

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Marshall Mc Luhan membagi perkembangan teknologi dalam empat fase: *Tribal Age*, *Literate Age*, *Print Age*, dan yang terakhir *Electronic Age* (Littlejohn, 1999: 341-347). Pada periode *Electronic Age* perkembangan teknologi komunikasi begitu pesat, diawali dengan munculnya telegraf, hingga yang terakhir kita kenal sekarang, yakni internet. Internet bukan saja membuka jaringan komunikasi yang lebih luas dan lebih mudah, namun juga membuka celah-celah baru bagi tumbuh kembangnya *cyberculture* (budaya siber). Bukan saja media sosial yang terus mengalami perkembangan, namun *game online* pun demikian. *Game online* bukan saja menawarkan sisi hiburan dan jaringan yang terbentuk dari sebuah komunitas, namun ada sisi lain yang menarik untuk diamati.

Di zaman sekarang, *game online* sudah tidak asing di kalangan masyarakat luas. Terbukti dengan tingginya statistik pengguna *game online*. *Game online* yang banyak diminati antara lain *Leagues of Legend*, *DotA*, *Counter Strike*, *Point Blank*, *Call of Duty*, dan masih banyak lagi. Para pengembang *game online* (*developer*) berlomba-lomba untuk membuat permainan yang menarik, mereka terus menciptakan pasar *game online*. Karakter dalam *game* yang khas dan berbeda-beda mampu menjadi daya tarik

tersendiri bagi pengguna. Selain itu tampilan grafis tentu saja menjadi nilai tambah permainan tersebut.

Statistik menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia adalah salah satu yang terbanyak di antara negara-negara ASEAN, tentu saja hal ini menjadi ladang yang menggiurkan bagi para *developer game* untuk memasarkan *gamenya*, sehingga muncul *publisher* (perusahaan yang memasarkan *game*) seperti *Gemscool* dengan *Point Blank*, *Lost Saga*, *Dragon Nest*, dan lain-lain. Ada juga *publisher Lytgame* dengan *Ragnarok Online*, *Anime Fighter*, *Cross Fire Online*, dan lain-lain. Tidak hanya itu, ada beberapa *publisher* yang cukup terkenal, seperti *Prodigy Infinittech*, *Wavegame*, *Megaxus*, *Winner Online*, *Garena*, maupun *Orangegame*. Banyaknya *publisher game* membuktikan bahwa peminat *game online* di Indonesia cukup besar.

Sampai saat ini ada sekitar 248-an judul *game* yang pernah dipublikasikan di Indonesia, namun per tahun 2015 ini hanya ada 93 judul yang masih aktif . Dalam 6 tahun terakhir kami mencatat rata rata sekitar 20 judul ditutup per tahunnya. Dari 94 judul yang masih aktif, 56% menggunakan platform PC Client, 39% menggunakan platform web dan hanya 3 persen yang menggunakan platform mobile. Mayoritas *game online* Indonesia yang dipublikasikan bergenre RPG dengan 59%, disusul oleh genre shooter 10% dan simulasi berimbang dengan casual yaitu 7%. (Baskoro, 2015)

Game online makin berkembang dengan berbagai kreativitas dengan memiliki grafis gambar yang sangat baik sehingga nyaman untuk dimainkan ditambah *gameplay* atau jalan cerita yang menarik untuk diikuti terus menerus. Di antara berbagai genre tersebut, menurut Bagas, pemain *game online* yang cukup senior mengatakan bahwa *game online* yang sangat menarik dan populer dikalangannya hingga saat ini adalah *game* yang bergenre *RPG*, *MOBA*, *Fantasi* dan *Shooter*. *Game* bergenre fantasi sangat menarik untuk dimainkan karena memiliki cerita yang sangat menarik dan menegangkan untuk diikuti sehingga membuat rasa penasaran dan memiliki karakter *game* yang bagus. *Game* bergenre *RPG* dan *MOBA* menarik karena ini merupakan permainan kerjasama tim dan pemain bisa saling berkomunikasi untuk mengatur strategi permainan. Selanjutnya *game* bergenre *RPG* dan *MOBA* memiliki karakter dan latar belakang yang menawan. Tidak hanya itu, pemain bisa membuat tim untuk bermain dengan teman-teman yang sudah dikenal. Di antara *game* tersebut di atas yang paling menarik untuk dimainkan dan paling banyak peminatnya, jika dilihat dari statistiknya adalah *game* bergenre *RPG* dan *MOBA*. Salah satu *game* yang populer sekarang ini adalah *DotA 2*. Kesuksesan *DotA 2* sebagai *game online* bergenre *MOBA* terbukti dengan 12.586.989 yang sudah mendownload *game* tersebut.

DotA 2 adalah *game* luncuran Valve, pengembang *game* asal Amerika Serikat. *DotA 2* merupakan *game* bergenre *MOBA* (Multiplayer Online Battle) atau *game real-time strategy* bernuansa *team-based* (berdasarkan

kerjasama tim) yang dimainkan bersama dengan pemain lain. Tim berisi lima pemain dan harus memilih karakter (*hero*) yang ingin dimainkan, lalu memakainya untuk mengalahkan lima *hero* yang dipilih tim lawan. Player akan memenangkan permainan jika berhasil menghancurkan *base* milik tim lawan. Sepanjang permainan, setiap tim secara otomatis akan mengirimkan pasukan yang disebut *creeps* untuk membantu menembus pertahanan musuh dan mereka akan muncul di ketiga jalur utama (*line*) pada *map*. Pada ketiga jalur tersebut masing-masing tim mempunyai *tower* yang berfungsi sebagai sarana pertahanan.

Konsep permainan DotA 2 terlihat sederhana, tetapi pengetahuan tentang *game* ini, seperti mekanisme permainan, kemampuan setiap *hero*, keterbatasan yang dimiliki, kelebihan dan kekurangan, dan cara bermain lainnya dapat membuat pemain baru kewalahan. Bisa dibilang pengetahuan bermain yang luas ini menjadi salah satu daya tarik DotA 2, dan ada banyak sekali hal yang harus dipahami sebelum mulai bermain. DotA 2 memang menampilkan tingkat kesulitan secara bertahap dan dapat dikuasai *step by step*, tapi ironisnya, pengetahuan mengenai cara bermain inilah yang biasanya menentukan apakah seorang pemain tertarik dengan DotA 2 atau malah tidak peduli sama sekali. Tantangan *game* ini adalah melewati rintangan dengan bantuan kerjasama tim.

Meskipun permainan tim, kita dapat bermain dengan pemain yang kita sudah kenal atau teman kita sendiri. Menurut Silvia (Wawancara, 10 April 2016) yang juga pemain DotA 2, kunci untuk memenangkan *game* ini adalah

komunikasi, bagaimana kita saling mengatur strategi, karena kunci utama adalah komunikasi, di sini pemain bisa berinteraksi satu sama lain untuk mengatur strategi atau cuma bertegur sapa satu sama lain.

