

**Book Review**

**Menelaah Riuh Budaya Masyarakat di Dunia Maya**

Rio Febriannur Rachman

*Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang*

riofrachman21@gmail.com

**How to Cite This Article:** Rachman, R.F. (2017). Menelaah Riuh Budaya Masyarakat di Dunia Maya. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 1(2). doi: 10.25139/jsk.v1i2.131

Received: 23-04-2017, Revision: 23-05-2017, Published online: 01-07-2017

---

**Nasrullah, Rulli (Cetakan Pertama, 2017), *Etnografi Virtual*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 140 halaman**

**ABSTRAK**

Buku ini menjelaskan tentang kajian etnografi virtual. Sebagai perluasan cakupan metode etnografi yang sudah mapan selama ini. Bila etnografi menyimak dan mendeskripsikan fenomena sosial, budaya, interaksi, maupun struktur masyarakat yang terjadi secara faktual, etnografi virtual melakukan hal yang serupa, namun objek kajian yang dimaksud berada di dunia maya. Di era kemajuan teknologi komunikasi dan informasi seperti sekarang ini, pembauran antara dunia nyata dan dunia maya sudah sulit dihindarkan. Betapa tidak, internet sudah menjadi media komunikasi dan penyebaran informasi dalam kehidupan sehari-hari di era kekinian.

**Kata Kunci:** Internet, Budaya, Media, Komunikasi, Etnografi, Virtual

**ABSTRACT**

*This book explains the study of virtual ethnography. As an extension of the traditional ethnographic methods. When ethnography listens and describes the factual social, cultural, interaction and community phenomena, virtual entities do the same, but the object of the study is in the virtual world. In the age of advancement of information and communication technology, as it is today, the mixing between the real world and the virtual world is hard to avoid. Imagine, the Internet has become a medium of communication and information dissemination in everyday life in the present era.*

**Keywords:** Internet, Culture, Media, Communication, Ethnography, Virtual

## PENGANTAR

Internet merupakan kepanjangan dari *interconnection-networking*. Secara umum artinya adalah sistem jaringan global yang saling terhubung antara para pengguna. Teknologi ini memungkinkan seseorang berkomunikasi atau menerima informasi dari orang lain lintas teritori di lingkup dunia dengan jeda akses yang singkat.

Sejarah internet dimulai pada Agustus 1962, dengan konsep awal bernama "*Galactic Network*". Perkembangannya terus mengalami percepatan dari tahun ke tahun. Fasilitas dan fungsinya semakin banyak. Terutama saat pada 1994, mesin pencari informasi *Yahoo* dicetuskan, dan disusul mesin pencari *Google* pada 1998. Internet bisa diakses dengan atau tanpa kabel. Dari layar PC komputer, laptop, telepon seluler (ponsel), *smart phone*, dan lain sebagainya.

Menurut Lani Sidharta (1996), secara fisik internet merupakan interkoneksi antar jaringan komputer. Namun secara umum internet harus di pandang

sebagai sumber daya informasi. Isi internet adalah informasi. Yakni, suatu *database* atau perpustakaan multimedia yang sangat besar dan lengkap.

Bahkan internet dipandang sebagai dunia dalam bentuk lain (maya) karena hampir seluruh aspek kehidupan di dunia nyata ada di internet. Misalnya, bisnis, hiburan, olahraga, politik, dan lain sebagainya. Di era sekarang, internet benar-benar sudah menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Khususnya, di kota-kota besar. Di daerah-daerah pelosok pun internet sudah dikenal. Terlebih, saat ini pemerintah dan swasta sudah membuat beragam program. Perkembangan teknologi ke daerah terus dilakukan.

Situs *nationalgeographic.com* melansir, setidaknya ada dua program pemerintah yang diluncurkan sejak akhir tahun 2010, yaitu Pusat Layanan Internet Kecamatan (PLIK), juga Mobile PLIK (M-PLIK). Swasta yang ingin membuka pasar baru bagi produknya juga menggeliat. Misalnya, Maret 2014

lalu Telkomsel meluncurkan gerakan "Indonesia Genggam Internet". Disebutkan *telkomsel.com*, gerakan ini mengajak keterlibatan para pelanggan untuk ikut aktif memberantas buta internet (Bunet) di Indonesia.

