



FORUM INTERNET SEBAGAI *CYBER PUBLIC SPACE*: ANALISA KOMPARASI KASKUS, ADSENSE-ID DAN SEMPROT.COM

**Oleh:
Roikan M.A**

Abstrak

Penggunaan internet di Indonesia berdasarkan pengamatan saya mulai marak pada era akhir tahun 90-an dengan munculnya jasa warung internet (warnet). Berbagai kemudahan ditawarkan dari internet, dari mesin pencarian, surat elektronik (*email*), berita, jejaring sosial sampai forum. Forum dalam internet menjadi media penyampaian berita, diskusi sampai penyajian informasi dalam lingkup bidang khusus yang didominasi oleh interaksi yang intensif di antara anggotanya. Artikel ini mendiskusikan peranan forum cyber di internet sebagai ruang publik dengan menggunakan pendekatan antropologi visual dan antropologi media massa. Artikel ini juga memfokuskan diri pada fenomena komunitas-komunitas cyber dan interaksi mereka di dalam dunia virtual seperti KASKUS, Adsense-Id dan Semprot.com. Metode Penelitian yang digunakan di dalam artikel ini adalah analisis forum internet dengan menggunakan analisis partisipasi, analisis isi, dan analisis tema.

Abstract

Internet usage in Indonesia based on my observations began to bloom at the end of the 90s with the advent of internet cafes. Internet provides services widely range from search engines, electronic mail (email), news, social networking through social forums. The existence of social forums in the Internet have become a medium to deliver various messages such as news, discussion and details information about specialized area influenced by intensive interaction among its members. This article discusses the role of cyber forums in the Internet as public space through visual anthropology and anthropology of mass media. The article also focuses on the phenomenon of cyber communities and their interaction in the virtual world such as KASKUS, Adsense-Id and Semprot.com. The research method applied in the article is an analysis of Internet forums by utilizing participation analysis, content analysis and theme analysis.

Keywords: *Internet Forums, Social Media, Online Ads, Public Space*

A. Pendahuluan

Forum adalah sebuah 'ruang terbuka' yang menekankan pada kebebasan setiap orang untuk bergabung dan berbicara. Dalam internet forum, komunitas atau grup merupakan tempat berdiskusi yang panjang dalam berbagai variasi bidang kegemaran masing-masing dalam ranah dunia maya (*cyberspace*). Berikut ini merupakan uraian profil singkat berbagai forum dalam internet yang mewakili bidang tertentu dimana kajian yang saya lakukan memfokuskan pada masalah aspek partisipasi dari para anggota (*members*). *Netizen* adalah para pengguna internet terutama mereka yang menganggap hidupnya tidak bisa lepas atau menjadi bagian dari dunia maya.

Keberadaan forum internet berlangsung jauh sebelum populernya keberadaan media sosial yang kini juga berlangsung secara intensif. Forum internet yang sesungguhnya mempeloporisecara spesifik terbentuknya komunitas-komunitas yang pada awalnya difasilitasi oleh internet. Meskipun di dalam perkembangan pesat media sosial, forum internet nampak usang, tetapi justru di dalam forum internet inilah saya mendapatkan praktek sosial yang spesifik dan tidak dapat ditemui di dalam media sosial yang lebih terbuka sistem seleksi sosialnya. Dengan kata lain, keberadaan forum internet menjadi salah satu alternatif bagi kontestasi ruang publik di dunia maya dimana setiap anggota komunitas forum-forum internet yang saya kaji (Kaskus, Adsense-Id, dan Semprot.com) memiliki kekhasannya masing-masing dan menjadikan forum internet justru menjadi ruang alternatif lain di jejaring sosial melalui internet.

B. Metode Penelitian dan Analisis Hasil Pengamatan

Metode Penelitian yang digunakan di dalam artikel ini adalah analisis forum internet yang diambil dari Byrne (2007) dengan menggunakan analisis partisipasi, analisis isi, dan analisis tema. Berikut adalah analisis atas karakter-karakter forum internet yang dapat saya jabarkan melalui hasil pengamatan saya terhadap tiga forum internet yaitu: (1) Kaskus; (2);Adsense-Id (3) Semprotan.com. Ketiga forum inilah yang menurut saya menyediakan ruang interaksi sosial sekaligus juga menjadi kontestasi bagi keberadaan 'ruang publik' di dunia maya.