Di dalam *game*, pemain berinteraksi layaknya orang berbicara secara tatap muka, karena melalui fitur Steam (distributor *digital gaming*) aplikasi yang digunakan untuk bermain DotA 2. Pemain DotA 2 bisa berkirim pesan dengan teman. Tidak hanya berkirim pesan, kita pun bisa *open mic* untuk mengobrol dengan teman kita layaknya bertelepon. Dari hal ini, pemain membentuk diri mereka seperti apa ketika berinteraksi, bagaimana pemain lain menilai pemain lainnya, ataupun sebaliknya. Menariknya dari permainan DotA 2 ini, kita tidak cuma bisa bermain dengan teman kita, tapi kita bisa bermain dengan orang-orang di seluruh Indonesia maupun dengan orang-orang di semua dunia. Dalam *game online* (DotA 2) adanya fasilitas chat memungkinkan para pengguna untuk berkomunikasi, bukan hanya untuk diskusi strategi, tapi juga –kadang kala- muncul adu mulut dan muncul kata-kata kasar ketika ada pemain lain bermain buruk. Namun akan berbeda cerita ketika seseorang bermain dengan temannya sendiri, mereka saling berkomunikasi untuk mengatur pertandingan, mulai dari memilih hero yang akan dipilih sebelum melakukan permainan dan strategi waktu permainan dimulai.

Selain komunikasi antar pemain, pengetahuan tentang DotA 2 seperti mekanisme permainan, kemampuan setiap hero, keterbatasan yang dimiliki, kelebihan dan kekurangan, dan cara bermain lainnya adalah hal yang perlu

dikuasai. DotA 2 memang menampilkan tingkat kesulitan secara bertahap dan dapat dikuasai *step by step*, pengetahuan mengenai cara bermain inilah yang biasanya menentukan apakah seorang pemain tertarik dengan DotA 2 atau malah tidak peduli sama sekali. Pemain harus mempelajari hal-hal dasar seperti cara bermain di *lane*, melakukan *last hit*, atau mencoba taktik *ganking*. Itu baru sebagian kecil saja, karena Dota 2 penuh dengan detail-detail permainan yang sangat kompleks dan butuh waktu untuk dikuasai sepenuhnya. Pasalnya, pertarungan menjadi hal yang kompleks, intens, dan menguji seluruh keahlian milik pemain.

Daya tarik Dota 2 secara umum adalah tantangan untuk melewati rintangan dengan bantuan dan kerjasama tim, baik berupa teman atau pemain lain yang tidak kita kenal. Tidak ada *game* lain yang menawarkan kepuasan bermain seperti DotA 2; baik saat kalian menghabiskan waktu 20-30 menit untuk *farming*, *ganking*, mengatur siasat bertarung, dan lain sebagainya, sampai berlanjut pada pertarungan besar untuk menentukan tim manakah yang akan menjadi pemenang.

Menurut Bagas (Wawancara, 15 April 2016) pemain DotA 2, karena pengetahuan tentang DotA 2 harus mendalam dan pemain pasti membutuhkan kemenangan, karena setiap kemenangan dalam permainan itu ada harganya. Dalam *game* DotA 2 ada 2 tipe *match* (pertandingan) yang bisa kita pilih, yaitu *normal* dan *ranked*. Di setiap memainkan permainan di *normal match*, ketika kita memenangkan permainan kita mendapatkan *exp* (poin) untuk menaikkan level DotA dan mendapatkan *item drop*, untuk *item*

drop ini bergantung *chance* (kesempatan), jadi permainan di *normal match* menang ataupun kalah kita mungkin mendapatkan *item drop*, untuk masalah *item drop* dijelaskan lebih lanjut di blog resmi DotA 2. Lalu, di *ranked match*, ketika memainkan permainan sama halnya ketika kita bermain di *normal match*, tapi yang membuat beda kita adalah MMR (*Match Making Ratio*) +25 ketika menang dan -25 ketika kita kalah permainan.

MMR adalah angka yang memperkirakan kemampuan seorang pemain. Semakin tinggi nilai MMR-nya, semakin tinggi kemampuan yang dimilikinya. Sistem penentuan MMR DotA 2 sudah sangat akurat sehingga seorang pemain bisa dengan yakin mempercayai nilai tersebut untuk mengetahui tingkat kemampuannya dibandingkan dengan pemain lain. Jadi, melalui MMR ini skill dan pengetahuan pemain tentang DotA 2 diukur. Dari wawancara dengan salah seorang pemain sekaligus anggota komunitas Dota2 di Yogyakarta, Bagas. Ia menuturkan bahwa MMR menentukan skill dan pengetahuan tentang Dota, maka kebutuhan permainan DotA 2 yang cukup bukan hanya permainan sendiri namun tim, karena dengan bermain tim bisa meningkatkan kemampuan, baik individu maupun tim itu sendiri. Seperti yang dituturkan Bagas

“bermain sendiri tidak akan membuatku berkembang, maka aku harus bermain dengan orang-orang yang jago juga supaya aku bisa tahu bagaimana cara mereka bermain. Dari itu saya ikut bergabung dengan *Fans Page* DotA 2 di media sosial dan ikut bergabung di komunitas untuk mendapatkan informasi seputar permainan DotA 2, bagaimana cara untuk membangun kerjasama dalam tim dan juga untuk menambah teman. Sama halnya dengan Silvia, dia mengikuti komunitas DotA 2 untuk menambah informasi dan menambah teman, karena melalui

komunitas kita bisa bertemu dengan berbagai tipe orang”.
(Bagas, Wawancara, 15 April 2016)

Selain itu, permainan DotA 2 sama dengan permainan *game online* lainnya yang memiliki kompetisi, baik itu di daerah tersendiri ataupun internasional. Kompetisi ini memiliki hadiah yang cukup besar untuk sebuah kemenangan tim. Maka dari itu pemain, membentuk sebuah tim yang kuat. Tim ini bisa saja teman yang sudah kenal satu sama lain, ataupun tim yang mewakili sebuah komunitas. Terkadang sesama teman mengadakan “uji coba” untuk belajar mengatur strategi ataupun mengenali setiap *skill* hero untuk mempersiapkan ke turnamen atau kompetisi. Sama halnya di komunitas, biasanya bermain antar pemain untuk mengetahui kemampuan setiap anggota komunitasnya. Tidak hanya untuk bermain bersama, biasanya hanya untuk bertemu atau sama-sama sedang dengan jenuh dengan kegiatan yang lainnya.

Komunitas DotA 2 terbentuk karena adanya interaksi dan komunikasi yang terjadi antar pemain DotA 2. Pemain yang saling berinteraksi membentuk ruang lingkup baru untuk saling berbagi seputar DotA 2 dan mengakrabkan diri lagi ataupun untuk kontribusi mereka mengikuti kompetisi-kompetisi yang ada. Interaksi antar pemain yang membentuk pola perilaku mereka bermain. Interaksi dalam komunitas secara tidak langsung akan membangun identitas akibat konstruksi atas dirinya sendiri. Seperti ketika para pemain bekirim pesan saat bermain *game* dan saat bertemu di komunitas. Wood dan Smith menyatakan bahwa identitas merupakan konstruksi kompleks bagi diri, dan secara sosial terkait dengan bagaimana kita

beranggapan terhadap diri kita sendiri dan bagaimana kita mengharapkan pandangan atau stigma orang lain terhadap kita dan bagaimana orang lain itu mempersepsikannya (Wood dan Smith dalam Nasrullah, 2014:143). Interaksi yang terjadi saat bermain *game* juga menimbulkan kelompok sosial dimana antara pemain saling mendukung untuk kemenangan sebuah tim dan juga ada dimana interaksi para pemain yang saling menjelekkkan cara bermain yang dianggap kurang menguntungkan tim.