Dalam perkembangannya, internet sudah menjadi media massa (penyaluran berita dan informasi), sarana bisnis, media sosial, belajar, dan lain sebagainya. Di Indonesia, fungsi internet sudah benar-benar dimaksimalkan. Sehingga sudah tidak ada beda lagi dengan fungsi internet di negara-negara maju dan berkembang lainnya.

Atas kondisi itu, pemerintah akhirnya melansir UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Traksaksi Elektronik (ITE). Yang di dalamnya juga memuat aturan soal berkomunikasi dan menyerap informasi dari internet.

Di Indonesia sendiri pengguna internet semakin banyak. Bahkan dari beragam lapisan usia mulai yang masih duduk di bangku SD hingga di usia lanjut. Persebaran kalangan yang menggunakan

teknologi ini kian beragam. Mulai yang hanya menggunakannya sebagai hiburan atau game online, hingga untuk berbisnis valuta asing atau saham.

Winston (1999) menjabarkan sejarah teknologi komunikasi dari masa telegraf hingga internet. Dia juga menyinggung bagaimana komunikasi dilakukan di masa lampau dengan menggambar simbol-simbol di dalam gua. Menyebarkan pesan lewat pictograf dan hieroglif.

Dia membuat rangkaian model untuk menjelaskan bagaimana perubahan dalam teknologi komunikasi terjadi. Perubahan teknologi informasi dari waktu ke waktu terus berkembang berdasarkan kondisi sosial yang terjadi pada saat itu. proses itu memakan waktu. Sebagaimana jarak yang dibutuhkan dari penemuan radio oleh Guglieimo Marconi pada 1895 hingga basis teknologi internet dicetuskan pada 1960-an.

Seperti sejarahnya yang panjang, perkembangan internet pun diprediksi akan terus berjalan.

Teknologi secara alamiah akan berubah sesuai kebutuhan masyarakat. Bahkan, tidak mustahil teknologi yang menjadi pemicu kebutuhan masyarakat. Muaranya, perubahan masyarakat di pelbagai bidang mulai sosial, ekonomi, kultur atau budaya, dan lain sebagainya tidak akan bisa dihindarkan.

Apa yang terjadi di tengah masyarakat dapat ditelaah melalui kajian etnografi. Sebab, etnografi adalah sebetuk metode untuk mendeskripsikan “artefak” atau tinggalan budaya serta esensi tingkah polah suatu masyarakat melalui penelitian mendalam pada sebuah fenomena. Dengan maraknya penggunaan media internet di ranah publik, kajian etnografi makin meluas cakupannya hingga dunia maya. Yang kemudian melahirkan metode etnografi virtual, sebagai sebuah pendekatan untuk menjelaskan fenomena sosial yang ada di dunia maya (halaman xii). Fenomena yang dimaksud, tentu saja berkaitan erat dengan kultur atau budaya setempat, interaksi, tatanan nilai, maupun struktur yang

menjadi pondasi realitas sosial di dunia nyata.

## **TELAAH BUKU**

### **“Revolusi” Budaya, Peleburan Dunia Nyata dan Dunia Maya**

Kehadiran internet sebagai media baru dengan sebutan lain cybermedia atau media siber, tidak hanya menjadi sarana menyampaikan pesan dan bank informasi. Tetapi juga menjadi ruang budaya baru di era new media seperti sekarang ini. Yang pada satu titik, sudah menjadi penentu “revolusi” budaya di masyarakat. Bagaimana tidak, masyarakat begitu riuh dan asyik berkuat dalam media siber ini.

Dampak nyata kemunculan media siber adalah tercetusnya banyak model media sosial dan aplikasi chatting. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, adalah sebagian contohnya. Sedangkan aplikasi chatting seperti BlackBerry Messenger, WhatsApp, Line, dan Kakao Talk adalah misal yang lain. Pergeseran cara berkomunikasi masyarakat begitu pesat, sementara

interaksi manusia melalui internet begitu dinamis selama 24 jam.

Berdasarkan data dari [www.internetsehat.id](http://www.internetsehat.id) yang dilansir pada 2016, dari jumlah populasi penduduk Indonesia yang sekitar 259,1 juta, 88,1 juta adalah pengguna internet aktif. Sedangkan 79 juta merupakan pengguna media sosial aktif. Terdapat 326 juta telepon seluler yang aktif di Indonesia, dengan 66 juta di antaranya dipakai untuk mengakses media sosial. Rata-rata, seseorang mengakses internet per hari melalui PC/komputer selama 4 jam 42 menit, melalui telepon seluler selama 3 jam 33 menit. Masih menurut riset yang sama, diketahui kalau seseorang mengakses media sosial per hari melalui telepon seluler selama 2 jam 51 menit.