Ruang publik merupakan salah satu gagasan kritis dari Jurgen Habermas selain teorinya mengenai tingkatan komunikatif (*the communicative action*). fokus Habermas terhadap ruang diterapkan dalam dua hal utama yaitu partisipatif dan emansipatif. Sebagaimana penjelasan dari Wasana dan Cahyadiv (dalam Sutrisno dan Putranto 2005: 42-43) dalam ruang publik terdapat: *pertama*, kemunculan dan keterlibatan masyarakat sipil dalam wilayah publik menjadi indikator partisipasi seluruh komponen masyarakat untuk membicarakan kepentingan politis; *kedua*, perubahan emansipatif hanya dimungkinkan jika menggunakan pendekatan komunikasi melalui media yang rasional dan efektif.

1. Analisis Studi Kasus Pertama: KASKUS

Para kaskuser biasanya beraktifitas dalam forum sebagai anggota yang rajin berdiskusi maupun melakukan transaksi jual beli yang menjadi alternatif cara berdagang dengan lebih cepat dan mudah.

Keanggotaan dalam KASKUS mempunyai beberapa tingkatan jenis yang didasarkan pada keaktifan beraktivitas dan *posting*. Mulai dari yang terendah atau *newbie* sampai yang tertinggi atau *kaskuser*. Selain itu dikenal istilah nama-nama lainnya seperti *kaskus holic*, *kaskus addict* dan *kaskus maniac*. Di dalam forum ini saya sendiri masih berpangkat *newbie*, dikarenakan motivasi saya bergabung adalah untuk melakukan transaksi jual beli secara *online*. Dari pengalaman yang saya alami dalam melakukan transaksi melalui Kaskus, transaksi dilakukan dengan cara-cara mentransfer untuk pembayaran pembelian barang, pembayaran atas barang yang dijual dengan menggunakan rekening bersama (rekber) dan transaksi dengan bertemu langsung (COD). Terhitung barang-barang yang telah saya beli melalui jasa KASKUS jual-beli (FJB) antara lain: sepatu gunung, *ebook reader kindle* dan yang terakhir pada tanggal 28 Juni 2013 saya membeli jaket gunung secondhand dengan bertemu secara langsung dengan penjualnya (COD) di wilayah Bundaran UGM.



Gambar. 1 . Tampilan Halaman Depan KASKUS

Berdasarkan hasil survey independen yang dilakukan pengelola situs ini pada tahun 2010 terhadap 1079 responden, terbukti seluruhnya adalah pelaku aktif jual-beli online dimana 90% diantaranya menggunakan Forum Jual

Beli (FJB) KASKUS sebagai media perantara penjualannya. Forum ini memiliki reputasi yang cukup baik di Indonesia. Dengan mengusung tagline KASKUS, "*The Largest Indonesian Community*", tampilan forum ini menyediakan menu utama yaitu menu forum, menu regional dan menu jual beli (Sumber: Kaskus.co.id http://support.kaskus.co.id/about/sejarah_kaskus.html diakses 12 Juni 2013). Forum ini pertama kali dibuat pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga orang mahasiswa Indonesia yang sedang menempuh kuliah di Amerika Serikat yaitu Andrew Darwis, Ronald, dan Budi yang membuat KASKUS untuk memenuhi tugas kuliah mereka. Pada tahun 2008 KASKUS dipindah ke Indonesia supaya dapat memberikan banyak manfaat pada para pengguna internet sehingga menjadi salah satu situs yang berbasis forum terfavorit dengan jumlah anggota yang mencapai 4,5 juta *member*.