Pola komunikasi pengguna *game online* DotA 2 di komunitas menarik untuk dikaji, mengingat budaya ruang siber menciptakan identitas yang cair, para pengguna *game online* bebas untuk berinteraksi dengan siapa pun. Interaksi antar pemain terjalin secara intens dalam ruang siber, meski dalam dunia nyata mereka jarang sekali atau bahkan tidak pernah berinteraksi secara langsung. Interaksi ini yang membuat antar para pemain membentuk sebuah komunitas *game online*.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pola komunikasi pengguna *game online* DotA 2 di komunitas *game online* DotA 2 di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi pengguna *game online* DotA 2 di komunitas *game online* DotA 2 di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bisa memperkaya kajian studi etnografi virtual dalam melihat fenomena *cyberspace* terutama *game online*.

2. Manfaat praktis

Memberi tambahan pemikiran serta pengetahuan di dalam kajian media baru agar dapat menjadi bahan referensi dalam melihat fenomena *cyberspace* terutama *game online*. Serta memberikan pengetahuan yang lebih tentang *game online*, supaya orang tua atau keluarga tidak khawatir akan anggota keluarganya bermain *game online*.

E. Kerangka Teori

1. Ruang Siber

Jauh-jauh hari, Marshall McLuhan melalui *Understanding Media: Extension of A Man* (1964) memperkenalkan konsep *Global Village* (desa global). Pemikiran McLuhan ini didasarkan atas perkembangan teknologi yang kian maju, bukan hanya informasi yang kian terbuka, namun terlebih lagi dengan kehadiran ruang virtual bernama internet, ruang dan waktu bukan lagi halangan dalam berkomunikasi. Manusia hidup dalam jaringan yang memudahkan penyebaran komunikasi dan interaksi menjadi kian cepat.

Ruang Siber atau *cyberspace* pertama kali digunakan oleh William Gibson dalam novel fantasi ilmiahnya *Neuromancer* yang terbit pada

1984. Novel ini menggambarkan sang hero menghubungkan komputer secara langsung dengan otaknya. Dia menggambarkan pengalamannya tentang cyberspace sebagai halusinasi bersama yang dialami setiap hari oleh milyaran operator resmi, di setiap negara. Kompleksitas yang amat rumit. Berkas-berkas cahaya yang bertebaran di alam pikiran. Oleh anak-anak yang diajarkan tentang konsep matematis. Seperti cahaya kota, redup-redup (Andri, 1997:4).

Secara umum, Howard Rheingold mendefinisikan cyberspace sebagai sebuah ruang konseptual di mana kata-kata, human relations, data-data dan sebagainya dimanifestasikan oleh individu dengan menggunakan *Computer mediated Communications* (CMC) (Rheingold dalam Strate, 1996:4). CMC menurut Chesebro dan Bonsall adalah setiap bentuk dari interaksi atau komunikasi antara manusia dengan komputer dalam derajat dimana komputer atau pengguna berada dalam kontrol (menggunakan program komputer untuk melakukan input, berbagi, mencari, memanipulasi, menghasilkan output dan mentransmisikan informasi) (Rheingold dalam Strate, 1996:6).

Cyberspace tidak identik dengan CMC, namun lebih pada pada konteks di mana komunikasi berlangsung. Tak sama dengan jaringan komputer, namun cyberspace adalah sebuah ruang yang diciptakan melalui jaringan komputer tersebut. CMC sebagai sebuah jaringan yang terhubung untuk berkomunikasi dan berinteraksi memiliki dua bentuk, yaitu Asynchronous dan Synchronous. Asynchronous adalah bentuk yang

memungkinkan pesan dapat disimpan dan tak harus dikonsumsi pada saat pesan itu diterima. Misalnya e-mail. Sedangkan Synchronous adalah bentuk yang memungkinkan teks diterima secara langsung. Misalnya adalah chat.

Di dalam ruang siber semua orang bisa terhubung dengan bantuan internet sebagai medianya, itu memudahkan orang-orang untuk berkomunikasi satu sama lain. Tidak hanya itu orang-orang berinteraksi satu sama lain yang saling berjauhan. Sekadar berbagi, bersapa satu sama lain, ataupun berbagi seputar hal yang sama seperti kesamaan hobi, alumni sekolah, ataupun ketika baru pertama kali bertemu di dunia siber. Ketika ada satu hal yang sama, terkadang orang-orang membentuk forum, group, ataupun komunitas untuk saling berbagi.

Kitchin (1998) sebagaimana dikutip oleh Christine Hine dalam bukunya *Virtual Ethnography* (2000:5-7) memaparkan efek dari *cyberspace* ke dalam tiga karakteristik: pertama, mengubah peran waktu dan ruang; kedua, mengubah pola komunikasi dan peran komunikasi massa ; ketiga mempertanyakan dualisme seperti yang nyata dan yang virtual, kebenaran atau fiksi, keotentikan atau produksi, peran teknologi dan natural, atau representasi dan realitas.

2. Video Game

Telah disebutkan bahwa *video game* muncul pertama kali pada tahun 1958, yang ditandai dengan hadirnya *game Tennis for Two*. Setelah judul tersebut, Steve Russel dari Massachusetts Institute of Technology

(MIT) menciptakan *game* komputer berjudul “*Spacewar!*”. Ternyata, judul *video game* buatannya bisa terkenal dan berhasil dinobatkan sebagai *game* komputer pertama yang paling berpengaruh. Setelah Steve Russel, Ralph Baer menjadi pionir dalam perkembangan teknologi perangkat *video game* yang bisa disambungkan dengan televisi, atau disebut *console game* pada tahun 1966. *Video game* lalu menjadi sebuah industri besar pada tahun 1976, dengan munculnya perusahaan-perusahaan besar seperti, *Atari*, *Taito*, dan *Namco* (Steven Malliet and Gust Ed Meyer dalam Yuwono, 2015:133).

Perkembangan *video game* tidak bisa lepas dari unsur teknologi yang membantunya. Hasil perkembangan *microchip* dan industri komputer yang sangat cepat (dan juga banyaknya para jenius teknologi industri *game* yang tumbuh subur di Jepang), adalah rangkaian inovasi dan perkembangan yang begitu pesat.

Perkembangan *microchip* pada periode 1970-an telah membantu membawa mesin permainan ke rumah-rumah, sistem permainan genggam (*handheld system*), dan konsol *game* rumahan (*home game console*). Lalu diikuti oleh *game* komputer personal (PC *game*), dimulai dengan peluncuran NES hibrida PC/konsol di Jepang pada tahun 1987. Pada awal tahun 1990-an, komputer *game* yang berbasis CD-ROM dikenal dan cukup sukses. *Doom* (1993) dan *Myst* (1994) adalah beberapa dari *game* komputer yang populer. *Doom* mengisyaratkan adanya pengembangan yang segera akan terjadi pada *game* karena *game* ini dapat dimainkan

melalui LAN (*local area Networks*), atau jaringan komputer wilayah lokal, yang biasanya berada dalam satu gedung, yaitu *game* interaktif yang dapat dimainkan oleh beberapa orang melalui jaringan komputer. *Game* ini juga merupakan *game* perspektif orang pertama, para pemain “membawa” senjata, dan semua aksi dalam *game* dilihat melalui pandangan mata mereka (Manalu, 2008:357-358).