Rentang usia para netizen atau warga internet (warganet) bervariasi. Mulai mereka yang berumur muda (18-25 tahun) hingga mereka yang berusia lanjut pada kisaran 65 tahun. Kelompok paling muda tercatat sebagai pengguna dengan jumlah terbanyak (49 persen). Disusul mereka yang

berusia di rentang 26-35 tahun (33,8 persen), 36-45 tahun (14,6 persen), 46-55 tahun (2,4 persen), dan 56-65 tahun (0,2 persen). Fakta dan data di atas menunjukkan, betapa determinasi dan daya jelajah internet, membuat pengakses media siber begitu marak dan banyak.

Pada satu titik, fenomena di atas membuat peleburan antara dunia nyata (offline) dan dunia maya (online). Bahwa apa yang tercurahkan di dunia maya merupakan momen faktual yang terjadi di dunia nyata. Sebagai contoh kongkret, yakni sewaktu seseorang melakukan “update status” di dinding *facebook*.

Yang bersangkutan bisa memberikan “laporan” apa yang dilakukannya secara utuh. Mulai dari tatkala bangun tidur dan mengunggah do’a bangun tidur di sana, komentar terhadap perilaku seseorang saat menaiki angkutan umum, ekspresi perasaan bosan dengan pekerjaan kantor, sampai obrolan suami istri yang terjadi di ranah virtual tersebut. Beragam model status ini menunjukkan bahwa ada semacam ritual yang

dilakukan oleh entitas sekaligus menunjukkan kepada orang lain apa yang terjadi, dipikirkan, dan pendapat mereka di internet.

Uniknya, di media siber tersebut, melalui media sosial yang beraneka rupa modelnya, seseorang dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi. Baik yang sifatnya privat terkait pengalaman pribadi, ataupun yang bersifat umum terkait hal-hal yang terjadi di sekitar baik di level lokal, nasional, bahkan internasional. Siapa saja bisa berbicara dan membaca secara langsung tanpa sekat.

Apa yang terjadi di *facebook* merupakan contoh realitas yang tercantum di dunia *online*. Realitas virtual ini, sebagaimana realitas di dunia nyata, terbentuk dari interaksi-kultur-struktur yang ada di antara entitas yang terlibat. Keterlibatan entitas ditandai secara sederhana maupun muncul ketika melakukan *log in* dan sesaat kemudian entitas tersebut sudah menjadi bagian dari masyarakat berjejaring di internet (*networked society*). Ada nilai-nilai yang dipertukarkan dalam jaringan

bahkan ada struktur yang terorganisasi dengan sendirinya walaupun cair dan sering tidak terbentuk.

Ketika *log out*, secara otomatis entitas tersebut akan terputus dari dunia virtual. Namun, yang bersangkutan sejatinya tidak benar-benar terlepas. Informasi yang telah dibangun sebelumnya, teta akan tersimpan dan bebas diakses oleh entitas lainnya maupun dibaca oleh perangkat elektronik. Jadi, realitas itu masih tetap ada di dunia virtual meski entitasnya sudah berada di luar jaringan. Bahkan, seandainya secara fisik, ia sudah tidak bernyawa sekalipun.

Tengoklah di sekeliling, dapat dirasakan bahwa internetisasi atau kegiatan faktual namun “berbasis” internet merasuk ke semua bidang. Komunikasi antar anggota keluarga, antara sesama kawan baik di kantor maupun di kampus dan tempat lain, antara dosen dan mahasiswa, juga sering kali menggunakan internet. Akses internet melalui *email* maupun jejaring/media sosial adalah yang paling sering digunakan. Termasuk,

*chatting* dengan bermacam aplikasi.

Misalnya, antara anggota keluarga dan sesama kawan biasanya dilakukan melalui *chatting* via *BlackBerry Messenger*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya.

Interaksi via *facebook*, *instagram* dan *twitter* juga menjadi pilihan. Sedangkan sesama rekan kerja atau kolega pekerjaan, tukar menukar informasi umumnya diinteraksikan melalui *email*. Demikian pula antara dosen dan mahasiswa, pengumpulan tugas belajar bisa dimaksimalkan melalui *email* bahkan aplikasi jejaring media berbagi sekelas *youtube*, sehingga dapat lebih praktis dan hemat kertas. Pembelajaran atau perkuliahan juga lebih optimal karena bahan-bahan yang beragam di dunia maya. Semua bahan dapat diperoleh dengan *searching* atau *browsing* melalui internet.

