virtual. Melalui surat edaran bernomor SE/2/11/2021, Kapolri Jenderal Pol. Listyo Sigit Prabowo mendeklarasikan pemberlakuan polisi virtual. Kebijakan ini berdiri di atas pertimbangan perkembangan kondisi nasional pasca penerapan UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang

perubahan atas UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) yang diduga bertentangan dengan hak kebebasan berekspresi dalam ranah digital. Pembentukan polisi virtual ini dimaksudkan sebagai upaya untuk menjaga ruang siber agar tetap sehat dan produktif.

Dalam keberadaannya, polisi virtual memiliki tugas untuk memberikan penyuluhan dan edukasi kepada warga negara terkait dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Polisi virtual akan hadir dan berpatroli di jagad maya untuk memberikan teguran kepada masyarakat yang aktif menggunakan media sosial jika ada potensi pelanggaran UU ITE. Kehadiran polisi virtual untuk membasmi situs-situs maupun media sosial yang kerjanya cuma membuat keonaran di tengah masyarakat melalui penyebaran berita hoaks atau tayangan yang mengandung hinaan, makian, dan profokasi berlatar belakang suku, agama, ras, dan antar golongan. Selain itu, polisi virtual juga berfungsi sebagai penyuluh bagi masyarakat agar bijak dalam bermedia sosial. Dengan demikian setiap tulisan, gambar maupun video yang diluncurkan oleh masyarakat, namun dapat memunculkan ketersinggungan maupun perpecahan di lingkungan masyarakat dan mengancam pertahanan dan kedaulatan negara dapat terkoreksi dengan sendirinya. Terdapat dua macam tindak pidana yang ditangani oleh polisi siber yaitu computer crime dan computer-related crime. Computer crime meliputi hacking, manipulasi data digital, web phishing, dan serangan terhadap sistem keamanan digital. Sedangkan computer-related crime meliputi penyebaran video porno, judi online, penyebaran hoaks, pencemaran nama baik, ujaran kebencian. Adapun prosedur kerja polisi virtual ialah:

1. Virtual Police memberikan peringatan kepada akun di media sosial yang diduga melanggar.
2. Saat akun mengunggah tulisan gambar yang berpotensi melanggar pidana. Langkah selanjutnya, petugas akan menyimpan tampilan unggahan itu untuk dikonsultasikan dengan tim ahli yang terdiri dari ahli pidana, ahli bahasa, dan ahli informasi dan transaksi elektronik (ITE).
3. Jika ahli mengatakan konten tersebut memuat pelanggaran pidana, baik penghinaan atau yang lainnya, langkah selanjutnya adalah

diajukan ke direktur siber atau pejabat yang ditunjuk di siber memberikan pengesahan.

4. Kemudian Virtual Police Alert dikirim secara pribadi ke akun yang bersangkutan secara resmi. Peringatan akan dikirimkan lewat direct message (DM). Sebab, Kepolisian tidak ingin peringatan dari Virtual Police kepada pengguna media sosial ini diketahui pihak lain karena bersifat rahasia.

Kehadiran polisi virtual memunculkan pro dan kontra ditengah masyarakat. Direktur Eksekutif *Southeast Asia Freedom of Expression Network* (SAFEnet) mengungkapkan bahwa polisi virtual justru memunculkan digital panopticon atau Orwelian State yaitu situasi di mana warga negara selalu merasa terintai. Akibatnya polisi virtual ini dianggap justru memunculkan ketakutan dan keresahan baru di tengah kehidupan warga negara. Kekhawatiran terhadap kehadiran polisi virtual juga disampaikan oleh Wijayanto selaku Direktur Studi Media dari Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial (LP3ES). Menurut Wijayanto, ditemui adanya narasi-narasi dalam akun polisi virtual yang bernama @CCICPOLri bisa memunculkan ketakutan pada masyarakat, di antaranya ada cuitan: cepat atau lambat, jejak pidana mu di dunia siber akan menerima hukuman yang setimpal, karena Indonesia negara hokum.

Namun hal ini agak berbeda dengan pernyataan dari Ahmad Ramadhan selaku Kabagpenum Humas Mabes Polri menyatakan bahwa kehadiran polisi virtual bukan dimaksudkan untuk mengekang warga negara dalam menyampaikan pendapat di media sosial. Polri bahkan memberikan kesempatan kepada warga negara untuk menyampaikan kritik konstruktif melalui media sosial. Akan tetapi warga negara harus mampu membedakan antara kritikan dengan fitnah, pencemaran nama baik, ujaran kebencian, dan berita bohong. Hal yang hampir sama disampaikan oleh Teuku Nasrullah, pakar Hukum Pidana Universitas Indonesia. Pembentukan polisi virtual merupakan terobosan baru dari Kepolisian Negara Republik Indonesia yang patut diapresiasi sepanjang tidak dimaksudkan untuk mengekang hak warga negara dalam berekspresi, berpendapat, menyampaikan kritik dan koreksi di dunia maya.

Jamak dipahami bahwa perbuatan melawan hukum yang dulunya seringkali terjadi dalam kehidupan nyata keseharian kita, pada saat era kemajuan teknologi dapat pula dilakukan di dunia maya. Kondisi yang demikian ini haru mendapat perhatian dari negara, negara harus peduli dan berproses untuk mengatasi permasalahan, dalam upaya membangun ketertiban sosial dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Masyarakat tidak perlu merasa ketakutan dengan peringatan yang diberikan oleh polisi virtual dalam konten-konten media sosial. Justru hal ini harus diberi apresiasi karena sudah mulai terjadi pergeseran paradigma politik hukum dalam hal penegakan hukum yang pada mulanya langsung pada penindakan, sekarang berubah menjadi pendidikan dan pembelajaran kepada masyarakat.

Jika diperhatikan secara seksama aktivitas para warganet di dunia maya, seringkali memang ada saja segelintir orang yang hanya aktif menyebarkan narasi-narasi yang mengganggu kehidupan kenegaraan. Cuitan-cuitan yang bernuansa penghinaan berbasis SARA kerap kali dapat dijumpai. Kejahatan-kejahatan seperti itu justru memunculkan ketidaknyamanan dari warganet yang lain. Jamak disaksikan ada sosok yang begitu garang menyampaikan narasi penghinaan terhadap pribadi, menyinggung suku dan agama tertentu namun hanya berujung pada permintaan maaf di depan khalayak disertai dengan pernyataan yang ditandatangani pada meterai tempel Rp.6.000. Dengan kondisi seperti itu, kit berharap kehadiran polisi virtual dapat dikategorikan sebagai upaya dari kepolisian untuk menciptakan ketertiban umum.

Upaya kepolisian dengan cara memberikan peringatan kepada warganet melalui polisi virtual selaras dengan temuan hasil penelitian yang dilakukan oleh Microsoft mengenai tingkat kesopanan masyarakat Indonesia dalam menjalin komunikasi dan interaksi di dunia maya. Dalam laporan yang bertajuk Digital Civility Index (DCI), ditemukan bahwa Indonesia menempati ranking 29 dari 32 negara untuk tingkat kesopanan di Asia Tenggara. Indonesia hanya unggul atas Meksico dan Rusia. Hasil penelitian tersebut sudah cukup menjadi salah satu alasan diperlukannya patroli dari polisi virtual untuk memberikan peringatan kepada warganet. Sudah menjadi kenyataan umum bahwa pemanfaat media sosial di Indonesia semakin bertumbuh dan didominasi oleh generasi milenial dan

generasi Z, yang mana generasi ini lebih banyak meniru dan cenderung menghabiskan waktu sepanjang hari untuk bertamasya di ruang-ruang digital. Dengan demikian, adalah suatu hal yang wajar jika perlu ada tindak turunan dari penerapan UU ITE, yang mana UU tersebut tidak dapat dengan serta merta secara leterlek diberlakukan sehingga memunculkan ketakutan kepada masyarakat. Karena itu, ketika dibentuk polisi virtual, maka ini merupakan langkah dari kepolisian yang sudah menerapkan pendekatan humanis kepada warga negara untuk berpartisipasi aktif dalam mewujudkan ketertiban umum.

Keberadaan polisi virtual di Indonesia dinilai efektif dalam meredam gejala di jagad maya. Dengan polisi virtual, maka lebih ditujukan pada hal-hal yang bernuansa edukasi, pembelajaran melibatkan masyarakat, melibatkan influencer yang mempunyai followers cukup banyak. Pembelajaran melibatkan masyarakat, influencer yang mempunyai followers cukup banyak untuk memberikan edukasi mengenai etika dan adab yang baik dalam pemanfaatan media sosial. Konsep ini terlihat seperti yang sering dilakukan Presiden Joko Widodo dalam menseminasikan kebijakannya, yakni mengajak influencer. Secara umum kerja dari polisi virtual atau pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah memberikan edukasi kepada masyarakat bagaimana bermedia sosial yang baik, berbudaya dan jauh dari tindakan atau kejahatan pidana. Alhasil, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Litbang Kompas, mayoritas responden setuju dengan kehadiran polisi virtual dalam mengawasi konten di media sosial. Survey tersebut melibatkan sejumlah 509 responden dan hasilnya 77,4 persen menyatakan setuju, tidak setuju 15,2 persen, dan tidak tahu 7,4 persen.

Dalam menjalankan tugasnya, polisi virtual mengedepankan edukasi dan langkah persuasif agar dapat menghindari adanya dugaan kriminalisasi terhadap warga negara yang berstatus sebagai terlapor serta dapat memberikan jaminan kenyamanan dan ketertiban di ruang digital Indonesia. Dalam melaksanakan tugasnya polisi virtual mengacu pada sejumlah nilai yang termaktub dalam Surat Edaran Kapolri Nomor SE/2/II/2021. Nilai-nilai yang dimaksud ialah:

1. Mengikuti perkembangan pemanfaatan ruang digital yang terus berkembang dengan segala macam persoalannya



2. Memahami budaya beretika yang terjadi di ruang digital dengan menginventarisir berbagai permasalahan dan dampak yang terjadi di masyarakat
3. Mengedepankan upaya preemtif dan preventif melalui virtual police dan virtual alert yang bertujuan untuk memonitor, mengedukasi, memberikan peringatan, serta mencegah masyarakat dari potensi tindak pidana siber.
4. Dalam menerima laporan dari masyarakat, penyidik harus dapat dengan tegas membedakan antara kritik, masukan, hoaks, dan pencemaran nama baik yang dapat dipidana untuk selanjutnya menentukan langkah yang akan diambil.
5. Sejak penerimaan laporan, agar penyidik berkomunikasi dengan para pihak terutama korban (tidak diwakilkan) dan memfasilitasi serta memberi ruang seluas-luasnya kepada para pihak yang bersengketa untuk melaksanakan mediasi.
6. Melakukan kajian dan gelar perkara secara komprehensif terhadap perkara yang ditangani dengan melibatkan Bareskrim/Dittipidsiber (dapat melalui zoom meeting) dan mengambil keputusan secara kolektif kolegial berdasarkan fakta dan data yang ada.
7. Penyidik berprinsip bahwa hukum pidana merupakan upaya terakhir dalam penegakan hukum (ultimatum remedium) dan mengedepankan restorative justice dalam penyelesaian perkara.
8. Terhadap para pihak dan/atau korban yang akan mengambil langkah damai agar menjadi bagian prioritas penyidik untuk dilaksanakan restorative justice terkecuali perkara yang bersifat berpotensi memecah belah, SARA, radikalisme, dan separatisme.
9. Korban yang tetap ingin perkaranya diajukan ke pengadilan namun tersangkanya telah sadar dan meminta maaf, terhadap tersangka tidak dilakukan penahanan dan sebelum berkas diajukan ke JPU agar diberikan ruang untuk mediasi kembali.
10. Penyidik agar berkoordinasi dengan JPU dalam pelaksanaannya, termasuk memberikan saran dalam hal pelaksanaan mediasi pada tingkat penuntutan.

11. Agar dilakukan pengawasan secara berjenjang terhadap setiap langkah penyidikan yang diambil dan memberikan reward serta punishment atas penilaian pimpinan secara berkelanjutan.

Melihat tata cara kerja sebagaimana yang termaktub di atas, maka polisi virtual pada dasarnya memperkuat dari penerapan UU ITE.

#### **D. URGENSI KETERATURAN SOSIAL DI DUNIA MAYA**

Ketahanan nasional merupakan daya sintas (survival) suatu bangsa yang berisi keuletan, ketangguhan, dan keunggulan yang dapat mengembangkan kemampuan dalam menghadapi dan mengatasi segala tantangan, hambatan dan ancaman baik yang datang dari dalam maupun dari luar. Ketahanan nasional suatu negara pada garis besarnya ditentukan oleh kondisi yang berlangsung pada tiga ranah utama kehidupan sosial: ranah mental spiritual, ranah institusional political, dan ranah material teknologikal. Ranah pertama lazim disebut ranah budaya, sedang ranah kedua dan ketiga lazim disebut ranah peradaban.

Sebagai upaya memperkuat ketahanan nasional, maka perlu pula ditata akan pentingnya keteraturan sosial di dunia maya. Harus diakui bahwa media sosial memiliki sisi positif dalam hal pertukaran informasi secara cepat dan akurat, namun pada sisi lain dapat pula memunculkan sisi negatif yang akan berpengaruh langsung terhadap tatanan kebangsaan secara langsung maupun tidak langsung misalnya, penyebaran ideologi radikal, pornografi, perdagangan narkoba, kejahatan siber, dan sejenisnya. Di era digital, dunia maya semakin marak bahkan dapat menghambat, merusak, hingga mematikan produktivitas. Pembunuhan karakter hingga mengganggu hidup dan kehidupan berbangsa dan bernegara bisa dilakukan. Berita hoax pembodohan, penyesatan secara virtual banyak menjadi pilihan.

Kehadiran polisi virtual dalam mewujudkan keteraturan sosial di dunia maya menjadi tonggak bagi kehidupan masyarakat Indonesia setelah memasuki era kemajuan teknologi. Kehadiran polisi virtual harus pula diikuti oleh masyarakat dengan berupaya mengubah sistem dan kebiasaan-kebiasaan yang selama ini dianggap memunculkan ketidaknyamanan di dunia maya. Karena mengubah habitat melalui

attitude perlu ada sistem-sistem kontrol yang mampu meminimalisir terjadinya penyimpangan. Memberikan apresiasi dan sanksi tegas pada dasarnya juga merupakan edukasi terhadap masyarakat, karena disadari atau tidak, pola dan tata kehidupan baru (tanpa nyinyir, tanpa hujat, dan tanpa hoax) akan melahirkan pola-pola aktivitas dan produktivitas baru. Kehadiran polisi virtual di tengah masyarakat maya boleh jadi mengantarkan warganet menjadi:

1. Cerdas teknologi
2. Cerdas menangkap peluang dan potensi untuk bertahan hidup, tumbuh dan berkembang.
3. Cerdas di dalam melihat dan merancang masa depan
4. Cerdas dalam mencegah dan menangani konflik.
5. Siap menghadapi berbagai potensi yang merusak bahkan mematikan produktivitasnya baik dari alam, dari faktor manusia maupun faktor kerusakan infrastruktur dan faktor-faktor lainnya.
6. Siap dan mampu menghadapi bahkan menjadi pelopor terjadinya perubahan-perubahan yang dinamis.

Polisi virtual jika didekati dalam paradigma ilmu sosial, khususnya dalam bidang sosiologi maka ia berada pada ranah fungsionalis. Paradigma ini berakar pada sociology of regulation dengan menggunakan sudut pandang objektif. Ciri khasnya adalah perhatian terhadap penjelasan tatanan kehidupan sosial, keteraturan sosial, consensus, integrasi sosial, solidaritas, dan pemenuhan kebutuhan dan aktualisasi. Paradigma fungsionalisme sesungguhnya merupakan aliran pemikiran yang paling banyak dianut di dunia. Pandangan fungsionalisme berakar kuat pada tradisi sosiologi keteraturan (Malik & Nugroho, 2016). Pendekatannya terhadap permasalahan berakar pada pemikiran kaum obyektivis. Pemikiran fungsionalisme sebenarnya merupakan sosiologi kemapanan, ketertiban sosial, stabilitas sosial, kesepakatan, keterpaduan sosial, ke setiakawanan, pemuasan kebutuhan, dan hal-hal yang nyata (empirik). Oleh karenanya, kaum fungsionalis cenderung realis dalam pendekatannya, positivis, deterministik dan nomotetis. Rasionalitas lebih diutamakan dalam menjelaskan peristiwa atau realitas sosial. Paradigma ini juga lebih berorientasi pragmatis, artinya berusaha melahirkan pengetahuan yang

dapat diterapkan, berorientasi pada pemecahan masalah yang berupa langkah-langkah praktis untuk pemecahan masalah praktis juga. Mereka lebih mendasarkan pada “filsafat rekayasa sosial” (social engineering) sebagai dasar bagi usaha perubahan sosial, serta menekankan pentingnya cara-cara memelihara, mengendalikan atau mengontrol keteraturan, harmoni, serta stabilitas sosial.

Ketika menyoroti polisi virtual dengan menggunakan kerangka AGIL (Haris, 2021) yang diperkenalkan oleh Talcot Parsons, maka hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Polisi Virtual merupakan bentuk fungsi adaptasi (adaptation) dari kepolisian untuk bereaksi terhadap kondisi eksternal dan untuk beradaptasi dengan kondisi tersebut. Perkembangan industri digital yang ditandai dengan keaktifan warga negara dalam memanfaatkan media sosial seringkali memunculkan tindakan-tindakan yang disfungsi, dalam arti dapat menciptakan keterbelahan dalam masyarakat, bahkan bisa saja berujung pada konflik terbuka. Keterbelahan itu mulai dirasakan sejak kontestasi pada pemilihan umum 2019 yang efeknya masih dapat dirasakan hingga saat ini.
2. Maraknya penolakan terhadap keberadaan Polisi Virtual menjadi pekerjaan tersendiri bagi kepolisian untuk menyampaikan kepada khalayak mengenai pentingnya keberadaan polisi virtual di tengah masyarakat dalam mencapai tujuan besar berbangsa dan bernegara yaitu keteraturan dan ketertiban sosial di dunia maya (*goal attainment*). Berdasar pada kerangka ini, maka kepolisian harus senantiasa memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa tujuan dari pembentukan polisi virtual ini bukan dimaksudkan untuk mencederai demokrasi dan hak asasi bagi setiap warga negara dalam menyampaikan pendapat di jagad maya. Justru polisi virtual ini dimaksudkan untuk memberikan edukasi bagi netizen agar bijak dalam memanfaatkan media sosial.
3. Sebagai sebuah negara yang multikultur, pemerintah beserta perangkat-perangkatnya termasuk kepolisian berupaya menciptakan keharmonisan di tengah masyarakat. Disinilah letak fungsi integrasi (integration) dari Polisi Virtual dalam mewujudkan kohesi dan inklusi menuju terbentuknya sistem sosial yang berkualitas.

4. Adapun fungsi pemeliharaan pola laten (latency) dari polisi virtual ialah menjaga sekaligus mengembangkan masyarakat Indonesia yang aktif di dunia virtual untuk tetap mengedepankan nilai, norma, dan budaya sebagaimana yang tercantum dalam Pancasila dan UUD 1945.

Skema AGIL Parsons, untuk dua arah memungkinkan analisis tindakan dari semua jenis: dari yang paling tidak mencolok dalam kehidupan sehari-hari hingga aktor strategis yang penting. Parsons berbicara tentang "*hierarki cyber-netic*" yang memungkinkan skema untuk dibaca baik dari atas ke bawah, dari informasi ke energi, atau dari bawah ke atas, dari energi ke informasi. Skema ini menghubungkan empat sistem: 1) sistem lingkungan alami yang memerlukan penyesuaian, 2) sistem penetapan tujuan dalam organisme dan kepribadian, 3) sistem integrasi tindakan masing-masing dengan tindakan simultan, sebelumnya dan selanjutnya, dan 4) sistem nilai dan norma yang ada secara laten, yang dapat digunakan untuk membenarkan tindakan jika terjadi konflik.

## E. RANGKUMAN MATERI

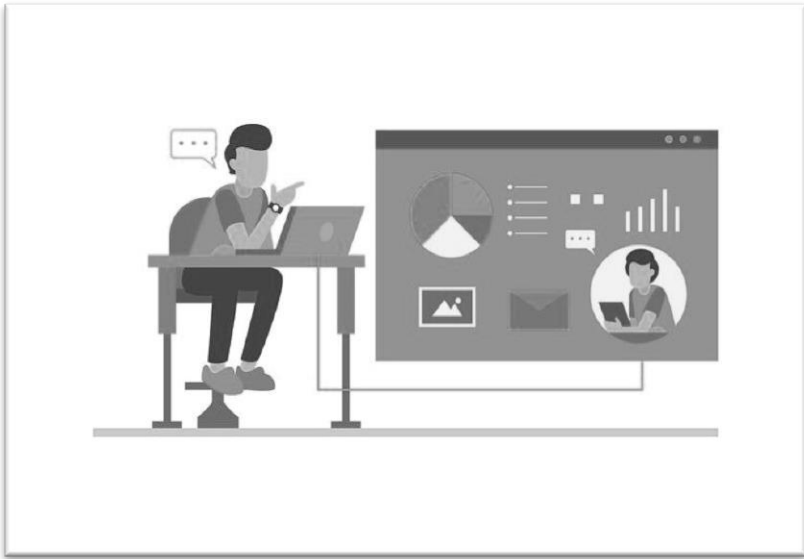
1. Kepolisian Negara Republik Indonesia telah mengaktifkan Polisi Virtual sejak 23 Februari 2021. Kehadiran Polisi Virtual dimaksudkan untuk memonitor, mengedukasi, menyampaikan peringatan, serta mencegah masyarakat dari potensi tindak kejahatan siber.
2. Kejahatan siber di Indonesia sudah mulai marak terjadi. Hal tersebut diperparah dengan sistem keamanan siber di Indonesia yang dinilai lemah sehingga beberapa kali situs dari beberapa lembaga negara yang mendapat serangan dari para peretas. Tentu hal tersebut dapat membahayakan kondisi negara karena data-data pribadi, data lembaga, maupun data perusahaan dapat disalahgunakan.
3. Untuk menjaga keteraturan sosial sebagai modal dasar dalam negeri untuk menjaga kedaulatan dan ketahanan nasional, pihak penyelenggara negara, termasuk dari pihak kepolisian untuk senantiasa menjalin sinergi antar lembaga maupun terhadap masyarakat umum.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan pengertian kejahatan siber.
2. Jelaskan sebab-sebab terjadinya kejahatan siber di Indonesia.
3. Jelaskan tugas-tugas polisi virtual dalam menjaga keamanan siber di Indonesia
4. Uraikan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh polisi virtual dalam memberikan edukasi terhadap masyarakat di dunia maya
5. Jelaskan keberadaan polisi virtual jika dikaitkan dengan kerangka AGIL yang diperkenalkan oleh Talcot Parsons.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dari, U., & Hudaidah, H. (2021). Implementasi Konsep Pendidikan Karakter Ki Hadjar Dewantara Bagi Mahasiswa Generasi Z. *PENSA*, 3(1), 76–86.
- Fakih, M. (2002). *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Haris, A. (2021). *Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Penerbit LeutikaPrio.
- Janrosl, V. S. E. (2020). Analisis SWOT Financial Technology Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Kota Batam. *Jurnal Ekobistek*, 70–76.
- Juansih. (2022). *POLRI, DISRUPSI, DAN IKN NUSANTARA: Menelidik Penerapan Smart Policing dan Predictive Policing* (Vol. 1). Jakarta: PT. Rayyana Komunikasindo.
- Juharmen, J. (2020). Globalisasi dan Pendidikan Islam Tradisional di Minangkabau. *Sukma: Jurnal Pendidikan*, 4(1), 39–51.
- Mahyuddin. (2019). *Sosiologi Komunikasi: (Dinamika Relasi Sosial di dalam Era Virtualitas)*. Makassar: Penerbit Shofia.
- Malik, A., & Nugroho, A. D. (2016). Menuju Paradigma Penelitian Sosiologi Yang Integratif. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 10(2), 65–84.
- Milyane, T. M., Umiyati, H., Putri, D., Akib, S., Daud, R. F., Rosemary, R., ... Ramadhani, M. M. (2022). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Penerbit Widina.
- Ramadhan, K. R., & Wijaya, C. (2022). The Challenges of Personal Data Protection Policy in Indonesia: Lesson learned from the European Union, Singapore, and Malaysia. *Technium Soc. Sci. J.*, 36, 18.
- Winarno, B. (2008). *Globalisasi: Peluang atau Ancaman Bagi Indonesia*. Jakarta: Erlangga.



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 9: MASYARAKAT VIRTUAL DAN PERILAKU KONSUMTIF

Nina Putri Hayam Dey, S.Sos., M.Si

Universitas Antakusuma



# BAB 9

## **MASYARAKAT VIRTUAL DAN PERILAKU KONSUMTIF**

---

### **A. PENGANTAR**

Pada bab ini penulis akan membahas tentang perubahan konsep dan perubahan perilaku masyarakat dari masyarakat dalam ranah nyata (real space) ke konteks masyarakat maya (virtual space/ cyber space). Perubahan yang terjadi merupakan dampak dari majunya perkembangan teknologi informasi khususnya internet. Keberadaan internet mampu menciptakan realitas baru dalam kehidupan manusia yaitu realitas virtual yang bisa menggantikan realitas sebenarnya dari keberadaan manusia. Hadirnya realitas virtual membuat konsep tentang manusia juga mulai berubah, dimana keberadaan manusia sudah tidak bisa dibatasi oleh ruang dan waktu. Manusia bisa melakukan interaksi sosial tanpa dibatasi oleh jarak geografis (real virtuality).

Berdasarkan literatur, beberapa penulis mencoba memberikan konsep serta definisi mengenai intensitas masyarakat modern yang hidup dalam ranah maya (virtual space/ cyber space). Benang merah yang dapat ditarik mengenai konsep ini adalah masyarakat yang hidup di era revolusi informasi akan disebut sebagai masyarakat kontemporer, masyarakat pasca industrial atau masyarakat virtual. Munculnya realitas virtual memberikan banyak dampak positif yang telah dirasakan oleh masyarakat. Akan tetapi juga ada dampak negatif salah satunya adalah lahirnya fenomena perilaku konsumtif di masyarakat dalam ranah virtual.

## **B. LAHIRNYA MASYARAKAT VIRTUAL**

### **1. Pergeseran Konsep Masyarakat**

Masyarakat merupakan komponen sentral dari studi sosiologis dan dalam kehidupan sehari-hari (Noer, 2021: 40). Akan tetapi menurut Tejukusumo (2014; 38), para pemikir dibidang sosial sepakat bahwa tidak ada definisi tunggal tentang masyarakat karena sifat manusia yang dinamis serta sering berubah-ubah sehingga konsep tentang masyarakat yang muncul akan berbeda-beda, sesuai dengan pengalaman empiris dari masing-masing ilmuwan tersebut.

Sahir dkk (2022: 85), mencoba memberikan definisi tentang masyarakat. Menurutnya masyarakat adalah struktur dan kumpulan manusia yang menempati ruang serta waktu tertentu guna mencapai tujuan bersama. Selain itu Purwaningtyas (2022: 1), mengatakan bahwa masyarakat juga dapat disebut sebagai individu yang hidup berkelompok, melahirkan kebudayaan, berinteraksi dan mengalami perubahan. Konsep lain tentang masyarakat juga dipaparkan oleh Dumasari (2014: 9), masyarakat adalah sekumpulan orang yang terbentuk dari sekumpulan orang yang hidup bersama untuk memenuhi kebutuhan di suatu wilayah dengan batas geografis yang jelas.

Selain para tokoh di atas, sebenarnya banyak sekali para tokoh sosiologi lainnya yang juga telah memberikan kontribusi pemikirannya tentang definisi masyarakat. Akan tetapi penulis hanya menggunakan beberapa konsep tersebut karena dianggap sudah mewakili konsep tentang masyarakat sesuai dengan kebutuhan penulisan buku ini. Berdasarkan beberapa konsep masyarakat diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa masyarakat merupakan perkumpulan orang yang terstruktur membentuk kebudayaan dan saling berinteraksi demi kepentingan bersama untuk mencapai sebuah tujuan tetapi dibatasi oleh jarak geografis.

Cabigo, Martin dan Mcheimech, 2016 (Dalam Sahir dkk, 2022: 87), mengatakan bahwa masyarakat memiliki tiga ciri-ciri sebagai berikut;

- a. masyarakat sebagai tempat, khususnya lokasi dibatasi oleh geografis.
- b. masyarakat sebagai interaksi sosial, dimana jaringan sosial dan dukungan sosial sangat penting.

- c. masyarakat sebagai bagian dari sosial politik akan melibatkan tujuan atau motif secara sosial dan politik dalam membentuk komunitas komunal.

Selain itu menurut Soerjono Soekanto (2012: 231), ada empat ciri-ciri masyarakat secara umum, yaitu;

- a. manusia yang hidup bersama minimal sebanyak dua orang.
- b. berinteraksi dalam waktu yang cukup lama sehingga menciptakan sistem komunikasi dan peraturan yang mengatur hubungan tersebut.
- c. memiliki kesadaran jika merupakan satu kesatuan.
- d. hidup bersama dan menciptakan kebudayaan.

Akan tetapi seiring dengan berkembangnya teknologi informasi maka konsep tentang masyarakat pada akhirnya juga mengalami perubahan sesuai dengan perubahan peradaban manusia. Secara sosiologis, teknologi memiliki makna yang lebih mendalam daripada peralatan. Teknologi merupakan suatu kerangka kebudayaan nonmaterial dalam masyarakat, jadi jika teknologi mengalami perubahan maka dampaknya adalah cara berfikir dan interaksi masyarakat juga akan ikut berubah (Hartanto, 2022).

Sahir dkk (2022: 87), mengatakan bahwa konsep masyarakat tidak hanya didefinisikan ke dalam bentuk fisik akan tetapi sudah berubah ke bentuk maya. Masyarakat dalam bentuk ini akan disebut sebagai masyarakat virtual. Perubahan mengenai konsep masyarakat di era digital pada akhirnya melahirkan ide-ide dari para pemikir sosiologi, dimana mereka berusaha memberikan definisi baru mengenai masyarakat. Berdasarkan pikiran Piliang (2003: 303), Masyarakat digital/ atau masyarakat virtual juga disebut sebagai masyarakat kontemporer, masyarakat informasi, masyarakat cyber (cyber society) dan masyarakat terbuka (open society).

Meskipun sampai saat ini masih banyak para pemikir sosial yang mengalami kesulitan dalam memberikan definisi mengenai masyarakat virtual, akan tetapi Fernback (Jones, 1999: 207-213), berusaha memberikan tiga konsep tentang definisi masyarakat virtual, yaitu;

- a. Community As Place yaitu ruang maya (cyber space) adalah tempat dimana komunitas masyarakat dibangun dan hubungan sosial

ekonomi baru dibentuk. Konsep ini merupakan gambaran dari adanya unsur kejiwaan serta tradisi yang didapatkan jika mengidentifikasi masyarakat berdasarkan tempat.