Hadirnya *web browser* mendukung popularitas *video game*. Penggemar *game* dari berbagai belahan dunia dapat saling bertukar informasi mengenai *video game* favorit mereka. *Video game* dikategorikan sebagai media baru, selain karena waktu awal kemunculannya dan perkembangan teknologinya, media ini juga mengajak penggunanya untuk senantiasa aktif memberi respons terhadap *game* tersebut. Hal ini berbeda dengan televisi dan radio dimana *feedback* yang kita berikan cenderung lebih lambat, atau harus memakai media lain seperti surat untuk menyampaikan satu respons.

Kini, interaksi yang bisa dilakukan tidak hanya sebatas pemain dan karakter dalam *video game*. Dahulu internet hanya sebatas media untuk berbagi informasi antar penggemar *video game*. Kini, melalui integrasi internet, sebuah *game* bisa mengajak pemain bermain dengan pemain lain di tempat yang berbeda, bahkan dengan perangkat yang berbeda. ini yang dimaksud dengan *game online*. Adanya integrasi *game* dengan situs jejaring sosial membuat pemain bisa memberitahu teman-teman di

akunnya tentang perkembangan dan capaian yang ia peroleh selama bermain (Yuwono, 2015:134).

Game online atau permainan yang menggunakan jaringan internet ini menjadi sangat populer. Berbagai genre *game online* ditawarkan oleh pembuat *game* untuk memuaskan pemain. Dunia *game* sangat bebas untuk dibentuk-bentuk oleh para pembuatnya. Mereka bisa membuat dunia yang murni fantasi, atau menawarkan *game* yang bisa berinteraksi layaknya di dunia nyata. Dunia alternatif yang ditawarkan oleh berbagai *video game* ternyata dibuat tanpa suatu rancangan atau iseng belaka. Ada banyak pertimbangan dan keputusan yang pada akhirnya satu *game* memiliki nilai-nilai tertentu, bahkan bersifat propaganda (Yuwono, 2015:145).

Game online memiliki daya tersendiri untuk membuat pemain betah bermain, seperti jalan cerita yang membuat rasa penasaran, karakter *game*, grafis yang bagus, kemenangan dari sebuah tim, dan yang paling membedakan *game online* adalah pemain *game online* bisa saling berkomunikasi dengan pemain lainnya yang berada di tempat yang berbeda.

3. Komunitas Virtual

Berkembangnya media komunikasi baru, terutama internet, telah mentransformasikan pula bagaimana interaksi di antara individu sebagai entitas yang pada kenyataannya membawa fenomena sosial yang baru dan berbeda dari yang selama ini dipahami. Internet menjadi menjadi tempat

virtual di mana para individu bekerja sama dan berinteraksi sampai pada pelibatan terhadap emosi secara virtual (Rheingold dalam Nasrullah, 2014:148).

Dalam Jaringan komputer memungkinkan orang untuk membuat berbagai ruang sosial baru di mana untuk bertemu dan berinteraksi satu sama lain. Alih-alih orang berbicara dengan mesin, jaringan komputer yang digunakan untuk menghubungkan orang-orang (Wellman, 1996). Di dunia maya interaksi ekonomi, komunikasi, dan koordinasi berbeda dibandingkan ketika bertatap muka. Perubahan ini membuat ribuan jarak percakapan dan pertukaran antara kelompok yang berjauhan menjadi praktis dan nyaman (Smith, 1999:3).

Penggunaan jaringan media interaksi seperti email, chatting, dan sistem konferensi seperti Usenet, orang-orang bisa membuat ribuan grup untuk membahas berbagai topik, bermain *game*, menghibur satu sama lain, dan bahkan bekerja pada berbagai proyek kolektif yang kompleks (Smith, 1999:3).

Dari itu terbentuklah komunitas virtual, komunitas virtual merupakan agregasi sosial yang mengambil bentuk di dalam internet di mana semua orang membawa persoalan untuk didiskusikan dalam waktu yang lama, melibatkan perasaan atau pemikiran penggunanya dengan relasi yang dibentuk di ruang siber (Rheingold, 1993:3). Wood dan Smith menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan komunitas virtual adalah

saling berbaginya kesepahaman di antara pengguna yang terhubung melalui lingkungan yang termediasi komputer (Wood & Smith, 2005:233).

Dari beberapa pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunitas virtual adalah kumpulan pengguna yang memiliki kesamaan tertentu dan terbentuk melalui media ruang siber serta hubungan yang terjadi di antara mereka termediasi melalui internet dalam waktu yang lama dan seiring dengan perjalanan waktu interaksi ini memunculkan semacam “rasa” di antara para pengguna tersebut. Inilah dua kata kunci dalam melihat komunitas virtual, yakni komunikasi dan rasa (*feeling*) (Nasrullah, 2014:149).

Terkait dengan hal tersebut, Cantoni dan Tardini (2006:161) menyebutkan setidaknya ada beberapa syarat yang diperlukan untuk suatu komunitas virtual, yakni: (1) lingkungan atau tempat untuk terjadinya komunikasi-interaksi, (2) relasi di antara anggota terjadinya dan dikelola secara elektronik atau *online*, (3) rasa kepemilikan atau kesadaran anggota sebagai bagaikan dari komunitas tersebut, (4) struktur internal yang ada di komunitas, dan (5) ruang simbolik yang saling berbagi yang dipresentasikan dengan adanya aturan, nilai, norma, sampai pada ketertarikan.

Terkait dengan teknologi di media siber, pada dasarnya komunitas virtual bisa dibedakan menjadi dua jenis. Perbedaan ini dilihat dari bagaimana transformasi komunitas itu terkait penggunaan ruang siber. *Pertama*, komunitas virtual yang terbentuk karena terjadinya komunikasi

termediasi komputer. Para pengguna pada dasarnya saling bertemu dan berkomunikasi untuk pertamanya kalinya melalui media siber. Letak geografis atau perbedaan demografis menjadi cair, dan satu-satunya kesamaan yang ada di antara pengguna ini yaitu teknologi internet memfasilitasi pengguna untuk maksud yang sama.

Kedua, komunitas virtual terbentuk dari penjelmaan komunitas dunia nyata, dan komunitas ini menggunakan media siber untuk melanjutkan laju komunitasnya di dunia virtual. Akhirnya, komunitas model ini sudah terbentuk sebelum mereka bersentuhan dengan media siber. Sudah ada norma, nilai, bahkan struktur yang dibuat di *offline* yang kemudian semua itu diwujudkan melalui komunikasi termediasi komputer (Nasrullah, 2014:151).

Komunitas virtual yaitu sebagaimana adanya komunitas yang hadir secara fisik di tengah-tengah masyarakat, hanya saja ia mengambil medium di media siber. Komunitas dan anggotanya di dalamnya secara riil tentu melakukan kerja sama, saling berinteraksi dengan sesama, dan menjadikan komunitas sebagai ikatan yang mendamaikan (Rheingold, 1995). Satu-satunya yang virtual yaitu mediumnya dan itu karena individu menggunakan perangkat teknologi atau komputer yang menghubungkan di antara entitas komunitas tersebut. penting ditekankan di sini untuk memperkuat jalinan satu komunitas virtual, Rheingold menegaskan bahwa relasi yang terjadi di dunia virtual hendaknya dibawa juga ke dunia riil atau nyata (Nasrullah, 2014:153).