2. Analisis Studi Kasus Kedua: Adsense-Id

Adsense-id merupakan forum yang memfasilitasi para *webster* (sebutan untuk pengelola *website*) dan *blogger* untuk saling bertukar pikiran. Forum ini mengusung tagline "*Indonesia Internet Publishing, Advertising and Marketing Community*". Forum ini memiliki tujuh menu utama yaitu: *Jendela kita*, *Pay per click programs (PPC)*, *Google Adsense*, *Diskusi online shop*, *internet promoting internet*, *pengembangan situs*, *kategori umum* dan *bisnis*. Hasil pengamatan saya pada forum ini, terdapat banyak informasi perkembangan dunia maya terutama yang dibutuhkan bagi kalangan *blogger*, *webster*, yang juga berkaitan dengan informasi mengenai transaksi jual beli alamat situs *online*.



Gambar. 2. Tampilan Halaman Depan Adsense-id

Terdapat beberapa tingkatan dalam keanggotaan forum Adsense-id yang didasarkan pada banyaknya jumlah anggota yang bersangkutan melakukan posting, terutama tentang tingkatan keanggotaan pada forum Adsense-id (Sumber: Mustakim, <http://makalahmustaqim.blogspot.com/2012/07/pengertian-dan-sejarah-berdirinya-forum.html>, akses pada 12 Juni 2013). Adapun istilah penyebutan nama tingkatan member forum Adsense-id di antaranya: *New comer*: (50 Post) kebawah; *Adsense starter* (50-100 Post); *Adsense fans* (100-250 Post); *Adsense pro* (250-500 Post); *Hero* (500-750 Post); *Super hero* (Diatas 750 Post); *Momod* adalah anggota khusus yang mengatur forum; *Mimin* (pemilik forum) dan *Inactive user* (member yang jarang aktif). Interaksi antar anggota tidak hanya terjadi pada tataran pemberian komentar atau sebatas masalah di dalam forum diskusi saja. Namun tidak sedikit para anggota yang meluangkan waktu untuk mengadakan *kopi darat* atau *gathering* (bertatap muka dan berkumpul langsung). Saya sendiri bergabung di dalam Forum Adsense-id sebagai anggota meskipun keanggotaan saya secara relatif adalah sebagai *new comer*. Hasil pengamatan saya, biasanya para anggota forum ini

mengadakan kegiatan *gathering* pada tempat yang telah disepakati sebelumnya. Misalnya untuk member Surabaya dan Jogjakarta, saya pernah diajak bergabung oleh anggota yang lebih senior untuk hadir pada *gathering* di Mc Donald.

Dari pengamatan yang saya lakukan melalui kegiatan tatap muka dengan anggota yang lainnya, forum ini memberikan banyak manfaat bagi para blogger, webster maupun pihak umum yang tertarik dengan optimalisasi situs atau blog. Forum ini secara khusus memberikan motivasi untuk merubah pandangan bahwa bekerja tidak harus pada sektor nyata (riil), namun dapat dibuktikan dengan eksistensi beberapa anggota dalam forum ini yang mencari nafkah dari dunia maya. Pengalaman yang tidak pernah saya lupakan terjadi ketika salah satu situs terkena rentas (*hack*), saya dimintai bantuan dari para anggota adsense-id yang lain untuk mengatasinya. Jadi tidak sedikit diantara anggota yang melakukan pemeriksaan dan 'diagnosa' sampai pada akhirnya saling membantu untuk membuat situs normal kembali.

3. Analisis Studi Kasus Ketiga: Semprot.com

Berbeda dengan forum-forum internet yang telah saya deskripsikan sebelumnya, forum ini memiliki orientasi yang mengarah pada pornografi. Hal ini nampak pada *tagline* menu utama yang berslogan "Forum Buka-bukaan 17 tahun". Dikarenakan konten yang dimuat dalam forum ini dianggap melanggar regulasi internet yang berlaku di Indonesia, maka administrator acapkali mengubah alamat situsnya dengan tujuan untuk menghindari pencekalan. Adapun menu yang disajikan dalam forum ini terdiri dari dua menu utama yaitu *Lounge* dan *Adult XXX area*. Menu yang lain terdiri

dari beberapa menu sampingan seperti Bisnis (*Bet& bookies*, diskusi bisnis dan jual beli), hobi (*disturbing pictures*, film, *gadget*, *game*, *heart to heart*, humor, *computer*, kuliner, militer, olahraga, otomotif dan seni) dan informasi (Berita. Kesehatan dan supranatural).