- b. Community As Symbol, seperti masyarakat pada umumnya masyarakat virtual juga memiliki simbol-simbol dan simbol tersebut dapat diinterpretasikan. Masyarakat virtual berusaha merekonstruksikan simbol tersebut sebagai hasil dari nilai-nilai yang diciptakan bersama sebagai bentuk dari identitas.
- c. Community As Virtual artinya masyarakat yang hidup dalam ruang maya akan meninggalkan identitas fisik dari penggunanya secara virtual.

Selain disebut sebagai masyarakat virtual, masyarakat yang hidup di era revolusi informasi juga disebut sebagai masyarakat kontemporer, masyarakat informasi dan masyarakat pasca industrial (Piliang, 2003: 303). Menurut Jan A. G. M Van Dijk, 1997 (dalam Alyusi, 2016: 30), Masyarakat virtual adalah masyarakat yang tidak terikat pada ruang dan waktu, tetapi masih melayani kepentingan bersama dalam realitas sosial budaya. interaksi yang terjadi diciptakan oleh jaringan komputer. Laimeheriwa (2018: 36), mengatakan bahwa masyarakat virtual merupakan komunitas masyarakat di era digital yang memegang peranan yang penting dalam menghasilkan dan mempengaruhi relasi sosial. Menurutnya masyarakat virtual tidak mewakili model tertentu dari konsep tentang masyarakat tetapi merupakan irisan dari berbagai model masyarakat. Menambahkan konsep di atas, Syafitri dkk (2022: 120), mengatakan bahwa masyarakat informasional adalah masyarakat yang berbasis informasi dan pengetahuan secara digital atau biasa dikenal sebagai masyarakat virtual.

Untuk lebih jelas memahami tentang masyarakat informasional maka perlu mengetahui tentang karakteristik dan ciri-ciri dari masyarakat informasional karena jelas sekali jika berdasarkan beberapa definisi dan karakteristik yang sudah dipaparkan diatas terdapat perbedaan antara masyarakat informasional (masyarakat virtual) dengan masyarakat secara umum. Berdasarkan pemikiran Castells (dalam Purwaningtyas, 2022: 3), ada lima karakteristik masyarakat informasional berdasarkan konsep teknologi informasi, yaitu;

- a. informasi merupakan bahan baku ekonomi (komoditas).
- b. teknologi informasi memiliki efek masif pada masyarakat dan individu.
- c. teknologi informasi memberikan kemampuan pengolahan informasi serta memungkinkan logika jaringan yang diterapkan pada organisasi dan proses ekonomi.
- d. teknologi informasi dan logika jaringan memiliki fleksibilitas dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi dan lembaga mudah dirubah dan terus berinovasi.
- e. teknologi individu merupakan suatu sistem yang terintegrasi dan terpadu.

Menambahkan pemikirannya Castells maka Syafitri dkk (2022: 121), juga berusaha memberikan tentang ciri-ciri dari masyarakat informasional atau masyarakat virtual. Mereka mengatakan bahwa ada lima karakteristik yang mendasar dari masyarakat informasional, yaitu:

- a. masyarakat informasional bersifat global karena tidak adanya batas geografis.
- b. masyarakat ini selalu menginginkan kejelasan, ketepatan, kejujuran dan keterbukaan. Para pihak yang tidak memiliki kejujuran tidak dapat bertahan dalam komunitas ini karena banyaknya informasi yang bisa dicari.
- c. masyarakat informasional memiliki pengetahuan, kompetensi dan memiliki prinsip kehati-hatian dalam mengambil keputusan berdasarkan akurasi informasi yang dimiliki. Hal ini karena adanya kekayaan informasi yang dimiliki dan akses terhadap informasi tersebut mudah untuk diakses sehingga masyarakat informasional cenderung akan lebih dominan dan kompeten.
- d. masyarakat informasional dituntut untuk lebih cepat belajar dan beradaptasi terhadap sesuatu yang baru jika tidak ingin tertinggal.
- e. masyarakat informasional selalu menawarkan kesempatan yang sama mengenai ketersediaan informasi tanpa adanya batasan, kontrol serta penyaringan informasi.

Ciri-ciri lain dari masyarakat informasional (masyarakat virtual) menurut Damanik adalah (Damanik, 2012; 75);

- a. tingginya kebutuhan akan informasi dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.
- b. teknologi informasi sudah digunakan tidak hanya sebagai media komunikasi akan tetapi juga untuk kegiatan sosial, pengajaran, bisnis dan kegiatan lainnya.
- c. kemampuan pertukaran data digital sangat cepat dalam jarak geografis yang jauh.
- d. informasi digunakan sebagai komoditas ekonomis.
- e. informasi diakses dengan koneksi berkecepatan tinggi.
- f. distribusi informasi mengalami perubahan dari informasi cetak menjadi elektronik.
- g. sistem pelayanan masyarakat sudah berubah dari manual ke sistem elektronik atau biasa disebut sebagai e-service.
- h. sektor ekonomi juga mengalami perubahan serta pergeseran dari masyarakat penghasil barang ke pelayanan jasa.
- i. kompetisi sudah bersifat global dan ketat.

Berdasarkan definisi serta ciri-ciri masyarakat virtual yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat informasional atau masyarakat virtual adalah masyarakat yang memiliki ketergantungan yang sangat besar terhadap teknologi informasi. Hal ini jelas menyebabkan terjadinya perubahan aspek sosial budaya dalam masyarakat.

## **2. Dinamika Masyarakat Tradisional Ke Masyarakat Virtual**

Masyarakat sebagai makhluk sosial akan terus mengalami perubahan untuk bertahan hidup. Menurut Sriyana (2022: 281), perubahan sosial budaya merupakan gejala umum yang terjadi sepanjang kehidupan manusia. Menurutnya ada enam bentuk perubahan sosial budaya yang terjadi sepanjang kehidupan manusia, yaitu;

- a. perubahan yang lambat (evolusi)  
perubahan evolusi adalah perubahan sosial yang terjadi secara lambat dan membutuhkan waktu yang lama tanpa adanya keinginan secara

langsung dari masyarakat yang bersangkutan. Perubahan ini merupakan proses adaptasi masyarakat terhadap perkembangan zaman.

- b. perubahan yang cepat (revolusi)  
perubahan revolusi adalah perubahan sosial budaya yang berlangsung secara cepat dan menyangkut pada sendi-sendi pokok kehidupan masyarakat. Biasanya revolusi diawali oleh ketegangan atau konflik pada masyarakat.
- c. perubahan kecil  
merupakan perubahan yang terjadi pada unsur struktur sosial tetapi tidak memiliki pengaruh yang langsung bagi masyarakat. Contohnya adalah perubahan mode pakaian.
- d. perubahan besar  
perubahan besar merupakan perubahan yang terjadi di dalam struktur masyarakat dan memiliki pengaruh secara langsung bagi masyarakat. Contohnya adalah perubahan alat pertanian tradisional pada masyarakat agraris ke alat pertanian modern.
- e. perubahan yang dikehendaki dan direncanakan  
merupakan perubahan yang telah diperkirakan oleh pihak (agent of change) yang hendak melakukan perubahan dalam sistem masyarakat dan lembaga kemasyarakatan lainnya.
- f. perubahan yang tidak dikehendaki dan tidak direncanakan  
perubahan ini merupakan bentuk perubahan yang berlangsung di luar jangkauan masyarakat dan menyebabkan dampak yang tidak diharapkan oleh masyarakat.

Bentuk-bentuk perubahan sosial di atas bisa terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu;

- a. berubahnya jumlah penduduk,
- b. adanya penemuan baru,
- c. terjadinya revolusi,
- d. adanya pertentangan/ konflik,
- e. keterbukaan masyarakat,
- f. kemajuan sistem pendidikan.
- g. akulturasi,

- h. asimilasi,
- i. bencana alam,
- j. perang,
- k. adanya pengaruh budaya lain.

Berdasarkan bentuk-bentuk perubahan sosial di atas maka dapat dilihat bahwa di era gempuran teknologi modern saat ini, masyarakat virtual bisa muncul karena adanya penemuan baru di bidang teknologi. Menurut Damanik (2012: 74), masyarakat mengalami beberapa tahap perubahan sehingga akhirnya menjadi masyarakat informasi. Perubahan tersebut dimulai dari masyarakat agraris, masyarakat industri, hingga akhirnya menjadi masyarakat informasi. Guna memahami lebih lanjut tentang perubahan dan perkembangan masyarakat maka Damanik berusaha menjabarkan mengenai perbedaan dari hasil perkembangan masyarakat tersebut. Untuk lebih jelas maka penjelasan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini;

**Tabel**  
**Tahapan Perkembangan Masyarakat**

	<b>Agraris</b>	<b>Industri</b>	<b>Informasi</b>
SDA yang diolah	SDA (angin, air, tanah, manusia)	Membuat tenaga (listrik, bahan bakar)	Informasi (transmisi data dan penggunaan komputer)
SDA yang dibutuhkan	Bahan mentah (alam)	Modal (uang)	Pengetahuan
Keahlian SDM yang dibutuhkan	Petani dan pekerja yang tidak memiliki keahlian tertentu.	Pekerja yang memiliki keahlian ( <i>skill</i> ) khusus.	Pekerja profesional yang memiliki keahlian dibidang teknologi.
Teknologi (peralatan)	Peralatan manual	Teknologi mesin	Teknologi cerdas



	(tradisional)		
Prinsip perkembangan	Tradisional	Pertumbuhan ekonomi	Penerapan pengetahuan dalam teknologi
Model produksi dalam bidang ekonomi	Pertanian, pertambangan, perikanan dan peternakan.	Produksi, distribusi barang, konstruksi berat.	Transportasi, perdagangan, asuransi, real estate, kesehatan, rekreasi, penelitian, pendidikan, pemerintahan.

Dinamika tahapan perkembangan masyarakat di atas menunjukkan bahwa munculnya masyarakat virtual merupakan proses perubahan sosial yang terjadi di dalam masyarakat yang disebabkan oleh munculnya teknologi. Haryanti (2016: 4), mengatakan bahwa ada lima faktor yang mendorong terbentuknya masyarakat informasi, yaitu:

- a. kemajuan dalam pendidikan yang ditandai dengan meningkatnya kemampuan membaca serta menulis.
- b. perubahan karakteristik pola kerja dimana orang akan selalu mencari informasi dan pengetahuan supaya bisa bekerja dengan cepat, efektif dan efisien.
- c. perubahan dalam cara menyebarkan pengetahuan, mulai dari cara konvensional mengarah pada cara yang modern atau penggunaan alat-alat yang canggih.
- d. perubahan juga terjadi dalam cara mencari pengetahuan, semakin besar rasa ingin tahu pada seseorang maka dia akan berusaha mendapatkan informasi dengan spesifik.
- e. kemampuan dalam menciptakan alat-alat untuk menyebarkan dan mengakses pengetahuan yang baru.

Menurut Damanik (2012: 75), masyarakat informasi atau masyarakat virtual memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Meningkatnya kebutuhan akan informasi yang tinggi dalam kehidupan masyarakat.
- b. Teknologi informasi digunakan dalam kegiatan sosial, pengajaran, bisnis dan kegiatan lainnya.
- c. Meningkatnya pertukaran data digital secara cepat dalam jarak yang jauh.
- d. masyarakat sadar akan informasi dan mendapatkan informasi secara cukup.
- e. informasi digunakan sebagai komoditas ekonomi.
- f. masyarakat terbiasa mengakses informasi yang berkecepatan tinggi.
- g. distribusi informasi mengalami perubahan dari informasi tercetak menjadi elektronik.
- h. sistem layanan berubah dari manual menjadi layanan elektronik (e-service).
- i. kompetisi bersifat global dan ketat.

Menambahkan pemikiran di atas, ciri-ciri lain dari masyarakat informasi atau masyarakat virtual (Purwangingtyas, 2022: 9; Haryanti, 2016: 4) adalah;

- a. sumber informasi terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.
- b. adanya kesadaran masyarakat tentang pentingnya informasi bagi kehidupan masyarakat.
- c. terbukanya wawasan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi informasi secara tepat guna.
- d. berkembangnya lembaga perpustakaan, dokumentasi dan informasi secara merata.
- e. kemajuan sumber daya manusia di bidang informasi.
- f. informasi dikelola dengan baik, disajikan tepat waktu dan dikemas sebagai komoditi yang bernilai secara ekonomi

Selain ciri-ciri dari masyarakat informasi atau masyarakat virtual yang sudah dipaparkan di atas. Masyarakat informasi atau masyarakat virtual memiliki beberapa karakteristik (Syafitri, 2022: 121), yaitu;

- a. masyarakat informasional pada prinsipnya bersifat global karena tidak adanya batas geografis.
- b. masyarakat informasional selalu menginginkan kejelasan, ketepatan, kejujuran dan keterbukaan. Pihak yang tidak jujur akan tereliminasi dalam lingkungan sosialnya karena banyaknya informasi yang tersedia untuk mencari dan menemukan data dan fakta.
- c. masyarakat ini memiliki pengetahuan, kompetensi dan prinsip kehati-hatian dalam mengambil keputusan berdasarkan akurasi informasi yang dimiliki.
- d. masyarakat informasional merupakan lingkungan baru, permainan baru dan seperangkat aturan baru, sehingga masyarakat dituntut untuk terus belajar supaya dapat beradaptasi dengan lingkungan dan aturan yang baru tersebut.
- e. masyarakat ini selalu menawarkan kesempatan yang sama. ketersediaan informasi bagi setiap orang tanpa batasan, control atau penyaringan akan memberikan kesempatan yang sama bagi semua masyarakat.

## **C. PERUBAHAN PERILAKU MASYARAKAT VIRTUAL**

### **1. Ketergantungan Terhadap teknologi**

Berbagai kajian telah dilakukan oleh para ahli tentang munculnya era revolusi teknologi informasi dan dampak sosial yang telah ditimbulkan oleh fenomena ini. Berdasarkan buku Sugihartati (2014: 83) yang berjudul “Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer”, ditulis bahwa Daniel Bell disebut sebagai ahli sosiologi yang pertama kali mengkaji tentang dampak sosial dari perkembangan media komunikasi digital. Daniel Bell mengatakan bahwa ada dua indikasi utama dari perkembangan masyarakat pasca industri yaitu (a). penemuan miniatur sirkuit elektronik dan optikal yang mampu mempercepat arus informasi melalui jaringan; (b). integrasi dari proses computer dan telekomunikasi ke dalam teknologi terpadu (komunikasi). Menurut McCarthy, (2006), Jurgen Habermas telah berusaha memperingatkan tentang dampak yang akan ditimbulkan oleh perkembangan TI pada bidang politik dan integritas masyarakat madani.

Menambahkan beberapa pemikiran di atas Castells, 1996 (dalam Sugihartati, 2014: 84), mengatakan bahwa di era revolusi informasi yang ditandai dengan canggihnya TI pada akhirnya menciptakan sebuah kebudayaan virtual riil yaitu suatu sistem sosial budaya baru dimana realitas itu sendiri sepenuhnya tercakup, sepenuhnya masuk dalam setting citra maya, di dunia fantasi yang menampilkan layar tempat dikomunikasikannya pengalaman tetapi mereka juga telah menjadi pengalaman itu sendiri. Pada masa masyarakat virtual, realitas sosial bahkan bisa dibilang telah mati karena telah diambil alih oleh realitas yang bersifat virtual atau realitas cyberspace. Fenomena ini pada akhirnya akan memunculkan sifat ketergantungan masyarakat terhadap teknologi. Menurut Iqbal (2020: 94), kemudahan teknologi virtual memfasilitasi masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari memunculkan ketergantungan terhadap teknologi ini. Menambahkan pemikiran diatas Demartoto (2013: 332), mengatakan bahwa gaya hidup modern yang serba praktis dan instan telah membawa perubahan pada perilaku masyarakat karena telah mengambil alih peran sosial manusia sebagai bagian dari masyarakat.

Ketergantungan masyarakat digital terhadap teknologi disebabkan oleh kemudahan yang didapat dalam beraktivitas dan menyelesaikan pekerjaan. Perangkat teknologi seperti TV, komputer, laptop, netbook, telepon genggam dan lain-lain, sudah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat modern dan telah digunakan oleh semua kalangan serta berbagai macam usia. Perangkat teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk membantu manusia dalam beraktivitas tetapi sudah menjadi gaya hidup modern (Sulistyaningtyas dkk: 2012: 158 ). Menurut Sulistyaningtyas dkk, salah satu bentuk ketergantungan terhadap teknologi digital adalah tingginya penggunaan telepon genggam (Smartphone). Masyarakat menggunakan Smartphone untuk berkomunikasi, berselancar didunia maya, melakukan transaksi perbankan, menyimpan agenda kegiatan, sebagai pengingat (reminder) kegiatan, menyimpan data pribadi, untuk bekerja, pendidikan, hiburan, belanja, bisnis dan seterusnya. Berdasarkan fenomena tersebut tidak heran jika seseorang kehilangan Smartphonenya maka seolah-olah ia akan merasa kehilangan separuh hidupnya karena sebagian besar data hidupnya

tersimpan didalam Smartphone. Smartphone telah menjelma menjadi asisten pribadi yang telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern.

## **2. Perilaku Konsumtif Masyarakat Virtual**

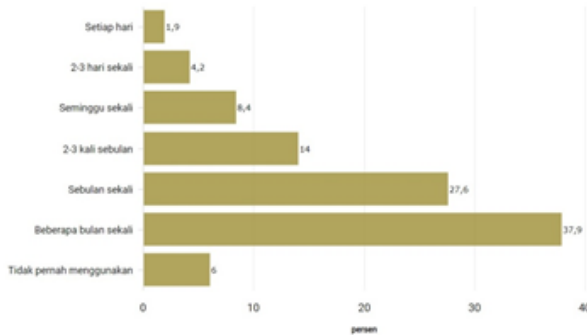
Munculnya perilaku konsumtif pada masyarakat virtual disebabkan oleh kemudahan serta kebebasan dalam mengakses fasilitas publik dalam ranah virtual. Iqbal (2020: 96), mengatakan bahwa hanya dengan kemudahan yang telah ditawarkan oleh teknologi maka segala kebutuhan masyarakat virtual dapat dipenuhi. Masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk memenuhi kebutuhannya, cukup menggunakan fasilitas virtual yang sudah tersedia sesuai kebutuhan maka semua yang diinginkan dapat diraih. Slogan “Kalau ada yang mudah, kenapa pilih yang susah? merupakan gambaran realitas sosial yang sedang dihadapi oleh masyarakat saat ini. Tanpa sadar kemudahan ini menciptakan ketergantungan dan meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat secara virtual.

Menurut Wijaya (2020: 11), perilaku konsumtif mayoritas dilakukan oleh kalangan anak muda yang terdiri dari kamu milenial dan generasi Z. Kalangan ini merupakan generasi yang melek teknologi sehingga aktivitas konsumsi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat. Dengan fasilitas Smartphone dan internet, segala bentuk transaksi sudah bisa dilakukan tanpa harus beranjak dari tempat dimana mereka berada. Transaksi tersebut bisa dilakukan secara online. Media online CNN Indonesia melaporkan, terdapat 88 persen atau 32 juta masyarakat Indonesia berbelanja secara online menggunakan jasa e-commerce pada tahun 2021. Hal ini mengalami kenaikan jumlah masyarakat yang berbelanja online jika dibandingkan tahun 2020 yang hanya berjumlah 17 juta jiwa. Peningkatan konsumen belanja online terjadi karena meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 menjadi 45 juta orang atau naik sebesar 32 persen (Uli, 2021).

Berdasarkan hasil survei kolaborasi kata data insight center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), menyaring informasi dari 10 ribu responden yang tersebar di 34 Provinsi di Indonesia mengenai frekuensi belanja online masyarakat pada tahun 2022. Hasilnya mayoritas masyarakat pernah berbelanja online melalui platform

marketplace dan hanya 6 persen responden yang mengaku tidak menggunakan aplikasi apapun untuk berbelanja (Yoshio, 2022). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini;

**Diagram**  
**Frekuensi Belanja Online Masyarakat Pada tahun 2022**



Sumber: Katadata.com

Meningkatnya perilaku konsumtif pada masyarakat Indonesia disebabkan oleh mudahnya menggapai jangkauan pasar secara online atau virtual. Selain itu meningkatnya para pedagang yang menjangkau ranah virtual dengan cara melakukan perdagangan secara online (e-commerce) (Febriani, 2019: 8). Menambahkan hal tersebut maka Sulistyaningtyas (2012: 165), mengatakan bahwa pembelian menggunakan perangkat digital bagi sebagian kecil orang didasarkan pada kebutuhan. Akan tetapi mayoritas masyarakat menggunakan perangkat ini disebabkan oleh keinginan semata, demi pencitraan dan gaya hidup. Menambahkan pemikiran di atas maka Wijaya (2020: 11), mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat virtual tidak selalu berdampak negatif akan tetapi juga memiliki dampak yang positif. Dampak positif dari fenomena ini adalah masyarakat juga bisa berperan sebagai produsen penyedia kebutuhan barang dan jasa di marketplace digital.

#### **D. RANGKUMAN MATERI**

Munculnya era revolusi teknologi juga membawa perubahan yang sangat signifikan dalam kehidupan masyarakat. Perubahan ini juga berdampak pada adanya pergeseran makna masyarakat secara ruang dan waktu. Masyarakat yang muncul akibat dari kemajuan teknologi informasi memiliki banyak penyebutan antara lain masyarakat digital, masyarakat virtual, masyarakat kontemporer, masyarakat informasi, masyarakat cyber (cyber society) dan masyarakat terbuka (open society) (Piliang, 2003: 303).

Masyarakat virtual hidup dalam ranah virtual atau dunia maya. Pola kehidupan yang terjadi tidak jauh berbeda dengan kondisi masyarakat di kehidupan nyata, dimana dalam ranah virtual masyarakat hidup menggunakan teknologi untuk melakukan aktivitasnya. Kemudahan yang sudah ditawarkan oleh teknologi digital pada akhirnya menciptakan ketergantungan dan meningkatkan perilaku konsumtif pada masyarakat virtual. Sulistyaningtyas (2012: 165), mengatakan bahwa mayoritas masyarakat virtual di Indonesia memiliki perilaku konsumtif untuk memenuhi keinginan demi pencitraan dan gaya hidup. Akan tetapi Wijaya (2020: 11), menambahkan bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada masyarakat virtual tidak selalu berdampak negatif tetapi juga memiliki dampak yang positif. Dampak positif dari perilaku konsumtif masyarakat bisa menimbulkan produsen yang bergerak secara digital yang berperan sebagai produsen penyedia kebutuhan barang dan jasa di marketplace digital.

#### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Gempuran teknologi digital tidak bisa dibendung atau difilter maka apa yang harus dilakukan oleh masyarakat sebagai individu yang hakiki supaya tidak kehilangan jati dirinya sebagai manusia yang hidup di ranah nyata?
2. Jelaskan secara singkat bagaimana proses terbentuknya masyarakat virtual?
3. Sebutkan perbedaan antara masyarakat tradisional dan masyarakat kontemporer?
4. Sebutkan dampak ketergantungan masyarakat terhadap teknologi informasi secara sosial budaya?

5. Apakah munculnya kebudayaan virtual riil dapat mempengaruhi kehidupan budaya manusia dalam realitas riil?
6. Apakah masyarakat virtual dapat terhindar dari perilaku konsumtif?
7. Sebutkan dampak negatif perilaku konsumtif bagi kehidupan sosial ekonomi masyarakat virtual?
8. Apakah munculnya fenomena perilaku konsumtif pada masyarakat virtual bisa membawa dampak yang positif bagi masyarakat dalam konteks riil?
9. Berikan contoh di sekitar anda yang berkaitan dengan fenomena perilaku konsumtif masyarakat kontemporer?
10. Apa yang harus dilakukan oleh masyarakat virtual guna mengatasi dampak negatif dari perilaku konsumtif?

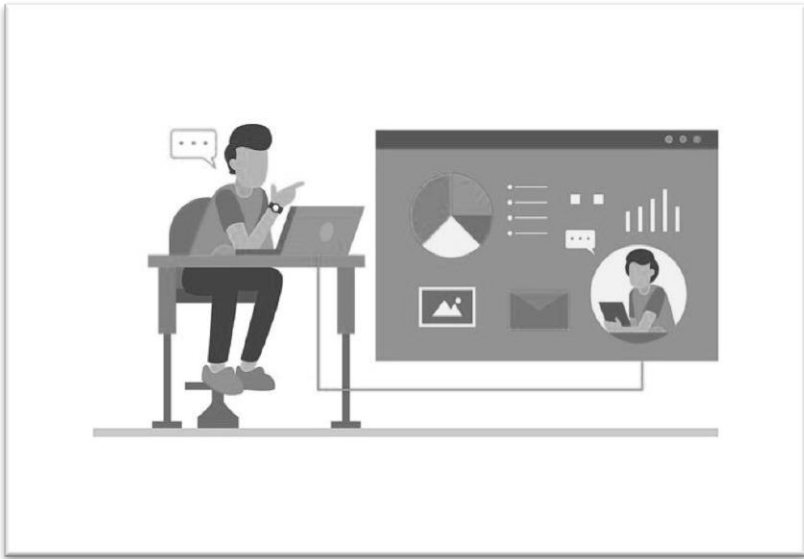


## DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas Dan Modal Sosial*. Kencana. Jakarta
- Damanik, Florida Nirma Sanny. 2012. *Menjadi Masyarakat Informasi*. Jurnal Sifo Mikroskil, Volume 13 Nomor 1. Universitas Mikroskil. Medan
- Demartoto, Argyo. 2013. *Realitas Virtual Realitas Sosiologi*. Cakrawala: Jurnal Penelitian Sosial, Volume II Nomor 1, Juni. Halaman 309-328. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Satya Wacana. Salatiga
- Dumasari. 2014. *Dinamika Pengembangan Masyarakat Partisipatif*. Universitas Muhammadiyah Purwokerto Press dan Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Febriani, Nufian S dan Dewi, Wayan Weda Asmara. 2019. *Perilaku Konsumen Di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*. Tim UB Press. Malang
- Hartanto. 2022. *Metaverse, Neuralink dan Matinya Negara*. LPMI. Jakarta
- Haryanti, Ni Putu Premierita. 2016. *Tantangan Di Indonesia Menuju Masyarakat Informasi*. Hasil Penelitian. Program Studi D3 Perpustakaan. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Udayana. Bali  
[https://simdos.unud.ac.id/uploads/file\\_penelitian\\_1\\_dir/be58fe3e6a0dc5cca07cc7a23b8ae1a9.pdf](https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/be58fe3e6a0dc5cca07cc7a23b8ae1a9.pdf)
- Iqbal, Mohammad M. 2020. *Risalah Kaum Intelektual*. Guepedia. Indonesia
- Jones, S. 1999. *Doing Internet Research*. Sage Publications. California
- Laimeheriwa, Marlin Christina. 2018. *Masyarakat Virtual, Mitos Dan Perilaku Konsumtif*. Kenosis: Jurnal Kajian Teologi, Volume 4 Nomor 1, Institut Agama Kristen Negeri Ambon
- McCarthy, Thomas. 2006. *Teori Kritis Jurgen Habermas* (Terjemahan). Kreasi Wacana. Yogyakarta
- Noer, Khaerul Umam. 2021. *Pengantar Sosiologi Untuk Mahasiswa Tingkat Dasar*. Perwatt. Jakarta

- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hantu-hantu Politik Dan Matinya Sosial*. Tiga Serangkai. Solo
- Purwaningtyas, Franindya. 2022. *Buku Ajar Informasi dan Masyarakat*. Media Sains Indonesia. Bandung
- Sahir, Syafrida Hafni dkk. 2022. *Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi*. Yayasan Kita Menulis. Medan
- Soekanto, Soerjono. 2012. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Rajawali Pers. Jakarta
- Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi Dan Teori Sosial Kontemporer*. Kencana. Jakarta
- Sulistyaningtyas, Tri., Jaelani Jejen dan Waskita Dana. 2012. *Perubahan Cara Pandang Dan Sikap Masyarakat Kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital*. Jurnal Socioteknologi, Volume 11 nomor 27, Desember. Halaman 156-167. Institut Teknologi Bandung. Bandung
- Sriyana. 2022. *Sosiologi Pedesaan*. Zahir Publishing. Yogyakarta
- Syafitri, Yuli dkk. 2022. *Buku Ajar: Sistem Informasi Manajemen*. Adab. Indramayu
- Tejokusumo, Bambang. 2014. *Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*. Jurnal Geoedukasi: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Geografi, Volume III Nomor 1, Maret, Halaman 38-43. UMP Press. Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- Uli. 2021. *Konsumen Belanja RI melonjak 88 Persen Pada 2021*. 29 Desember 2021. Media Online CCN Indonesia  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211229141536-92-740093/konsumen-belanja-online-ri-melonjak-88-persen-pada-2021>
- Wijaya, Desy. 2020. *Marketplace Pedia*. Laksana. Yogyakarta
- Yoshio, Alfons. 2022. *Mayoritas Masyarakat Indonesia Pernah Belanja Online*. 27 April 2022. Media Online Kata Data.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/27/mayoritas-masyarakat-indonesia-pernah-belanja-online>





# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 10: AGAMA DAN KESALEHAN SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL

Dr. Abdul Rahman, S.Pd, M.Si

Universitas Negeri Makassar

# BAB 10

## **AGAMA DAN KESALEHAN SOSIAL MASYARAKAT VIRTUAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Sekitar dua ribu tahun yang lampau, seorang sejarawan kenamaan Yunani, bernama Lusius Mestrius Plutakhos menegaskan bahwa, “sangatlah mungkin bagi manusia untuk menjumpai kota-kota yang tidak mempunyai istana dan raja, daerah-daerah yang tidak memiliki kekayaan, etika, dan tempat-tempat pertunjukan. Namun, tidak ada sesiapapun yang akan menjumpai sebuah kota yang tidak memiliki sesembahan atau daerah yang tidak mengajarkan tata cara beragama dan peribadatan bagi para pemeluknya. Ungkapan klasik tersebut menunjukkan bahwa naluri keagamaan merupakan sesuatu yang fitrah, sesuatu yang berasal dari dalam diri manusia. Dengan kata lain, manusia membutuhkan sesuatu untuk dipuja dan disembah (Zaprul Khan, 2017).

Keberagamaan sering dijadikan terjemahan dari kata religiositas. Religiositas berasal dari kata religius yang merupakan kata sifat dari kata benda Religio. Melacak kata religio merupakan hal yang sukar. Jamak orang mengaitkan dengan kata kerja re-eligere yang berarti memilih kembali atau re-eligare yang berarti mengikat kembali atau relegare yang berarti terus menerus berpaling kepada sesuatu. Religio kemudian diterjemahkan dengan agama atau kepercayaan. Agama berasal dari Bahasa Sanskerta, dan diketahui secara umum bahwa kata itu terdiri atas dua kata, a berarti tidak dan gam berarti pergi, jadi agama berarti tidak pergi jauh, tetap di tempat, dan diwarisi secara turun temurun. Beragama adalah kecenderungan yang tidak dapat dielakkan oleh manusia. Sekalipun

nalar mengalami keterbatasan dalam memahami doktrin-doktrin agama, tetapi manusia dipaksa oleh nalar-nalarnya untuk mengakui agama.