4. Identitas

Bagi Erving Goffman dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life* (1959/1990), bahwa setiap individu pada kenyataannya melakukan konstruksi atas diri mereka dengan cara menampilkan diri (*self performance*). Namun penampilan diri ini pada dasarnya dibentuk atau untuk memenuhi keinginan audiensi atau lingkungan sosial, bukan berasal dari diri dan bukan pula diciptakan oleh individu itu sendiri. Sehingga identitas yang muncul yakni penggambaran apa yang sebenarnya menjadi keinginan dan guna memenuhi kebutuhan pengakuan sosial, meski dalam banyak hal ekspektasi yang datang dari lingkungan sosial atau “*established social role*” seiring kali berlawanan dengan kehendak pribadi (Goffman dalam Nasrullah, 2014:142).

Selanjutnya Andrew Wood dan Matthew Smith (2005:52-57) mengatakan bahwa identitas merupakan konstruksi yang kompleks bagi diri, dan secara sosial terkait dengan bagaimana pula kita beranggapan terhadap diri kita sendiri dan bagaimana pula kita mengharapkan pandangan atau stigma orang lain terhadap kita dan bagaimana orang lain itu mempersepsikannya. Bahkan penggambaran diri atau *sel-performance* merupakan upaya individu untuk mengkonstruksikan dirinya dalam konteks *online* melalui foto atau tulisan sehingga lingkungan sosial mau menerima keberadaan dan memiliki persepsi yang sama dengan individu ini.

Di internet pada dasarnya komunikasi dan atau interaksi yang terjadi memakai medium teks, secara langsung hal ini akan memengaruhi bagaimana seseorang mengkomunikasikan identitas dirinya di kehidupan virtual (*virtual life*) dan setiap teks menjadi semacam perwakilan dari setiap ikon diri dalam penampilan diri. Dalam interaksi tatap muka seseorang akan memahami gambaran identitas diri orang lain melalui gender, ras, pakaian, dan karakter nonverbal lainnya. Namun, beberapa karakteristik ini sulit muncul dalam interaksi virtual, teknologi internet menawarkan fasilitas untuk menyembunyikan beberapa petunjuk atau karakteristik tertentu yang tidak ingin ditampilkan dan diketahui publik.

Sementara menurut Tim Jordan (1999:60) ada dua kondisi yang bisa menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam interaksi di internet, yaitu (1) Untuk melakukan koneksitas di *cyberspace* setiap orang harus melakukan *log in* atau melakukan prosedur tertentu seperti menulis *username* dan *password* untuk membuka akses ke *e-mail*, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya. Ketika prosedur ini dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam “ruang pribadi” di mana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu itu, atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*), (2) Memasuki dunia virtual kadang kala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu itu mengidentifikasi atau mengkonstruksikan dirinya di dunia virtual. Misalnya, memilih nama (*username*), menulis deskripsi diri di dalam

biografi, dan lain-lain. Setiap individu di media siber mempunyai kemampuan tanpa batas mengkreasikan dirinya di dunia virtual, dan hasil dari kreasinya itulah yang mewakili individu dalam memainkan perannya serta berinteraksi di internet. Pemilihan untuk membuka identitas secara jujur dengan untuk membuat identitas palsu merupakan pilihan yang bisa di ambil.

Wood dan Smith memaparkan tiga tipe identitas dalam berinteraksi di internet, yakni *anonymity*, *pseudonymity*, dan *real-life identity* (2005: 63-67). *Anonymity* atau anonim merupakan bentuk baru identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki. Pada *pseudonymity*, identitas asli mulai kabur dan bahkan menjadi palsu, meski dalam beberapa hal ada representasi yang bisa menunjukkan hal ada representasi yang bisa menunjukkan identitas asli seseorang. Terakhir, *real life-identity* menunjukkan siapa sebenarnya individu itu, representasi individu tidak ada yang disembunyikan.

Tim Jordan membagi tingkatan identitas yang ada di ruang siber menjadi tiga kekuatan dasar individu di dunia siber, yaitu *identity fluidity*, *renovated hierarchies*, dan *information as reality* (1999:62-87). *Identity fluidity* bermakna satu proses pembentukan identitas secara *online* atau virtual, dan identitas yang terbentuk ini tidaklah mesti sama atau mendekati dengan identitasnya di dunia nyata (*offline identitas*). Adapun *renovated hierarchies* yaitu proses di mana hierarki yang terjadi di dunia nyata (*offline hierarchies*) direka bentuk kembali menjadi *online*

hierarchies. Bahkan Tim Jordan mendefinisikan istilah ini dengan *anti-hierarchies*. Hasil akhir dari *identity fluidity* dan *renovated hierarchies* inilah yang selanjutnya menjadi *informational space*, yakni informasi yang menggambarkan realitas yang hanya berlaku di dunia virtual.

Penampilan diri secara *online* diutarakan oleh Wood dan Smith sebagaimana individu menggunakan medium teknologi internet melalui teks yang merepresentasikan bagaimana gambaran individu dipersepsikan oleh individu lainnya (2005: 56). Wood dan Smith memaparkan bagaimana individu menampilkan dirinya terhadap individu lain. Bahwa perkembangan teknologi internet memberikan perbedaan interaksi di mana individu bisa menyembunyikan informasi identitasnya dan menampilkan aspek karakteristik nonverbal mana saja yang diinginkan olehnya. Salah satu alasan mengapa individu memilih identitas mereka yang berbeda di internet, karena identitas mereka di dunia nyata tidaklah mendapatkan tempat dalam kehidupan sosial mereka (Wood dan Smith, 2005:59). Gambaran diri dimungkinkan karena interaksi yang terjadi di *online* berdasarkan pada teks. Setiap individu mengenali individu lainnya menggunakan teks dan bukan ada karakteristik nonverbal seperti ras, gender, bentuk wajah, warna kulit, dan pakaian yang dikenakan seperti dalam komunikasi tatap muka.

5. Etnografi Virtual

Etnografi komunikasi secara ilmiah membahas bahasa, komunikasi, dan kebudayaan dalam satu konteks dan pada satu kelompok masyarakat

tertentu. Sehingga etnografi komunikasi tidak hanya membahas kaitan antara bahasa dan komunikasi saja, atau kaitannya antar bahasa dan kebudayaan, melainkan membahas ketiganya secara sekaligus (Kuswarno, 2008:29).

Membahas bahasa, komunikasi dan kebudayaan, sama artinya dengan mencoba memahami proses interpretasi manusia, sebagai makhluk simbolik. Memahami interpretasi manusia, berarti juga memfokuskan perhatian pada studi tindakan manusia dan artefak yang tersituasikan secara sosial (Mulyana, 2001:158). Sedangkan tindakan manusia terbatas pada tindakan yang kasa mata saja, melainkan meluas kepada motif dan tujuan mengapa manusia memilih untuk berperilaku tertentu. Manusia makhluk yang *real* sekaligus *unreal*, tindakan atau perilaku yang ditampilkan belum tentu mencerminkan siapa diri yang sebenarnya. Oleh karenanya, memahami manusia akan lebih tepat melalui pemahaman dunia simbolik yang dimilikinya melalui proses interpretasi (Kuswarno, 2008:30).