Dinamika media massa juga turut dipengaruhi internet. Contohnya, radio, televisi, dan kantor berita yang berkonvergensi. Lihatlah bagaimana radio membuat website. Lantas, di sana dapat diakses radio *streaming* plus berita

*online*. Sebut saja, radio *Suara Surabaya* alias SS di [www.suarasurabaya.net](http://www.suarasurabaya.net). Televisi juga memiliki *website*. Sehingga memungkinkan orang bisa menonton episode yang ia inginkan dari tayangan stasiun televisi tertentu di sana. Contohnya, stasiun televisi lokal Surabaya SBO TV di [www.sbo.co.id](http://www.sbo.co.id). Kantor berita juga bermetamorfosis. Koran seumpama *Kompas*, *Jawa Pos*, majalah *Tempo*, punya website khusus untuk mengakses berita terbitannya. Baik yang bersifat berbayar, maupun yang gratis. Artinya, berita faktual yang ada di masyarakat, sudah dikemas dalam bentuk virtual di internet.

Di Amerika Serikat (AS), fenomena ini tidak sekadar menggejala. Lebih dari itu, telah banyak media cetak yang gulung tikar gara-gara penetrasi internet. Pada tahun 2008, Alan Mutter, salah satu entrepreneur media terkemuka berujar, industri koran cetak di Amerika telah kehilangan 42 persen pasar mereka dalam tiga tahun terakhir (Riskawati, 2011).

Redaktur Pelaksana *New York Times* Jill Abramson pernah mengatakan pada awal Juni 2009 lalu bahwa sekitar 40 koran di Amerika telah menghadapi kebangkrutan. Situs *tempo.co* mencatat, krisis ekonomi dan internet menjadi hantaman ganda bagi industri koran dan media cetak lainnya saat ini di AS.

Melihat semua fenomena di atas, tidak berlebihan jika muncul asumsi bahwa manusia bakal sukar terlepas dari internet. Internet membuat komunikasi dan penyebaran informasi menjadi lebih mudah dan cepat. Untuk berkomunikasi antara anggota keluarga, kawan, rekan kerja, dosen dan mahasiswa, lebih praktis menggunakan internet.

Hiburan di radio dan televisi sudah “imigrasi” ke internet. Bahkan, menikmati film dan pertandingan olahraga juga bisa dilakukan melalui teknologi ini. Misalnya, melalui salah satu *website* bernama *youtube*. Akses ini juga relatif lebih murah. Analoginya, saat harga berlangganan koran mencapai Rp 100 ribu per bulan, berlangganan

pulsa internet Rp 50 ribu sebulan sudah bisa *browsing* banyak berita lintas perusahaan media.

Selain mengambilalih peran kotak bernama televisi dan piranti bernama radio, internet “mengakuisisi” peran telepon. Aplikasi *skype* atau beragam pesan suara plus video yang dapat dinikmati lewat aplikasi *chatting line* dan *whatsApp*, menjadi jawaban atas kebutuhan telepon.

*Website* di dunia maya begitu beraneka jumlahnya. Baik yang dirilis oleh pemerintah, perusahaan swasta dan pebisnis, hingga pribadi atau komunitas (biasanya blog). Pemerintah bisa menyebarkan informasi melalui *website*. Instansi dan institusi beradu menyuguhkan transparansi di hadapan masyarakat. Kritik maupun saran juga bisa disampaikan secara *online*. Sedangkan perusahaan swasta dan dunia bisnis dapat mengembangkan sayap promosi menggunakan jejaring media atau *website* perusahaan. Individu dan komunitas pun dapat bereksprersi di internet. Lihatlah misalnya ada *website* pecinta burung, barang



antik, penghobi memasak, dan lain sebagainya. Artinya, media komunikasi komunitas sudah menjadi lebar dan luas dengan kehadiran internet.

Kemajuan teknologi pendukung seperti ponsel, *smart phone*, tablet, turut menghidupi internet. Internet berada dalam genggam tangan tiap orang. Semakin mudah diakses hanya dengan menggerak-gerakkan jempol atau mengusap-usap layar android.