Agama merupakan suatu bentuk keyakinan manusia terhadap sesuatu yang memiliki sifat adikodrati (supernatural). Eksistensi agama sudah ada sejak lama, dan menjadi bagian dalam perjalanan sejarah umat manusia. Agama memiliki dimensi yang sangat kompleks dalam kehidupan, dan bukan hanya sekadar pemberi petunjuk untuk kehidupan akhirat. Agama mengandung sekaligus membawa pesan-pesan emansipasi kemanusiaan, sehingga akan berdampak tiada hingga dalam perjalanan keseharian manusia. Dalam konteks Indonesia, agama merupakan ajaran Ilahi yang sangat penting dan fundamental. Agama sebagai basis nilai yang utama dan memiliki fungsi sebagai kekuatan transendental yang luhur dan mulia bagi tata pergaulan anak bangsa (Muslich,2022). Manusia Indonesia menjadi tahu mana yang benar dan salah, hak dan bathil, serta patut dan terlarang karena adanya tuntunan agama. Inti keagamaan seperti iman dan takwa pada dasarnya adalah individual (hanya Allah, Tuhan yang mengetahui iman dan taqwa seseorang-seperti banyak ditegaskan dalam ajaran agama itu sendiri). Kendati begitu, para pemeluk agama tidaklah berdiri sendiri-sendiri sebagai pribadi-pribadi yang terpisah. Mereka membentuk masyarakat atau komunitas. Dan setingkat dengan kadar intensitas keagamaannya itu, masyarakat atau komunitas yang mereka bentuk bersifat sejak dari yang sangat agamais sampai kepada yang kurang atau tidak agamais.

Agama serta aktivitas manusia di dalamnya tidak dapat dipisahkan dari dunia objek atau artefak, baik dua dimensi atau tiga dimensi. Objek atau artefak itu merupakan sarana komunikasi, ritual, ibadah, dan tindakan sosial keagamaan lainnya. Melalui objek-objek hasil kreativitas manusia itu, aneka imajinasi Ikhwal keilahian, kesucian, dan spiritualitas terkonstruksi. Dalam konteks agama-agama tertentu, penggunaan artefak dua dimensi, misalnya naskah, manuskrip, huruf, rajah, simbol, gambar-dan artefak tiga dimensi misalnya patung, keris, guci, piring, kendi-menjadi bagian utama ritual keagamaan (Piliang, 2011). Imajinasi keagamaan dimanifestasikan melalui citra yang ditampilkan dan makna yang dihasilkan oleh objek-objek tersebut. Dalam peradaban Islam, kekuatan imajinasi bahkan hidup dalam dunia keseharian, terutama pada zaman kejayaan peradaban Islam.

Pada waktu itu, imajinasi mengenai alam semesta, dunia fisika maupun metafisika mampu memberi rona kesadaran bersama umat, sehingga mampu menghasilkan banyak gagasan dan penemuan besar bagi pengembangan pemikiran, filsafat, ilmu pengetahuan, dan seni. Dengan demikian, imajinasi merupakan mekanisme psikis dalam melihat, melukiskan, membayangkan, atau memvisualkan sesuatu di dalam struktur kesadaran, yang menghasilkan sebuah citra pada otak. Namun, sesuatu yang dibayangkan oleh manusia sebagai umat beragama, dapat berasal dari dunia luar atau di dalam dunia mental itu sendiri. Imajinasi merupakan struktur mental tentang upaya manusia menciptakan gambaran dunia, konsepsi, representasi, dan makna dunia, dengan sudut pandang, perasaan, logika, dan keyakinan tertentu. Jadi secara sederhana, dapat disimpulkan sebagai proses kreatif dalam memaknai diri dan dunia sekitar.

Manusia sebagai umat beragama, dalam proses memaknai diri dan lingkungan sekitarnya ketika menjalin interaksi satu sama lain, tentu tidak luput dari upaya untuk melakukan tindakan-tindakan yang bermanfaat bagi sesama, atau lebih lazim dikenal dengan istilah kesalehan sosial. Kesalehan sosial merupakan nilai Islam yang memandang kepedulian seseorang terhadap kepentingan masyarakat umum sebagai bagian dari ibadah. Islam memandang ketakwaan seseorang bukan sekadar dari ritual yang bernuansa pribadi (Heriyanti,2020). Namun, ketakwaan akan lebih holistik jika juga mengakomodir kepentingan orang di sekitar, dan bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Membahas tentang kesalehan sosial mengingatkan kita pada seorang Psikolog yang bernama Gordon W. Allport. Menurutnya, ada dua jenis cara beragama, ekstrinsik dan intrinsik. Yang ekstrinsik memandang agama sebagai sesuatu untuk dimanfaatkan dan bukan untuk kehidupan, something to use but not to live. Orang berpaling kepada Tuhan, tetapi tidak berpaling kepada dirinya sendiri. Agama digunakan untuk menunjang motif-motif lain: kebutuhan akan status, rasa aman, atau harga diri. Orang yang beragama semacam ini melaksanakan bentuk-bentuk luar dari agama, ia puasa, shalat, naik haji, dan sebagainya, tetapi tidak di dalamnya. Kata Alport, cara beragama semacam ini memang erat kaitannya dengan penyakit mental. Jalaluddin Rahmat lebih tegas menyatakan bahwa cara beragama semacam itu tidak

akan melahirkan masyarakat yang penuh kasih sayang. Sebaliknya, kebencian, iri hati, dan fitnah masih akan tetap berlangsung (Rakhmat, 2021b).

Pada cara kedua, yang intrinsik, yang dianggap menunjang kesehatan jiwa dan kedamaian masyarakat, agama di pandang sebagai *comprehensive commitment driving* dan *integrating motive*, yang mengatur seluruh hidup seseorang. Agama diterima sebagai faktor pemandu (*unifying factor*). Cara beragama seperti ini terhujam ke dalam diri penganutnya (Suryadi, 2018). Hanya dengan cara itu kita mampu menciptakan lingkungan yang penuh kasih sayang. Orang yang beragama secara intrinsik akan memilih untuk memperbaiki dirinya, bukan untuk menasehati orang lain. Agama dianggap sesuatu yang luhur dan agung, sementara ia belum pantas berada dalam keagungan. Ia menjadikan agama sebagai nasihat dan tuntunan bagi dirinya, bukan untuk orang lain. Karenanya ia tidak ikut berteriak-teriak atas nama agama, sambil menyalahkan dan memaki sesama. Sebab, baginya teriakan itu lebih pas ditujukan sebagai muhasabah diri, bukan untuk orang di luar dirinya.

Fenomena keberagamaan dan kesalehan sosial di tengah kemajuan teknologi informasi dan media turut pula menjadi perhatian tersendiri. Dua puluh empat jam sesiapa pun dapat menikmati apa saja yang dikehendaki atau bahkan yang tidak dikehendaki karena suguhan dan uberan media. Media membuat manusia kian dekat dengan banyak hal seperti dunia hiburan, kesenangan, berita artis, dan aktivitas keagamaan (Bajri, 2018). Kemajuan media telah menghilangkan batas ruang dan waktu. Peristiwa yang terjadi di berbagai belahan dunia turut mempengaruhi reaksi kita. Kita ikut terharu menyaksikan mayat-mayat yang tertipa reruntuhan di Ukraina, turut merasakan ketegangan ketika menyaksikan pertarungan keras antara Maroko dan Kroasia di Qatar. Media, toh pada akhirnya memberikan sebagian dari apa yang kita butuhkan, sekaligus media dapat menimbulkan kejengkelan seseorang karena dengannya, kita akan dikuntit selama 24 jam, sehingga seolah olah privasi tidak lagi dimiliki.

Kemajuan media telah memperlancar komunikasi di dunia virtual, baik itu komunikasi dalam hal urusan bisnis perniagaan maupun komunikasi keagamaan. Manusia menggunakan media sosial seperti Facebook,



Twitter, Whatsapp, Instagram dan sejenisnya untuk menunjukkan aktivitasnya. Perkembangan teknologi berupa kehadiran internet dapat berdampak pada kehidupan sosial keagamaan masyarakat. Atas dasar kemajuan internet, manusia telah menciptakan ruang sosial baru dalam menunjukkan aktivitas keagamaan maupun perilaku kesalehan sosial dengan memvirtualisasi interaksi agama dan budaya secara intensif dan interaktif (Qodir, 2011). Namun pada sisi lain, kehadiran dunia virtual menjadi persoalan tersendiri pada pembelajaran keagamaan. Jamak orang-orang yang belajar agama secara otodidak dari media sosial, sehingga memicu kegaduhan dari orang yang tidak memiliki dasar ilmu dan pendidikan agama yang tidak memadai, tetapi sudah berani menghujat keberadaan orang lain yang tidak sepaham dengannya. Belajar ilmu agama dengan hanya mengandalkan media sosial, tanpa melalui lembaga pendidikan agama kini menjadi persoalan tersendiri di tengah kemajuan teknologi informasi dan media yang semakin gagap gempita. Berbagai fenomena tersebut menjadi menarik untuk dielaborasi lebih jauh dengan menghadirkan tujuan sebagai berikut

1. Memberikan pemahaman mengenai realitas masyarakat virtual sebagai bagian dari globalisasi
2. Memberikan pemahaman tentang transformasi sosial keagamaan di jagad virtual
3. Memberikan ulasan tentang pendangkalan kesalehan di jagad virtual

## **B. REALITAS MASYARAKAT VIRTUAL**

Masyarakat merupakan sekelompok orang yang bermukim dalam suatu wilayah atau teritorial tertentu, yang hidup dalam masa yang cukup lama, saling berinteraksi, mempunyai simbol, lambang, dan peraturan khusus serta sistem hukum yang mengontrol tindakan anggotanya, mempunyai sistem pelapisan sosial, dan ada kesadaran bahwa diri yang bersangkutan merupakan bagian dari anggota masyarakat tersebut serta relatif mampu menghidupi dirinya sendiri (Saebani, 2012). Pada saat penemuan teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam skala yang masif, maka secara perlahan tapi pasti, teknologi tersebut telah menjungkirbalikkan peradaban masyarakat manusia, dari sebuah dunia lokal (glokalisasi) menjadi masyarakat dunia global

(globalisasi), sebuah dunia yang begitu transparan terhadap perkembangan informasi, transportasi, serta teknologi yang sangat cepat dan besar implikasinya terhadap kehidupan umat manusia.

Banyak nama diberikan pada masyarakat saat ini: pasca-industri, teknetronik, informasi, dan pasca-modern. Apa pun namanya, masyarakat saat ini ditandai dengan dominasi teknologi komunikasi. Sebagian besar pekerjaan terletak di sektor informasi. Sebagaimana sumber daya alam pada zaman pertanian dan modal pada zaman industri, maka informasi adalah kekayaan dan kekuasaan pada zaman pasca-modern (Rakhmat, 2021a). Dunia sedang bergulat dalam masa transisi menuju ekonomi jasa. Pertukaran informasi di antara penduduk dunia berlangsung dengan cepat dan dalam jumlah yang banyak. Manusia harus bereaksi dengan cepat juga, padahal alternatif yang tersedia cukup beragam juga. Karena luasnya perubahan yang terjadi, seluruh aspek kehidupan kita terpengaruh-keluarga, pendidikan, rekreasi, bahkan kehidupan beragama. Manusia harus terus menerus melakukan penyesuaian baru. Banjir informasi dapat menjadi sumber stress yang kronik, penyebab penyakit adaptasi.

Teknologi informasi mengalami perkembangan dari masa ke masa, melesat ibarat anak panah mengikuti perkembangan arus modernisasi. Hal inilah yang menjadikan teknologi informasi dapat dengan mudah diakses hingga berujung pada munculnya rasa ketergantungan manusia terhadap internet. Membuat masyarakat nyata menjadi masyarakat virtual dengan mudah atas kehadiran internet sebagai media informasi yang lebih baru dan cepat. Perkembangan teknologi informasi tentunya tidak dapat dipisahkan dari kehadiran internet. Internet merupakan pembuktian atas majunya teknologi informasi, yang mana internet dapat mewujudkan sebuah realitas virtual yang digunakan oleh para pemanfaat internet sebagai substitusi tubuh fisik mereka dalam rangka saling berkomunikasi dengan sesamanya melalui arena virtual yang tercipta dari penggunaan teknologi digital.

Realitas virtual sesungguhnya telah lama bergumam lirih dalam circle kajian media. Realitas virtual semakin menemukan momentumnya ketika awal tahun 2020 seluruh penjuru dunia dilanda pagebluk covid-19, yang berkonsekuensi terhadap aktivitas manusia yang terelevasi oleh internet. Kehidupan secara virtual yang bercirikan keterhubungan satu dengan yang

lainnya melalui aktivitas komunikasi manusia yang difasilitasi oleh teknologi, sememangnya sudah diintrodusir oleh Marshall McLuhan sebagai pakar komunikasi kenamaan pada tahun 1963. Dalam perkembangan teknologi yang melompat jauh ke depan, serta berhampiran dengan pada sebuah realitas akan kebutuhan teknologi, terutama dalam industri yang membutuhkan interaktifitas untuk mendapatkan manfaat yang lebih besar.

Pengertian realitas virtual secara umum adalah teknologi simulasi komputer yang menggambarkan keadaan realitas maya yang mana pemanfaatnya diajak untuk saling berinteraksi pada arena tersebut. Realitas virtual bekerja memanipulasi otak manusia seolah-olah yang dipandanginya merupakan sebuah alam nyata. Dengan kata lain, realitas virtual merupakan proses penghapusan dunia nyata di sekitar alam fisik manusia, kemudian manusia sebagai pengguna merasa tergiring masuk ke dunia virtual yang sama sekali tidak bersentuhan dengan realitas nyata. Dalam perjalanan sejarah, sesungguhnya realitas virtual telah melewati beberapa etape yaitu:

1. Tahun 1800-an, muncul ide untuk membuat sebuah realitas alternatif seiring dengan munculnya fotografi.
2. Pada tahun 1838, ditemukan stereoskop pertama kalinya dengan menggunakan dua cermin kembar yang berfungsi memproyeksikan gambar.
3. Pada tahun 1839, pembuatan view master yang dikembangkan dari stereoskop.
4. Pada tahun 1956, Morton Heilig yang bekerja di industri perfilman (Motion Picture Hollywood) berkeinginan agar orang-orang dapat merasakan sensasi masuk ke dalam sebuah film, maka diciptakanlah simulasi Sensorama dimana penggunaanya dapat merasakan suasana perkotaan ibarat sedang menggunakan sepeda motor. Sensorama tersebut sudah dilengkapi dengan multisensor stimulasi sehingga penggunaanya dapat melihat jalan, mendengarkan deru motor bahkan dapat mencium asap dari knalpot motor tersebut.
5. Pada tahun 1960, Morton Heilig mematenkan peralatan yang dinamakan Telesphere Mask. Sedari itu, bermunculanlah para pemodal untuk melakukan kerjasama.

6. Pada tahun 1980, muncullah istilah Virtual Reality (realitas virtual). Peralatan yang mendukung realitas mulai dikembangkan oleh Jaron Lanier, founder dari Virtual Programming Languages (VPL) Research (Paramita, Oktavianti, & Sukendro, 2022).

Kemunculan masyarakat virtual sebagai buah dari dunia digital merupakan fenomena new society yang bernuansa patembayan (gessellschaft). Masyarakat virtual sebagai bagian dari patembayan, memiliki kecenderungan bersifat dalam jangka pendek, bersifat sebagai suatu bentuk yang hanya hadir dalam pikiran dan struktur yang bersifat mekanis. Pada umumnya patembayan tercipta karena adanya kepentingan timbal balik bagaikan ikatan antara pedagang, organisasi dalam suatu pabrik atau industri. Masyarakat virtual terhubung satu sama lain melalui pemanfaatan media sosial, di mana mereka berhubungan di dunia maya dalam relasi impersonal atau melalui alat komunikasi tertentu sehingga hambar dalam hal sambung rasa dan jiwa.

Di tengah gencarnya masyarakat virtual, sebagai sebuah era yang baru, suka atau tidak suka harus diakui bahwa kondisi ini akan menimbulkan benturan budaya. Ada beberapa kebiasaan lama yang kemungkinan berubah atau tidak lagi dilakukan sama sekali. Tradisi mengucapkan salam atau saling mengirim kartu ucapan selamat pada setiap hari raya, secara perlahan mulai menghilang dan digantikan dengan satu pesan saja, yang terkadang pesan itu tinggal di copy paste kemudian dikirim ulang pada rekan-rekan atau teman kerja. Memang dalam masa yang singkat, tradisi atau kebiasaan lama tidak begitu saja menghilang dari peredaran, namun akan mengalami benturan secara berkelanjutan tanpa disadari. Seperti terjadinya persaingan secara laten antara ojek online dengan ojek pangkalan. Dan secara perlahan, keberadaan masyarakat virtual telah menyingkirkan keberadaan ojek pangkalan, terutama di pusat-pusat perkotaan. Harus diakui bahwa masyarakat virtual yang serba digital telah memunculkan kreativitas dan inovasi dalam kegiatan perekonomian, namun pada sisi lain telah mendestruksi kebiasaan-kebiasaan tradisional yang telah ada sebelumnya.

Dunia virtual tersebut tetap merupakan realitas sosial yang niscaya dan nyata. Kenyataan yang dibangun memang buatan tetapi masing-masing individu menjalin komunikasi secara nyata. Akan tetapi acapkali dunia maya itu menggecoh dan memberi kesibukan pada manusia yang dikendalikan oleh hegemoni mesin informasi yang membuat penggunaanya kehilangan sentuhan kemanusiaannya yang merupakan sebuah fitrah. Acapkali individu larut dalam arena media sosial sepanjang hari. Umpannya orang kerap kali merasa bekerja nyata melalui media sosial, padahal hanya aktif mengetik kata demi kata tanpa henti dalam sejuta retorika hingga keasyikan dalam realitas buatan itu. Dunia dan masyarakat virtual sangatlah kompleks melebihi kompleksitas dunia manusia di era sebelumnya. Dalam dunia virtual berlaku juga perebutan kepentingan antar manusia yang sering lebih keras dan mungkin buas dalam hukum Plautus yang dipopulerkan Thomas Hobbes tentang homo homini lupus, bahwa manusia saling memangsa bagai serigala bagi yang lain. Dimulai dari perebutan kata-kata dan tafsir, berlanjut dalam mobilisasi kepentingan berdasarkan aktor dan orientasi dirinya. Politik melalui media sosial dan jaringan virtual tidak kalah keras dengan dunia sosial di masyarakat secara langsung, meskipun kekerasannya bersifat verbal. Jagad media sosial berkembang menjadi cara pandang dan dominasi baru dalam hubungan-hubungan sosial di lingkungan masyarakat.

Masyarakat virtual membangun dirinya secara sepenuhnya dengan berbasis pada hubungan sosial dan proses sosial dalam kehidupan kelompok jaringan dan antarsesama masyarakat virtual. Proses sosial dan hubungan-hubungan sosial yang terjalin pada masyarakat virtual ada yang bersifat tentatif, bisa juga menetap dalam waktu yang lumayan lama, bahkan ada saja yang mampu bertahan lama. Sifat proses sosial dan hubungan sosial tersebut bergantung pada kepentingan mereka di dunia virtual. Interaksi sosial yang bersifat sementara dilakoni oleh mereka yang sepintas lalu hanya datang say to hello, dan hanya piknik di dunia virtual melalui browsing dan chatting, atau search, kemudian berlalu meninggalkannya. Namun, ada pula anggota masyarakat virtual yang membangun interaksi sosial dalam waktu yang sangat panjang dan cenderung untuk bertahan. Mereka ini para pemanfaat internet yang saban masa berada dalam masyarakat virtual. Mereka bergaul, menyapa,

menjalin hubungan asmara, berbisnis, belajar, bahkan melakukan aksi kriminal, namun mereka tidak menetap di sana karena tidak mempunyai rumah sebagai alamat mereka.

Masyarakat virtual secara historis pernah populer sejak diperkenalkan dalam novel Willian Gibson Neumancer. Istilah itu muncul pertama kali untuk merujuk pada penyebaran informasi secara luas, dari oleh para penggunanya pernah disebut dengan istilah console cowboys. Dari asal mula itu kemudian berkembang sebuah definisi yang memperjelas bahwa dunia maya merupakan kenyataan yang terkoneksi secara luas dan menggunakan komputer sebagai basis perangkatnya. Setiap komputer yang terhubung satu sama lain, itu ibarat sebuah jendela yang mempresentasikan cara khusus berbasis data (bukan sekedar fisik) dan saling terhubung. Dari duni virtual itu, kemudian muncul istilah masyarakat virtual, sebagai salah satu praktik atau kegiatan dalam dunia virtual. masyarakat virtual adalah komunitas yang muncul dalam dunia elektronik. Anggota masyarakat virtual itu saling berkomunikasi berbasis data melalui e-mail, chatting, milis, dan bentuk komunikasi lainnya yang bisa dipakai untuk berkomunikasi dalam jaringan internet. Adapun ciri-ciri masyarakat virtual antara lain:

1. Bermain Topeng

Arena virtual adalah arena dimana sesiapaapun bisa menggunakan topeng berdasarkan kehendaknya. Dalam dunia nyata, eksistensi setiap individu dapat berlainan dengan apa yang kita saksikan di dunia maya. Karena jika seseorang sudah berada dalam dunia maya ia tidak mudah di deteksi oleh indera manusia. Hal ini lantaran indra manusia yang terbatas. Hal ini menjadi peringatan bagi setiap individu agar tetap berhati-hati dalam berinteraksi di dunia maya karena sudah mulai marak kejahatan di dunia siber (*cyber-crime*).

2. Miskinnya Tatap Muka

Salah satu alasan banyak individu menjadi anggota masyarakat maya, karena alasan akses kemudahan dalam berkomunikasi. Sebut saja ini menjadi penyebab miskinnya komunikasi tatap muka dalam masyarakat maya. Sherry Turkle pernah mengatakan, kebutuhan untuk berjumpa dan berinteraksi dengan orang lain telah difasilitasi dengan mudah oleh dunia maya. Seseorang tidak perlu lagi

menempuh jarak jika hanya sekadar berjumpa dengan keluarganya. Misalnya, ia cukup memasuki dunia maya, di sanalah mereka saling berjumpa. Dari kenyataan ini ada berbagai dampak baik maupun buruknya. Dampak baiknya seseorang memiliki kemudahan berinteraksi dengan siapa saja, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Terutama pada situasi saat melandanya pagebluk covid-19, dengan adanya dunia maya ini setiap individu dapat melaksanakan setiap kegiatan komunikasi secara online. Baik itu bekerja, belajar, dan sebagainya. Namun tetap saja komunikasi secara virtual atau daring di dunia maya ini belum terbukti bisa menggantikan keefektifan seseorang berkomunikasi secara tatap muka.

### 3. Budaya Narsisme

Budaya narsisme, istilah ini sebenarnya lebih populer dalam bidang psikologi dan dikenalkan oleh Sigmund Freud. Kata narsis sendiri adalah nama seorang tokoh dalam mitos Yunani bernama Narkissos juga disebut Narcissus. Narsis adalah orang yang lebih mencintai bayangannya sendiri di kolam, sebagaimana cerita mitos Yunani. Narsis bisa dikatakan jadi sebuah kepuasan. Bisa jadi mereka yang berperilaku narsis, sedang mencari tempat yang menyenangkan. Fenomena orang yang narsis ini menjadi sebuah hal yang wajar di temui saat ini, terutama di sosial media. Orang-orang yang narsis cenderung tidak berempati, selalu mencari perhatian lebih, dan sulit menerima kritikan.

### 4. Membangun Avatar

Sederhana saja, Avatar adalah dunia lain yang diciptakan seseorang dan hanya ada dalam masyarakat maya. maka dunia maya adalah tempat membangun avatar, rumah, keluarga, dan hidup sosial. Avatar adalah kreasi yang diciptakan manusia, mem-branding dirinya seperti apa (bisa lebih muda, lebih ganteng, lebih cantik, lebih keren dengan perangkat yang lebih baik dari daripada dunia nyata.

### 5. Alone Together

Istilah alone together pernah dikenalkan oleh Turkle dalam Alone Together: Why We expect more from technology and less from the other. Bagi Fred Bortz, kata “kita” dalam istilah itu menunjukkan pada orang-orang yang telah memborbardir oleh potongan-potongan

informasi dari banyak keterhubungan dan ke orang-orang yang hilang ketika terlepas dari telepon genggam atau laptop (Pando, 2014). Alone Together adalah istilah khas yang melekat pada orang-orang yang sikap dan perilakunya dipengaruhi oleh keberadaan teknologi komunikasi. Kalau istilah anak jaman sekarang nyebutnya itu no life yaa. Jadi seseorang tersebut asik dalam dunia nya sendiri, dan tidak peduli apapun di sekitarnya. Contohnya seseorang yang sibuk bermain gadget berjam-jam tanpa memikirkan apapun yang terjadi di sekelilingnya.

6. Budaya Selalu Terhubung

Selalu terhubung bisa dilihat dari kecenderungan manusia untuk selalu berbagi lewat postingan. Postingan ini tujuannya apalagi kalau tidak ingin diketahui orang lain. lewat media sosial banyak orang lain menulis status, dan status tersebut dilihat banyak orang.

7. Budaya Komentar

Budaya komentar ada kaitan erat dengan budaya berbagi. Ketika budaya berbagi semakin marak, maka akan diikuti munculnya budaya komentar. Kalau kita lihat dalam media sosial budaya komentar telah mendorong manusia untuk eksis dalam dunia maya. Tak sedikit komentar itu berbobot, tetapi lebih banyak yang bersifat sampah, sehingga muncul lah istilah keren “Netizen Maha Benar”.

8. Kekariban dan Keheningan

Secara personal, masyarakat maya bisa jadi saling akrab. Mereka saling berhubungan, entah melalui e-mail atau jejaring sosial lainnya. Namun semakin mereka akrab di dunia maya bisa jadi menunjukkan bahwa seseorang tersebut sebenarnya sedang kesepian.

9. Kedangkalan Makna

Masyarakat maya bisa disebut dengan masyarakat semu, karena apa yang dikemukakan sangat dangkal maknanya. Masyarakat maya, bukan masyarakat nyata, mereka dihubungkan dengan berbagai kepentingan yang belum tentu kekal. Hubungan “Kekeluargaan” yang tercipta dalam masyarakat maya hanya bersifat sementara.



### **C. TRANSFORMASI SOSIAL KEAGAMAAN DI JAGAD VIRTUAL**

Kehadiran internet telah banyak memunculkan manfaat bagi manusia, termasuk dalam hal belajar agama. Namun demikian, hasilnya tidak maksimal karena belajar agama tak cukup hanya dari internet. Belajar agama ada metamorfosis atau proses transformasi yang harus dilewati dalam mentransfer ilmu pengetahuan. Pada masa Nabi Adam Allah menurunkan ilmu pengetahuan langsung. Sedangkan pada masa Nabi Muhammad ilmu diturunkan melalui perantara malaikat Jibril. Memasuki masa kenabian, ilmu itu disampaikan oleh Muhammad sebagai Nabi, langsung kepada sahabat, dan selanjutnya melalui sahabat ilmu disampaikan kepada tabi'in dan seterusnya. Dari proses tersebut dapat ditarik kesimpulan, orang yang belajar agama memiliki kesinambungan dengan sanad dan matan yang terjaga.

Namun, saat ini tren belajar agama yang dilakukan oleh generasi milenial dan generasi di bawahnya cenderung memanfaatkan internet sebagai sumber rujukan informasi agama Islam. Hal ini dengan jumlah 50,89 persen penggunaan internet dan medsos untuk belajar agama, sedangkan 48,57 persen belajar melalui buku. Tumbuhnya media baru berbasis internet memperturutkan lahirnya otoritas keagamaan baru dan secara lambat laun menggeser otoritas keagamaan tradisional yang berbasis pada majelis taklim, madrasah, hingga pondok pesantren. Media sosial telah berhasil merubah proses produksi dan konsumsi informasi tentang agama, sekaligus memperlancar penyebaran pemahaman keagamaan. Adapun paham-paham keagamaan (Islam) yang beredar di ruang-ruang maya antara lain:

#### **1. Islam liberal**

Paham ini berusaha melampaui batas-batas akal, tradisi, norma, dan nilai yang telah menjadi kesepakatan oleh kaum Muslimin. Akan tetapi, jika diselami secara mendalam, gagasan Islam liberal pada dasarnya merupakan sebuah usaha untuk menampilkan Islam di era kekinian yang harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman yang senantiasa hadir di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Sudah sepatutnya Islam hadir untuk memberikan pembelaan-pembelaan terhadap kaum tertindas, memberdayakan kaum papa, dan menghormati

saudara-saudara sebangsa yang berada dalam lingkaran minoritas. Hal ini berkesesuaian dengan pernyataan Amin Abdullah bahwa tantangan kalam atau teologi Islam kontemporer ialah isu-isu kemanusiaan universal, pluralisme keagamaan, kemiskinan struktural, kerusakan lingkungan, Teologi dalam agama apapun yang hanya membahas tentang Tuhan (teosentris) dan tidak mengkaitkan diskursusnya dengan persoalan-persoalan kemanusiaan universal (antroposentris), memiliki rumusan teologis yang secara perlahan tapi pasti akan mengalami kadaluarsa (Abdullah, 2020). Saat ini, pemikiran teologi Islam sudah sepatutnya dihadirkan menjadi sebuah aksi nyata dalam keseharian yang mewujudkan pada kepekaan dan empati sosial. Sehingga, dapat melahirkan kesalehan batin dan kesalehan sosial pada setiap umat Islam. Dengan begitu, nantinya dapat mengatasi persoalan-persoalan sosial seputar kemiskinan, ketidakadilan, dan lain sebagainya. Sehingga, bisa tercipta kehidupan yang damai, sejahtera, anti kekerasan, dan menebar kebaikan pada seluruh makhluk dan alam semesta.