Perhatian utama para anggota di dalam forum ini, dari pengamatan saya adalah yang menjadi menu sajian utama yaitu *lounge* dan *adult xxx area*. Lounge berisi diskusi seputar kehidupan seksual penggunaannya dari yang normal (masalah hubungan seks dari posisi favorit, kebiasaan masturbasi, fantasi seksual sampai pertanyaan interogatif tentang seks) hingga perilaku seks yang abnormal (seperti mencari teman selingkuh, *gangbang* hingga perilaku sadomasokis). *Adult xxx* berdasarkan pengamatan saya menjadi menu yang banyak dikunjungi dan merupakan menu utama dalam forum ini karena berisi gambar dan film 'cewek lintas negara, cewek Indonesia - barat -Asia'. Submenu pada *cewek Indonesia IGO* dibagi atas film dan gambar (tersedia melalui *gambar cewek*, *IGO art photoshop* dan *IGO photoshop*).



Gambar. 3. Tampilan Halaman Depan Semprot.com

Semprot.com membagi tingkatan-tingkatan anggotanya ke dalam pengelompokan yang mendasarkan pada banyaknya jumlah postingan yang telah dilakukan oleh anggota yang bersangkutan. Paling

rendah adalah kategori *semprot awal* dengan jumlah posting masih kurang dari 10, *suka semprot* lebih dari 10 posting, *semprot kecil* kurang dari 100, *adik semprot* kurang dari 150, *kakak semprot* lebih dari 150, *semprot lover* lebih dari 250, *guru semprot* kurang dari 1000, *tukang semprot* lebih dari 1000, *pendekar semprot* kurang dari 1500, *guru besar semprot* lebih dari 2000, dan *pertapa semprot* lebih dari 4000 posting. Berdasarkan pengamatan saya, semprot.com mempunyai dua keanggotaan istimewa yaitu *moderator semprot* dan *female member*. Moderator semprot berperan selaku admin dari forum tersebut, sedangkan untuk *female member* adalah anggota wanita yang telah terverifikasi dan mempunyai keaktifan baik dalam postingannya maupun dalam memberikan komentar. Keberadaan wanita dalam forum yang lebih diperuntukan untuk lelaki juga menjadi daya tarik tersendiri untuk memperbanyak jumlah anggota.

C. Diskusi dan Pembahasan

Pertama, forum yang diadakan dalam internet mempunyai *spesialisasi* tertentu misalnya KASKUS, yakni sebagai tempat transaksi jual beli *online*. Spesialisasi ini pula yang dikembangkan dengan menjadikan forum sebagai ruang alternatif untuk mencari referensi pada berbagai bidang kajian tertentu. Adsense-id misalnya, merupakan forum yang lebih eksklusif karena tidak semua orang mau menjadi pelaku bisnis di dalam dunia maya. Sementara itu, Semprot.com menjadi forum yang menawarkan pemuasan hasrat sebagai salah satu kelengkapan (*leisure time*) bagi para pengguna dunia maya khususnya kaum laki-laki. Kedua, forum dalam internet memberikan kebebasan bagi para penggunaannya untuk keluar masuk (*log in* dan *log out*) maupun memilih diam sebagai spektator atau sekedar mengamati saja (dengan kata lain dapat