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Mulai cara berfikir, cara merasa dan cara berperilaku sangat terasa sekali “sentuhan” teknologi. Hingga manusia tak tersadarkan, bahwa apa yang selama ini ia kreasikan telah berbalik menyanderanya (*technology determinism*). Kondisi ini tidak lain disebabkan kuatnya kesalahan substansi dalam memahami teknologi. Meski diakui ada sedikit kesalahan substansi dalam memahami teknologi,

yang hanya dibatasi pada sesuatu yang sifatnya mekanis. Padahal, teknologi yang berasal dari kata *texere*, lebih dimaknai sebagai *effort to built of knowledge*, yang artinya upaya manusia membangun kemampuan berfikirnya. Dalam konteks ini, harusnya penggunaan teknologi (ICT) diarahkan untuk menumbuhkembangkan kemampuan berfikir substansi manusia dalam memecahkan berbagai problema melalui alat (mesin) yang diciptakannya, dan menunaikan berbagai solusi alternatif berbasis teknologi (Arif, 2012).

Kehadiran teknologi informasi dan komunikasi diakui telah mendinamisasi kehidupan manusia. Penggunaannya semakin meningkat dari waktu ke waktu, terlebih dengan hadirnya media baru yang mampu mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi secara cepat. Rogers (1986) mengidentifikasi tiga karakter utama yang menandai hadirnya teknologi informasi dan komunikasi baru tersebut. Tiga karakter tersebut adalah, (1) *interactivity*, yaitu kemampuan media dalam menginteraksikan penggunanya layaknya ia berinteraksi (berkomunikasi) secara *face to face*. (2) *de-massfication*, yaitu kebalikan dari sistem pengelolaan media massa yang mengedepankan sentralisasi produk pesan. (3) *Asynchronus*, yaitu lebih mengarah pada kehendak pengguna dalam mengirimkan dan menerima pesan dari manapun (Rogers dalam Arif, 2012). Melalui media baru ini, berarti kemampuan manusia satu dengan manusia lainnya melalui instrumen yang bernama teknologi informasi dan komunikasi, telah mengubah pola komunikasi manusia secara fundamental

(*mass self communications*). Perubahan pola komunikasi itu, jelas tak bisa dilepaskan dari sifat “alamiah” teknologi informasi dan komunikasi. Ketika ia hadir, ketika itu pula, ia mengubah pola kehidupan manusia, termasuk pola komunikasinya.

Pola komunikasi pengguna di ruang siber merupakan bagian dari konstruksi presentasi dirinya di hadapan pengguna lainnya. Ini tercermin dari penggunaan *avatar* ataupun melalui pesan atau simbol yang diunggahnya. Dalam kaitan ini Jones (1999) melihat ada lima strategi atau tujuan yaitu, (1) *ingratiation*, keinginan untuk disukai, yang tercermin dari apresiasi yang dilakukan pengguna lain, (2) *competence*, keinginan agar dianggap terampil dan berkualitas yang tercermin dari keinginan untuk tampil terbaik melalui pikiran atau karya yang ditampilkan, (3) *intimidation*, keinginan untuk memperoleh kekuasaan, yang tercermin dari ekspresi ketidaksukaan atau kesukaannya terhadap sesuatu dengan menggunakan kata-kata tertentu, (4) *exemplifacation*, keinginan untuk dianggap lebih unggul secara moralitas yang tercermin dari penggunaan kata/kalimat yang menunjukkan dirinya seorang moralis, dengan menyampaikan kritik atau himbauan, (5) *supplication*, upaya menampilkan diri sebagai sosok yang perlu dikasihani. Tercermin dari penggunaan kata/kalimat yang cenderung “berkeluh kesah” (Jones dalam Arif, 2012).

Oleh karena itu, Hine (2000) menyodorkan pendekatan dalam melihat realitas atau fenomena yang terjadi di ruang siber melalui dua aspek, yakni *culture* dan *culture artefac*. Sebagai suatu *culture*, pada

awalnya model komunikasi yang terjadi di internet merupakan model komunikasi sangat sederhana bila dibandingkan dengan model komunikasi secara langsung. Ini terjadi karena generasi awal internet hanya digunakan untuk pesan-pesan menggunakan teks atau simbol dan yang secara langsung dapat dipahami oleh kedua belah pihak.

Berbeda dengan perkembangan internet dan ruang siber pada saat ini, komunikasi terjadi juga melibatkan teks secara lebih luas (misalnya *emoticon*), suara, visual, dan bahkan komunikasi termediasi komputer telah menggabungkan semua aspek itu. Juga, internet merupakan konteks institusional maupun domestik di mana teknologi ini juga menggunakan simbol yang memiliki makna tersendiri, dan sebagai suatu bentuk “*metaphorical*” yang melibatkan konsep baru terhadap teknologi dan hubungannya dengan kehidupan sosial. Berbagai bentuk sosial ini memproduksi suatu objek (budaya) yang dikenal dengan “internet”. Artinya, istilah internet tidak hanya sebatas pada pengertian teknologi yang menghubungkan antar komputer semata, tetapi juga terkadang di dalam istilah ini terkandung fenomena sosial sebagaimana yang terjadi dalam interaksi antar-individu secara *offline*.

Model selanjutnya yang disodorkan Hine yaitu, internet sebagai artifak kebudayaan (*cultural artefac*). Menurut Hine, internet tidak hanya bisa dipahami sebagai sekumpulan komputer yang berinteraksi dengan bahasa komputer itu sendiri. Kata ‘internet’ bisa didenotasikan sebagai seperangkat program komputer yang memungkinkan pengguna untuk

melakukan interaksi, memunculkan berbagai macam bentuk komunikasi, serta untuk bertukar informasi. Perkembangan program seperti *e-mail*, IRC, *buletin Board*, MUDs, video konferensi, *World Wide Web*, dan kemunculan *game online* dimana di dalam *game online* pengguna bisa berinteraksi dengan sesama pengguna dari berbagai tempat (Hine dalam Nasrullah, 2014:170).

Berkaitan dengan *game online*, beberapa kajian yang bisa dilakukan terhadap etnografi virtual antara lain, interaksi pengguna *game online*, identitas, pola komunikasi, perilaku pengguna *game online*, serta komunitas *game online* yang terbentuk.

Sebagai suatu kultur dan artefak kultural, *cyberspace* atau dunia siber bagi peneliti etnografi virtual bisa mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet. Identitas, komunitas, pola komunikasi, dan perkembangan teknologi internet memang merupakan isu utama yang sering dibahas selama ini.