## **2. Islam progresif**

Islam progresif merupakan gerakan yang menawarkan sebuah kontekstualisasi penafsiran Islam yang terbuka, ramah, segar, serta responsif terhadap masalah-masalah kemanusiaan. Menurut Omid Safi, Islam progresif menawarkan sebuah langkah ber-Islam yang menekankan pada terwujudnya keadilan sosial, kesetaraan gender, dan pluralisme keagamaan. Dalam wacana yang dibangun Islam progresif memberikan perhatian yang seimbang antara kritik internal dan kritik eksternal. Kritik internal difokuskan pada perhatian masih berkutatnya sebagian kelompok Islam yang larut dalam perdebatan khilafiyah namun abai terhadap aspek kehidupan humanis. Kritik eksternal ditujukan kepada lahirnya paham-paham di luar Islam, misalnya kapitalisme yang terkadang bertentangan dengan nilai-nilai keadilan sejati dan kemanusiaan. Kehadiran Islam Progresif merupakan suatu formula baru pemikiran Islam yang selaras dengan iklim demokrasi. Di dalam pemikiran Islam seperti ini, seluruh warga negara memiliki posisi yang setara dan mendapatkan perlakuan yang adil, kaum minoritas dilindungi, dan dijamin hak-haknya secara setara. Oleh karena itu, transformasi Islam berdasarkan pandangan Islam

Progresif adalah berkesesuaian dengan sosial kemanusiaan Islam dan demokrasi. Selain akan menghantarkan Islam dapat diterima oleh semua kalangan, juga kompatibel dengan iklim demokrasi. Dengan demikian, nalar pembentukan Islam Progresif berperspektif demokrasi, pluralisme, dan HAM. Oleh karena itu, Islam sekarang ini harus mengakomodasi dan mencerminkan kesetaraan, keadilan, kemanusiaan, dan menjamin kemaslahatan.

### **3. Islam moderat**

Konsep Islam moderat berbasis pada makna ummatan wasathan yang berarti umat terbaik dan adil dalam bingkai syariah. Dalam pelaksanaannya Islam moderat selalu menempuh jalan tengah dalam menyelesaikan permasalahan. Perbedaan dalam bentuk apapun dengan sesama umat beragama selalu diusahakan untuk diselesaikan melalui kompromi yang mengedepankan toleransi dan keadilan sehingga dapat diterima oleh semua pihak. Islam moderat berangkat dari keyakinan bahwa Islam merupakan agama moderat. Merujuk pada pendapat Imam Thabari bahwa Islam moderat merupakan upaya memberi atau melakukan yang terbaik dalam setiap amal perbuatannya, serta umat yang bersikap adil dan proporsional dalam kehidupan. Dalam setiap wacana yang disampaikan, Islam moderat berkeinginan untuk membangun tatanan masyarakat yang lebih nyaman dan rileks sebagaimana dicontohkan oleh Nabi Muhammad ketika membangun dan membina masyarakat Madinah, di mana masyarakat memiliki kecintaan terhadap kebaikan, mengerjakan amal saleh dan pada situasi yang bersamaan, siap menerima segala perbedaan untuk hidup dan berkembang dalam bingkai Negara Kesatuan Republik Indonesia.

### **4. Islam Konservatif**

Islam konservatif merupakan pemahaman yang menolak berbagai pemikiran atas penafsiran ulang atas ajaran Islam secara liberal dan progresif dan cenderung bertahan terhadap sistem sosial dan tafsir yang baku. Berdasarkan hasil penelitian yang dirilis oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, menunjukkan bahwa pemahaman Islam konservatif mendominasi

perbincangan di ranah maya, yakni sekitar 67,2 persen (Hermansah, n.d.). Atas dasar hasil penelitian ini, Kamaruddin Amin secara objektif memuji cara-cara kelompok konservatif yang mampu menggaet para mad'u (objek dakwah) secara efektif melalui media sosial, pendekatan dakwah berbasis passion (minat) dan cara-cara milenial yang tidak terpaku pada cara-cara lama seperti masjid, mimbar, atau pengajian. Pada sisi lain, pandangan Husein Ja'far Al Hadar justru menganggap bahwa menggaungnya narasi Islam konservatif di jagad virtual didasari atas dua hal. Pertama, kebodohan atau tidak memiliki pemahaman keagamaan yang baik. Kedua, egoisme, di mana seseorang tidak mempunyai modal dan fondasi keagamaan yang kuat namun sangat gampang terperosok oleh informasi dan konten keagamaan yang berseliweran di media sosial, namun tidak jelas kebenarannya.

## 5. Islamisme

Kehadiran kelompok Islamisme jika dirujuk dari pendapat Hasan Turabi tidak dapat dipisahkan dari sebagian kelompok masyarakat Islam Indonesia yang menghendaki Islam sebagai satu-satunya solusi dalam segala lini kehidupan. Bagi kelompok Islamisme, Islam adalah agama dan pemerintahan, Islam adalah konstitusi dan hukum. Pancasila sebagai pembedaan ajaran Islam belum tuntas dipahami oleh kelompok Islamisme, karenanya selalu dipermasalahkan dan tidak diakui sebagai dasar negara yang bersumber dari hukum Allah, bahkan dianggap sebagai thaghut. Ketidaktahuan tersebut pada gilirannya berimplikasi pada pemahaman yang minim pada generasi muda berkaitan dengan pemahaman Pancasila. Kehadiran kelompok Islamisme menjadi kekhawatiran, jangan sampai mempengaruhi generasi milenial Muslim sehingga enggan mengakui Pancasila sebagai dasar negara. Sudah jamak diketahui dan disaksikan betapa banyak generasi muda yang ikut meneriakkan tuntutan penerapan syariat Islam dengan upaya mengganti Pancasila dengan dasar negara Islam.

Pada masa ini, kehadiran ideologi Islamisme begitu menggaung memasuki ruang diskursus keislaman di Indonesia, terutama di ruang media sosial. Implikasi dari pengaruh Islamisme hampir berhasil dalam mengubah pemahaman keislaman di Indonesia yang dapat disaksikan sari

sebagai perilaku umat Islam yang mengambang, antara menjadikan Pancasila sebagai dasar negara atau menggantinya menjadi ideologi Islam. Wacana penerapan syariat Islam melalui tuntutan untuk menghadirkan tujuh kata dalam piagam Jakarta “dengan kewajiban menjalankan syariat Islam bagi pemeluknya” dalam konstitusi kembali menggaung di sebagian masyarakat Indonesia, termasuk dalam diskusi di ruang-ruang virtual.

#### **D. PENDANGKALAN KESALEHAN DI JAGAD VIRTUAL**

Imam Hasan al Bashri pernah menegaskan bahwa “mereka yang bertindak tanpa pengetahuan yang baik akan berakhir dengan menghancurkan lebih dari yang mereka bangun”(Zabidi, 2020). Ungkapan tersebut merupakan elaborasi dari kebiasaan Nabi Muhammad yang bersikeras untuk mengajari sahabatnya secara langsung mengenai agama Islam. Belajar agama Islam harus berasal dari sumber yang benar. Inilah pentingnya belajar agama harus dari guru/ulama yang mumpuni. Allah telah menegaskan bahwa “dan Kami tidak mengutus sebelum kamu, kecuali orang-orang lelaki yang Kami beri wahyu kepada mereka, maka bertanyalah kepada orang-orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui. Untuk konteks dunia dewasa ini, maka orang yang tepat untuk ditempati belajar agama ialah Ulama sebagai pewaris ilmu dari Nabi. Hal ini dipertegas lagi oleh Allah bahwa “jadi sebaiknya anda bertanya kepada ahli dzikir (ulama) jika anda tidak tahu.

Memasuki era moderen saat ini yang menjadikan internet sebagai sarana untuk menjalin komunikasi dan penyebaran informasi tampaknya juga berpengaruh terhadap proses belajar agama. Beraneka ragam informasi yang dapat dibagi dan di unduh di internet, termasuk pengetahuan yang bernuansa keagamaan (Jamal & Nur, 2022). Beranekaragam warna dakwah mulai berseliweran melalui akun Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, dan Blog. Mereka yang hadir dalam media sosial untuk memberikan ceramah-ceramah keagamaan lebih lazim disebut ulama virtual, dan terkadang gampang menyalahkan bahkan mengkafirkan orang-orang yang tidak sepaham dengannya. Merujuk pendapat dari Zulfa Mustofa (Wakil Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama bidang keagamaan), bahwa mudah menyalahkan orang

lain adalah bukti dari sempitnya pemahaman. Dan ini merupakan ciri orang yang ilmunya dangkal.

Bertolak pada fenomena di atas, otomatis kebutuhan dalam menelusuri akar pengetahuan—yang didapatkan melalui platform aplikasi—saat ini amat sangat dibutuhkan. Kalau dalam tradisi pesantren, ada yang lazim dikenal dengan “sanad keilmuan” antara guru-murid. Di sinilah salah satu pokok persoalan di mana kajian-kajian yang tersaji di ruang-ruang virtual umumnya hanya merupakan potongan ceramah parsial. Ilmu agama Islam yang dipetik hanya parsial rasanya agak sembrono jika pada suatu ketika seseorang menyampaikannya kembali atau mengajarkan kepada anak-anak mereka. Kemudian, muncullah peristiwa cyber-religion (beragama melalui media siber). Suatu fenomena di mana banyak sekali pengikut agama yang mempelajari agamanya melalui media siber. Tidak secara langsung talaqqi (interaksi tatap muka secara langsung dengan guru) guna menjejaki spiritualitas yang bersifat digital.

Keterbukaan dan kemajuan teknologi telah memunculkan penafsiran teks suci dalam dimensi yang baru. Kegiatan dakwah maupun pelajaran keagamaan tidak lagi terpaku pada mimbar maupun bangku-bangku kuliah, tetapi telah hadir di ruang-ruang media sosial. Fenomena cyber religion telah membuka ruang bagi sesiapa pun juga untuk mengkonsumsi kebenaran agama melalui media sosial, mencari hukum bukan lagi pada kitab-kitab dan ulama-ulama yang memiliki otoritas keagamaan yang shahih, berdoa dan berinteraksi kepada Tuhan dapat dilakukan secara virtual, yang nuansanya hanya terkesan pamer dan turut meramaikan saja. Beberapa contoh aktivitas di media sosial, dalam hal ini group WhatsApp yang tidak lagi memperhatikan kesakralan akan sebuah ritus yang bernuansa keagamaan antara lain:

1. Ketika waktu telah menunjukkan pukul 03.00 dini hari, maka dalam group WA ada salah satu anggota yang mengirim pesan berbunyi “qiyamul lail wahai saudaraku, sesungguhnya shalat malam itu mengandung keutamaan yaitu jiwa yang senantiasa terisi dan dijauhkan dari hal-hal yang mudharat serta sia-sia”. Pesan semacam ini konteksnya memang mengandung dakwah karena mengajak untuk berbuat kebaikan, tapi di sebaliknya ada unsur riya yang mungkin

tidak disengaja, seolah-olah yang bersangkutan ingin menunjukkan bahwa dia telah bersiap untuk melaksanakan shalat malam.

2. Ketika ada rekan dalam group yang meninggal, maka akan cepat muncul pesan: Innalillahi wa Inna Ilaihi Raji'un, turut berdukacita atas wafatnya rekan kita si Fulan. Maka dengan sekejap akan ditanggapi oleh anggota group yang lain dengan cukup menshare stiker simbol berduka, ucapan duka misalnya: turut berduka atas wafatnya si Fulan, semoga Husnul Khatimah, Al-Fatihah. Sepatutnya, sebagai seorang yang peka, alangkah lebih baiknya ketika kita meluangkan waktu sejenak menengadahkan tangan sembari berdoa kepada Allah agar si Fulan mendapat keselamatan dan membaca surah Al-Fatihah secara utuh.
3. Biasanya, setiap pukul 05.00 pagi, ada salah satu anggota group yang memiliki posisi penting dalam sebuah organisasi, taruhlah misalnya menjabat sebagai Direktur menyampaikan ucapan salam atau selamat pagi, maka semua anggota group yang lain akan menjawab salam tersebut: Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh pak, selamat pagi juga Pak, semoga bapak dalam keadaan bahagia, sukses dan sehat selalu Pak. Akan tetapi, ketika sapaan salam itu pertama kali dikirim oleh office boy, maka belum tentu ada yang membalasnya. Inilah sejatinya yang menunjukkan kedangkalan akan kesalahan itu, yang mana kesalahan akan terbentuk dengan memperhatikan strata dan kelas sosial.

Fenomena keberagaman maupun kesalahan di ruang-ruang virtual dengan demikian dapat dianalogikan sebagai sebuah amplifier sosial, yaitu media yang memiliki kemampuan memperluas dan memperbesar cakupan, ruang, dan interaksi di dalam, di luar, dan antar tempat sehingga terbentuk sebuah kesatuan umat yang semakin erat. Namun, kesakralan dan kesucian di ruang-ruang virtual tidak mampu menggantikan kesucian dan kesakralan yang hadir dalam rumah ibadah yang nyata. Rumah ibadah yang nyata memiliki dimensi yang lebih kompleks dalam hal dimensi batin, ruh, akal, kesucian, sakralitas, teologi, dan spiritualitas. Terdapat kompleksitas dimensi di dalam ruang suci nyata, perasaan, emosi, kegaiban, kerahasiaan yang mana setiap individu bisa meresapinya secara

nyata, dan hal tersebut tidak bisa di representasikan lewat bits dan bytes melalui media dan teknologi yang terbatas.

## **E. RANGKUMAN MATERI**

1. Masyarakat virtual merupakan lingkungan dan ruang kehidupan manusia yang tidak bisa secara langsung dijangkau oleh panca indera manusia, namun dapat disaksikan dan dirasakan sebagai suatu kenyataan. Pada mulanya, masyarakat virtual hanya sebatas fantasi manusia mengenai dunia di luar dirinya yang dinilai lebih kompleks dan maju ketimbang dunia nyata saat ini. Fantasi tersebut merupakan hiper-realitas manusia mengenai nilai, citra, dan arti kehidupan yang mengandung simbol pembebasan manusia dari cengkeraman kuasa materi yang mengabaikan nilai-nilai kemanusiaan universal.
2. Kehadiran media dan teknologi informasi berbasis internet telah memunculkan pula banalitas/brutalitas dalam dimensi kehidupan manusia, termasuk dalam hal keberagaman. Sejatinya, kemajuan tersebut dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan ajaran-ajaran keagamaan yang penuh kasih, kedamaian, toleransi, dan saling memanusiaikan. Namun pada kenyataannya tidak jarang ada saja di antara kita yang memanfaatkan kemajuan tersebut justru untuk menyebarkan ujaran kebencian, sumpah serapah yang jauh dari ajaran agama apapun. Jagad virtual yang berbasis teknologi internet berubah menjadi ruang untuk saling menegasikan antar kelompok pemeluk agama yang dikhawatirkan dapat merusak tenunan kebangsaan.
3. Kehadiran ruang sosial baru yang lebih famous disebut cyberspace atau digitalisasi telah menyuguhkan dunia tanpa batas, kita dipersilahkan melakukan eksperimentasi dan ekspresi diri di bidang apapun. Baik berupa seni, kebudayaan, literasi, bahkan kampanye menyebarkan agama atau berdakwah lewat media sosial. Namun jamak dijumpai dakwah di media sosial dibikin ajang untuk mengklaim kesalahan personal, bahkan kelompok. Pemahaman atas agama khususnya Islam, mengalami polarisasi yang nyata. Masing-masing paham membawa dan memiliki karakter khas dalam berdakwah. Jamak dijumpai orang-orang berdakwah yang melegitimasi perilaku keagamaan seseorang. Tak jarang bertendensi pada hal-hal perbedaan



pendapat. Seakan, kita lupa bahwa manusia sudah ditakdirkan lahir atas perbedaan dan plural, baik dari segi suku, ras, agama dan bahkan keintelektualitasan.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan perbedaan antara jagad nyata dengan jagad virtual
2. Jelaskan ciri-ciri masyarakat virtual jika dikaitkan dengan jenis masyarakat yang digagas oleh Ferdinand Tonnies.
3. Jelaskan pengertian budaya narsisme yang sering dijumpai pada masyarakat virtual
4. Mengapa generasi milenial lebih menyukai belajar agama di media sosial ketimbang di lingkungan pesantren
5. Jelaskan kelemahan belajar agama di dunia maya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. (2020). *Dinamika Islam Kultural*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Bajri, M. (2018). *Transformasi Ibadah Ritual Dalam Kehidupan Sosial*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Heriyanti, K. (2020). Moderasi Beragama Melalui Penerapan Teologi Kerukunan. *Maha Widya Duta: Jurnal Penerangan Agama, Pariwisata Budaya, Dan Ilmu Komunikasi*, 4(1), 61–69.
- Hermansah, T. (n.d.). *Merawat Kesalehan Umat: Buletin Jumat dalam Dinamika Paham Keagamaan*. Jakarta: PPIM UIN Jakarta.
- Jamal, G., & Nur, A. S. (2022). Globalisasi Dan Dakwah Di Era Milenial. *Journal Of Dakwah Management*, 1(1), 41–56.
- Muslich, M. (2022). *Pendidikan Karakter: Menjawab Tantangan Krisis Multidimensional*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Paramita, S., Oktavianti, R., & Sukendro, G. G. (2022). Keterlibatan Organik Opini Sebagai Realitas Virtual. In *Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial* (p. 164). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Piliang, Y. A. (2011). *Bayang-Bayang Tuhan: Agama dan Imajinasi*. Bandung: Mizan.
- Qodir, Z. (2011). *Sosiologi Agama: Esai-Esai Agama di Ruang Publik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rakhmat, J. (2021a). *Islam aktual*. Bandung: Mizan Publishing.
- Rakhmat, J. (2021b). *Islam Alternatif*. Bandung: Mizan.
- Saebani, B. A. (2012). *Pengantar Antropologi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suryadi, R. A. (2018). *Ilmu Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zabidi, A. (2020). Metode, Corak dan Pendekatan MuktaZilah Dalam Penafsiran Al-Qur'an. *Falsafah: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora*, 6(1), 16–27.
- Zaprul Khan. (2017). *Islam yang Santun dan Ramah, Toleran dan Menyejukkan*. Jakarta: Quanta.





# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 11: PASAR ONLINE SEBAGAI MEDIA INTERAKSI SOSIAL

Aditya Eka Putra, S.I.Kom., M.I.Kom

LSPR Communication & Business Institute

# BAB 11

## **PASAR ONLINE SEBAGAI MEDIA INTERAKSI SOSIAL**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Internet marketing merupakan bentuk usaha baru dalam memasarkan produk atau jasa serta membangun komunikasi dengan konsumen melalui internet. Penggunaan internet marketing sebagai media komunikasi pemasaran di pengaruhi oleh pesatnya perkembangan teknologi komunikasi terutama internet. Internet sudah mengubah wajah dunia saat ini, terutama dalam dunia bisnis, internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian paling penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan di bantuan internet manusia dapat terhubung dengan siapapun di berbagai belahan dunia bahkan tanpa harus mengenal satu sama lain terlebih dahulu termasuk dalam ruang lingkup pasar.

Penjual dan pembeli dapat bertransaksi atau sepakat dalam akad jual beli. Transaksi yang disepakati meliputi barang, penjual, pembeli, dan harga barang. Selain itu, di pasar juga bisa melakukan tawar menawar yang tujuannya agar harga dari barang yang diinginkan bisa sepakat baik pihak penjual maupun pihak pembeli. Pasar juga menyediakan berbagai usaha, selain barang pasar juga menyediakan orang-orang yang menjual jasa atau tenaga kerja dengan mendapatkan uang sebagai imbalannya. Orang yang menyediakan jasanya di pasar, biasanya dibutuhkan oleh Ibu-ibu yang membawa banyak barang belanjaan sehingga mengalami kesulitan untuk membawa barang tersebut, dengan ini untuk memudahkan bisa menyewa jasa dengan membawakan barang itu.

Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya jual beli barang maupun jasa. Selain itu di dalam pasar terjadi hubungan sosial antara pedagang dan pembeli. Penjual dan pembeli dapat bertransaksi atau sepakat dalam akad jual beli. Transaksi yang disepakati meliputi barang, penjual, pembeli, dan harga barang. Selain itu, di pasar juga bisa melakukan tawar menawar yang tujuannya agar harga dari barang yang diinginkan bisa sepakat baik pihak penjual maupun pihak pembeli.

Pasar juga menyediakan berbagai usaha, selain barang pasar juga menyediakan orang-orang yang menjual jasa atau tenaga kerja dengan mendapatkan uang sebagai imbalannya. Orang yang menyediakan jasanya di pasar, biasanya dibutuhkan oleh Ibu-ibu yang membawa banyak barang belanjaan sehingga mengalami kesulitan untuk membawa barang tersebut, dengan ini untuk memudahkan bisa menyewa jasa dengan membawakan barang itu.

Seperi yang terjadi pada mesin pencari online, di pasar penuh dengan persaingan, untuk mendapatkan pelanggan dan kepuasan dri pelanggan. Pasar online adalah platform digital dengan situs web dan versi aplikasi seluler online/offline, di mana beberapa penjual dan vendor menawarkan daftar produk, dengan imbalan beberapa biaya pasar (yang dapat berupa per item yang dijual, kategori produk, manajemen, pengiriman. Dalam hal ini tentu adanya hubungan timbal balik antara pelanggan dan penjual meskipun secara online, hubungan timbal baik tersebut berubah menjadi sebuah interaksi antara penjual dan pembeli.

Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi ada aksi ada reaksi, pelakunya lebih dari satu, misalnya individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial memerlukan syarat-syarat yaitu kontak sosial dan komunikasi sosial. Kontak sosial dapat berupa kontak primer dan kontak sekunder, sedangkan komunikasi sosial dapat secara langsung maupun tidak langsung.

Istilah komunikasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *communication*, sedangkan dari bahasa latin adalah *comunicatus* yang mempunyai arti berbagai atau menjadi milik bersama. Komunikasi diartikan sebagai proses sharing diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Lexicographer (ahli kamus bahasa) mengatakan komunikasi adalah upaya

yang bertujuan untuk mencari kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya. Menurut Webster's New Collegiate Dictionary menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui system lambing, tanda atau tingkah laku.

komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis dan di dalamnya mencakup berbagai macam jenis dan bentuk komunikasi untuk mencapai tujuan bisnis. Sementara Purwanto (2003), mendefinisikan komunikasi bisnis sebagai kegiatan yang meliputi pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antar dua orang, kelompok kecil, atau dalam satu lingkungan atau lebih dengan tujuan untuk mempengaruhi perilaku di dalam suatu organisasi. Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (comunicator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya.

Setiap pelaku komunikasi dengan demikian akan melakukan empat tindakan yaitu: membentuk, menyampaikan, menerima dan mengolah pesan. Ke-empat tindakan tersebut lazimnya terjadi secara berurutan. Membentuk pesan artinya menciptakan sesuatu idea atau gagasan. Ini terjadi dalam benak kepala seseorang melalui proses kerja system syaraf. Pesan yang telah terbentuk ini kemudian disampaikan kepada orang lain baik secara langsung ataupun tidak langsung.

Bentuk dan mengirim pesan, seseorang akan menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Pesan yang di terimanya ini kemudian akan diolah melalui sistem syaraf dan diinterpretasikan. Setelah diinterpretasikan, pesan tersebut dapat menimbulkan tanggapan atau reaksi dari orang tersebut. Apabila ini terjadi, maka si orang tersebut kembali akan membentuk dan menyampaikan pesan baru. Demikianlah ke-empat tindakan ini akan terus-menerus terjadi secara berulang-ulang. Pesan adalah produk utama komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan ide/gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar-gambar, angka-angka, benda, gerak-gerik atau tingkah laku dan berbagai bentuk tanda-tanda

lainnya. Komunikasi dapat terjadi dalam diri seseorang, antara dua orang, di antara beberapa orang atau banyak orang.

Komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Artinya komunikasi yang dilakukan sesuai dengan keinginan dan kepentingan para pelakunya, dalam hal ini komunikasi yang berlangsung adalah komunikasi antara penjual dan pembeli dalam suatu ruang lingkup dunia maya, melalui jejaring sosial.

## **B. PENGERTIAN PASAR**

Pasar secara umum dapat disimpulkan sebagai ajang lokasi bertemunya para pembeli dan juga para penjual untuk melakukan transaksi jual beli produk atau layanan jasa tertentu. Secara garis besarnya, pasar terbiasa digambarkan dengan cara berbelanja kebutuhan pokok juga kebutuhan harian di pasar tradisional maupun di supermarket, namun gambaran tersebut perlahan mulai bergeser seiring berkembangnya teknologi di era modern. Pasar dapat digambarkan lebih luas lagi dimana kita dapat berbelanja berbagai jenis produk yang diinginkan via online melalui e-commerce dan atau online shop. Sebuah pasar dapat dijadikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan juga para pembeli dalam bertransaksi jual beli. Adapun karakteristik pasar yaitu terdapat adanya sejumlah barang atau layanan jasa yang diperjualbelikan, kemudian terjadi yang namanya transaksi jual beli tersebut, lalu dilanjutkan dengan adanya proses permintaan atau tawar menawar antara pembeli dan penjual serta terakhir terjadilah interaksi antara penjual dan pembeli tersebut.

Menurut Kotler (1997) Kotler berpendapat bahwa pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan yang sama. Di pasar dapat terjadinya pertukaran untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan lainnya. Serta menurut Ehrenberg et al (2003) Pasar dalam artian yang luas yaitu tempat perjumpaan antara pembeli dan penjual. Barang atau jasa sebagai produk yang dipertukarkan oleh pembeli dan penjual. Dalam pertukaran itu muncul harga atas barang atau jasa yang dipertukarkan.

Sedangkan Kuntowijoyo (1994) berpendapat bahwa Kuntowijoyo pasar bukan hanya sekedar tempat, tetapi juga sebagai mekanisme yang bisa menata kepentingan pembeli dan penjual. Selanjutnya William J.



Stanton berpendapat bahwa pasar merupakan sekumpulan orang yang memiliki suatu kepentingan yang puas, yaitu uang yang digunakan untuk belanja. Selain itu pasar juga sebagai tempat yang memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut.

Adapun penjelasan terkait jenis-jenis pasar tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

### **1. Pasar Konsumen**

Pasar konsumen dalam hal ini adalah pasar yang memiliki konsep dalam membeli produk atau jasa kemudian selanjutnya untuk dikonsumsi atau digunakan sendiri, sebagai contoh adalah seorang wanita yang membeli peralatan masak, anak muda yang membeli minuman soda atau anak kecil yang membeli cemilan manis.

### **2. Pasar**

Pasar adalah pasar dimana konsumennya berasal dari level peyang kemudian membeli produk atau layanan jasa untuk selanjutnya dapat membuat produk atau layanan jasa lainnya, kemudian dijualnya kembali untuk mendapatkan laba atau keuntungan. Contohnya adalah adanya pabrik ban yang membeli karet untuk dibuat menjadi ban, pabrik permen membeli gula untuk dibuat permen atau sebuah klinik yang membeli alat-alat medis sebagai fasilitas dalam pelayanan terhadap pasien.

### **3. Pasar Global**

Pasar global adalah sebuah pasar yang di dalamnya terdapat berbagai perusahaan yang beroperasi secara global. Perusahaan-perusahaan besar seperti Samsung, Apple dan Unilever adalah beberapa perusahaan yang tentunya juga melayani pasar global. Untuk dapat melayani model seperti pasar global membutuhkan berbagai penyesuaian seperti misalnya menyesuaikan dengan adanya berbagai perbedaan. Adapun perbedaan yang dimaksud yaitu meliputi perbedaan geografi, bahasa, budaya dan peraturan yang berlaku sehingga untuk mengatasi hal-hal tersebut perlu adanya berbagai tindakan dalam penyesuaian agar produk atau jasa yang masuk ke dalam pasar global dapat diterima oleh pangsa pasar yang ada.

#### 4. Pasar Pemerintah

Pasar pemerintah adalah pasar yang dimana di dalamnya terdapat Lembaga-lembaga pemerintahan seperti contohnya adalah adanya departemen-departemen, direktorat, instansi-instansi dan juga kantor-kantor dinas. Adapun model yang ditawarkan pada pasar pemerintah yaitu berupa pengadaan barang yang bisa diikuti melalui lelang ataupun tender. Pasar pemerintah yang berupa unit pemerintahan baik itu dari pusat, provinsi, kota maupun kabupaten dimana ketika melakukan pembelian dan atau sewa barang maupun jasa melaksanakan fungsi utama dari pemerintah. Intinya adalah bagaimana pasar pemerintah dapat mendukung fungsi utama dari pemerintah dan juga menjamin pelayanan public berjalan dengan baik dan lancar.

Diantara jenis-jenis pasar yang sudah dijelaskan sebelumnya, seringkali terjadi perbandingan antara konsumen akhir atau biasa disebut pasar konsumen dan juga pasar atau yang biasa disebut dengan pasar industri. Pasar konsumen adalah para pembeli yang mana mereka membeli barang-barang untuk mereka konsumsi dan tidak untuk diproses lebih lanjut. Lebih lanjut pasar adalah pasar individual, perusahaan ataupun organisasi yang mana membeli barang untuk kemudian diproses lagi menjadi barang lain dan lalu selanjutnya dijual. Lebih jauh lagi, menurut (Yulia et al., 2019) terdapat perbedaan antara pasar dan pasar konsumen, yaitu:

##### a. Segmentasi

Segmentasi yang ada pada pasar ataupun pada pasar konsumen pada intinya memiliki kesamaan, tetapi pada pasar memiliki tahapan proses yang lebih rumit dan sistematis. Adapun pendekatan pada target segmentasinya juga dilakukan secara bertahap.

##### b. Struktur

Konsumen pada pasar memang tidak banyak, tetapi kapasitas dan jumlah pembeliannya lebih besar daripada pasar konsumen. Ada juga kecenderungan mengenai pembeli tertentu mayoritas akan menguasai seluruh transaksi yang ada. Sedangkan pada pasar konsumen, pembeli

siapa saja dapat melakukan transaksi tetapi dalam skala yang jauh lebih kecil.

**c. Hubungan dengan pelanggan**

Pasar akan membuat dan menciptakan sebuah hubungan antar penjual dengan konsumen lebih dekat merujuk pada jumlah pembeli yang lebih sedikit. Apalagi jika konsumen tertentu tersebut mampu menguasai seluruh transaksi yang ada, maka tentu saja hubungannya menjadi sangat dekat. Adanya transaksi yang besar dalam pasar akan menjadi penentu keeratn hubungan dengan pelanggan, sedangkan sebaliknya hubungan ataupun interaksi dengan pelanggan akan menjadi biasa saja ataupun sekedarnya saja bila berada pada pasar konsumen. Konsumen hanya perlu membayar sesuai dengan harga yang diberikan atau ditawarkan oleh penjual. Hal tersebut menyiratkan bahwa tidak terjadi intensitas yang dekat dengan konsumen tersebut seusai berakhirnya transaksi.

**d. Permintaan**

Permintaan produk pada pasar bisa saja turun maupun naik, hal tersebut tentunya tergantung pada permintaan dari para pembeli. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa kestabilan tingkat permintaannya bisa jadi tidak tinggi. Mungkin saja pada bulan X ada permintaan mengenai pembelian meja kantor mencapai 50 unit, tetapi pada bulan berikutnya yaitu bulan Y, permintaan tersebut tidak mencapai angka yang sama ataupun setengahnya.