memilih menjadi aktif *member* dan non aktif *member*). Ketiga, forum internet merupakan suatu representasi sebuah masyarakat kecil (komunitas) yang di dalamnya melibatkan interaksi secara khusus dengan menerapkan regulasi berupa hadiah dan hukuman (*reward and punishment*), kepangkatan dalam keanggotaan dalam kedudukan tertentu, hingga sampai *user banned* (pengguna yang dilarang atau dibuang dari komunitas) bagi mereka yang terbukti melakukan pelanggaran pada aturan baku, *Term of Service* (TOS). Cendol dan bata adalah istilah yang umum digunakan pada dunia forum internet. Cendol berwarna hijau menandai suatu testimonial pada perilaku atau sesuatu yang dianggap baik dan memberi keuntungan bersama di dalam komunitas, sedangkan bata menandai hukuman bagi mereka yang postingan atau komentarnya kurang berkenan di hati para anggota yang lain. Keempat, forum internet yang nampaknya memberikan kebebasan bukan berarti bahwa para pengguna tidak terikat oleh aturan, karena di dalam forum terdapat pihak yang mempunyai kekuasaan yaitu *mimin* dan *momod* (admin dan moderator) yang menerapkan aturan-aturan tersebut. Kelima, interaksi yang berlangsung dalam forum internet pada kenyataannya tidak hanya berlangsung di dunia maya semata, melainkan berlanjut pada dunia nyata, atau interaksi *online* menuju interaksi *offline*. Bahasa yang dipakai oleh para *netizen* tidak hanya terbatas pada bahasa tekstual namun juga melibatkan bahasa visual melalui simbol ikonik yang mewakili situasi dan kondisi psikologi tertentu dengan harapan agar komunikasi yang berlangsung tidak berjalan terlalu kaku.



Gambar.4. *Reward Cendol dan Punishment Bata*

(<http://m.kaskus.co.id/post/510b3d0e5a2acf466c00000e>)



Gambar.5 Bahasa Emosi yang bersifat Ikonik (<http://www.kaskus.co.id/thread/50863fd52675b4567b00000a/asal-mula-adanya-emoticon>)

Partisipasi seluruh komponen masyarakat terkait dunia maya menjadi hal yang bersifat bebas dan terbuka. Semua bebas mengakses internet dan khusus pengguna dalam forum bebas untuk posting dan berpendapat. Bukan berarti bebas tanpa memperhatikan kepentingan bersama, karena suatu forum internet mempunyai aturan, *Term of Service* (TOS) yang dikendalikan oleh pihak *stakeholder* yaitu *mimin* dan *momod*.



Gambar.6. Warung Kopi sebagai Sebuah Ruang Publik (Dokumentasi Pribadi)

Saya menganalogikan forum dalam internet adalah sebuah warung kopi, dimana semua orang bisa datang berkunjung dan terdapat interaksi yang membicarakan hal-hal tertentu. Anggota forum adalah pengunjung warung dan *mimin-momod* adalah pemilik warung. *Mimin* adalah pemilik warung sedangkan *momod* adalah orang yang bekerja membantu pemilik warung, antara majikan dan buruh. Mekanismenya dapat digambarkan seperti pengunjung yang bisa duduk lama menikmati kopi dan sajian lainnya, namun jika pergi meninggalkan warung harus membayar dan senantiasa menjaga perilaku agar tidak merugikan pemilik maupun pengunjung warung lainnya. Pemberian cendol dari testimoni yang baik oleh anggota forum kepada sesama anggota menjadi ajang timbal balik yang saling menguntungkan, pengunjung satu dapat tercapai keinginannya dan pengunjung yang lain semakin bagus reputasinya. Konsep hubungan timbal balik dalam antropologi di bahas oleh dua tokoh yaitu Marcel Maus dalam kajian tentang pemberian (*The Gift*) dan B. Malinowski tentang sistem perdagangan kula pada masyarakat trobiand. Inti dari kedua pemikiran di atas menurut saya pada orientasi hubungan bersifat jauh ke depan.

Argumen yang kedua tentang kualitas emansipatoris dapat terjadi jika terdapat kesepakatan bersama yang disertai keterbukaan dan kejujuran untuk membebasakan pandangan-pandangan sistematis yang selalu bertendensi distorsif dalam wujud ideologi dan kebudayaan. Terkait keberadaan ruang publik virtual, terdapat interaksi maya yang bersifat asimetris yang berbeda dengan nyata. Hal ini didukung oleh pernyataan Hine (2000: 43-57) yang membedakan antara ranah nyata dan maya. Dalam pergaulan nyata interaksi bersifat simetris dengan ciri: pola komunikasi yang sama, mempunyai pemahaman terhadap situasi yang sama, terjadi tatap muka secara langsung (*face to face*). Interaksi nyata para anggota forum dilakukan dengan *gathering* atau kopi darat (kopdar). Pada anggota KASKUS mengadakan COD serta kopdar, Adsense-Id selain mengadakan kopdar mingguan pada tiap korwil yang berbeda juga secara nasional mengadakan pesta blogger nasional.