Masyarakat dapat melihat apapun di telapak tangannya. Tidak hanya melihat sesuatu yang disukai, mengakses hal yang dibenci pun dapat dilakukan sedemikian mudahnya. Melihat peta saat tersesat atau mencari alamat, mengetahui harga mobil bekas merek tertentu, hingga mengetahui biografi tokoh-tokoh seperti Karl Marx atau Ali Bin Abi Thalib dapat dilakukan layaknya melahap sepotong kue. Kemudahan yang ditawarkan ini sudah dikonsumsi oleh sebagian masyarakat dunia dari beragam latar belakang. Baik untuk berniat baik maupun untuk melakukan kejahatan.

## **Etnografi Virtual Sebagai Sebuah Keniscayaan**

Munculnya teknologi baru berbentuk internet membuat perubahan dan berpengaruh pada kondisi sosial, ekonomi, budaya, bahkan politik masyarakat (Preston, 2001). Muncul, misalnya, perubahan interaksi antara individu di masyarakat. berangkat dengan istilah yang populer belakangan: internet mendekatkan yang jauh, tapi menjauhkan yang dekat. Kerap terdengar, saat berada di ruang keluarga, masing-masing anggota keluarga sibuk dengan ponsel sendiri. Demikian pula di kantin kampus, sambil menghadapi makanan, mahasiswa lebih suka menghadapi layar *smart phone* daripada mengobrol dengan sejawat. Menariknya, mereka yang sama-sama saling tidak menghiraukan itu kemudian saling paham dengan tingkah polah sesamanya. Akhirnya, tidak mempersoalkan “keindividualistikan” tersebut.

Internet yang di dalamnya terdapat berbagai bentuk jejaring sosial dan sarana chatting telah mengubah gaya berinteraksi

manusia. Komunikasi antara orang yang berbeda teritori sudah lebih gampang. Bahkan dengan menggunakan beberapa aplikasi dapat pula dilakukan *video conference*. Hubungan dapat semakin akrab antara orang yang berjauhan. Bahkan, orang yang sebelumnya tidak kenal, dapat berkenalan melalui internet. Pada prinsipnya, hubungan sosial antar manusia bisa menjadi lebih dekat dan gampang dengan internet.

Meski demikian, secara tersirat, terdapat dua problem perubahan berinteraksi di masyarakat. Pertama, adanya individualisme karena masing-masing individu sudah “lupa” dengan orang di sekitarnya dan asyik dengan orang yang ada di kejauhan. Kedua, munculnya *cyber crime* dengan ragam modusnya.

Di sisi lain, ada sebagian orang yang merasa dunia maya lebih baik dan nyaman untuk “ditinggali” daripada dunia nyata. Ini salah satu indikasi adanya problem *internet addiction disorder* atau masalah kecanduan internet (Orzack, 1999). Persoalan sosial semacam ini mesti

dipahami sebagai akses yang kurang baik dari internet. Sebab, manusia sebenarnya hidup di dunia nyata.

Banyaknya fenomena turunan dari kelahiran internet merangsang studi ilmu sosial berkembang dan merumuskan kajian untuk menelaah persoalan sehubungan dengan teknologi baru tersebut. Tak terkecuali, di bidang ilmu komunikasi, yang terintegrasi pula dengan disiplin ilmu sosial lainnya. Gagasan dan kajian di ranah internet adalah sebuah keniscayaan zaman.

Apa yang dituliskan Rully Nasrullah dalam buku yang tengah direvisi ini adalah ide segar kajian etnografi virtual yang ditelaah melalui sisi komunikasi. Khususnya, komunikasi massa, di mana media siber sudah menjadi alat interaksi manusia secara massal dan tidak hanya antara satu komunikator dan satu komunikan. Ada lingkup yang lebih besar di sana, bahkan nyaris tak terbatas, selama jaringan internet saling bersinggungan.

Secara bahasa, etnografi berasal dari bahasa Yunani dan merupakan gabungan dari *ethnos*

(warga suatu bangsa atau masyarakat) dan *graphien* (tulisan atau artefak, atau peninggalan yang bisa jadi berupa tulisan). Sedangkan bila kata tersebut disebutkan sebelum virtual, virtual bakal bermakna sebagai lahan atau *field* dari kajian tersebut. Bahwa studi ini, bakal menjadikan dunia maya atau virtual sebagai lahan pembahasan yang komprehensif.