**C. PERAN SERTA FUNGSI DARI PASAR**

Dengan adanya pasar kita bisa dengan mudah membeli sesuatu jika membutuhkan barang tertentu. Pasar menjual barang yang beragam, mulai dari makanan, elektronik, jasa bahkan sampai penjualan pakaian. Fungsi dari pasar sebagai tempat penyaluran distribusi, atau proses penyaluran barang dan jasa hingga ke tangan konsumen atau pembeli. Peran dari pasar yang berguna bukan hanya bagi produsen dan konsumen saja, tapi juga bagi suatu negara. Hal ini karena pasar merupakan suatu dasar berjalannya perekonomian di suatu negara. Berikut penjelasan mengenai peran dari pasar, yaitu:

1. Peran pasar bagi produsen  
Pasar menjembatani produsen dalam memperlancar penjualan hasil produksi, serta pasar menjadi tempat untuk memperkenalkan suatu barang yang kita produksi. Produsen juga bisa mendapatkan barang atau jasa yang bisa digunakan untuk keperluan produksi.
2. Peranan pasar bagi konsumen  
Pasar menjadi peran yang penting bagi konsumen. Dengan adanya pasar konsumen menjadi lebih mudah dalam memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan. Jika pasar semakin luas, maka konsumen akan semakin mudah untuk memperoleh barang atau jasa yang dibutuhkan.
3. Peranan pasar bagi pembangunan  
Peranan pasar bagi pembangunan yaitu menunjang kelancaran pembangunan yang sedang berlangsung. Peran pasar dalam meningkatkan pembangunan ini dengan membantu menyediakan berbagai macam barang dan jasa yang bermanfaat bagi pembangunan. Yang tentunya pasar bisa dijadikan sumber pendapatan pemerintah untuk membiayai pembangunan melalui pajak dan retribusi. Contohnya pasar yang menyediakan barang material.
4. Peranan pasar bagi sumber daya manusia atau SDM  
Perdagangan yang terjadi di pasar membutuhkan tenaga kerja yang jumlahnya tidak sedikit. Maka dengan ini semakin luasnya suatu pasar, maka semakin besar pula tenaga kerja yang dibutuhkan. Berarti pasar juga ikut membantu dalam mengurangi pengangguran di dalam negeri dengan memanfaatkan sumber daya manusia, serta membuka lapangan pekerjaan.

#### **D. JENIS-JENIS PASAR ONLINE**

Belanja online (online shop) merupakan proses pembelian barang atau jasa oleh konsumen ke penjual realtime, tanpa pelayan, dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang/jasa dibatasi oleh tembok, pengecer, atau mall. Maksudnya, tak perlu harus bertemu penjual/pembeli secara langsung, tak perlu menemukan wujud 'pasar' secara fisik, namun hanya dengan menghadap

layar monitor computer, dengan koneksi internet tersambung, kita dapat melakukan transaksi jual/beli secara cepat dan nyaman.

Pasar On line adalah suatu sarana atau sebuah toko atau pasar sebagai tempat untuk menawarkan atau menjual barang ataupun jasa lewat dunia maya atau internet. Pengunjung internet bisa melihat barang yang ditawarkan berupa foto maupun video dan bisa langsung memesan barang melalui sistem online. Pembayaran pun dilakukan secara online atau dilakukan dengan transfer melalui bank. Hal seperti inipun bisa dikategorikan sebagai bisnis online.

Berikut ini jenis-jenis pasar online yang diantaranya sebagai berikut:

1. Sesuai permintaan: Pasar paling umum untuk layanan, berdasarkan penawaran respons instan terhadap permintaan pengguna dengan jaringan pemasok, seperti Uber atau Deliveroo.
2. Dikelola: Jenis pasar terpenting dalam e-commerce B2C dan B2B. Produsen dan distributor menawarkan produk mereka dalam platform yang dikelola oleh pihak ketiga, yang mengelola proses penjualan, komisi penjual dan penyimpanan tambahan, pengiriman dan dukungan analisis logistik. Dari Amazon hingga Rakuten, ini adalah pasar yang paling banyak digunakan di antara pengecer dan pelanggan.
3. Digerakkan oleh komunitas: Ini adalah lingkungan pembangunan komunitas, dengan penjual dan pengrajin kecil yang secara pribadi mengelola proses penjualan, pengiriman, pengembalian, dan layanan pelanggan, seperti Etsy, meskipun perusahaan manajemen juga berpartisipasi dalam pasar ini.
4. SAAS: Perangkat lunak gratis dan sumber terbuka menarik bagi bisnis kecil dan penjual yang ingin membangun situs web mereka sendiri di dalam platform yang lebih besar. Ini membutuhkan lebih banyak pengetahuan teknis dan upaya pemeliharaan, dan tidak sepenuhnya gratis, karena pasar hosting memiliki beberapa komisi penjualan.
5. Terdesentralisasi: Pasar ini menggunakan sistem P2P (*peer-to-peer*): siapa pun dapat menjual dan membeli apa saja, tanpa pengawasan pihak ketiga. Sepertinya dunia bebas, tapi juga berbahaya, karena bisa dijadikan platform untuk barang dagangan ilegal.

## **E. BENEFIT PASAR ONLINE**

Keuntungan Pasar On line diantaranya sebagai berikut:

1. Pengunjung yang datang kebanyakan yang mencari produk kita. Kita tidak perlu lagi repot-repot memasang iklan pada media offline.
2. Kita tidak perlu menunggu barang dagangan layaknya di pasar offline.
3. Kita hanya menunggu order datang dari orang yang berminat kepada barang yang kita tawarkan.
4. Sudah banyak orang yang menggunakan internet sebagai sarana jual beli, dengan kata lain prospek ke depan lebih cerah seiring kemajuan teknologi.
5. Pasar Online tidak perlu tempat dan juga tidak terikat waktu.
6. Pangsa pasar hingga manca negara
7. Biaya operasional dan iklan relatif sedikit dibanding pasar offline.

Pada pasar, penjual akan sangat bergantung pada pembeli, oleh karena itu adanya skala pembelian yang besar dapat sangat menguntungkan bagi penjual. Apabila dilihat dari segi harga, maka pasar juga memiliki kecenderungan yang lebih stabil dimana tidak akan bergantung pada kondisi yang terjadi di pasaran. Terdapat banyak hal-hal lainnya yang dapat membedakan antara pasar dengan pasar konsumen tetapi kedua hal tersebut menjadi sangat berbeda apabila dilihat dari segi prosesnya, kemudian dilihat juga dari karakteristik pemasarannya juga berbeda karena menghubungkan transaksi potensial yang berlainan.

Pemasar harus mampu membuat dan membentuk sebuah hubungan yang panjang dan kuat dengan para pelanggan yang ada. Para pemasar juga harus bisa memberikan nilai tambah kepada pelanggan tersebut. Hanya saja ada beberapa pelanggan yang mungkin lebih memilih untuk melakukan yang namanya hubungan transaksional. Maka, para pemasar seharusnya bisa dengan teliti, akurat bahkan cermat manakala berusaha menghadirkan dan menciptakan adanya hubungan yang panjang, kuat dan erat dengan para pelanggannya.

## F. PENGERTIAN MEDIA SOSIAL

Di zaman sekarang, tidak dapat ditampik lagi bahwa kehidupan manusia saat ini sangat berhubungan dengan media sosial. Media sosial memegang peranan penting di hampir segala lini masyarakat. Mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat. Jadi, tak heran lagi apabila ada yang menyebutkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan penting hampir setiap orang. Kehadiran media sosial di tengah masyarakat era kini telah memberikan manfaat yang sangat besar, terlebih lagi di era pandemi seperti sekarang. Media sosial cukup membantu dalam menghapus jarak antar manusia, sehingga sangat efektif untuk mempersingkat waktu dalam berkomunikasi. Namun, sesuatu yang memiliki dampak positif yang tinggi, tidak menutup kemungkinan memberikan dampak negatif yang tinggi pula.

Media sosial dapat dipahami sebagai suatu platform digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di media sosial, misalnya yaitu melakukan komunikasi atau interaksi hingga memberikan informasi atau konten berupa tulisan, foto dan video. Berbagai informasi dalam konten yang dibagikan tersebut dapat terbuka untuk semua pengguna selama 24 jam penuh. Media sosial sendiri pada dasarnya adalah bagian dari pengembangan internet. Kehadiran beberapa dekade lalu telah membuat media sosial dapat berkembang dan bertumbuh secara luas dan cepat seperti sekarang. Hal inilah yang menjadikan semua pengguna yang tersambung dengan koneksi internet dapat melakukan proses penyebaran informasi atau konten kapan pun dan di mana pun.

Media sosial sebenarnya dapat disebut sebagai salah satu fenomena populer yang banyak menarik perhatian orang-orang. Dalam beberapa karyanya, para ahli telah memberikan berbagai definisi tentang teknologi yang selalu dibutuhkan masyarakat sekarang ini. Berikut ini adalah pengertian media sosial menurut pendapat para ahli, diantaranya yaitu B.K. Lewis (2010) dalam karyanya yang berjudul *Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students* yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat

semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. Selanjutnya, pada tahun 2010, Chris Brogan dalam bukunya yang berjudul *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business*, menyebutkan bahwa media sosial adalah suatu perangkat alat komunikasi yang memuat berbagai kemungkinan untuk terciptanya bentuk interaksi gaya baru. Sementara itu, Dave Kerpen dalam bukunya yang bertajuk *Likeable Social Media* yang terbit pada tahun 2011 mengemukakan bahwa media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi.

### **1. Fungsi Media Sosial**

Setelah mengetahui dan memahami mengenai definisi tentang media sosial secara umum dan berdasarkan para ahli, pada bagian ini Kamu akan dijelaskan tentang fungsi media sosial. Sebagai salah satu platform digital yang paling banyak digunakan saat ini, media sosial berhasil menghubungkan hampir setiap orang yang memiliki akses internet. Namun, fungsi media sosial ternyata tidak hanya sebatas itu saja, ada banyak sekali fungsi lain yang bisa Kamu dapatkan dari media sosial. Nah, berikut ini adalah beberapa fungsi media sosial yang dapat dirangkum Gamedia.com, diantaranya yaitu:

#### **a. Komunikasi**

Fungsi pertama dari media sosial tentunya adalah komunikasi. Sebelum berkembang hingga seperti ini, media sosial pada awalnya hanya berfokus pada membangun ekosistem komunikasi yang baik baik bagi pengguna. Namun, seiring dengan berkembangnya internet dan teknologi, media sosial lebih dari hanya komunikasi, media sosial telah menjadi dunia kedua bagi manusia di seluruh belahan dunia untuk berkumpul dan berinteraksi. Media sosial telah berhasil membangun komunikasi yang tanpa batasan waktu dan geografi.

#### **b. Branding**

Fungsi kedua dari media sosial yaitu branding. Setelah berhasil membangun tempat berkumpul untuk seluruh manusia dari berbagai belahan dunia, media sosial selalu berkembang dan menyediakan berbagai kebutuhan dari manusia, salah satunya yaitu branding. Branding sendiri adalah cara seseorang dalam membangun sebuah



citra di mata banyak orang. Untuk melakukan branding, pengguna biasanya memiliki cara yang unik dan khas untuk mendesain akun media sosial sehingga menarik untuk dilihat pengguna yang lain. Hal inilah yang menjadikan akun media sosial mirip seperti dunia nyata, karena setiap orang memiliki ciri khasnya masing-masing.

**c. Tempat Usaha**

Fungsi ketiga dari media sosial adalah sebagai wadah untuk melakukan usaha atau bisnis. Setelah berhasil menyediakan komunikasi dan branding, sosial media perlahan berkembang sehingga membuat setiap penggunanya dapat membangun sebuah usaha dalam jaringan atau online. Sebagai tempat yang terbuka selama 24 jam, media sosial terbukti sangat memudahkan penggunanya untuk membangun suatu bisnis secara maya. Hal ini diprediksi memiliki banyak potensi untuk menjangkau lebih banyak orang dibandingkan usaha yang hanya mengandalkan dunia nyata.

**d. Marketing**

Fungsi keempat dari media sosial adalah untuk melakukan marketing atau pemasaran. Sebagai platform yang hampir selalu digunakan oleh manusia, sekarang ini media sosial berhasil menciptakan layanan yang memudahkan pebisnis untuk mengenalkan dan menjangkau lebih banyak konsumen. Cara ini terbukti efektif untuk meningkatkan keuntungan dan memudahkan pengguna untuk mendapatkan kebutuhannya.

**2. Manfaat Media Sosial**

Setelah Kamu mengetahui dan memahami berbagai informasi tentang pengertian sosial media dan lainnya, berikut ini akan dijelaskan tentang manfaat yang bisa Kamu dapatkan dari memaksimalkan penggunaan media sosial, diantaranya yaitu:

**a. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan**

Beberapa platform media sosial yang sekarang tersedia bisa Kamu manfaatkan untuk belajar, mulai dari mencari berbagai informasi, data, hingga isu yang sedang hangat di masyarakat.. Selain itu, media sosial juga dapat Kamu gunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi

kepada para pengguna lainnya, baik teman di dunia nyata maupun teman di dunia maya.

**b. Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi**

Manfaat kedua yang bisa Kamu dapatkan dari menggunakan sosial media adalah untuk membuat dokumentasi, administrasi, hingga integrasi. Aplikasi media sosial pada dasarnya adalah sebuah tempat untuk Kamu menyimpan berbagai konten, mulai dari profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada hasil riset-riset kajian. Tidak hanya itu, ini adalah beberapa manfaat dari media sosial, seperti membuat blog organisasi, melakukan integrasi berbagai lini pada suatu perusahaan, membagikan konten yang relevan sesuai target masyarakat, dan efektivitas operasional organisasi.

**c. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen**

Manfaat yang ketiga dari media sosial adalah sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen. Di tangan para ahli manajemen dan marketing, media sosial bisa berubah menjadi salah satu senjata yang digunakan untuk melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menjajaki pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan tanggapan dari para konsumen atau masyarakat.

**d. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran**

Terakhir, manfaat sosial media keempat adalah sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Media sosial sendiri dapat digunakan untuk melakukan kontrol terhadap organisasi sekaligus melakukan evaluasi, mulai dari perencanaan dan strategi. Selain itu, sosial media juga dapat mengolah data terkait tanggapan masyarakat dan pasar sebagai alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

## **G. INTERAKSI SOSIAL**

Walgito (2007) mengemukakan interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, sehingga terdapat hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Adapun Basrowi (2015) mengemukakan interaksi sosial

adalah hubungan dinamis yang mempertemukan orang dengan orang, kelompok dengan kelompok, maupun orang dengan kelompok manusia. Bentuknya tidak hanya bersifat kerjasama, tetapi juga berbentuk tindakan, persaingan, pertikaian dan sejenisnya.

Menurut Partowisastro (2003) interaksi sosial ialah relasi sosial yang berfungsi menjalin berbagai jenis relasi sosial yang dinamis, baik relasi itu berbentuk antar individu, kelompok dengan kelompok, atau individu dengan kelompok. Soekanto (2002) mengemukakan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis, yang meliputi hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara perorangan dengan kelompok manusia. Menurut Sarwono dan Meinarno (2009) interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara individu 7 8 dengan individu lain, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok lain.

Gerungan (2006) secara lebih mendalam menyatakan interaksi sosial adalah proses individu satu dapat menyesuaikan diri secara auto plastis kepada individu yang lain, dimana dirinya dipengaruhi oleh diri yang lain. Individu yang satu dapat juga menyesuaikan diri secara alo plastis dengan individu lain, dimana individu yang lain itulah yang dipengaruhi oleh dirinya yang pertama. Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku yang berlangsung antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

Interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis dan menyangkut hubungan antara orang-perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu, maka interaksi sosial dimulai pada saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, saling berbicara atau bahkan mungkin berkelahi. Interaksi sosial dapat terjadi apabila antara dua individu atau kelompok terjadi kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial merupakan tahap pertama dari terjadinya hubungan sosial. Komunikasi merupakan penyampaian suatu informasi dan pemberian tafsiran dari reaksi terhadap informasi yang disampaikan. Interaksi sosial adalah satu proses sosial yang melibatkan dua atau lebih individu atau

kelompok. Interaksi sosial melibatkan tindakan saling merespons perilaku seorang individu terhadap individu lain, dan selanjutnya saling mempengaruhi satu sama lain. Interaksi manusia berbeda dengan bentuk interaksi lain, karena interaksi ini melibatkan norma serta kewajiban yang responsif.

## **H. INTERAKSI SOSIAL SEBAGAI DASAR PROSES SOSIAL**

Hal-hal yang mempengaruhi pikiran, perasaan, sikap, tingkah laku sehingga menjadi pola tingkah laku yaitu tata nilai, norma, lembaga/institusi, status-posisi dan peranan, serta kelas-kelas sosial merupakan unsur-unsur pembentuk kerangka kehidupan bersama atau sebagai struktur sosial. Sedangkan berjalannya struktur ini, yang diwujudkan dalam tingkah laku saling berhubungan atau interaksi disebut proses sosial.

Proses sosial berpangkal atau berdasar pada interaksi sosial yang terjadi, baik antara orang dengan orang maupun kelompok dengan kelompok di dalam masyarakat. Pengertian yang tegas dari interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua orang atau lebih, dimana kelakuan orang yang satu mempengaruhi, mengubah atau memperbaiki kelakuan yang lain secara timbal balik. Persyaratan terjadinya suatu interaksi sosial adalah karena kontak sosial, komunikasi dan struktur sosial. Dengan kontak sosial dimaksudkan adanya tanggapan timbal balik dan adanya penyesuaian perilaku dalam masing-masing diri yang melakukan kontak itu. Sedangkan yang dimaksud dengan komunikasi adalah adanya saling tukar pesan beserta tafsirnya, baik secara tertulis atau secara lisan. Baik kontak sosial maupun komunikasi ini harus berjalan dalam suatu kerangka atau suatu struktur sosial tertentu, dimana struktur sosial ini berkaitan dengan norma sosial.

Di dalam wujudnya atau dalam bentuk nyatanya interaksi sosial atau proses sosial itu dapat mengarah kerjasama, persaingan, pertikaian atau pertengkaran dan dapat mengarah kepada perdamaian yaitu apabila terjadi pertikaian atau pertengkaran itu. Kerjasama dikenal sebagai proses yang asosiatif atau konstruksi (termasuk juga perdamaian atau akomodasi), sedangkan persaingan dan pertikaian disebut proses yang di asosiatif atau destruktif.

## 1. kerjasama

Kerjasama penting bagi kelangsungan masyarakat itu yang berarti bekerja sama dalam rangka mencapai tujuan bersama. Beberapa faktor yang mendorong terjadinya kerjasama itu antara lain :

- a. Dorongan pribadi, yang berarti bahwa tujuan pribadi itu terhimpun dalam usaha bersama untuk mencapainya; dengan perkataan lain keuntungan pribadi akan tercapai dengan bekerja sama.
- b. Tujuan yang ingin dicapai merupakan kepentingan umum yang dianggap bernilai tinggi, sehingga mendorong untuk bekerja sama.
- c. Dorongan yang timbul atau bersumber dari keinginan seseorang untuk mendorong pihak lain.
- d. Adanya tuntutan situasi, misalnya karena menghadapi musibah banjir dan sebagainya, sedemikian rupa orang tergerak untuk menanggulangi bersama berbagai akibatnya.

Dalam masyarakat Indonesia kerjasama dapat digolongkan menjadi 2 macam, yaitu tolong menolong dan gotong royong. Gotong royong berbeda dengan tolong menolong, sebab gotong royong merupakan kegiatan bekerja sama antara sejumlah warga desa untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu yang dianggap berguna bagi kepentingan umum. Ada dua macam gotong royong:

Bekerja sama untuk suatu pekerjaan pembangunan (baik besar maupun kecil) yang timbul dari inisiatif dan dilaksanakan secara swadaya para warga desa itu sendiri.

- a. Bekerja sama untuk proyek-proyek yang dikenakan pada orang di desa oleh pengusaha dari luar.

## 2. Persaingan

Persaingan merupakan suatu proses sosial atau bentuk interaksi sosial dimana dua orang atau lebih, ataupun dua kelompok atau lebih berjuang dengan satu sama lain untuk memiliki atau mempergunakan sesuatu. Persaingan dapat terjadi misalnya dalam masalah penguasaan tanah, untuk mengejar kedudukan atau dalam hal mencari jodoh. Namun persaingan ternyata mempunyai fungsi yang khusus dalam masyarakat, misalnya dalam mendistribusikan barang-barang yang tersedia terbatas

dalam masyarakat dan sebagai alat pendorong bagi orang perorangan dan kelompok-kelompok di dalam meningkatkan produktivitas dalam usaha industri dan pertanian.

Pertikaian. Pertikaian sering merupakan puncak persaingan. Persaingan berubah menjadi pertikaian ketika pihak yang bersaing tidak lagi mengarahkan usahanya ke arah tujuan yang ingin dicapai, melainkan untuk mencapai tujuan itu masing-masing pihak berusaha menghancurkan atau melumpuhkan lawannya. Pertikaian antar kelompok di dalam masyarakat dapat memberi akibat semakin kuatnya struktur kelompok yang bertikai oleh karena setiap kelompok akan memperkuat diri dan juga akan berusaha mengkonsolidasikan diri.

### **3. Perdamaian**

Perdamaian menunjukan pada usaha-usaha orang atau kelompok untuk meredakan suatu pertentangan, untuk mencapai kestabilan atau kelangsungan hubungan antar kelompok. Yang mereka usahakan adalah agar pertikaian itu tidak timbul, jika timbul orang dapat menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti rusaknya keutuhan masyarakat atau putusannya hubungan kerjasama yang telah dibina. Sebagai hasil interaksi sosial, perdamaian dapat digambarkan sebagai suatu keadaan dimana terdapat suatu keseimbangan baru setelah pihak-pihak yang bertikai berbaik kembali.

## **I. RANGKUMAN MATERI**

Pasar adalah suatu tempat bertemunya pembeli serta penjual untuk melakukan suatu transaksi jual beli barang atau jasa. Sebagai fungsi distribusi, pasar tersebut berperan ialah sebagai penyalur barang serta jasa dari produsen ke konsumen dengan melalui transaksi jual beli. Sebagai fungsi pembentukan harga, di pasar penjual yang melakukan permintaan atas barang yang dibutuhkan. Sebagai fungsi promosi, pasar itu juga bisa digunakan untuk memperkenalkan produk yang baru dari produsen kepada calon-calon konsumennya. Pasar online adalah platform digital dengan situs web dan versi aplikasi seluler online atau offline, di mana beberapa penjual dan vendor menawarkan daftar produk, dengan imbalan beberapa biaya pasar (yang dapat berupa per item yang dijual,

kategori produk, manajemen, pengiriman. Dalam hal ini tentu adanya hubungan timbal balik antara pelanggan dan penjual meskipun secara online, hubungan timbal baik tersebut berubah menjadi sebuah interaksi antara penjual dan pembeli. Interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi ada aksi ada reaksi, pelakunya lebih dari satu, misalnya individu dengan individu, individu dengan kelompok dan kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial memerlukan syarat-syarat yaitu kontak sosial dan komunikasi sosial. Kontak sosial dapat berupa kontak primer dan kontak sekunder, sedangkan komunikasi sosial dapat secara langsung maupun tidak langsung. Istilah komunikasi berasal dari bahasa inggris yaitu communication, sedangkan dari bahasa latin adalah comunicatus yang mempunyai arti berbagai atau menjadi milik bersama. Komunikasi diartikan sebagai proses sharing diantara pihak-pihak yang melakukan aktifitas komunikasi tersebut. Lexicographer (ahli kamus bahasa) mengatakan komunikasi adalah upaya yang bertujuan untuk mencari kebersamaan. Jika dua orang berkomunikasi maka pemahaman yang sama terhadap pesan yang saling dipertukarkan adalah tujuan yang diinginkan oleh keduanya. Menurut Webster's New Collegiate Dictionary menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara individu melalui system lambing, tanda atau tingkah laku.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan pengertian pasar online!
2. Jelaskan perbedaan antara pasar dengan pasar online!
3. Jelaskan secara detail tentang perilaku pasar online!
4. Jelaskan mengenai proses pembelian pasar online!
5. Sebutkan dan jelaskan mengenai peserta dalam pembelian pasar online!

## DAFTAR PUSTAKA

- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. In *STIE St. Pignatelli Surakarta* (Issue 9). [http://www.stiepignatelli.ac.id/foto\\_berita/files/9](http://www.stiepignatelli.ac.id/foto_berita/files/9). Buku pemasaran.pdf
- <https://www.coursehero.com/file/88589221/kelompok-1-makalah-analisis-pasar-online-lingkungan-mikrodocx/>
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep Dan Strategi Pemasaran. In *CV Sah Media Makassar*.
- Sudirman Acai dkk, (2020) Buku Manajemen Pemasaran Kontemporer 1, CV. Widina Media Utama
- Suryaningsih, I. B. (2019). Perilaku Konsumen Pasar Bisnis: Kajian Teori & Empiris. In *Dream Litera Buana* (Pertama). Universitas Jember.
- Yulia, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran\_compressed.pdf* (Issue April). CV Budi Utama.
- Abdillah [Fahri](#), (2018) Buku ajaran Sosiologi, <https://www.ruangguru.com/blog/apa-itu-interaksi-sosial>
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan (DJPb) Kementerian Keuangan RI Manajemen Portal DJPb, (2011) <https://djp.b.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html-386.5130> Fax: 021-384.6402
- <https://blog.saleslayer.com>
- <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>
- Ir. Amirudin Aidin Beng, MM, Penyuluh Pertanian Madya. Sumber :Sosiologi Pedesaan Bagi Kegiatan Penyuluhan Pertanian, Departemen Pertanian, <http://cybex.pertanian.go.id/artikel/50650/interaksi-sosial-sebagai-dasar-proses-sosial/>



Suhardi dan Sunarti Sri. 2009. Sosiologi 1 Untuk SMA/MA Kelas X. Jakarta:  
Departemen Pendidikan Nasional

Umma, (2020) **Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat,  
dan Perkembangannya, Artikel,**

[https://manajemen.uma.ac.id/2020/12/pasar-online-fitur-jenis-  
manfaat/](https://manajemen.uma.ac.id/2020/12/pasar-online-fitur-jenis-manfaat/)

<https://manajemen.uma.ac.id/2020/12/pasar-online-fitur-jenis-manfaat/>



# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 12: VIRTUAL OFFICE SEBAGAI RUANG KERJA DUNIA MAYA

Ade Putra Ode Amane, S.Sos., M.Si

Universitas Muhammadiyah Luwuk

# BAB 12

## **VIRTUAL OFFICE SEBAGAI RUANG KERJA DUNIA MAYA**

---

### **A. PENDAHULUAN**

Dunia pada era globalisasi semakin berkembang pesat sejalan dengan hal tersebut berbagai macam kecanggihan teknologi banyak dipergunakan dan dimanfaatkan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan lain hal menuntut masyarakat untuk hidup lebih modern lagi dengan segala bentuk kecanggihannya.

Secara terminologi, terdapat dua pengertian mengenai virtual office. Kantor Virtual atau Virtual Office menurut Laksmi, Fuad Gani, dan Budiantoro dalam (Fauzi, 2021) adalah sebuah “ruang kerja” yang berlokasi di dunia internet, di mana seorang individu dapat menyelesaikan tugas-tugas yang diperlukan untuk melaksanakan bisnis profesional atau pribadi tanpa memiliki “fisik” lokasi usaha. Definisi ini menunjukkan bahwa kantor yang dimaksud adalah kantor yang berada di dunia maya. Ruang kerja tidak pernah ada pada dunia nyata karena sepenuhnya beroperasi di dunia maya. Dengan demikian alamat kantor adalah alamat website dari perusahaan bersangkutan. Pengertian lain mengenai virtual office menunjuk pada penggunaan kantor secara bersama-sama melalui sistem perjanjian sewa menyewa, dimana fasilitas kantor dapat digunakan secara bersama. Virtual Office merupakan kegiatan sewa-menyewa kantor yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa virtual office dan pihak penyewa jasa virtual office. Desi Karunia mengatakan “The object in a Virtual Office lease agreement is a business address. An object can be made a legal object if it fulfills certain conditions, I,e human authority, economic value

and can therefore be used as an object (legal action).” (Objek dalam perjanjian sewa virtual office adalah alamat bisnis. Suatu objek dapat dijadikan objek hukum jika memenuhi persyaratan tertentu, yaitu otoritas manusia, nilai ekonomi dan karenanya dapat digunakan sebagai objek (tindakan hukum).

Hubungan hukum antara perusahaan rintisan yang menggunakan Virtual Office dengan penyelenggara virtual office merupakan hubungan hukum privat, sehingga peraturan hukum yang digunakan adalah hukum perdata. Menyewa adalah hal yang umum dilakukan orang, dan itu adalah bentuk interaksi yang sering terjadi. Perjanjian antara para pihak adalah perjanjian sewa-menyewa. Objek perjanjian dalam kontrak sewa kantor virtual ini adalah alamat kantor dan kantor itu sendiri, sehingga untuk dianggap sebagai kontrak yang sah harus memenuhi semua faktor yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUH Perdata dan Pasal 1548 KUH Perdata. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata mengatur mengenai syarat sahnya perjanjian dimana perjanjian harus didasari atas kesepakatan, dibuat oleh mereka yang cakap untuk melakukan perbuatan hukum, mengenai suatu hal dan didasarkan pada kausa yang halal. Pasal 1548 KUH Perdata menyatakan “Sewa adalah suatu perjanjian dimana satu pihak menyanggupi untuk memberikan hak guna suatu barang kepada pihak lain selama waktu tertentu, dengan pembayaran suatu harga yang disepakati oleh pihak lain. Orang dapat menyewa segala macam barang, baik yang tetap maupun yang bergerak.” Perbuatan hukum sewa termasuk dalam perjanjian sewa. Dalam suatu perjanjian sewa ada dua pihak yang saling melekat yaitu antara penyewa dan penyewa dalam suatu hubungan hukum kedua belah pihak mempunyai hak dan kewajiban, (Fauzi, 2021).

## **B. SEJARAH REALITAS VIRTUAL**

Realitas virtual dapat dikatakan dimulai pada tahun 1966, ketika Ivan Sutherland mengembangkan Head-Mounted Display (HMD) yang akan mengelilingi pengguna manusia dengan pemandangan tiga dimensi yang dihasilkan oleh komputer, Rheingold dalam (Thompson, 2003). Layar TV di dalam layar menampilkan gambar pemandangan kepada pengguna, dan saat pengguna bergerak dan menoleh, komputer akan menghitung ulang

gambar sehingga menciptakan ilusi melihat objek nyata. HMD pertama disebut "Pedang Damocles," karena sangat besar sehingga harus digantung dari langit-langit dan dijepit dengan mengancam di atas tengkorak pengguna.

Pada 1984, pilot militer menggunakan HMD untuk menerbangkan jet tempur virtual di simulator pelatihan pesawat. Contohnya adalah helm VCASS atau "Darth Vader" bernilai jutaan dolar yang digunakan di Pangkalan Angkatan Udara Wright-Patterson, McGreevy dalam (Thompson, 2003). Thomas Furness, yang mengembangkan VCASS, merenungkan sistem Super Cockpit di mana seorang pilot di pesawat nyata akan memakai helm seperti itu. Pilot akan melihat pemandangan virtual yang akan memberinya semua informasi dan kontrol yang diperlukan untuk menerbangkan pesawat tempur yang dikendalikan komputer.