Ruang publik berfungsi sebagai suatu konstelasi yang dilembagakan, ruang komunikasi yang mencakup proses sirkulasi informasi dan ide (Dahlgren via Rothenbuhler 2005: 318-320). Ruang publik berkaitan pula dengan budaya sipil (*civic cultures*) yang menekankan pada kehidupan keseharian dimana demokrasi memunculkan fungsinya secara nyata. Berkaitan dengan aspek inilah, ruang publik mempunyai tiga dimensi umum yaitu dimensi struktural, dimensi representational dan dimensi interaksional. Forum dalam internet ini dapat saya masukan kedalam dimensi interaksional dengan menekankan pada partisipasi anggota melalui diskusi yang lebih banyak dalam suatu ruang publik berbasis *virtual*. Dimensi interaksi menurut Habermas terdiri dari dua aspek: *pertama*, bagaimana warga

negara (sipil) bertemu dalam media yang didalamnya terdapat kebebasan anggota untuk melakukan interpretasi; *kedua*, interaksi antar anggota.

Dunia maya menawarkan interaksi yang bersifat semu dan dinamis, semu karena masalah identitas anggota yang kerap tidak sesuai dengan identitas aslinya. Kita dapat melihat pada beberapa jejaring sosial, orang yang dengan sengaja menutup diri atau merahasiakan identitas aslinya dengan tujuan untuk menjaga privasi. Saya pernah menjumpai teman (pemain poker cyber) sengaja membuat ID wanita padahal dia sendiri laki-laki, dengan memasang foto wanita seksi ternyata dapat mengecoh para pengguna internet yang lain karena mengira bahwa ID itu benar-benar wanita.

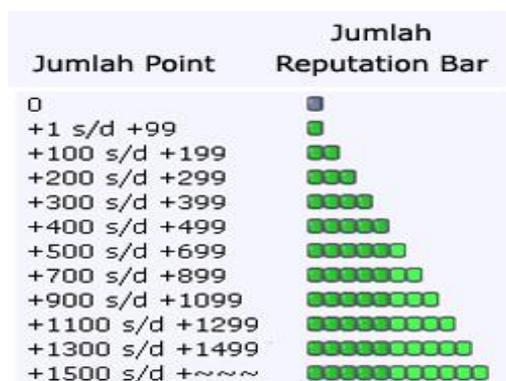
Online-offline, privat-publik dan maya-nyata merupakan dualitas dalam dunia internet. Kesemuanya yang terjadi pada pemahaman akan waktu dan lokasi sebagai tempat melakukan interaksi. Menurut Hine (2000: 63-65) pemahaman tentang lokasi tempat melakukan interaksi pada dunia maya selalu bergerak karena menjadi tempat virtual yang secara terus menerus dibuat dan direproduksi. Lebih lanjut pada sebagai tempat virtual yang tidak mempunyai batas lokasi yang jelas, internet hanya sebagai tempat persinggahan (*leisure*), setiap pengguna tidak dapat diprediksi kapan dia menggunakan internet. Saya melihat secara kontekstual pandangan di atas telah mengalami perubahan, seiring dengan perkembangan teknologi terkait gadget pendapat tersebut terpatahkan. Penggunaan *android*, *smartphone*, *Blackberry* sampai *tablet* yang memungkinkan orang untuk selalu *online* setiap waktu –saya menyebutnya dengan istilah *stand by online-* yang didukung oleh paket-paket tertentu dari *provider* mengelola jasa komunikasinya.