Etnografi merupakan desain penelitian kualitatif di mana seorang peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasikan pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan maupun bahasa (halaman 5). Etnografi tidak sekadar cara untuk melihat realitas budaya sebuah kelompok atau pekerjaan untuk mendeskripsikan budaya semata. Metode ini juga bisa menjelaskan bagaimana masa lalu dan masa depan kelompok masyarakat tersebut. Yang pada satu titik, dapat menjadi pelatuk untuk menyadarkan kelompok atau masyarakat melalui pendekatan tentang dominasi serta hegemoni kekuasaan, praktek

ketidaksetaraan agama, ras maupun gender.

Etnografi memiliki sejumlah pendekatan atau model, antara lain realis dan kritis. Etnografi realis merupakan pendekatan tradisional yang secara umum mendeskripsikan fenomena kebudayaan yang ada secara independen. Sentimen apapun dari peneliti terhadap bidang penelitiannya tidak diperkenankan. Sementara itu, etnografi kritis tak hanya melakukan deskripsi atas sebuah fenomena seobjektif mungkin. Namun juga, memberi advokasi pada kelompok budaya yang termarginalkan. Sehingga, di dalamnya, ada semangat untuk memperjuangkan kaum tertindas (halaman 7).

Kajian etnografi memiliki sejumlah karakteristik. Antara lain, fokus penelitiannya selalu mendeskripsikan dan menginterpretasikan budaya yang berkembang dalam sebuah kelompok. Permasalahan dalam desain penelitian mendeskripsikan pola-pola budaya yang berkembang. Asal disiplin ilmu sebagai pijakan, umumnya di ranah antropologi dan

sosiologi. Unit analisisnya bertujuan mempelajari kelompok kebudayaan. Selain melakukan wawancara dan observasi mendalam, peneliti juga bisa saja memanfaatkan model pengumpulan data yang lain selama di lapangan. Analisis data nantinya selalu melalui deksripsi budaya di kelompok yang dikaji, dan selalu memaparkan tema-tema budaya.

### **Memberi Perhatian Kepada Semua Aspek Riset**

Etnografi virtual menjadi salah satu perspektif dalam riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet. Untuk melakukan studi ini, diperlukan kemampuan wawasan yang menyeluruh sehubungan dengan aspek-aspek kunci yang diperlukan. Buku Rulli Nasrullah ini memberikan pengetahuan yang memadai dan kompleks untuk menjelaskan seluk-beluk etnografi virtual. Tidak hanya menjelaskan permukaan kajian da nasal muasal tercetusnya model pendekatan. Namun juga, panduan teknis yang meliputi semua aspek hingga sebuah penelitian dapat diselesaikan.

Ada sembilan topik besar yang dipaparkan dalam buku ini. Yakni, *Definisi Etnografi Virtual, Budaya Artefak Budaya, Prinsip-Prinsip Etnografi Virtual, Prosedur Etnografi Virtual, Level Analisis Media Siber dalam Etnografi Virtual, Paradigma dalam Riset Etnografi Virtual, Isu-Isu dalam Etnografi Virtual, Melakukan Riset Etnografi Virtual*, dan topik terakhir adalah *Memilih di Antara berbagai Metode*. Semua topik tadi memiliki benang merah yang meliputi tahap-tahap guna melakukan penelitian. Setidaknya, di tahap pengenalan konsep dasar (pada topik pertama hingga ketujuh) dan tahap eksekusi penelitian (di topik delapan dan sembilan).

Peneliti perlu memahami konsep dasar dari etnografi virtual agar paham, tujuan dari riset ini ke arah mana, alat dan teori apa yang digunakan, paradigma apa yang dipakai, dan aspek-aspek penting lain. Dengan demikian, validitas riset dapat dipertanggungjawabkan dan memiliki nilai logis, sehingga dapat dijadikan acuan terpercaya.

Etnografi virtual merupakan pendekatan atau metode dalam melihat budaya dan artefak (peninggalan) budaya masyarakat di dunia virtual. Sebagai sebuah metode, yang juga bisa digunakan sebagai level-level dalam melihat realitas di dunia virtual, etnografi virtual mengungkapkan bagaimana budaya siber diproduksi, makna yang muncul, relasi dan pola, hingga bagaimana hal tersebut dapat berfungsi sebagai melalui medium internet. Sebuah realitas budaya melalui etnografi virtual setidaknya bisa mendeskripsikan perangkat dan konten yang dibangun, juga melihat bentuk media di internet, apa yang membawa dan yang tampak dari yang disampaikan (halaman 43).