Untuk aplikasi seperti itu, pilot harus dapat mengoperasikan kontrol virtual pesawat. Mungkin perangkat kontrol yang paling terkenal adalah Data Glove, yang dikembangkan oleh Jaron Lanier dari perusahaan VR perintis, VPL Research. Ini adalah sarung tangan fleksibel yang dilapisi dengan sensor yang merekam posisi jari dan mengirimkannya ke komputer, bersama dengan data sensor magnetik untuk posisi tangan di luar angkasa, Rheingold dalam (Thompson, 2003). Komputer menggunakan informasi ini untuk membuat tangan virtual yang meniru perilaku tangan asli. Dengan menggabungkan sarung tangan dengan HMD, seseorang dapat tenggelam dalam adegan virtual dan diberi tangan yang dapat memanipulasi objek virtual. Dengan pengaturan ini, pilot dapat menekan tombol kontrol phantom yang akan muncul di hadapannya saat dibutuhkan di kokpit virtual.

Realitas virtual yang ada sering kali tampak tidak realistis karena komputer yang lambat membuat tidak mungkin untuk memodelkan prinsip-prinsip fisik dasar secara real time. Misalnya, pada 1980-an VPL menghasilkan demo yang disebut "Realitas Dibangun untuk Dua", di mana dua orang dalam tubuh virtual mencoba berjabat tangan. Sayangnya, tangan mereka cenderung melewati satu sama lain karena komputer tidak cukup cepat untuk melacak kontak permukaan-ke-permukaan.

Agar tangan virtual dapat merespons secara realistis dalam menanggapi kontak permukaan di dunia maya, tangan tersebut harus menghadapi hambatan saat menekan objek virtual. Hal ini memerlukan perhitungan tekanan permukaan secara real-time. Subjek manusia harus mengalami perlawanan ini, dan ini dapat dicapai dengan menggunakan mekanisme servo yang terpasang di dalam sarung tangan. Sensasi sentuhan dapat disampaikan dengan mengaktifkan vibrator kecil di permukaan dalam sarung tangan.

Di mana sistem VR realistis, mereka mencapai ini dengan memanfaatkan hukum fisik. Hal ini tentu berlaku untuk simulator pesawat terbang, di mana pesawat virtual mematuhi hukum Newton. Hal ini juga berlaku di bidang umum grafik komputer, di mana para peneliti telah belajar bahwa menciptakan gambar realistis pada dasarnya adalah masalah dalam fisika terapan.

Langkah selanjutnya setelah Data Glove adalah Data Suit seluruh tubuh, seperti VPL, dengan sensor yang mengirimkan data posisi untuk anggota tubuh, Rheingold dalam (Thompson, 2003). Setelan ini memungkinkan seseorang untuk mengontrol seluruh tubuh virtual. Namun sayangnya, baik Data Glove dan Data Suit memiliki batasan yang parah. Karena mereka membutuhkan cybernaut manusia untuk secara fisik melakukan gerakan yang ditujukan untuk tubuh virtual, mereka memblokir perendaman penuh di dunia virtual.

Masih ada masalah meskipun tubuh virtual dimaksudkan sebagai duplikat dari tubuh pengguna. Sebagai contoh, misalkan benda maya melakukan penyelaman tinggi ke dalam kolam. Tanpa mesin anti-gravitasi, Data Suit dapat menyampaikan hasil tanpa bobot kepada pengguna hanya dengan menggerakkan tubuhnya melalui lengkungan penyelaman. Untuk mengatasi masalah ini, tubuh virtual harus diberkahi dengan indra yang terhubung langsung dengan semua indra pengguna.

### **C. GAMBARAN UMUM VIRTUAL OFFICE**

Kantor Virtual atau Virtual Office adalah "ruang kerja" yang terletak di dunia Internet di mana seseorang dapat melakukan tugas-tugas yang diperlukan untuk menjalankan bisnis profesional atau pribadi tanpa harus ke tempat bisnis "nyata", (Fachriko et al., 2017).

Kantor virtual bermunculan sebagai upaya mewujudkan efisiensi kerja dan menekan biaya (Cost Reduction) yang salah satunya adalah mengurangi penggunaan lingkungan fisik kantor. Virtual office adalah implementasi dari upaya otomatisasi kantor (Office Automation) bertujuan untuk membantu pemilik usaha atau karyawan meningkatkan produktivitas tenaga kerja, (Fachriko et al., 2017).

Objek Virtual Office adalah “ruang kerja” yang terletak di dunia Internet, dimana penyewa layanan menyediakan alamat kantor dimana pengguna layanan dapat menggunakan alamat tersebut untuk kebutuhan atau keuntungan bisnis menggunakan layanan Virtual Office, (Fachriko et al., 2017).

Sistem penyewaan dalam Virtual Office ini dilakukan melalui transaksi secara Online, di mana pihak menyewa melakukan akses melalui website penyedia jasa dan mengisi formulir sewa menyewa. Setelah mengisi formulir sewa menyewa, pihak penyewa mengirimkan formulir tersebut melalui email kepada pihak penyedia jasa. Proses selanjutnya adalah pihak penyedia jasa melakukan konfirmasi dengan mengirimkan persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi, termasuk tata cara dan besar biaya sewa yang harus di transfer, (Fachriko et al., 2017).

Virtual office merupakan lompatan dari teknologi informasi. Jika dilihat lebih dekat, Virtual Office tidak memenuhi tuntutan kepraktisan dan efisiensi di bidang komunikasi data. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif, suatu organisasi harus benar-benar menguasai informasi secara dini, akurat dan lengkap. Hal ini akan tercapai jika pertukaran informasi dapat dilakukan dengan baik. Banyak peningkatan peralatan telah dilakukan untuk melakukan pertukaran informasi, dari manual dan terlihat hingga sepenuhnya otomatis dan tidak terlihat (virtual), (Fauzi, 2021).

Otomatisasi nyata dimulai di pabrik dan akhirnya menyebar ke kantor sebagai otomatisasi kantor (Office Automation), atau lebih dikenal dengan OA. Awalnya, OA dimaksudkan untuk memudahkan pekerjaan administratif (Clerical), tetapi karena kemampuan OA untuk memfasilitasi komunikasi formal dan informal dengan orang-orang di dalam dan di luar perusahaan menarik para manajer dan profesional sebagai pengguna,

maka semua pengguna tersebut menggunakan OA untuk meningkatkan produktivitas mereka di tempat kerja, (Fauzi, 2021).

#### **D. VIRTUAL OFFICE WORKING**

Virtual Office Working awalnya hanya otomatisasi kantor yang bertujuan membantu meningkatkan produktivitas. Virtual office working berkembang menjadi mekanisme bekerja secara virtual dengan kemajuan teknologi komunikasi yaitu kemampuan office automation (OA) yang menyebabkan kegiatan bisnis tidak memerlukan kehadiran fisik, Hoffmann dalam (Zulfa & Wening, 2021).

Office automation (OA) memberikan kemudahan dalam komunikasi, secara lisan dan tulisan. Sistem OA juga mempermudah komunikasi di dalam dan di luar perusahaan. Bentuk office automation (OA) yang digunakan, Saliman dalam (Zulfa & Wening, 2021) meliputi:

1. Pengolahan kata (Word Processing);
2. Surat elektronik (e-Mail);
3. Pesan suara (Voice-Mail);
4. Konferensi audio;
5. Konferensi video;
6. Konferensi komputer;
7. Fax;
8. Videotext; dan
9. Pencitraan.

Menurut Hoffmann dalam (Zulfa & Wening, 2021), virtual office working, akan menghemat dan lebih fleksibel dibandingkan dengan mekanisme kantor konvensional fisik. Penerapan virtual office service memangkas biaya operasional dari cara kerjanya dibandingkan metode konvensional. Perusahaan tetap memiliki kantor didukung dengan alamat domisili sah, resepsionis, hingga ruang meeting, tanpa membayar biaya lebih untuk itu. Konsep virtual office service mulai dilirik untuk dijadikan strategi perusahaan dengan bentuk dari inovasinya dirasa lebih menguntungkan.



## E. VIRTUAL VALUE CHAIN

Bisnis modern saat ini harus bersaing di dua lingkungan yang berbeda: dunia nyata (Physical World) dan dunia maya (Virtual World). Dunia maya berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang menghadirkan produk-produk baru seperti e-commerce dan bentuk-bentuk e-commerce lainnya. Fakta ini berarti bahwa perusahaan harus mampu bersaing di kedua dunia. Sifat persaingan saat ini pada dasarnya menitikberatkan pada proses penciptaan suatu produk atau jasa bagi pelanggan. Apa yang disebut proses “penciptaan nilai” memiliki karakteristik yang berbeda di setiap dunia. Di dunia nyata, aktivitas atau proses yang menciptakan produk atau layanan biasanya melalui beberapa tahapan umum yang dikenal sebagai “rantai nilai” oleh Michael Porter dalam (Indrajit, 2001). Ada dua tahapan besar yang biasa dilakukan, masing-masing pada sisi “supply” dan sisi “demand”. Proses sisi pemasok adalah pengadaan bahan baku, penyimpanan di gudang, dan produksi bahan jadi; sedangkan aktivitas sisi permintaan adalah distribusi barang, menciptakan permintaan (marketing), dan penjualan (sales). Dalam format ini, produk atau jasa yang dihasilkan ditawarkan ke pasar sebenarnya (Market Place). Keberadaan informasi di dunia ini seperti permintaan dukungan untuk membantu manajemen internal mengambil keputusan. Tujuannya agar proses-proses di perusahaan menjadi lebih efisien dan efektif, sehingga kualitas produk atau jasa secara otomatis meningkat (cheaper, better, and faster).

### 1. Value Adding Process

Berbeda dengan proses penciptaan produk atau jasa di dunia nyata, di dunia ini ada lima langkah utama yang biasa dilakukan untuk proses penambahan nilai dari informasi (value adding process) dapat terjadi. Kelima tahap tersebut (Indrajit, 2001) adalah:

- a) Proses “gathering” adalah pengumpulan data atau informasi mentah yang relevan di bidang yang terkait dengan kegiatan perusahaan yang relevan. Misalnya, informasi pelanggan, daftar harga barang, catatan transaksi sebelumnya, dll. Jenis informasi yang sangat besar dan berbeda sering kali disimpan dalam data Base khusus (*data warehouse*).

- b) Proses “organizing” adalah Kegiatan pengorganisasian informasi yang ada dengan cara yang memfasilitasi proses manajemen. Contoh pengorganisasian informasi adalah dengan cara pengklasifikasian berdasarkan ciri-ciri tertentu. Misalnya dalam dunia musik, lagu-lagu sering dikategorikan berdasarkan ritme, seperti jazz, klasik, pop, rock, dll.
- c) Proses “selecting” adalah kegiatan di mana informasi yang ada dan terorganisir dapat dengan mudah dipilih sesuai dengan filter atau kriteria tertentu. Misalnya, toko buku menyediakan layanan kepada pelanggannya untuk mencari buku berdasarkan beberapa kriteria seperti subjek, judul, penulis, dan indeks lainnya.
- d) Proses “synthesizing” adalah operasi yang menggabungkan potongan-potongan informasi yang dipilih menjadi satu paket lengkap. Contoh klasik adalah di sektor multimedia, di mana seseorang dapat dengan mudah menggabungkan informasi terkait teks, audio, video dan audio pada satu set CD.
- e) Proses “distributing” adalah tindakan mengirimkan informasi olahan kepada pihak yang membutuhkannya. Berkat fungsi “lampirkan file” yang disediakan melalui email, perusahaan dapat dengan mudah mendistribusikan produknya ke pelanggan. Atau pelanggan dapat dengan mudah melakukan “download file” dari website penyedia layanan informasi.

## 2. Value Matrix

Bagaimana mengembangkan strategi untuk menggabungkan “rantai nilai fisik” dengan “rantai nilai virtual” untuk menciptakan keunggulan kompetitif? Ada tiga langkah umum yang biasanya diikuti oleh praktisi manajemen, Rayport dalam (Indrajit, 2001) yaitu:

- a) “Visibility” adalah upaya untuk mempelajari peran informasi dalam proses dunia nyata dalam menciptakan produk atau layanan (Physical Value Chain). Salah satu contohnya adalah pentingnya sistem informasi pergudangan dalam membantu manajemen mengurangi total biaya penyimpanan barang tanpa mengorbankan kepuasan pelanggan (Service Level).

- b) Pada tahap “Mirroring Capability”, hasil peluang yang diperoleh pada langkah sebelumnya kemudian dianalisis kemungkinan untuk dipindahkan ke dalam “rantai nilai virtual” dengan menghilangkan beberapa proses fisik dari “rantai nilai fisik”. Melanjutkan contoh sistem informasi gudang di atas, jika dilihat sistem yang dibangun dapat mendukung pengelolaan gudang secara optimal, Hal ini bukan tidak mungkin jika diterapkan manajemen persediaan JIT (Just-In-Time) sehingga perusahaan yang bersangkutan tidak perlu lagi memiliki gudang. Banyak perusahaan telah menerapkan konsep ini dengan menggunakan teknologi e-commerce B-to-B.
- c) Setelah beberapa proses fisik dunia nyata dipindahkan ke dunia maya, langkah selanjutnya adalah mencoba menjual layanan baru ke pelanggan potensial atau segmen pasar tertentu (New Customer Relationship) berdasarkan hasil gabungan dari dua rantai nilai (Value Matrix). Berbagai model bisnis baru yang ditawarkan oleh ratusan perusahaan DotCom saat ini adalah contoh dari hasil merger tersebut. Cari tahu bagaimana Amazon.com dan Ebay.com mengambil alih penjualan eceran dan lelang buku.

Bagaimanapun, kreativitas pemilik dan/atau manajer bisnis akan sangat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan model bisnis yang diusulkan. Kreativitas adalah kunci utama kesuksesan karena dalam konsep “Value Matrix”, karakteristik produk atau jasa (Product Differentiation) yang diberikan kepada pelanggan sangat bergantung pada strategi manajer perusahaan untuk menggabungkan dua dunia tersebut. Dengan motto “Pelanggan adalah Tuhan”, jelas bahwa prinsip “Lebih Murah, Lebih Baik, Lebih Cepat” masih diikuti ketat oleh pasar dalam memilih berbagai jenis produk atau jasa yang disediakan. . Dengan kata lain, apakah kedua dunia ini menyatu atau tidak, selama sebuah perusahaan dapat menjual produk atau jasanya dengan harga murah, dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang cepat, pelanggan pasti akan mendatangnya.

## F. VIRTUALBOX

Oracle VirtualBox adalah alat yang sangat kuat dan merupakan salah satu yang paling populer dalam memilih solusi virtualisasi. Fakta bahwa itu sangat kuat dan gratis menjadikannya pilihan yang bagus. Alat ini bekerja dengan baik di berbagai platform dan menawarkan desktop serta kapabilitas tingkat perusahaan, (Cardwell, 2014). VirtualBox pada awalnya dikembangkan oleh Innotek GmbH dan dirilis pada 17 Januari 2007 sebagai paket perangkat lunak bebas/sumber terbuka. Perusahaan tersebut kemudian diakuisisi oleh Sun Microsystems. Pada tanggal 27 Januari 2010, Oracle Corporation mengakuisisi Sun dan mengambil alih pengembangan VirtualBox dan hingga saat ini virtualbox dimiliki oleh Oracle.

### 1. Profesi apa yang menggunakan virtualbox

Keunggulan dan fungsi yang dimilikinya virtualbox bisa digunakan dalam berbagai pekerjaan. Profesi yang menggunakan virtualbox sebagai alat bantu untuk mereka bekerja antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Devops
- b. Security Research
- c. Network Engineer
- d. System Administrator

### 2. Keunggulan atau kelebihan virtualbox

Keunggulan virtualbox di dibanding software sejenis, antara lain:

- a. Paling Utama itu Gratis.
- b. Sangat mudah untuk digunakan.
- c. Ada Opsi pengaturan VGA dan Monitor
- d. Support Drag and Drop Content dari Base OS ke Guest atau sebaliknya
- e. Lebih ringan dibanding software sejenis.
- f. Support banyak disk virtual.



Gambar 1. Oracle VirtualBox

Sumber: <https://www.virtualbox.org/wiki/Documentation>

## G. METODOLOGI PENGEMBANGAN SISTEM

Metodologi yang digunakan untuk Perancangan Sistem Informasi Penjadwalan ruang pertemuan menggunakan metode Agile. Tahapan-tahapan dalam metode Agile, (Susilawati & Khairunnisa, 2021) yaitu sebagai berikut:

1. Perencanaan. pada langkah ini dilakukan dengan cara membuat rencana mengenai kebutuhan dari bagian administrasi management building dalam mengatur jadwal penggunaan ruang pertemuan bagi para penyewa virtual office
2. Implementasi. dilakukan pengkodean perangkat lunak dengan membuat fitur akses Klien yaitu penyewa virtual office yang memiliki hak untuk menggunakan ruang pertemuan sesuai dengan kontrak perjanjian, pembuatan fitur hak akses Administrasi dalam pengolahan ruangan pertemuan bagi penyewa virtual office.
3. Tes Perangkat Lunak. Melakukan proses testing dari semua fitur pada klien dan Administrasi agar yang ditemukan bisa segera diperbaiki dan menjaga kualitas sistem informasi penjadwalan ruangan.
4. Dokumentasi. Membuat dokumentasi terkait cara penggunaan sistem informasi penjadwalan ruangan ini agar mempermudah proses pemeliharaan sistem.

5. Deployment. Melakukan uji coba kepada Klien dan administrasi Gedung untuk menggunakan Aplikasi ini untuk menguji kualitas sistem. Setelah sistem memenuhi syarat maka siap di deployment.
6. Pemeliharaan. Pemeliharaan agar perangkat lunak secara berkala.

## **H. VIRTUAL OFFICE DITINJAU DARI KITAB UNDANG-UNDANG HUKUM PERDATA**

Virtual office adalah kegiatan penyewaan kantor yang dilakukan oleh penyedia jasa virtual office dan penyewa jasa virtual office. Transaksi virtual office merupakan salah satu bentuk kegiatan keperdataan berdasarkan kesepakatan. Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa di mana ada seorang berjanji kepada seorang lain atau dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.

Perjanjian berdasarkan namanya terbagi menjadi 2 penggolongan, yaitu perjanjian nominaat serta perjanjian inominaat (tidak bernama). Perjanjian sewa menyewa merupakan salah satu perjanjian nominaat. Sistem hukum perikatan adalah terbuka. Artinya, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan kemungkinan bagi setiap orang mengadakan bentuk perjanjian apa pun, baik yang telah diatur dalam undang-undang, peraturan khusus maupun peraturan baru yang belum ada ketentuannya sepanjang tidak bertentangan dengan Pasal 1320 KUHPerdato. Akibat hukumnya adalah jika ketentuan bagian umum bertentangan dengan ketentuan khusus, maka yang digunakan adalah ketentuan khusus. Oleh karena itu virtual office tunduk kepada aturan yang ada dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata karena di Indonesia belum ada pengaturan khusus untuk virtual office, (Fachriko et al., 2017).

Pasal 1548 KUH Perdata menyatakan bahwa sewa adalah suatu perjanjian dengan mana salah satu pihak menyanggupi untuk memberikan kepada pihak lain untuk jangka waktu tertentu menikmati harta benda dengan imbalan membayar harga yang dapat diberikan oleh pihak lain. Orang dapat menyewa berbagai jenis barang, tetap dan seluler. Virtual office adalah kegiatan penyewaan kantor yang dilakukan oleh penyedia jasa virtual office dan penyewa jasa virtual office. Sebagai bentuk kegiatan keperdataan berdasarkan kesepakatan, virtual office harus memenuhi ketentuan KUH Perdata. Transaksi sewa kantor virtual termasuk dalam

transaksi e-commerce karena transaksi sewa kantor virtual dilakukan melalui internet. Sewa-menyewa secara online (e-commerce) pada dasarnya sama dengan sewa-menyewa konvensional pada umumnya, dimana suatu sewa menyewa terjadi ketika ada kesepakatan mengenai kenikmatan atas barang atau jasa yang diperdagangkan serta membayarkan harga atas barang atau jasa tersebut. Yang membedakan sewa menyewa secara online dan sewa menyewa konvensional adalah media yang digunakan, jika pada sewa menyewa konvensional para pihak harus bertemu langsung di suatu tempat untuk menyepakati apa yang akan disewakan serta berapa harga atas barang atau jasa tersebut, sedangkan dalam e-commerce, proses transaksi yang terjadi memerlukan suatu media internet sebagai media utamanya, sehingga proses transaksi perdagangan terjadi tanpa perlu adanya pertemuan langsung atau tatap muka antara para pihak. Proses transaksi tawar menawar harga dapat dilakukan di mana saja tanpa harus mempertemukan pihak penyewa dan yang menyewa di dalam satu tempat yang sama untuk menyepakati harga dari suatu barang, (Fachriko et al., 2017).

Sewa-menyewa pada Virtual Office juga harus memenuhi syarat-syarat dalam perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata sebagai dasar, yaitu:

- 1) Kesepakatan
- 2) Kecakapan
- 3) Suatu Hal Tertentu
- 4) Sebab Yang Halal

Jika syarat pertama dan kedua, yaitu disebut syarat subyektif (mengenai para pihak dalam suatu perjanjian) tidak terpenuhi, maka akibat hukumnya adalah perjanjian tersebut dapat dibatalkan dengan inisiatif salah satu pihak yang merasa dirugikan. Jika syarat ketiga dan keempat, yaitu disebut syarat obyektif (mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek perjanjian) tidak terpenuhi, maka akibat hukum yang timbul adalah perjanjian tersebut batal demi hukum. Dapat dikatakan bahwa saat suatu sewa-menyewa virtual office memenuhi syarat sahnya perjanjian, maka perjanjian tersebut sah, (Fachriko et al., 2017).

## **I. VIRTUAL OFFICE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

E-commerce adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers, dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer yaitu internet. Virtual Office merupakan salah satu kegiatan e-Commerce, karena virtual office merupakan transaksi yang dilakukan melalui media internet. Transaksi yang dilakukan melalui media internet di atur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selain termasuk dalam jenis transaksi elektronik, virtual office pada dasarnya adalah suatu kegiatan sewa-menyewa, maka virtual office tunduk kepada ketentuan umum Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Sewa-menyewa secara e-commerce pada dasarnya sama dengan sewa menyewa konvensional, hanya saja menggunakan media internet, di mana para pihak tidak bertemu secara langsung atau tatap muka untuk melakukan persetujuan, kegiatan ini juga disebut dengan transaksi elektronik. Menurut Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang ITE, "Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan melalui komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik lainnya."

Pasal 5 ayat 1 UU ITE menjelaskan bahwa "Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah." Dalam transaksi virtual office, yang dapat menjadi informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik adalah formulir yang diisi oleh calon penyewa saat melakukan transaksi sewa menyewa virtual office. Pada saat melakukan transaksi melalui website penyedia jasa virtual office, calon penyewa akan melakukan pengisian formulir yang umumnya berisi data pribadi penyewa dan data perusahaan yang menyewa jasa virtual office. Setelah formulir diisi dan dikirimkan kepada pihak penyedia jasa, maka pihak penyedia jasa akan melakukan konfirmasi kepada calon penyewa bahwa data penyewa sudah diterima dan tawaran penyewa atas jasa yang ingin disewa telah diterima. Pasal 20 ayat 2 UU ITE menyebutkan "Persetujuan atas penawaran transaksi elektronik harus dilakukan dengan pernyataan penerimaan secara elektronik." Dalam transaksi e-commerce, setelah tercapainya suatu persetujuan antara



kedua pihak mengenai sewa-menyewa tersebut, maka selanjutnya dilakukan suatu pembayaran. Pembayaran dapat dilakukan dengan sistem cash, transfer melalui ATM, kartu kredit atau perantara pihak ketiga. Apabila pembayaran telah selesai, maka barang sudah dapat diberikan kepada pembeli setelah barang diterima dan untuk jasa maka jasa tersebut sudah dapat digunakan, (Fachriko et al., 2017).

## **J. MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 19 TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN TRANSAKSI ELEKTRONIK**

Menurut Sutan Remy Sjahdeini dalam (Fachriko et al., 2017), e-commerce adalah kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufactures), service providers, dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan- jaringan komputer yaitu internet. Transaksi yang dilakukan melalui elektronik dalam pelaksanaannya harus tunduk dengan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-Undang ini dibuat untuk menjamin kepastian hukum dalam pelaksanaan transaksi e-commerce. Mengenai pengaturan perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi virtual office melalui e-commerce tidak dibahas secara khusus dalam undang-undang ini, hanya pada beberapa pasal saja yang bisa dikaitkan dalam upaya perlindungan hukum terhadap konsumen.

### **1. Tahap Pra Transaksi**

Pembelian atau penyewaan barang dan/atau jasa melalui dunia maya atau e-commerce memang memungkinkan terjadinya ketidaksesuaiannya barang atau jasa yang diterima oleh konsumen dengan informasi yang diberikan oleh pelaku usaha itu sendiri. Dalam tahap ini perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen menurut Undang- Undang Informasi dan Transaksi Elektronik adalah Pedagang yang menawarkan produk untuk dijual melalui sistem elektronik harus memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang ketentuan kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan untuk dijual. Yang dimaksud dengan “informasi yang lengkap dan benar” meliputi:

- a) Informasi memuat identitas serta status subyek hukum dan kompetensinya, baik sebagai produsen, pemasok, penyelenggara, maupun perantara.

- b) Keterangan lain yang menjelaskan beberapa hal yang menjadi syarat sahnya perjanjian dan menjelaskan barang dan/atau jasa yang disediakan, seperti nama, alamat, uraian barang dan/atau jasa.

Kemudian pasal 10 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa bagi setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan transaksi elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan. Sertifikasi Keandalan yang dimaksud adalah sebagai bukti bahwa pedagang e-commerce layak berbisnis setelah dinilai dan diaudit oleh badan yang terakreditasi. Bukti telah dibuatnya sertifikat keandalan direpresentasikan dengan adanya logo sertifikasi sebagai tanda terpercaya di homepage trader. Mengenai perbuatan yang dilarang, menurut Pasal 28 undang-undang ini, setiap orang dilarang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Setiap orang di sini dapat diartikan sebagai pelaku usaha atau produsen dalam transaksi virtual office melalui e-commerce, (Fachriko et al., 2017).

## **2. Tahap Transaksi**

Dalam suatu transaksi, seseorang pasti memiliki tanda atau bukti bahwa orang tersebut telah melakukan transaksi. Pada transaksi konvensional, tanda atau bukti itu dapat berupa tanda tangan dalam suatu kontrak perjanjian. Sebelum adanya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dokumen elektronik dan tanda tangan digital atau tanda tangan elektronik (digital signature) diragukan keabsahannya sebagai alat verifikasi dan autentifikasi. Kini setelah berlakunya undang-undang ini, dokumen elektronik dan tanda tangan elektronik merupakan alat bukti yang sah. Hal ini tertuang dalam Pasal 5 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dengan adanya pasal tersebut, akhirnya mengakhiri perdebatan ahli dan praktisi hukum mengenai e-mail serta dokumen elektronik lainnya tergolong dalam alat bukti yang sah menurut undang-undang, (Fachriko et al., 2017).

Tanda tangan elektronik memiliki kedudukan yang sama dengan tanda tangan manual pada umumnya yang memiliki kekuatan hukum dan akibat hukum. Tanda tangan elektronik ini diakui keabsahannya menurut pasal

11 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Mengenai pembuatan kontrak dalam transaksi elektronik (e-commerce) menurut Pasal 18 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, transaksi elektronik dituangkan ke dalam kontrak elektronik dan mengikat para pihak yang mengikatkan dirinya.

### 3. Tahap Sesudah Transaksi

Dalam transaksi virtual office melalui e-commerce, mengenai penyelesaian sengketa e-commerce menurut Pasal 38 Undang-Undang Informasi dan Teknologi Elektronik, setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik (pelaku usaha) dan/atau menggunakan teknologi informasi yang menimbulkan kerugian. Selain penyelesaian sengketa gugatan perdata, para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa melalui arbitrase, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, (Fachriko et al., 2017).

Apabila diperhatikan saksama, Undang-Undang Informasi dan Teknologi sebenarnya masih sangat sederhana untuk pengaturan dalam transaksi virtual office melalui e-commerce. Undang- Undang ini hanya mengatur mengenai transaksi elektronik secara umum dan tidak mengatur secara khusus mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce, begitu pun hak-hak dan kewajiban yang dimiliki konsumen maupun produsen/pelaku usaha dalam transaksi e-commerce. Untuk itu diperlukan penyempurnaan undang-undang perlindungan konsumen atau membuat undang-undang baru yang khusus mengatur mengenai perlindungan konsumen dalam transaksi e-commerce.

### K. RANGKUMAN MATERI

Desi Karunia mengatakan *“The object in a Virtual Office lease agreement is a business address. An object can be made a legal object if it fulfills certain conditions, i.e human authority, economic value and can therefore be used as an object (legal action).”* (Objek dalam perjanjian sewa virtual office adalah alamat bisnis. Suatu objek dapat dijadikan objek hukum jika memenuhi persyaratan tertentu, yaitu otoritas manusia, nilai ekonomi dan karenanya dapat digunakan sebagai objek (tindakan hukum).

Realitas virtual dapat dikatakan dimulai pada tahun 1966, ketika Ivan Sutherland mengembangkan *Head-Mounted Display* (HMD) yang akan mengelilingi pengguna manusia dengan pemandangan tiga dimensi yang dihasilkan oleh komputer, Rheingold dalam (Thompson, 2003). Layar TV di dalam layar menampilkan gambar pemandangan kepada pengguna, dan saat pengguna bergerak dan menoleh, komputer akan menghitung ulang gambar sehingga menciptakan ilusi melihat objek nyata. HMD pertama disebut "Pedang Damocles," karena sangat besar sehingga harus digantung dari langit-langit dan dijepit dengan mengancam di atas tengkorak pengguna.

Jika dilihat lebih dekat, Virtual Office tidak memenuhi tuntutan kepraktisan dan efisiensi di bidang komunikasi data. Untuk menciptakan keunggulan kompetitif, suatu organisasi harus benar-benar menguasai informasi secara dini, akurat dan lengkap. Hal ini akan tercapai jika pertukaran informasi dapat dilakukan dengan baik. Banyak peningkatan peralatan telah dilakukan untuk melakukan pertukaran informasi, dari manual dan terlihat hingga sepenuhnya otomatis dan tidak terlihat (virtual), (Fauzi, 2021).

Virtual Office Working awalnya hanya otomatisasi kantor yang bertujuan membantu meningkatkan produktivitas. Virtual office working berkembang menjadi mekanisme bekerja secara virtual dengan kemajuan teknologi komunikasi yaitu kemampuan office automation (OA) yang menyebabkan kegiatan bisnis tidak memerlukan kehadiran fisik, Hoffmann dalam (Zulfa & Wening, 2021).