Forum internet dapat dilakukan dengan menggunakan paraetnografi selain dengan etnografi virtual. Pendekatan paraetnografi sebagai suatu kajian etnografis tentang bagaimana suatu media diproduksi melalui kekuasaan dan melibatkan penerimaan konten yang didasarkan pada keaktifan dari audien (Arno 2009: 2-5). Kekuasaan dalam forum internet berasal dari pemilik (*mimin*) dan pengelola (*momod*), mereka berhak untuk membuat kebijakan virtual dalam bentuk penghapusan posting atau komentar yang dianggap menyalahi aturan. Pengelompokan anggota secara progresif berdasarkan keaktifan dalam forum merupakan salah satu kajian dalam paraetnografi yang berbasis audien. Cendol dan bata merepresentasikan partisipasi aktif dari anggota forum termasuk fungsi pengawasan. Walaupun kekuasaan tetap dipegang oleh *mimin* dan *momod*, namun anggota tetap dapat memberikan kritik dan saran. Pada postingan beberapa forum yang berasal dari admin dan moderator, saya juga melihat terdapat posting jajak pendapat (*polling*) yang dilakukan terkait optimalisasi isi dan tampilan situs berdasarkan pada keinginan bersama.

Publik dan opini menjadi hal yang tidak terpisahkan dari sebuah forum, sebagai ruang publik anggota dapat mengemukakan gagasannya melalui *posting* atau memberi komentar atas postingan yang telah ada. Opini publik menjadi pembahasan dalam suatu forum. Menurut Goode (2005:11) secara etimologi opini berasal dari bahasa Latin *opinio* dan bahasa Yunani yang berasal dari kata 'doxa' yang artinya penilaian yang didasarkan pada pertimbangan berdasarkan akal. Publik merupakan diskusi politik yang sebagian besar pihak yang melakukan berada pada tataran satu kelompok,

keluarga, pertemanan dan tetangga yang digenerelasikan dalam suasana keseragaman terkait pengungkapan opini (*ibid* 2005:24). Anggota dengan berbagai klasifikasi (kaskuser, superhero sampai pertapa semprot) dan *posting* menjadi bagian dari forum internet, sebagai sebuah ruang publik yang berbasis virtual. Oleh karena itu saya memberikan istilah ruang publik virtual (*cyber public space*).

Partisipasi dalam ruang publik menurut Habermas (1989 via Beilharz 2002:218) secara politis turut berpengaruh pada pembentukan opini publik yang dibentuk oleh pribadi-pribadi yang otonom. Anggota forum merupakan pribadi yang otonom karena mereka mempunyai kebebasan penuh untuk kapan harus *online* dan *offline*. Ruang publik dalam wacana demokrasi berkaitan dengan pemisahan ruang antara yang masyarakat sipil dan negara yang bersinergi dengan aktivitas ekonomi dalam hal kepemilikan. Keuntungan finansial ada pada mimim dan momod jika pemasangan iklan dilakukan secara optimal tentunya seiring dengan banyaknya pengunjung, optimasikasi SEO (*search engine*) sampai pemasangan *Backlink*.



Gambar.7. Ukuran Reputasi dalam KASKUS

Gambar di atas adalah ukuran standar antara reputasi berdasarkan pada jumlah posting dan banyaknya cendol yang didapat oleh seorang member

terutama kaskuser. Standar semacam ini ada pada berbagai forum termasuk adsense-id dan semprot.com. Reputasi sama dengan nilai-nilai keunggulan (*previle*). Saya merepresentasikan secara kontekstual, jika sebuah forum adalah masyarakat, maka partisipasi aktif dan kontribusi seseorang menjadi pertimbangan pada pencarian orang yang dianggap mempunyai nilai lebih secara politis.

D. Penutup

Sebagai penutup dari tulisan ini saya mengajukan suatu kesimpulan bahwa internet merupakan suatu ruang publik yang tidak mengenal batas negara, etnisitas dan berbasis pada *cyberspace* yang bersifat maya dalam komunikasi asimetris. Ruang publik virtual ditawarkan oleh forum internet yang menjadi semacam tempat berkumpul atau komunitas yang di dalamnya terdapat klasifikasi keanggotaan, kuasa oleh pihak tertentu, namun semua *netizen* berhak untuk mengeluarkan pendapat dan melakukan kontrol perilaku kolektif. Artinya dalam sistem kuasa dan segmentasi keanggotaan yang ketat terdapat hak untuk partisipasi aktif dalam wacana maupun tindakan nyata.