Dalam buku *Communication Works* karya Michael Gamble dan Teri Kwal Gamble (2002), disampaikan empat ciri fenomena jejaring sosial yang ada di media siber. Pertama, pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang, tapi untuk banyak orang atau bisa diakses oleh banyak orang. Kedua, pesan yang disampaikan bebas tanpa melalui

sistem sortir, baik berupa editing maupun *gatekeeper*. Ketiga, pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya. Keempat, penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Semua itu dapat dikaitkan dengan etnografi virtual, dengan memosisikannya pada ranah ilmu sosial untuk kajian fenomena sosial yang ada.

Yang jelas, dalam melakukan riset ini, diperlukan penguatan paradigma agar arah langkahnya tidak kabur. Paradigma inilah yang menjadi acuan awal etnografer dalam meneliti realitas internet. Meneliti budaya virtual tidak hanya sekadar memaparkan apa yang terjadi dengan artefak-artefak budaya sebagai buktinya. Setiap paradigma melihat sebuah realitas dengan sudut pandang berbeda. Sedangkan paradigma juga memberikan semacam alur pemikiran etnografer dan memperlakukan artefak budaya sebagai objek penelitian (halaman 61). Paradigma riset etnografi virtual, umumnya tidak lepas dari tiga tradisi dalam teori sosial. Tiga tradisi ini dapat dipilih karena bila

ditelaah, ketiganya mempunyai pengaruh besar terhadap pemikiran tentang peran dan dampak dari budaya yang muncul di internet. Yakni, positivisme, ilmu sosial interpretif, dan ilmu sosial kritis.

Selain memiliki cakupan luas bila dilihat dari perspektif realitas apa saja yang dapat dikaji, etnografi virtual juga memiliki keluasan dalam menentukan objek virtual apa yang dapat diteliti. Maksudnya, riset ini tidak hanya dapat digunakan untuk menelisik tulisan, deskripsi status media sosial, teks berita, dan twit di timeline twitter. Lebih dari itu, gambar seperti meme, video, dan apapun yang ada di dunia virtual, dapat diidentifikasi sebagai hasil dari kebudayaan manusia atau kelompok tertentu.

Yang menarik, buku ini menghadirkan contoh riset etnografi virtual pada lampiran (halaman 113). Dari sana, pembaca diajak untuk melihat gambaran utuh sebuah penelitian etnografi virtual. Yang dijadikan objek penelitian adalah meme menikah di KUA. Artinya, dengan bahan yang ringan

(meme bukan termasuk sample fenomena sosial berat seperti kajian kemiskinan atau politik), riset ini dapat dijalankan dan menghasilkan temuan menarik. Tinggal bagaimana pengemasan dan kaitannya dengan kondisi sosial yang direkatkan, serta lebih baik lagi, bila dampak penelitian berupa manfaat kongkret di masyarakat.

## **LANGKAH SELANJUTNYA**

### **Kajian Virtual Akan Terus Berkembang**

Perubahan masyarakat di segala sisi terjadi berkat internet. Media massa turut mengalami perubahan. Media komunikasi seperti telepon dan surat menyurat juga mengalami pergeseran mekanisme. Pemerintah, swasta, individu maupun komunitas berlomba-lomba mengoptimalkan teknologi ini. Khususnya, dengan pembuatan *website* sebagai media promosi dan ekspresi.

Semua bidang tak bisa dilepaskan dari internet. bidang sosial kemasyarakatan, politik, budaya, ekonomi, dan lain sebagainya, butuh teknologi ini.

Sebab, semua bidang butuh media komunikasi dan informasi yang cepat, praktis, dan murah. Terlebih, bidang ekonomi yang makin menggeliat karena merebaknya bisnis *online* via internet yang serba ringkas.

Pada satu titik, kajian perubahan kultur bisnis atau pergerakan ekonomi masyarakat selepas munculnya internet akan menarik pula diperdalam. Sebab, salah satu sektor yang makin dinamis di dunia virtual saat ini adalah bisnis *online*. Penyebaran jaringan komunikasi digital terbukti telah memberi dampak transformatif dalam perkembangan ekonomi (Kelly, 1998).

Pertumbuhan dan mekanisme ekonomi bakal terus mengalami perkembangan seiring tumbuhnya teknologi baru. Gelombang ketiga atau tonggak dari era *new media* seperti sekarang ini ditandai dengan semakin massivanya penggunaan teknologi untuk perluasan ekonomi (Toffler, 1980).