Bisnis modern saat ini harus bersaing di dua lingkungan yang berbeda: dunia nyata (Physical World) dan dunia maya (Virtual World). Dunia maya berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi yang menghadirkan produk-produk baru seperti e-commerce dan bentuk-bentuk e-commerce lainnya.

Oracle VirtualBox adalah alat yang sangat kuat dan merupakan salah satu yang paling populer dalam memilih solusi virtualisasi. Fakta bahwa itu sangat kuat dan gratis menjadikannya pilihan yang bagus. Alat ini bekerja dengan baik di berbagai platform dan menawarkan desktop serta kapabilitas tingkat perusahaan, (Cardwell, 2014). VirtualBox pada awalnya dikembangkan oleh Innotek GmbH dan dirilis pada 17 Januari 2007

sebagai paket perangkat lunak bebas/sumber terbuka. Perusahaan tersebut kemudian diakuisisi oleh Sun Microsystems. Pada tanggal 27 Januari 2010, Oracle Corporation mengakuisisi Sun dan mengambil alih pengembangan VirtualBox dan hingga saat ini virtualbox dimiliki oleh Oracle.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

1. Jelaskan secara singkat sejarah Realitas virtual!
2. Jelaskan apa yang dimaksud dengan:
  - a. Virtual Office
  - b. Virtual Office Working
  - c. Virtual Value Chain
  - d. VirtualBox
3. Menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, ada tiga langkah yang harus di tempuh, Jelaskan!
  - a. Tahap Pra Transaksi
  - b. Tahap Transaksi
  - c. Tahap Sesudah Transaksi

## DAFTAR PUSTAKA

- Cardwell, K. (2014). *Building Virtual Pentesting Labs for Advanced Penetration Testing* (S. Mukherjee, D. Nambiar, & K. Narayanan (eds.)). Packt Publishing.
- Fachriko, M., Mahmudah, S., Lestari, S. N., Studi, P., Ilmu, S., Hukum, F., Diponegoro, U., & Sjahdeini, R. (2017). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Penyediaan Jasa Virtual Office. *Diponegoro Law Journal*, 6(2), 1–21.
- Fauzi, A. (2021). Pendirian Perseroan Terbatas Menggunakan Domisili Virtual Office. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial ...*, 1(1), 716–722. <https://doi.org/https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.403>
- Indrajit, R. E. (2001). *Kiat dan strategi bisnis di dunia maya*. Gramedia.
- Putra, Fajar Setyaning D., et al. "Marketing Politik (Teori dan Konsep)." CV Widina Media Utama, 2022.
- Susilawati, E. A., & Khairunnisa. (2021). Perancangan Sistem Informasi Penjadwalan Ruang Pertemuan Bagi Penyewa Virtual Office Pada PT. Voffice. *Jurnal Sains & Teknologi Fakultas Teknik Unsada*, XI(1), 1–7.
- Thompson, R. L. (2003). *MAYA The World As Virtual Reality*. Govardhan Hill Publishing.
- Zulfa, A., & Wening, N. (2021). Evaluasi Blue Ocean Strategy dalam Penerapan Virtual Office Working pada Industri Konsultan Arsitektur. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 6(1), 26–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.32503/jmk.v6i1.1161>





# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 13: DEMOKRASI MASYARAKAT VIRTUAL

Dr. Yeyen Subandi, S.IP., M.A

Universitas Respati Yogyakarta



# BAB 13

## **DEMOKRASI MASYARAKAT VIRTUAL**

Revolusi industri 4.0 memiliki tantangan dan juga peluang bagi semua umat manusia, termasuk di dalamnya bagi kalangan akademisi (Abdul Mujib, 2018), selain itu juga sebetulnya para politisi dipengaruhi atas perkembangan hal tersebut. Saat ini Indonesia sudah masuk dalam era Revolusi Industri 4.0, dimana merupakan era industri digital seluruh bagian yang ada di dalamnya saling berkolaborasi dan berkomunikasi secara nyata dengan pemanfaatan teknologi informasi berupa internet. Perihal internet dalam penetrasinya tidak terlepas dari nilai-nilai delibratif demokrasi, seperti halnya kesukarelaan (voluntarism), kesamaan (egaliterian), dan juga praktik berjenjang (networking) dalam kehidupan bermasyarakat (Jati, 2016).

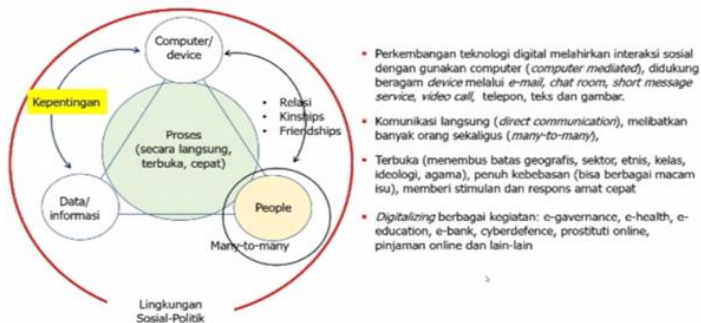
### **A. REVOLUSI INDUSTRI 4.0**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mengubah sistem tatanan dunia, dampak yang terjadi yaitu dari sisi sosial, ekonomi, dan juga politik. Terjadinya Revolusi Industri 4.0 mengalami perkembangan, dari periodisasi generasi pertama bisa dilihat ketika tenaga manusia dan hewan digantikan dengan tenaga mesin (munculnya mesin uap pada abad 18), kemudian generasi kedua munculnya pembangkit tenaga listrik (munculnya mobil, pesawat terbang, dan pesawat telepon), selanjutnya generasi ketiga dengan munculnya teknologi digital dan internet, sampai ke generasi keempat dengan munculnya super komputer, robot mesin, ataupun kendaraan tanpa pengemudi. Terjadinya Revolusi Industri 4.0 secara tidak langsung manusia

tenaganya sudah tidak lagi banyak dibutuhkan, tetapi dalam mengoperasikan alat secara online sebagai media kampanye atau suatu kegiatan melalui media internet sangat dibutuhkan.

Revolusi Industri 4.0 atau sebagai generasi keempat semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, manusia dimudahkan dengan era digitalisasi, tetapi juga terlihat kesenjangan bagi manusia itu sendiri, bahkan justru menimbulkan permasalahan bagi manusia itu sendiri, dengan kata lain merupakan sebuah tantangan bagi negara dan bangsa. Ada dua solusi dengan hadirnya Revolusi Industri generasi keempat. Pertama, harus menyiapkan dan mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) agar mampu berdaya saing dengan teknologi. Kedua, mengantisipasi dampak negative yang akan terjadi, yaitu yang paling penting untuk menghindari tentang dehumanisasi dan mencari solusi yang tepat atau juga untuk terapi kedepannya, dalam hal ini peranan psikologi harus dihadirkan untuk mengembangkan dan memperkaya kekuatan positif manusia. Hal tersebut bisa melalui pendekatan pengembangan diri yakni kesuksesan, optimisme, bahagia, sehat, dan rasa cinta (Abdul Mujib, 2018).

Dengan hadirnya Revolusi Industri 4.0 yang serba digital membuat dan mempengaruhi juga interaksi sosial masyarakat dalam hal komputerisasi, sistem politik, dan juga sistem demokrasi yang ada di dunia termasuk Indonesia. Perihal tersebut bisa dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar. 1 Perkembangan Teknologi Digital  
Sumber: Sunyoto Usman, 2022

Perkembangan teknologi digital yang melahirkan interaksi sosial masyarakat dengan menggunakan komputer dengan didukung dari berbagai macam fitur dan aplikasi. Selain itu dalam berkomunikasi dengan menggunakan alat komunikasi bisa melibatkan banyak orang yang menembus batas geografis antar negara secara terbuka yang tidak membedakan suku, ras, bangsa, agama, ataupun kelas sosial. Dengan teknologi internet munculnya kegiatan-kegiatan yang bersifat digital atau online seperti kegiatan: e-governance, e-education, pinjaman online, dan juga demokrasi virtual.

## **B. DEMOKRASI VIRTUAL**

Demokrasi virtual jika mengacu dan merujuk pada konsep demokrasi di ruang offline (luring), persoalan tidak berhenti dan selesai sampai disana, bahkan semakin menjadi problematis. Perihal tersebut bila dikaitkan dengan konsep demokrasi apa, mana, dan siapa yang dirujuknya. Terlepas dari konsep apa, konsep mana, dan konsep siapa yang menjadi rujukan, pengetahuan yang bisa diambil dan digunakan di sini, merujuk pada Jean Boudrillard (1983) bahwa *cyber-democracy* (demokrasi dalam dunia maya) sebagai representasi demokrasi secara offline. Hal sebaliknya bila dikatakan bahwa *cyber-democracy* tidak merujuk pada realitas dan konsep apapun, namun merujuk pada dirinya sendiri, maka *cyber-democracy* merupakan sebuah simulasi atau simulacrum (citra yang tidak berkaitan dengan realitas apa pun, disebabkan citra merupakan simulacrum dirinya sendiri (pure simulacrum)) (Gatara, 2016).

Pada bulan November tahun 2016 Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah menyelenggarakan survey (APJII, 2016). Survey tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 129,2 juta (97,4%) dari total pengguna internet di Indonesia menjadikan media sosial sebagai jenis konten yang paling sering diakses. Data tersebut menunjukkan bahwa setengah lebih penduduk Indonesia atau 129,2 juta dari 256,2 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial sebagai konten yang paling sering diakses untuk memenuhi segala kebutuhan informasi mereka. Kehadiran media sosial yang digunakan sebagai sumber informasi khalayak tersebut telah mengubah pola interaksi sosial atau interaksi antar individual (Iswandi Syahputra, 2017).

Sifat dari media sosial memiliki arti kebebasan yang menjadi landasan bagi demokrasi, hal ini sejalan dengan apa yang telah disampaikan oleh Habermas (George, 2017) yang menggambarkan demokrasi di analogikan dengan ‘kedai kopi’ di Inggris dan ‘kedai minum’ di Perancis akan dijadikan landasan sebagai suatu kaum yang ingin berkembang dan saling berbagi informasi tentang perdagangan, perpolitikan, dan gaya hidup baru. Habermas juga berpendapat bahwa adanya kanal-kanal komunikasi yang tidak terdistorsi memberikan penekanan yang sangat penting bagi sarana utama dalam pembebasan terhadap partisipasi di ranah publik. Melalui media internet dengan hadirnya media sosial tersebut lahir pula apa yang dinamakan dengan demokrasi secara virtual.

Demokrasi Virtual dapat dimaknai sebagai suatu bentuk kebebasan yang ada dalam dunia virtual (dunia maya). Dimana kata demokrasi memiliki makna suatu kebebasan. Demokrasi sering disebut juga dengan kata demokratis, di mana suatu sistem yang dinyatakan demokratis memang memerlukan kompetensi demokrasi pada umumnya (Ida Rachmah dan Henry Subiakto, 2012). Keberlangsungan cyber space yang melahirkan dan terbentuknya relasi antara internet dengan demokrasi untuk mencapai sasaran dan tujuan, yaitu aktivisme dan preservasi. Aktivisme adalah gerakan politik, sedangkan preservasi adalah ruang untuk mewujudkan demokrasi. Ketika aktivisme yang dilakukan oleh partai politik preservasi akan terlihat baik dan buruknya dalam melakukan kampanye yang sesuai aturan atau tidak. Menurut John Rawls (1999) kondisi demokrasi dalam dunia siber mengatakan bahwa informasi akan mendorong terwujudnya keadilan yang formal, yaitu keadilan dalam memberikan kedudukan yang sama kepada masyarakat. Kekuatan netizen atau warga net saat ini dalam eranya demokrasi virtual sangat terlihat dan juga dibutuhkan dalam hal yang positif.

Dalam era digital telah terjadi suatu “*Automatization of Transformations*” (Alaydrus, 2015) yang artinya setiap orang dapat dengan mudah mengakses segala informasi yang dibutuhkan secara otomatis dan cepat tanpa adanya halangan yang membatasi melalui media internet. Dengan demikian, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi menunjukkan bahwa eksistensi demokrasi telah memasuki babak baru, yaitu kebebasan beraspirasi dan juga kebebasan berpartisipasi bagi masyarakat dalam

suatu negara yang berdemokrasi. Ruang baru telah menciptakan manusia untuk ikut serta terlibat dalam berbagai peristiwa yang telah terjadi serta masyarakat dapat memberikan tanggapan atau menyampaikan apa yang ingin disampaikan oleh media internet melalui media sosial. Setiap aktivitas aktivis yang terjadi dan dilakukan oleh pengguna media sosial mereka bertindak dan berperan sebagai distributor pesan (Weeks and Holbert, 2013). Beberapa ahli menyebut bahwa media sosial adalah faktor yang menentukan bagi perubahan dramatis dari struktur komunikasi yang mapan selama ini. perihal tersebut ditandai dengan beralihnya komunikasi massa ke era komunikasi interaksi berbasis internet (Khang, Ki and Ye, 2012) yang salah satunya adalah pada perihal demokrasi.

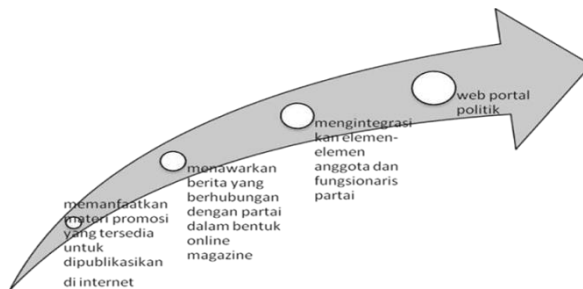
Era Revolusi Industri 4.0 saat ini di Indonesia meningkat untuk kalangan pengguna internet karena faktor media sosial. Media sangat berperan penting dalam memainkan perannya dalam berdemokrasi, menurut Edmun Burke (AJI Indonesia, 2013) berpendapat bahwa media merupakan landasan berpijak dalam berdemokrasi sebagai pilar yang keempat. Dalam hal ini Edmun Burke menjelaskan bahwa media dapat berperan sebagai pengawas demokrasi, khususnya sebagai pengawas kinerja pemerintah dalam konsep trias politika yaitu legislatif, eksekutif, dan yudikatif. Dalam konteks demokrasi digital sejatinya jurnalis memegang peranan yang penting dalam mendiseminasikan informasi pada ruang publik, dan juga harus sesuai kode etik 5W+1H (what, who, where, when, why + how). Sementara itu, informasi merupakan suatu hal yang sangat penting sebagai atmosfer yang melahirkan benih-benih demokrasi yang diantaranya kesetaraan, berkembangnya pertumbuhan, dan keterbukaan akses dalam menyampaikan gagasan. Selain itu peranan penting yang berpengaruh juga saat ini dalam proses demokrasi adalah netizen (warganet) dengan munculnya kelompok-kelompok follower, influencer, dan buzzer.

Demokrasi virtual berkaitan juga dengan sistem politik yang virtual. Partai politik saat ini harus melek digital, karena proses kampanye dan komunikasi politik melalui ruang-ruang digital salah satunya melalui media sosial sangat penting untuk dilakukan. Perihal komunikasi politik yang dilakukan secara virtual dan digital sebetulnya sudah tidak asing. Istilah tersebut menggambarkan penggunaan berbagai teknologi komunikasi

secara online yang berbasis internet di dalam atau melalui organisasi partai. Di Jerman yang kemudian salah satunya diikuti oleh Indonesia dengan bermunculan website-website politik atau website partai politik sebagai cerminan perkembangan demokrasi digital. Perihal konsep desain dalam ruang publik demokrasi virtual menyajikan bentuk nyata dari demokrasi elektronik sebagai penopang dalam komunikasi politik. Ada beberapa aplikasi dalam ranah partai politik apa yang pernah disampaikan oleh Leggewie dan Bieber (), adalah sebagai berikut:

### 1. Pusat partai virtual

Istilah komunikasi partai melalui teknik yang dilakukan secara digital sudah tidak asing lagi. Istilah ini menggambarkan penggunaan berbagai teknologi komunikasi online yang berbasis internet di dalam atau melalui organisasi partai. Dibawah ini jenjang yang biasanya dilalui oleh partai politik dalam tahapan komunikasi politik digitalnya:



Gambar 2. Tahapan Komunikasi Politik Digital  
Sumber: Siska Sasmita, 2011

### 2. Forum, chats dan peristiwa-peristiwa secara online

Model aktivitas komunikasi yang khas dalam menawarkan program secara online untuk para pengguna telah mendorong terbentuknya kelompok pengguna situs politik seringkali untuk jangka waktu yang lama mengadakan pembahasan politik dalam konstelasi personal yang berganti-ganti. Terbentuknya komunitas ini biasanya sejalan dengan tema-tema yang didiskusikan dalam website.

### **3. Organisasi partai digital**

Dalam bidang organisasi, partai internet di beberapa negara juga mulai berkembang sebagai lahan aksi yang kreatif. Ciri paling penting dari struktur ini adalah bentuk virtualnya yang melampaui konstruksi regional dan biasanya tidak lagi menuntut adanya proses formal menjadi anggota organisasi.

### **4. Kampanye secara online**

Internet telah menjadi arena komunikasi politik pada akhir-akhir ini. Jaringan komputer internal partai merupakan unsur yang strategis dan penting bagi terciptanya kampanye yang professional.

### **5. Online-protest**

Sebagai imbas dari kampanye secara online yang dilakukan oleh para kandidat atau politisi sejak pertengahan tahun 90-an di Jerman sebagai pelopor juga telah muncul kampanye dari bawah yang menjadikan internet sebagai media yang menarik bagi komunikasi politik. Umumnya kampanye politik ini dalam bentuk aksi protes. Yang menjadi sasaran protes melalui media internet adalah pelaku politik atau politisi secara kolektif.

Dari tahapan-tahapan di atas dalam komunikasi politik digital yang dilakukan oleh partai politik atau yang berkaitan dengan politik, yang pertama adalah dengan memanfaatkan materi-materi promosi partai politik yang disampaikan dalam bentuk promosi yang diterbitkan melalui media internet, yang kemudian tahap selanjutnya dengan menawarkan berita yang ada kaitannya dengan partai politik tersebut melalui majalah online. Setelah itu tahapan selanjutnya adalah mengintegrasikan elemen, anggota, dan fungsionaris partai politik dengan tujuan akhir pada web portal politik untuk menarik simpatisan politik dalam berdemokrasi yang dilakukan secara virtual. Melalui fasilitas internet dengan berbagai banyaknya macam aplikasi memudahkan partai politik untuk berperan dalam proses demokrasi secara virtual yang baik dan benar, bukan sebaliknya dengan melakukan kampanye hitam dan ujaran-ujaran

kebencian. Gambar di bawah ini menunjukkan bagaimana teknologi digital dalam kegiatan politik untuk tujuan demokrasi:



Gambar 3. Tehnologi Digital dalam Kegiatan Politik  
 Sumber: Sunyoto Usman, 2022

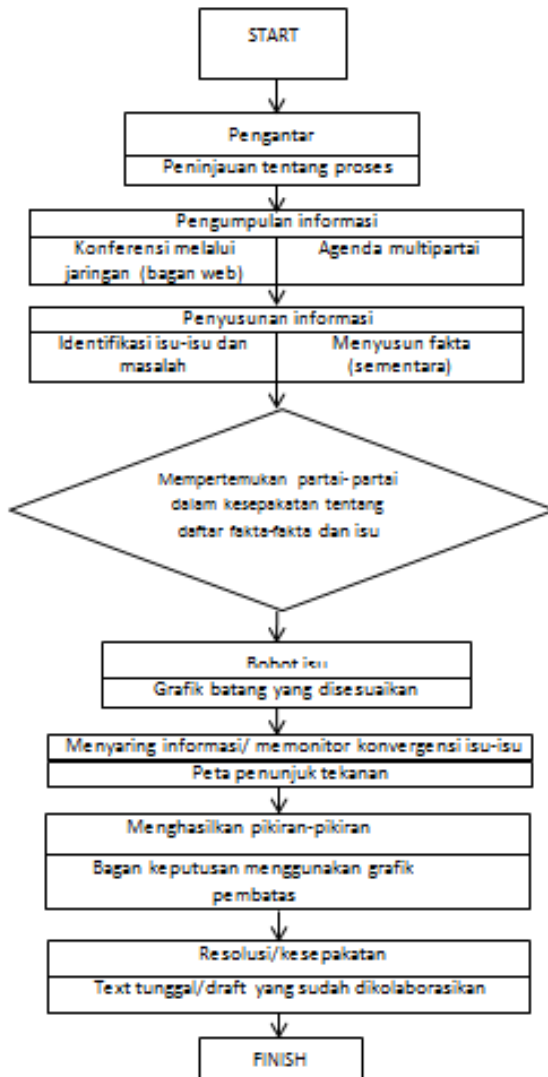
Gambar diatas melalui ruang tehnologi digital dengan melalui fasilitas internet dan berbagai macam aplikasi dapat mempermudah kegiatan-kegiatan politik yang dilakukan oleh partai politik, dan dalam kontestasi politik antara partai politik yang ada. Dengan menggunakan aplikasi yang ada seperti twitter, facebook, instagram, whatsapp mempermudah dalam melakukan kegiatan-kegiatan politik.

Perihal demokrasi melalui sarana digital atau virtual sepertinya merupakan bentuk baru peningkatan kapasitas warga negara untuk mengembangkan dan meningkatkan gerakan sosial. Jika pada abad ke-17 dan ke-18 akar gerakan sosial Eropa dan Amerika hadir dalam bentuk revolusi rakyat terhadap pemerintahan raja yang otoriter sehingga sejumlah elit dan rakyat mepertanyakan klaim negara terhadap demokrasi maka seiring dengan perkembangan budaya literasi dan teknologi maka gerakan sosial untuk tujuan demokrasi dapat diakomodasi dalam konteks dan kapasitas lebih besar.

Menurut Wilhelm (2003) beberapa perubahan bisa dilaksanakan dengan adil dan mudah yang secara potensial bisa mengurangi beberapa hambatan. Hubungan politik virtual diasumsikan bisa menguntungkan dari seni penyelesaian bila terjadinya konflik. Diagram di bawah ini adalah



untuk melihat proses bagaimana ketika ada permasalahan dan pemecahannya secara online:



Gambar 4. Diagram Pertimbangan Pemecahan Permasalahan Secara Online  
Sumber: Wilhelm, 2003

Diagram diatas menggambarkan dan menjelaskan bagaimana proses pemecahan masalah yang mungkin akan terjadi, melalui presentasi informasi yang ditawarkan, berbagai pihak bisa dapat menyetujui pendekatan yang menyeluruh atas sebuah isu yang terdaftar, dan juga menimbang serta menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi melalui bantuan dari fasilitator. Dengan memfasilitasi debat dan diskusi, isu tersebut dikristalisasi dan diorganisir sehingga keputusan dan penyelesaian bisa dicapai melalui tahapan-tahapan tersebut. Keputusan-keputusan yang diambil bukan satu-satunya hasil dari skema pemecahan konflik di atas. Para peserta idealnya menghormati dan memahami sudut pandang dan pendapat orang lain, dan bahkan mengubah pendapat mereka melalui argumentasi persuasif serta presentasi informasi yang sebelumnya mungkin tidak disadari oleh lawan bicara.

Bentuk yang tersedia dari diagram di atas sesungguhnya memungkinkan kebebasan setiap individu untuk mengespresikan aspirasinya untuk berpartisipasi dalam proses pembentukan kebijakan publik, yang berarti memfasilitasi mereka untuk berdiskusi dengan politisi. Pointnya adalah demokrasi komunikatif yang dibingkai oleh kemudahan teknologi yang lebih dikenal dengan demokrasi virtual.

### **C. RANGKUMAN MATERI**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sampai saat ini di abad 21 yang kesemuanya serba digital dengan mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan teknologi digital saat ini melahirkan interaksi sosial masyarakat dengan menggunakan computer yang didukung dari berbagai macam fitur dan aplikasi. Selain itu dalam perihal berkomunikasi bisa menggunakan alat komunikasi dengan melibatkan banyak orang yang menembus batas geografis antar negara secara terbuka, di dalamnya tidak membedakan suku, ras, bangsa, agama, ataupun kelas sosial tertentu. Dengan teknologi internet munculnya kegiatan-kegiatan yang bersifat digital atau online seperti kegiatan: *e-governance*, *e-education*, pinjaman online atau pinjol, dan juga termasuk didalamnya dalam proses demokrasi, yang dikenal dengan demokrasi virtual.

Demokrasi virtual jika mengacu dan merujuk pada satu konsep demokrasi di ruang offline atau secara luring, persoalan tersebut tidak berhenti dan selesai sampai disana, bahkan semakin menjadi problematis. Perihal tersebut bila dikaitkan dengan konsep demokrasi apa, mana, dan siapa yang akan dirujuk atau diacunya. Dengan hadirnya media sosial saat ini semakin memudahkan untuk memberikan informasi dalam berbagai bidang, termasuk di dalamnya informasi yang ada kaitannya dengan demokrasi. Kehadiran media sosial mempunyai dampak positif dan juga dampak negatif, karena Sifat dari media sosial itu sendiri yang memiliki makna kebebasan yang menjadi landasan bagi demokrasi. Demokrasi Virtual dapat dimaknai sebagai suatu bentuk yang memiliki kebebasan yang ada dalam dunia virtual atau dunia maya. Era Revolusi Industri 4.0 saat ini di Indonesia meningkat untuk kalangan pengguna internet karena faktor media sosial, media sangat berperan penting dalam memainkan perannya untuk berdemokrasi.

Demokrasi virtual berkaitan juga dengan sistem politik yang virtual juga. Partai politik saat ini harus melek secara digital, karena proses kampanye dan komunikasi politik melalui ruang-ruang digital salah satunya melalui media sosial sangat penting untuk dilakukan. Perihal komunikasi politik yang dilakukan secara virtual dan digital sebetulnya sudah tidak asing. Istilah tersebut menggambarkan penggunaan berbagai teknologi komunikasi secara online yang berbasis internet di dalam atau melalui organisasi partai. Perihal demokrasi melalui sarana dunia maya sepertinya merupakan bentuk baru, karena di dalamnya peningkatan kapasitas warga negara untuk mengembangkan dan meningkatkan gerakan sosial. Sudah saatnya Indonesia melalui negara dan pemerintah harus meningkatkan jaringan-jaringan digital atau internet sampai ke pelosok daerah terpencil atau daerah terdalam, dengan tujuan demokrasi secara virtual kedepannya semua warga masyarakat bisa merasakan semuanya.

### **TUGAS DAN EVALUASI**

Dalam book chapter ini ada beberapa pertanyaan untuk menjadi bahan evaluasi ke depannya, dengan harapan adanya korelevanan. Beberapa pertanyaannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah yang dimaksud dengan Revolusi Industri 4.0?
2. Apakah ada pengaruhnya antara Revolusi Industri 4.0 berpengaruh pada demokrasi virtual?
3. Apakah demokrasi virtual mempengaruhi sistem politik dan sistem demokrasi offline atau luring?
4. Apa yang dimaksud dengan simulacrum? Jelaskan!
5. Jelaskan perbedaan antara follower, influencer, dan buzzer!

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mujib. (2018). Jangan Hilangkan Sifat Kemanusiaan: Dalam Revolusi Industri 4.0. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- AJI Indonesia. (2013). Internet, Media Online, dan Demokrasi di Indonesia. Aliansi Jurnal independen Indonesia.
- Alaydrus, Muhammad. (2015). Tantangan Demokrasi Cyber di Indonesia diunduh dari <https://muhalaydrus.files.wordpress.com/2015/11/tantangan-demokrasi-cyber-bagi-indonesia>.
- APJII: Infografis Panetrasi dan Prilaku Pengguna Internet di Indonesia. (2016). Tersedia dari: <https://www.apjii.or.id/content/read/39/264/Survei-Internet-APJII-2016>.
- Asep A. Sahid Gatara. (2016). Demokrasi Nothing Kritik Terhadap Konsep dan Praktek Cyberdeocracy. Jurnal Dialog Kebijakan Publik. Edisi 22. Halaman 4.
- George, Cherian. (2017). Rekayasa Ketersinggungan Agama dan Ancamannya bagi Demokrasi. Jakarta: Yayasan Paramadina.
- Ida Rachmah dan Henry Subiakto. (2012). Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi. Kencana Prenada Media Group.
- Iswandi Syahputra. (2017). Demokrasi Virtual dan Perang Siber di Media Sosial: Perspektif Netizen Indonesia. Jurnal ASPIKOM. Volume 3. Nomer 3. Halaman 457-475
- Jati, Wasisto Raharjo. (2016). Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia. Jurnal Pemikiran Sosiologi. 3(1). 26.
- Khang, H., Ki, E., and Ye, L. (2012) Social media Research in Advertising, Communication, Marketing and Public Relations, 1997-2010. Journalism and Mass Communication Quarterly, 89 (2), 279-298.
- Leggewie, Claus dan Christoph Bieber. "Demokrasi Interaktif Komunikasi Politik melalui Online dan Proses-Proses Politik Digital." <http://forum-politisi.org>

- Rawls, John. (1999) A Theory of Justice, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Siska Sasmita. (2011). Demokrasi dalam Bingkal Digital. Jurnal Demokrasi Vol. X. No. 2
- Sunyoto Usman. (2022). Demokrasi Digital. Disampaikan Pada Webinar Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia. Yogyakarta.
- Weeks, B.E. and Holbert, R.L. (2013). Predicting Dissemination of Newsc Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending and Partisanship. Journalism and Mass Communication Quaterly, 90 (2), 12.





# SOSIOLOGI RUANG VIRTUAL

## BAB 14: BENTUK-BENTUK GERAKAN SOSIAL DI DUNIA VIRTUAL

Brian L. Djumaty, S.SI., M.Si

Universitas Antakusuma



# BAB 14

## **BENTUK-BENTUK GERAKAN SOSIAL DI DUNIA VIRTUAL**

---

### **A. PENGANTAR**

Pada bab ini akan membahas tentang Bentuk-Bentuk Gerakan Sosial di Dunia Virtual yang dimulai dari Konsep bentuk-bentuk gerakan sosial secara nyata/real space dan perubahan menjadi Gerakan-gerakan sosial di dunia Virtual. Dengan munculnya internet menimbulkan pola baru dalam berinteraksi dan memberikan kemudahan dari semua aspek kehidupan. Perubahan tersebut terjadi saat Gerakan-gerakan sosial di dunia maya telah bermunculan dan memberikan pengaruh pada kebijakan dan pengambilan keputusan secara nyata.

### **B. GERAKAN SOSIAL DI DUNIA VIRTUAL**

Saat ini interaksi manusia mengalami perubahan yang sangat signifikan yaitu dari bentuk fisik/*face to face* menjadi bentuk virtual (dunia maya) dimana dengan Ketika sudah terkoneksi internet maka bisa terhubung dengan siapa saja dan informasi dapat menyebar dengan cepat, Sahir dkk (2022). Dalam perspektif sosiologis, menurut Piliang (2003) menunjukkan bahwa Masyarakat digital/atau masyarakat virtual juga disebut sebagai masyarakat kontemporer, masyarakat informasi, masyarakat cyber (cyber society) dan masyarakat terbuka (open society). Perkembangan tersebut berdampak bagi pengguna internet mengalami peningkatan dan dapat dilihat pada gambar dibawa ini.