Hine membahas tentang pemikiran etnografis yang sangat berguna dalam mengembangkan pendekatan alternatif untuk mempelajari internet, yaitu (1) *Ethnography and the face-to-face*, etnografi secara tradisional mensyaratkan bahwa interaksi tatap muka adalah yang paling sesuai. Ini menyangkut apakah (identitas) individu yang dijadikan subjek dalam penelitian etnografi virtual merupakan subjek yang “*real*” dan bukan subjek yang “*virtual*”. Apakah konstruksi identitas yang dilakukan oleh pengguna internet merupakan identitas “*online*” yang menggambarkan

kehidupan “*offline*” mereka. (2) *Text, technology and reflexivity*, pada bagian sebelumnya, Internet digambarkan sebagai sebuah situs untuk interaksi, meskipun memerlukan komunikasi tatap muka, masih beberapa pengertian etnografis yang tersedia. Argumen ini didasarkan pada asumsi bahwa apa yang terjadi di dalam Internet adalah interaksi sosial. Dunia maya sebenarnya terdiri dari teks, bukannya interaksi. Tidak ada perbedaan yang tetap antara dua konsep ini. Perbedaan ini berguna untuk mengeluarkan ide-ide tentang apa yang merupakan dan mencirikan dua fenomena ini. Interaksi cenderung dianggap sebagai yang melibatkan dari pihak yang terlibat dan pertukaran perspektif yang mengarah ke pencapaian pemahaman antara mereka yang terlibat. (3) *The making of ethnographic objects*, Hine menegaskan bahwa selain melakukan penelitian secara *online* peneliti juga diharapkan dapat bertemu dengan subjek penelitiannya secara langsung, dalam konteks ini bisa menggunakan media internet itu sendiri seperti *e-mail*, halaman facebook, atau konferensi video melalui Skype. Hal ini dilakukan untuk memverifikasi informasi yang diberikan dan memastikannya dengan kehidupan *offline* subjek (Hine, 2000:41-62). Karena berada dalam hubungan yang asimetris, Hine memformulasikan autentisitas sebagai korespondensi yang terjadi antara peneliti dan identitas yang tampak dalam interaksi di internet serta penampakan baik yang terjadi secara *online* maupun *offline*.

Karenanya, Hine menjabarkan beberapa prinsip-prinsip ketika melakukan penelitian terhadap etnografi virtual (2000:63-54), yaitu: (1) Etnografi virtual mempertanyakan asumsi yang sudah berlaku secara umum tentang internet. Oleh karena itu peneliti hendaknya menginterpretasikan sekaligus reinterpretasikan internet sebagai satu cara sekaligus medium yang digunakan untuk berkomunikasi. (2) Perbedaan dengan kehidupan nyata dan fenomena yang muncul dari interaksi *face-to-face*, internet merupakan lapangan yang sangat kompleks dan relasi yang terjadi berdasarkan pada konteks apa yang digunakan termasuk terhadap penggunaan teknologi. Sehingga ketika meneliti internet, maka semestinya menempatkan internet sebagai satu kultur dan artifak kultural. (3) Internet mengubah pemahaman tentang 'lokasi' penelitian. Internet merupakan tempat interaktif dan selalu bergerak, sehingga lebih tepat dalam pendekatan etnografi untuk melihat bagaimana tempat virtual di internet itu dibuat dan dibuat kembali. (4) Konsekuensi dari gagasan tentang 'lokasi' tersebut memunculkan pertanyaan yang serius. Sebab dalam etnografi kultur serta komunikasi bisa diidentifikasi dalam lapangan atau lokasi yang nyata. Hine menawarkan solusi bahwa penelitian dilepaskan dari pemahaman umum terhadap lokasi dan batas-batas, melainkan memfokuskan diri pada arus dan koneksitas antar-*user* di internet. (5) Etnografi virtual pada dasarnya juga mengangkat persoalan batas-batas, akan tetapi konteks ini melihat kenyataan antara yang '*real*' dan '*virtual*'. (6) Etnografi virtual merupakan persinggahan

sementara. Kehidupan pengguna di internet tidak terjadi dalam 24 jam yang sesungguhnya, *netter* atau pengguna internet tidak dapat dipastikan kapan mereka ‘berada’ di internet. (7) Dalam etnografi virtual fenomena yang diangkat merupakan kepingan semata, tidak menggambarkan bagaimana sesungguhnya (kehidupan di) internet itu berlangsung. Bagi Hine, ada kerumitan dalam hal menjangkau informan, lokasi, dan bahkan kultur itu sendiri secara seutuhnya. (8) Etnografer hendaknya mereka yang juga menjadi bagian dalam *cyberspace*. Hubungan antara etnografer dan subjek atau objek penelitian yang menggunakan teknologi merupakan bagian dari etnografi itu sendiri, sebagaimana etnografer berinteraksi dengan teknologi itu sendiri. Maka pengalaman pribadi etnografer ketika bersentuhan dengan (teknologi) internet dan menjadi bagian dalam *cyberspace* harus diabaikan demi menjaga objektivitas dalam melihat fenomena. (9) Etnografer maupun informan (penelitian) haruslah dirasakan kehadiran antar-keduanya. Etnografi virtual dijelaskan sebagai ‘*ethnography in, of and through the virtual*’ sehingga interaksi tatap muka atau *face-to-face* tidaklah diperlukan. Hal ini dikarenakan media siber memungkinkan komunikasi terjadi antar keduanya, bahkan beberapa perangkat komunikasi di media siber bisa terjadi secara langsung dengan melibatkan tidak hanya teks, tetapi juga suara dan visual. (10) Beberapa terminologi, prinsip, maupun aturan yang selama ini dipahami dalam etnografi, pada dasarnya tidak bisa diterapkan dalam etnografi virtual. Bahkan ketika membahas kata ‘*virtual*’ pun definisi ini menemukan

bentuk dan keluaran yang tidak terduga. Oleh karena itu, ketika meneliti *cyberculture* maka konteks yang digunakan sebisa mungkin merupakan kondisi yang mendekati ‘apa yang terjadi’ di *cyberpace*, dan bisa digunakan dalam tataran praktis untuk mengeksplorasi relasi yang terjadi melalui media internet yang ditemui oleh etnografer.

Etnografi virtual merupakan metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan atau kultur pengguna di ruang siber. Bahkan Bell (2001) menyatakan, bahwa metode etnografi ini merupakan metode utama dan penting untuk melihat fenomena budaya siber di internet (Bell dalam Nasrullah, 2014:171).

Dalam kajian etnografi virtual pola pendekatan penelitian terhadap internet bisa dilakukan tergantung dari bagaimana individu memandang internet. Hine mengatakan teknologi sebagai sebuah teks metafora hanya bisa dijangkau secara terbatas dibandingkan menempatkan term teknologi itu sendiri dalam batasan dan sebuah artifak dari teknologi sendiri (Hine, 2000:35). Dengan demikian (budaya yang terkandung di dalam), internet bisa dieksplorasi dengan menggunakan perspektif etnografi melalui konstruksi teknologi dan konteks (fenomena sosial-budaya) yang terkandung di dalamnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini akan meneliti bagaimana pola komunikasi pengguna *Game online* DotA 2 dalam komunitas DotA 2 di Yogyakarta. Metode

penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif etnografi virtual. Metode penelitian ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk diterapkan ke dalam penelitian yang mendeskripsikan bagaimana pola komunikasi pengguna *Game online* DotA 2 dalam komunitas DotA 2 di Yogyakarta.

Metode etnografi tidak begitu berbeda jauh dengan penelitian-penelitian yang menggunakan pendekatan atau metode etnografi pada umumnya. Mulai dari teknik pengumpulan data hingga analisis yang digunakan, semua bergantung kebutuhan dan persoalan yang menjadi rumusan peneliti.

Metode penelitian etnografi virtual memiliki berbagai keunggulan karena penelitian dengan menggunakan metode etnografi yaitu peneliti dituntut untuk melakukan pengamatan langsung terhadap objek dan subyek penelitian. Tidak hanya mengamati pengguna melalui apa yang dilakukan di *online* saja melainkan apa yang dilakukan *offline* pun sangat perlu karena untuk memastikan data yang didapat.