Praktek yang bersifat spesifik dan berlangsung di dalam ketiga forum internet yakni; Kaskus, Adsense-Id, dan Semprot.com menunjukkan bahwa 'ruang publik virtual' dikontestasikan dan tidak serta merta menjadikan setiap anggota komunitas forum internet tersebut dapat berbuat semauanya sendiri. Dalam konteks inilah sebenarnya forum internet memberi alternatif lain dalam menguji perilaku kolektif setiap anggotanya dengan tentunya membangun kesepakatan-kesepakatan bersama secara demokratis.

Daftar Pustaka

Arno, Andrew. (2009). *Alarming Report: Communicating Conflict in the Daily News*. New York: Berghalm books.

Beilharz, Peter (Ed). (2002). *Teori-teori Sosial: Observasi Kritis terhadap Para Filosof Terkemuka*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Goode, Luke., (2005). *Jurgen Habermas: Democracy and The Public Sphere*. London: Pluto Press.

Hine, Christine., (2000). *Virtual Ethnography*. London, Thousand Oak, New Delhi. SAGE Publication.

Rothenbuhler, Eric W dan Coman, Mihai (eds.), (2005). *Media Anthropology*. UK: SAGE Publication.

Sutrisno, Mudji dan Putranto, Hendar. (eds.), (2005). *Teori-teori kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Sumber Internet:

Byrne, D. N. (2007). "Public discourse, community concerns, and civic engagement: Exploring black social networking traditions on BlackPlanet.com". *Journal of Computer-Mediated*

Communication, 13(1), article 16. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/byrne.html> (diakses pada 30 Juni 2013)

Wilson, Samuel M. dan Peterson, Leighton C., (2002). "The Anthropology of Online Communities". *Annual Review of*

Anthropology. Vol. 31 (2002), pp 449-467. www.jstor.org/stable/4132888. (diakses pada 28 Juni 2013)

'Sejarah KASKUS'
http://support.kaskus.co.id/about/sejarah_kaskus.html(diakses pada 12 Juni 2013)

'KASKUS Luncurkan KASKUS AD (KasAD)' <http://file-magz.com/articleevent/viewArticle/4/352>(diakses pada 30 Juni 2013)

'Pengertian dan Sejarah Berdirinya Forum Adsense-id'
<http://makalahmustaqim.blogspot.com/2012/07/pengertian-dan-sejarah-berdirinya-forum.html> (diakses pada 12 Juni 2013)

'SejarahPerkembangan Dunia Internet'
<http://www.terindikasi.com/2012/04/sejarah-perkembangan-internet-dunia.html#ixzz2Vknm9cwr> (diakses pada 6 Juni 2013)

'Home KASKUS'
<http://www.kaskus.co.id/> (diakses pada 30 Juni 2013)

'Forum Semprot'
<http://96.30.41.93/forum.php> (diakses pada 30 Juni 2013)

'Home Adsense-id'
<http://www.ads-id.com/> (diakses pada 30 Juni 2013)

'Asal Mula Adanya Emoticon'
<http://www.kaskus.co.id/thread/50863fd52675b4567b0000a/asal-mula-adanya-emoticon> (diakses pada 30 Juni 2013)

'[ASK] CARA NGASIH CENDOL atau
BATA'
[http://m.kaskus.co.id/post/510b
3d0e5a2acf466c00000e](http://m.kaskus.co.id/post/510b3d0e5a2acf466c00000e) (diakses
30 Juni 2013)

'Jual Cendol/Bata Kaskus Murah'
[http://jasacendolisikaskus.blog
spot.com/2012/05/jual-
cendolbata-kaskus-murah.html](http://jasacendolisikaskus.blogspot.com/2012/05/jual-cendolbata-kaskus-murah.html)
(diakses pada 30 1 Juli 2013)