Sumber : datareportal, 2022

Data di atas menunjukkan bahwa di tahun 2022, jumlah pengguna internet di dunia mencapai 5,3 milyar orang atau 63,1 % dari jumlah populasi manusia di dunia yaitu sebanyak 7,98 milyar orang. Hal senada juga terjadi di Indonesia. Dari tahun ke tahun mengalami peningkatan pengguna internet



Sumber : datareportal, 2022

Pengguna internet di Indonesia pada Februari 2022, mencapai 204.7 juta orang atau 73.7 % dari jumlah populasi penduduk Indonesia yaitu sebanyak 277.7 juta orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar penduduk Indonesia sudah ketergantungan gaya hidup serta aktifitas sudah menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Begitu juga dengan Gerakan-gerakan sosial dari masyarakat dengan menggunakan internet/virtual semakin banyak karena dirasa efektif dan mendapatkan respons cepat bagi masyarakat untuk mendukung dan dapat ditindaklanjuti oleh pengambilan keputusan/pemerintah. Gerakan sosial sangat erat kaitannya dengan masyarakat karena masyarakatlah yang menjadi motor utama penggerak dari gerakan sosial (Taufik & Rizal, 2018)

Menurut Yuniar dkk (2020) dalam buku yang berjudul “oposisi maya” menunjukkan bahwa Gerakan sosial menggunakan virtual seperti jejaring sosial facebook sangat efektif dan berhasil mendapatkan penggalangan dukungan dari masyarakat atau sering disebut dengan Viral. Dalam buku tersebut menjelaskan bahwa jika melakukan penggalakan Gerakan maka isu-isu yang harus diangkat adalah yang berkaitan dengan ketidakadilan masyarakat, karena hal tersebut dirasa sangat efektif dilakukan.

### **C. DAMPAK GERAKAN SOSIAL VIRTUAL BAGI KEHIDUPAN MASYARAKAT**

Perkembangan ilmu pengetahuan yang dapat dilihat dari lahirnya media sosial mengakibatkan terjadinya perubahan sosial. Tidak ada ruang yang membatasi dalam berinteraksi dengan siapapun Ketika sudah terkoneksi ke internet karena ruang virtual sebagai sarana untuk memperoleh dan menyampaikan informasi ke Ruang Publik, Cahyono (2016). Dengan adanya Gerakan sosial dengan menggunakan ruang virtual, telah memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat karena peristiwa yang terjadi di mendapatkan respons dari aparat terkait dengan berbagai masalah yang dialami oleh masyarakat.

### **D. DAMPAK GERAKAN SOSIAL VIRTUAL BAGI PENEGAKAN HUKUM DI INDONESIA**

Berbagai Gerakan sosial masyarakat yang terjadi dengan pemanfaatan ruang virtual memberikan dampak bagi penyelesaian masalah dan penegakan hukum. Menurut Dewi (2006) Dinamika gerakan juga ditunjukkan dengan makin tingginya kesadaran masyarakat dalam hal penegakan hukum. Dengan banyaknya dukungan masyarakat pada ruang virtual sehingga reaksi secara sigap dilakukan oleh aparat penegak hukum.

## E. RANGKUMAN MATERI

Masyarakat digital/atau masyarakat virtual juga disebut sebagai masyarakat kontemporer, masyarakat informasi, masyarakat cyber (*cyber-society*) dan masyarakat terbuka (*open society*). Perkembangan tersebut berdampak bagi pengguna internet mengalami peningkatan dan dapat dilihat pada gambar dibawa ini. Tidak ada ruang yang membatasi dalam berinteraksi dengan siapapun Ketika sudah terkoneksi ke internet karena ruang virtual sebagai sarana untuk memperoleh dan menyampaikan informasi ke Ruang Publik, Dengan adanya Gerakan sosial dengan menggunakan ruang virtual, telah memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat karena peristiwa yang terjadi di mendapatkan respons dari aparat terkait dengan berbagai masalah yang dialami oleh masyarakat. Dinamika gerakan juga ditunjukkan dengan makin tingginya kesadaran masyarakat dalam hal penegakan hukum. Dengan banyaknya dukungan masyarakat pada ruang virtual sehingga reaksi secara sigap dilakukan oleh aparat penegak hukum.

## DAFTAR PUSTAKA

- Piliang, Yasraf Amir. 2003. *Hantu-hantu Politik Dan Matinya Sosial*. Tiga Serangkai. Solo
- Lies Marcoes-Natsir, Saleh Abdullah, Nezar Patria, Linda Christanty, Nurhady Sirimorok, Dodi Yunia, Mulyani Hasan, Nilam Indahsari, dan Puthut. 2010. *Oposisi Maya*. InsisPress. Yogyakarta
- Wah. 2010. *Oposisi Maya, Gerakan Sosial Lewat Jejaring Sosial* <https://nasional.kompas.com/read/2010/02/25/18240544/~Oase~Cakrawala>. Diakses pada 7/11/2022
- Insistpress. 2010. *Gerakan Sosial di Dunia Maya*. <https://insistpress.com/2010/02/25/gerakan-sosial-di-dunia-maya/> . diakses pada 9/11/2022
- Cahyono, A.S. 2016. *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA*. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79> . Diakses pada 10/11/2022
- Dewi, Sari, A & Nasikun, J. 2006. *Gerakan Sosial di Dunia Maya :: Studi tentang Gerakan Open Source sebagai gerakan sosial baru*. [http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail\\_pencarian/33122](http://etd.repository.ugm.ac.id/home/detail_pencarian/33122) diakses pada 09/11/202

## GLOSARIUM

A

**Asusila** : tindakan melanggar norma yang bertentangan dengan hukum dan dianggap sebagai perbuatan yang tidak patut dilakukan

---

B

**Buzzer adalah**: “Orang yang memiliki peran dalam menyatakan atau menyuarakan suatu isu atau kepentingan”

---

C

**Candu**: Kejangkitan suatu kegemaran atau ketergantungan

**Cybercrime**: Suatu bentuk kejahatan virtual dengan memanfaatkan perangkat komputer yang terhubung ke jaringan Internet

**Cyber religion**: perilaku beragama di ruang siber

**Consumers**: Konsumen

**Cost Reduction** : Penekanan Biaya

---

D

**Datawarehouse**: Data Base Khusus

**Demand**: Permintaan

**Digital Signature**: Tanda Tangan Elektronik

---

E

**E-Commerce:** Transaksi Elektronik

**E-Mail :** Surat Elektronik

---

F

**Facebook:** Media sosial yang berorientasi pada jejaring sosial

**Follower:** Pengikut

**Famous:** Terkenal, termasyhur

**Follower adalah:** “Pengikut dalam konteks media sosial”

---

G

---

H

**Hacker :** seorang yang ahli dalam bidang komputer jaringan atau keterampilan lainnya untuk mengatasi masalah teknis

---

I

**Internet:** Jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan satu jaringan komputer dengan fasilitas komputer di seluruh dunia lainnya.

**Influencer:** Orang yang bisa mempengaruhi masyarakat

**Instagram:** Media sosial untuk membagikan foto dan video di dunia maya

**Intermediaries:** Pedagang Perantara

---

J

---

K

**Komunitas:** Sekelompok orang dan sebagainya yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah atau ekosistem tertentu.

**Konflik:** Bentuk pertentangan alamiah yang berasal dari individu atau kelompok yang disebabkan oleh perbedaan kepercayaan, sikap, kebutuhan, dan nilai.

**konten creator :** Merupakan sebutan bagi seseorang yang melahirkan berbagai materi konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, maupun gabungan dari dua atau lebih materi.

**Konvensional:** kegiatan yang sesuai dengan sesuatu yang biasa dilakukan oleh para penduduk setempat

**Kesalehan:** Pencurahan kebajikan dalam bidang agama dan spiritualitas

---

L

**Labeling:** identitas diri dan perilaku individu dapat ditentukan atau dipengaruhi oleh istilah yang digunakan untuk menggambarkan atau mengklasifikasikannya

---

M

**Media Sosial:** Sebuah platform yang memberikan fasilitas yang membuat penggunanya dapat melakukan aktivitas sosial.

**Market Place:** Pasar Nyata

**Marketing:** Penciptaan Kebutuhan

---



N

**Norma:** Patokan dalam bersikap

**New Customer Relationship:** Pelanggan Baru

---

O

**Office Automation :** Otomatisasi Perkantoran

---

P

**Platform:** sebuah wadah digital yang banyak dipakai manusia untuk beragam keperluan

**Physical World :** Dunia Nyata

**Physical Value Chain:** Rantai Nilai Fisik

**Product Differentiation :** Ciri Khas Produk

---

Q

---

R

**Ruang Siber:** ruang dimana komunitas saling terhubung menggunakan jaringan internet

**Religiositas:** Potensi beragama dan kepatuhan kepada Tuhan

**Revolusi Industri 4.0 adalah:** “Sebuah era industri digital dimana seluruh bagian yang ada di dalamnya saling berkolaborasi dan berkomunikasi secara real dengan pemanfaatan teknologi informasi berupa internet”.

---

## S

**Sosiologi** : adalah ilmu yang membahas mengenai berbagai aspek dalam masyarakat dan pengaruhnya bagi kehidupan manusia.

**Solidaritas sosial** : yaitu sebuah situasi dan keadaan hubungan antara orang-perorangan maupun kelompok yang didasarkan pada kepercayaan yang dianut serta perasaan moral dan diperkuat oleh pengalaman emosional bersama.

**Solidaritas** : merupakan konsep kesetiakawanan yang diperkenalkan oleh Emile Durkheim pada 1858.

**Smartphone**: telepon genggam yang memiliki sistem operasi untuk masyarakat luas, fungsinya tidak hanya untuk SMS dan telepon saja tetapi pengguna dapat dengan bebas menambahkan aplikasi, menambah fungsi-fungsi atau mengubah sesuai keinginan pengguna.

**Stigma** : ciri negatif yang menempel pada pribadi seseorang karena pengaruh lingkungannya

**Sales**: Penjualan

**Service Level**: Kepuasan Pelanggan

**Supply**: Penawaran

**Simulacrum**: “citra yang tidak berkaitan dengan realitas apa pun, disebabkan citra merupakan simulak- rum dirinya sendiri (pure simulacrum), yang prosesnya disebut simulasi. Selain hubungan seperti itu, hubungan antara citra, realitas dan makna atau konsep, menurut Boudrillard, terdapat model dan fase hubungan lainnya, yakni pertama, citra dikatakan merupakan refleksi dari realitas atau makna, yang di dalamnya sebuah tanda atau citra merepresentasikan realitas. Hubungan ini disebut representasi. Kedua, citra menopengi, memu- tarbalikan dan menyimpangkan realitas. Ketiga, citra menopengi dan menyembunyikan absennya realitas”.

## T

**Top-up** : metode pengisian ulang saldo, mulai dari e-money, e-wallet, dan sebagainya. Dengan perkembangan internet dan teknologi, Anda tidak perlu lagi pergi ke bank atau mesin ATM untuk melakukan transfer uang dan pengisian ulang saldo digital. Cukup lewat ponsel, uang pun akan terkirim dengan mudah dan aman.

**Twitter** : Layanan jejaring sosial dan mikroblog

**Teologi** : Ilmu tentang keyakinan beragama

**Tradisi** : Perbuatan yang sama dan dilakukan secara berulang ulang

---

## U

---

## V

**Virtual**: Sebuah bentuk komunikasi yang dilakukan secara maya atau daring (dalam jaringan) yang menggunakan internet.

**Virtual Police**: kegiatan kepolisian untuk mengedukasi masyarakat dalam memanfaatkan ruang siber

**Value Adding Process**: Proses Penciptaan Nilai

**Voice-Mail** : Pesan Suara

**Virtual World**: Dunia Maya

---

## W

**Whatsapp**: Aplikasi untuk mengirim pesan sederhana

**Word Processing : Pengolahan Kata**

---

X

---

Y

---

Z



**PROFIL PENULIS**

### **Dr. Ahmadin, S.Pd., M.Pd**



Penulis adalah dosen tetap Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FIS-H) Universitas Negeri Makassar (UNM) dan Program Pascasarjana pada perguruan tinggi yang sama. Menyelesaikan pendidikan jenjang Doktor (S3) pada Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin (2011) dan menulis disertasi berjudul “Dialektika Ruang dan Proses Produksi Sosial: Studi Sosiologi Pola Pemukiman Etnik di Makassar”. Selain mengajar mata kuliah Sosiologi Perkotaan dan Sejarah Kota pada kuliah mahasiswa S1 dan S2, ia juga banyak menulis karya ilmiah yang berhubungan dengan kota dan ruang virtual baik artikel pada jurnal maupun dalam bentuk buku. Dua buku tentang kota yang pernah ditulis yakni “Menemukan Makassar di Lorong Waktu” (Pustaka Refleksi, 2009) dan “Meraba Semesta Hong Kong” (Rayhan Intermedia, 2021). Buku kedua itu merupakan hasil catatan perjalanan penulisnya saat berkunjung ke negeri Hong Kong dan Macau (Cina) dan lalu mengamati ruang-ruang publik kota sebagai produk reklamasi. Selain itu, ia juga pernah menulis buku “Pesona Realitas Palsu” (Giatmedia, 2016) dan “Paradox Manusia Digital” dalam buku *Membangun Masyarakat Beradab* (Pijar Press, 2012).\*\*

### **Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.Sc**



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 21 Desember 1979. Saat ini penulis adalah staf pengajar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta sejak tahun 2015. Selain itu penulis juga sebagai praktisi pada perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia dari tahun 2002-2009. Sejak tahun 2009 s.d saat ini penulis juga masih aktif sebagai praktisi di perbankan syariah yang dirintis pada Bank Mandiri Syariah (BSM) dan sejak 1 Februari 2021 berubah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Selain itu penulis juga aktif sebagai pengurus pada bidang kerjasama Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI) Komisariat Universitas Mercu Buana dan sebagai

pengurus Ikatan Dosen Republik Indonesia (IDRI) wilayah Jakarta. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah sebagai berikut: S1 Sarjana Ekonomi lulus pada tahun 2001 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia; S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2011 dari Universitas Trisakti; S2 Magister Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Syariah dari Universitas Padjadjaran Bandung lulus pada tahun 2014; S2 Advance Master Microfinance lulus pada tahun 2015 dari Universite Libre de Bruxelles-Solvay Brussels School of Economic and Management, Belgia; Post-Graduate dari Erasmus University Rotterdam pada tahun 2016 dengan konsentrasi Sustainable Local Economics Development; S3 Doktor Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi keuangan dan ekonomi syariah, lulus pada tahun 2021 dari Universitas Trisakti.

### **Erini Junita Sari, BA (Hons), M.Sc.**



Ketertarikan penulis terhadap ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dimulai pada tahun 2011 silam. Hal tersebut membuat penulis memilih untuk mengikuti banyak kegiatan organisasi sembari berkuliah S1 program studi ACCOUNTING & FINANCE di Asia Pacific University of Technology & Innovation Malaysia dan lulus di tahun 2014. Penulis tetap meneruskan kiprahnya berorganisasi Ketika menempuh Pendidikan S2 program studi INTERNATIONAL BUSINESS di Coventry University Inggris, dengan menjadi Wakil Ketua Indosoc di Persatuan Pelajar Indonesia (PPI) Coventry University dan di AIESEC in University of Warwick, hingga lulus di tahun 2016. Penulis memiliki kepakaran Manajemen, khususnya Manajemen Pemasaran dan Manajemen Sumber Daya Manusia. Untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis aktif melakukan pengabdian masyarakat dan sebagai peneliti di bidang kepakarannya tersebut. Beberapa pengabdian masyarakat dan penelitian yang telah dilakukan didanai oleh internal perguruan tinggi dan pihak eksternal. Selain pengabdian masyarakat meneliti, penulis juga aktif menulis buku dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif di tengah masyarakat.

### **Mustopa, M.Ag**



Penulis dengan nama lengkap Mustopa terlahir di desa Ciuyah Kecamatan Waled Kabupaten Cirebon dari pasangan Bapak H. Kurdi Ismail dan Ibu Hj. Maslikah. Menyelesaikan pendidikan dasar SDN 1 Ciuyah Tahun 1985, lulus MTs Yami Waled 1988, dan lulus MAN Ciwaringin tahun 1991. Lulus S1 di Yogyakarta dengan mengambil jurusan Bahasa Dan Sastra Arab Fakultas Adab IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 1991, melanjutkan pendidikan S2 di UMS Surakarta tahun 2002 mengambil program Manajemen Pendidikan Islam. Tahun 2004 – 2006 mengajar di MTs dan MA Yayasan Daarul Fathonah Tegalubug Cirebon, tahun 2006 – 2007 mengajar dan jadi Wakil Kepala SMA Yakpi Pesantren Ulumuddin Susukan Cirebon, tahun 2007 diberi kesempatan jadi Wakil Direktur di Yayasan Daarul Hikam Kota Cirebon, tahun 2008 ikut mendirikan Kampus STID Al-Biruni Cirebon dan mengajar sampai sekarang, tahun 2009 ikut mendirikan Yayasan Bina Cendekia Utama Cirebon sekaligus menjadi Kepala SMP Bina Cendekia yang pertama dari tahun 2009 sampai tahun 2015

### **Dr. Imanuddin Hasbi, S.T., M.M.**



Penulis menempuh pendidikan jenjang S1 Teknik Manajemen & Industri di Universitas Pasundan Bandung, S2 Magister Manajemen di Sekolah Tinggi Manajemen Bandung dan S3 Administrasi Pendidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Pendidikan dan pelatihan sertifikasi profesi Metodologi Asesor dari BNSP, sertifikasi profesi keahlian bidang Brand, Service, dan Selling dari BNSP & Markplus Institut, dan sertifikasi profesi Certified Coaching Entrepreneurship dari Coaching Indonesia. Penulis sebagai dosen menjalankan misi tridharma perguruan tinggi pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat di bidang Manajemen, Administrasi dan Kewirausahaan di Universitas Telkom. Penulis menulis buku Manajemen Sumber Daya Manusia, Rencana Pemasaran Efektif,



Riset Pemasaran, Entrepreneurship, Manajemen Sumber Daya Manusia (Sebuah Strategi, Perencanaan, Dan Pengembangan), Manajemen Pariwisata, Sosiologi Komunikasi, Manajemen Risiko, Perilaku Konsumen, Komunikasi Organisasi, Tata Hukum Indonesia, Konsep Dasar Pendidikan Anak Usia Dini, Perkembangan Peserta Didik, Penganggaran Perusahaan, dan Manajemen Pembiayaan Pendidikan.

### **Nurul Islam, M.Si.**



Penulis lahir dari orang tua Muhammad Takdir dan Wirdatul Hayati. Penulis lahir di Baruga, Majene, Sulawesi Barat. Menempuh Sekolah Dasar di Madrasah Ibtidaiyah Negeri Simullu Kab. Majene, kemudian melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah Pondok Pesantren Ihyaul 'Ulum DDI Baruga, dan selesai Madrasah Aliyah di Pondok Pesantren yang sama. Ia menyelesaikan kuliah Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan

Kalijaga Yogyakarta tahun 2005 hingga 2009. Selama kuliah di Kota Gudeg, ia menggunakan sepeda sebagai sarana transportasinya sehari-hari, baik kuliah maupun mengikuti kegiatan seminar dari kampus ke kampus. Kemudian, melanjutkan Pendidikan Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia tahun 2011 hingga 2013. Sejak kuliah Magister, aktif sebagai Peneliti Junior pada Pusat Kajian Komunikasi (PUSKAKOM) Departemen Komunikasi UI. Juga, sebagai Panitia Konferensi Nasional Komunikasi II yang diselenggarakan Departemen Komunikasi UI tahun 2012. Ia mengajar pada Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Alauddin Makassar tahun 2013-2016 dengan status Dosen Tetap Non-PNS. Akhir tahun 2015, ia terpilih menjadi Anggota Komisi Penyiaran Indonesia Provinsi Sulawesi Barat periode 2015-2018. Dan mengabdikan pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Majene sejak berdirinya pada tahun 2016 hingga saat ini. Memiliki hobi futsal dan jogging. Email: nurulislam@stainmajene.ac.id

### **Agung Kurniawan S. Pd., M. Si**



Penulis kelahiran Banyumas 28 Januari 1992 semasa kecil tinggal di sebuah desa bernama Karanggedang. Masa Pendidikan dari sekolah dasar sampai sekolah menengah atas dihabiskan di Banyumas. Selesai masa SMA kemudian melanjutkan kuliah di Universitas Negeri Yogyakarta dengan mengambil prodi Pendidikan Sosiologi (S1), kemudian melanjutkan program magister di Universitas Sebelas Maret (UNS)

Surakarta dengan mengambil prodi Sosiologi. Kini tercatat sebagai salah satu staff pengajar Jurusan Sosiologi, Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto, selain itu juga aktif dalam kegiatan menulis dan penelitian khususnya terkait dengan sosiologi pedesaan dan pembangunan desa serta perilaku kesehatan masyarakat. Dia adalah sosok yang sangat menyayangi keluarga, untuk berkomunikasi dengan penulis dapat melalui email penulis [agung.kurniawan@unsoed.ac.id](mailto:agung.kurniawan@unsoed.ac.id)

### **Emanuel Omedetho Jermias**



Penulis lahir di Makassar pada tanggal 18 Desember 2001. Saat ini berstatus sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar. Penulis mulai menyelami dunia pendidikan pada Taman Kanak-Kanak Santa Anna3Makassar (Tamat 2007). Tamat di SD Katolik Santo Yakobus pada tahun 2013. Tamat SMP Kristen Gamaliel Makassar pada tahun 2016. Tamat SMAN 8 Makassar tahun

2019. Diterima sebagai Mahasiswa baru pada Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar, dan saat ini sedang dalam proses penyelesaian Studi dengan judul Skripsi: Etika Sosial Pada Masyarakat Bugis di Desa Bola Bulu, Kecamatan Pitu Riase, Kabupaten Sidenreng Rappang yang dibimbing oleh Prof.Dr.Darman Manda, Drs, M.Hum dan Dr. Abdul Rahman, S.Pd, M.Si dan bertindak sebagai tim penelaah (oponen ahli) Dr. Firdaus W. Suhaeb, Drs, M.Si dan

Mauliadi Ramli, S.Sos, M.Sosio. Selama menempuh kuliah, berhasil menerbitkan artikel penelitian dan pengabdian masyarakat di beberapa jurnal nasional.

### **Nina Putri Hayam Dey, S.Sos., M.Si**



Penulis Merupakan Dosen pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi di Universitas Antakusuma Pangkalan Bun. Bidang kajian yang menjadi fokus penulis adalah Sosiologi Pembangunan, Antropologi Sosial dan Kajian Gender. Selain mengajar, penulis juga terlibat sebagai Pengurus Korda Kompartemen Pendamping, Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Kalimantan Tengah, Forum Bumdes Indonesia; Anggota Divisi Program dan Pelaksanaan, Lembaga Pemantau Pembangunan Daerah, Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah. Sebagai Tim editor Jurnal JURISTEK Universitas Antakuma dan Jurnal JESPEN: Jurnal Ekonomi Dan Sosial Pembangunan, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi Universitas Antakusuma. Penulis juga aktif melakukan penelitian serta menulis pada jurnal Nasional dan Internasional. Pernah menulis buku tentang Ritus Manuba Ba Adat: Praktik Kontrol Ekologi Masyarakat Dayak Tomun Lamandau Di Desa Batu Tunggul Kalimantan Tengah. Selain itu penulis juga pernah mendapatkan hibah penelitian dosen dari kemenristekdikti pada tahun 2018 dan 2019.

### **Dr. Abdul Rahman, S.Pd, M.Si**



Penulis lahir pada tanggal 11 Mei 1983 di Desa Bulutellue, sebuah desa kecil yang bercorak agraris di Kecamatan Bulupoddo, Kabupaten Sinjai, Provinsi Sulawesi Selatan. Meraih Sarjana Pendidikan Sejarah (S.Pd) pada Jurusan Pendidikan Sejarah, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar pada tahun 2005. Pada tahun 2006 melanjutkan pendidikan tingkat magister pada Program Studi Antropologi, Bidang

Kajian Utama Ilmu Sejarah pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, dan berhasil meraih gelar Magister Sains (M.Si) pada tahun 2008. Pada tahun 2015 melanjutkan pendidikan pada Program Studi Dirasat Islamiah, konsentrasi Sejarah dan Peradaban Islam, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Alauddin dan berhasil memperoleh gelar Doktor (Dr) pada tahun 2017. Saat ini bekerja sebagai dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar. Mengampu beberapa mata kuliah antara lain: Agama dan Nasionalisme, Sejarah Peradaban Islam Indonesia, Islam dan Budaya Lokal, Sejarah Sosial Masyarakat Indonesia, Antropologi Agama, dan Sejarah Kontemporer Politik Indonesia.

### **Aditya Eka Putra, S.I.Kom., M.I.Kom.**



Penulis adalah seorang entrepreneur yang juga merangkap sebagai salah satu dosen aktif di LSPH Institute of Business & Communication Jakarta, baik pada undergraduate program hingga postgraduate program. Bidang Komunikasi dan pemasaran merupakan bidang yang telah di tekuni sebelumnya, baik secara akademis maupun secara implementatif, hingga akhirnya mengarah ke fase strategis pada bisnis yaitu dibidang brand yang dikolaborasi dengan sistematika public relations.

### **Ade Putra Ode Amane, S.Sos., M.Si**



Penulis lahir di salati, 19 September 1985. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Luwuk. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Program Studi Ilmu Pemerintahan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Luwuk dan melanjutkan S2 pada Program Studi Administrasi Negara Konsentrasi Administrasi Pemerintahan Daerah Universitas Indonesia Timur (UIT) Makassar. Penulis menekuni

bidang Ilmu Sosial. Penulis saat ini menjabat sebagai Ketua Pusat Studi Kebijakan Publik dan Politik (PUSTAKA) Universitas Muhammadiyah Luwuk Periode 2022-sekarang. Bersama kawan-kawan penulis menerbitkan buku antologi puisi “Air Mata Anonim dan Realitas Dunia Birahi” serta Buku “Metode Penelitian”. Penulis juga berkesempatan melibatkan diri dalam berbagai penulisan *Book Chapter*. Juga terlibat dalam berbagai penelitian mitra dengan pihak Pemerintah dan Pihak swasta.

### **Dr. Yeyen Subandi, S.IP., M.A**



Penulis lahir di Karawang 18 Januari 1979. Memperoleh gelar Sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2004, dan gelar Master of Arts dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Gadjah Mada pada tahun 2016, dan gelar Doktor pada Program Doktor Politik Islam-

Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta pada tahun 2021. Dari tahun 2006 sudah aktif dalam isu-isu kemanusiaan yang bergabung di Non-Governmental Organization (NGO) lokal, nasional, dan internasional seperti World Bank, AusAID, USAID, dan juga isu penanggulangan penyalahgunaan narkotika di Indonesia bersama tempat Rehabilitasi Sosial dan Lembaga Pemasyarakatan Kantor Wilayah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu aktif juga dalam isu penanggulangan kemiskinan bersama Kemitraan dan Word Bank. Pada tahun 2016-2017 menjadi staf pengajar di Program Studi Hubungan Internasional Universitas Darussalam Gontor, kemudian tahun 2018 menjadi asisten pengajar di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Mulai tahun 2018 juga menjadi staf pengajar di Program Studi Hubungan Internasional Universitas Respati Yogyakarta.

**Brian L. Djumaty, S.Si., M.Si**



Penulis merupakan Dosen tetap pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi di Universitas Antakusuma Pangkalan Bun. Saat ini menjabat sebagai Program Studi Ekonomi Pembangunan Periode 2018-2023 dan menjadi ketua Dewan Redaksi JESPEN (Jurnal Ekonomi dan Sosial Pembangunan) dan JURISTEK (*The Journal Of Research*). Selain itu aktif sebagai Review jurnal terakreditasi Nasional (SINTA). Bidang kajian yang menjadi fokus penulis adalah Sosiologi Pembangunan, Modal Sosial dan Pariwisata Berbasis Masyarakat. Selain mengajar, penulis juga terlibat sebagai Pengurus Korda Kompartemen Pendamping, Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) Kalimantan Tengah, Forum Bumdes Indonesia; Anggota Divisi Program dan Pelaksanaan, Lembaga Pemantau Pembangunan Daerah, Kabupaten Lamandau, Kalimantan Tengah. Penulis juga aktif melakukan penelitian serta menulis pada jurnal Nasional dan Internasional serta buku. Penulis juga aktif menulis sehingga pernah mendapatkan hibah penelitian dosen dari kemenristekdikti pada tahun 2018 dan 2019.

# Sosiologi

## Ruang Virtual

Sejak pertama kali dilahirkan, manusia sudah berada dalam ruang lingkup sosiologi. Secara tidak langsung, mereka pun sudah mengenal tentang ilmu sosiologi itu sendiri. Ini terjadi karena begitu mereka lahir, mereka sudah berada di tengah-tengah kehidupan manusia dan masyarakat sekitar, khususnya lingkungan keluarga. Ketika usia seseorang semakin bertambah, maka akan semakin luas pula lingkaran pertemanan dan pergaulannya. Tentu hal ini tak bisa lepas dari fakta bahwa manusia adalah makhluk sosial dan selalu membutuhkan orang lain di sekitarnya. Ilmu sosiologi ini tergolong masih baru karena merupakan ilmu terakhir yang memisahkan diri dari ilmu filsafat pusat dari segala ilmu. Dalam perkembangannya, ilmu ini membatasi lingkup kajiannya terhadap masyarakat sebagai sebuah ilmu pengetahuan yang murni. Jika dilihat secara lebih luas, sosiologi ini juga mempelajari tentang masyarakat sebagai suatu hubungan yang kompleks. Hal ini meliputi kekuatan, interaksi, hingga lembaga sosial dalam masyarakat. Melalui ilmu ini, sosiologi membantu kita untuk dapat memahami mengenai realitas atau fakta sosial yang kerap kali terjadi dalam hidup bermasyarakat. Selain dari pengertian sosiologi yang telah disebutkan sebelumnya, terdapat juga beberapa ahli yang mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian sosiologi. Kemudian Di era yang serba canggih seperti saat ini, teknologi sudah sangat berkembang. Teknologi memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, salah satunya komunikasi. Bentuk komunikasi bisa dilakukan dengan berbagai cara. Tidak hanya bertatap muka secara langsung, komunikasi juga bisa dilakukan secara virtual. Komunikasi virtual atau komunikasi secara daring dapat dilakukan dengan mengandalkan koneksi internet dan menggunakan ponsel atau PC. Sebagai perantaranya, seseorang juga perlu memiliki aplikasi atau platform yang dapat terhubung untuk berkomunikasi secara virtual. Salah satu aplikasi yang populer saat ini adalah WhatsApp, Instagram, dan menu telepon yang selalu ada di setiap smartphone.