Menurut Toffler, setidaknya ada tiga gelombang terkait perubahan sosial, budaya, dan

ekonomi dilihat dari penggunaan teknologi yang ada. Pertama, yakni sebelum adanya revolusi industri. Kegiatan perekonomian didominasi oleh pertanian dan perburuan. Kedua, saat revolusi industri meletus dan banyak pabrik serta mesin-mesin mulai beroperasi. Sedangkan ketiga, saat komputerisasi terjadi di mana-mana dan masuk ke seluruh sendi kehidupan manusia. Itulah tonggak kehidupan berbasis teknologi baru dan berkelanjutan seperti sekarang ini.

Bisnis online adalah anak emas teknologi virtual. Media promosi *online* laju melangkah. Tidak hanya menggunakan website khusus promosi. Namun juga melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan lain sebagainya. Bahkan, di dunia bisnis, pada tahap pra produksi, internet sudah dikerahkan. Misalnya, saat pencarian tenaga kerja. Internet dipakai sebagai sarana penyebaran informasi lowongan pekerjaan.

Pemilik usaha, mulai yang berbasis Multi Level Marketing,

hingga yang berjualan produk, membuka “lapak” di internet. Pembayaran dapat dilakukan secara online karena perbankan sudah lebih dulu eksis di dunia maya. Kemudahan-kemudahan yang ditawarkan internet membuat orang lebih mudah membuka usaha.

Beberapa situs memberi opsi bagi pengguna internet untuk berbisnis online lintas negara. Istilah pay per klik atau a dollar per review sempat menjadi tren dalam bisnis semacam ini. Yang jelas, internet sukses menawarkan banyak ragam bisnis atau peluang ekonomis.

Orang tidak perlu membuka toko pakaian di pasar dengan ongkos sewa puluhan juta per bulan. Tidak perlu menyewa penjaga toko dan menyebarkan brosur promosi. Cukuplah membuat website dan menyebarkan promosi barang lewat akun jejaring sosial. Semakin banyak kawan di jejaring sosial, semakin banyak peluang bisnis berkembang. Sebab, kesempatan mendapatkan konsumen lebih besar. Kebangkitan era internet membuat usaha lebih mudah dikelola dan modal infrastrukturnya tidak terlalu

gemuk. Adapun mereka yang sudah lebih dulu menjalankan bisnis secara offline, dapat mengembangkannya ke arah online.

Kajian etnografi virtual dan atau ekonomi virtual bakal memiliki massa tersendiri. Perubahan budaya yang menghasilkan model masyarakat baru telah terjadi dan akan terus bergerak. Riset virtual yang merupakan imbas realitas di masyarakat nyata, yang mengaplikasikannya pada dunia maya, tak akan pernah kehabisan lahan studi.

## REFERENSI

- Gamble, M. & Teri K. G.. (2002). *Communication Works*, Boston: McGraw Hill Education
- Kelly, K. (1998). *New Rules for the New Economy*. New York: Viking Penguin
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Orzack, M. H. (1999). *Computer Addiction, Is It Real or Is Its Virtual?* Harvard Mental Health Letter



- Preston, P. (2001). *Reshaping Communication*. Dublin: Dublin City University.
- Riskawati, T. (2011). *Internet, Pengguling Tahta Kejayaan Media Cetak*, [http://www.academia.edu/846356/Internet\\_Pengguling\\_Tahta\\_Kejayaan\\_Media\\_Cetak#](http://www.academia.edu/846356/Internet_Pengguling_Tahta_Kejayaan_Media_Cetak#)
- Sidharta, L. (1996). *Internet Informasi Bebas Hambatan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. New York: Bantam Books
- Winston, B. (1999). *Media Technology and Society, A History From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge.
- Atasi Kesenjangan Digital dengan Internet Masuk Desa*. 6 Juni 2013. <http://www.nationalgeographic.co.id/berita/2013/06/atasi-kesenjangan-digital-dengan-internet-masuk-desa>. Diakses 22 April 2017.

#### **TENTANG PENULIS**

Rio Febriannur Rachman menulis sebuah buku kumpulan esai berjudul “Menyikapi Perang Informasi” pada 2015. Dia tercatat sebagai pengajar di Institut Agama Islam Syarifuddin Lumajang, mengampu mata kuliah Etika Jurnalistik, Desain Komunikasi Visual, Teknik dan Teori Penyiaran Radio Televisi, Teknologi Multimedia, serta Sinematografi.