Etnografi virtual merupakan metode etnografi yang dilakukan yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan/ atau kultur pengguna di ruang siber. Sebagai suatu kultur dan artefak kultural, dunia siber bagi peneliti etnografi virtual bisa menjadi ruang dalam mendekati beberapa objek atau fenomena yang ada di internet. Identitas, komunitas, pola komunikasi, dan perkembangan teknologi internet memang merupakan isu utama yang sering dibahas selama ini.

Untuk meneliti fenomena-fenomena tersebut memerlukan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif itu sendiri menurut Bogdan dan Taylor adalah pendekatan keilmuan yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik atau utuh. Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu untuk memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Moleong kemudian melengkapi penjelasan mengenai metode penelitian kualitatif melalui definisi penelitian kualitatif dari Kirk dan Miller, yang menyebutkan bahwa tradisi tertentu dalam ilmu sosial metode penelitian kualitatif secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam kawasannya sendiri, dan berhubungan dengan orang-orang tersebut, baik dalam bahasanya maupun peristilahannya (Kuswarno, 2008:30).

Melalui penjelasan tersebut, etnografi virtual sangat relevan termasuk dalam ranah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif akan menuntun etnografer untuk memahami fenomena-fenomena yang ada di ruang siber.

2. Subjek Penelitian

Penelitian ini meneliti pola komunikasi pengguna *game online* DotA 2 dalam komunitas DotA 2 di Yogyakarta, yaitu Komunitas DotA 2 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Teknik Pengumpulan Data

Secara umum, penelitian etnografi adalah penelitian yang menyeluruh atau holistik, karena apa yang diteliti di dalamnya mencakup

semua aspek. Metode etnografi virtual tidak begitu berbeda jauh dengan penelitian-penelitian yang menggunakan pendekatan atau metode etnografi pada umumnya.

Untuk dapat menyatu, dalam penelitian ini maka digunakan beberapa cara untuk mendapatkan data, yaitu :

a. Teknik Wawancara

Teknik wawancara dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama dilakukan secara *online* dengan subjek tentang apa saja yang menjadi fokus dari masalah penelitian. Tahap kedua, dilakukan secara *offline* ataupun juga melakukan klarifikasi dan konfirmasi terhadap wawancara yang telah dilakukan secara online. Pola wawancara *online* dan *offline* ini merupakan pola yang harus dilakukan peneliti etnografi virtual, untuk mencegah bias informasi dan kitadakpastiaan validasi data (Arif, 2012).

b. Teknik Observasi Partisipan

Teknik observasi partisipan dalam metode etnografi virtual dilakukan dengan dua cara, yaitu *online* dan *offline*. Secara *online*, minimal seorang peneliti etnografi ikut bergabung dalam komunitas dunia maya, dan ikut dalam dinamika komunitas virtual. Ada dua maksud yang dapat disampaikan dalam observasi partisipan secara *online* ini, yaitu; pertama, mengamati secara langsung perkembangan komunitas kelompok yang diteliti secara *online*, termasuk juga dinamika atau isu, tema yang dibicarakan. Kedua, mengamati dan

mencermati bahasa verbal dan non verbal yang digunakan dalam percakapan secara *online*. bukan tidak mungkin dalam satu komunitas virtual, memiliki karakter atau kekhasan dan menyampaikan simbol-simbol komunikasi virtual yang orang atau komunitas lain tidak mengerti. Dengan pola pengamatan seperti ini, maka status peneliti menjadi orang dalam (*emic perspective*) yang mencoba belajar dan mengerti tentang semua hal (kehidupan) seseorang atau kelompok di dunia virtual. Secara *offline*, pengamatan partisipan, digunakan peneliti untuk lebih memahami karakter individu/kelompok ketika berada di dunia nyata, apakah kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan di dunia maya memiliki kaitan atau mempengaruhi kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan di dunia *online* atau sebaliknya. Dengan singkat bagi peneliti etnografi untuk mengamati berbagai perubahan yang terjadi pada diri subjek ketika *online* dan *offline* (Arif, 2012).

c. Analisis Dokumen

Diperlukan untuk menjawab pertanyaan menjadi terarah, di samping menambah pemahaman dan informasi penelitian. Mengingat di lokasi penelitian tidak semua memiliki dokumen yang tersedia, maka ada baiknya seorang peneliti mengajukan pertanyaan tentang informan-informan yang dapat membantu memutuskan apa jenis dokumen yang mungkin tersedia. Dengan kata lain kebutuhan dokumen bergantung peneliti, namun peneliti harus menyadari keterbatasan dokumen, dan bisa jadi peneliti mencoba memahami

dokumen yang tersedia, yang mungkin dapat membantu pemahaman (Arif, 2012).

4. Teknik Analisis Data

Baik Hymes maupun Seville-Troike tidak menjelaskan bagaimana teknik analisis data dalam etnografi. Pada dasarnya proses analisis data dalam etnografi berjalan bersamaan dengan pengumpulan data. Ketika peneliti melengkapi catatan lapangan setelah melakukan observasi, pada saat itu sesungguhnya ia telah melakukan analisis data. Sehingga dalam etnografi, bisa kembali lagi ke lapangan untuk mengumpulkan data, sekaligus melengkapi analisisnya yang dirasa masih kurang. Tahap analisis data sebenarnya terdiri dari upaya-upaya meringkaskan data, memilih data, menerjemahkan, dan mengorganisasikan data.

Berikut akan teknik analisis data dalam penelitian etnografi yang dikemukakan oleh Creswell:

a. Deskripsi

Deskripsi menjadi tahap pertama bagi etnografer dalam menuliskan laporan etnografinya. Pada tahap ini etnografi mempresentasikan hasil penelitiannya dengan menggambarkan secara detail objek penelitiannya itu. Gaya penyampaiannya kronologis dan seperti narator.

b. Analisis

Pada bagian ini, etnografer menemukan beberapa data akurat mengenai objek penelitian, biasanya melalui tabel, grafik, diagram,

model, yang menggambarkan objek penelitian. Penjelasan pola-pola atau regularitas dari perilaku yang diamati juga termasuk pada tahap ini. Bentuk yang lain dari tahap ini adalah membandingkan objek yang diteliti dengan objek lain, mengevaluasi objek dengan nilai-nilai yang umum berlaku, membangun hubungan antara objek penelitian dengan lingkungan yang lebih besar.

c. Interpretasi

Interpretasi menjadi tahap akhir analisis data dalam penelitian etnografi. Etnografer pada tahap ini mengambil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Pada tahap ini, etnografer menggunakan kata orang pertama dalam penjelasannya, untuk menegaskan bahwa apa yang ia kemukakan adalah murni hasil interpretasinya (Creswell dalam Kuswarno, 2008:68).

5. Kriteria Informan

Di dalam *game online* DotA 2, terdapat sistem ranking yang dihitung berdasarkan jumlah permainan yang dimainkan oleh pemain, beserta jumlah kemenangan dan kekalahan yang disebut MMR (*Match Making Ratio*). Melalui, MMR peneliti menentukan kriteria informan. Beberapa informan dipilih melalui MMR yang rendah 1.000-2.000, sedang 2.000-3.000, dan tinggi diatas 3.000. Dan, informan juga dipilih dari kontribusinya ke dalam komunitas, seperti orang yang berpengaruh di dalam komunitas.