

BAB II

TINJAUAN UMUM PENELITIAN

***FRIENDSTER* SEJARAH DAN DAMPAK**

A. Berkomunitas di Dunia Maya

Manusia secara fitrah selalu memiliki rasa ingin tahu serta selalu mencari pengetahuan dan informasi untuk memenuhi rasa ingin tahu mereka. Dewasa ini, banyak sekali sarana komunikasi seperti radio, televisi, dan media cetak yang dapat menjadi sumber informasi bagi manusia. Hidup di era internet mungkin sulit dibayangkan pada beberapa dekade yang lalu, dimana sebagian aktifitas manusia bisa dilakukan melalui perangkat digital.

Kehadiran internet merupakan sebuah terobosan besar di dunia teknologi.. Dengan hadirnya internet, maka mau tidak mau kita dihadapkan pada kecendrungan dunia global, dimana sekat – sekat geografis maupun kepentingan menjadi makin semu. Kepentingan bisnis, politik, hingga kriminal menjadi kegiatan yang tidak lagi terhambat oleh jarak, ruang dan waktu.

Sudah menjadi naluri manusia sebagai makhluk sosial untuk berkumpul dan berkomunitas. Sehingga diciptakanlah berbagai kemudahan untuk berkumpul dan membentuk komunitas di internet. Komunitas itu bisa terbentuk karena kesamaan hobi, minat, atau memang sengaja diciptakan sebuah komunitas demi kepentingan tertentu seperti : Situs pertemanan merupakan *web software* untuk komunitas *online* di *internet* yang

yang lain dalam ikatan pertemanan. Di sini perangkat lunak yang dikenal antara lain instant messenger, *ICQ*, *MSN* dan *MIRC*. Dengan menggunakan perangkat lunak tersebut, orang – orang bisa saling berkenalan dan bercakap – cakap lewat tulisan, bahkan dengan kecanggihan teknologi, saat ini bisa digunakan untuk bercakap – cakap dengan microphone dan headphone, bahkan apabila menggunakan webcam maka kita dapat melihat lawan bicara. Diawali dari bercakap – cakap itulah maka kemudian akan muncul komunitas pertemanan (room) yang bisa digunakan untuk berbincang – bincang bersama.

.Sementara itu, juga ada bentuk pertemanan lain yang saat ini tidak kalah menarik adalah melalui *web*. Salah satu situs yang cukup dikenal adalah www.friendster.com .Melalui situs tersebut, maka pengguna internet dapat menampilkan profil dirinya serta menjalin jaringan pertemanan., bahkan tidak sedikit yang menemukan kembali teman – teman lamanya.

Game online yang sedang marak sebenarnya juga merupakan sebuah komunitas yang memang dibentuk untuk bermain game. Karena di permainan tersebut terjadi interaksi dan komunikasi antar pemain, kemudian mereka bersama – sama membentuk dan bekerja sama dalam tim yang diharapkan mampu memenangkan permainan.

The power of community

Komunitas dunia maya memiliki berbagai potensi dan kekuatan yang bisa dimanfaatkan oleh pengguna internet sebagai individu maupun sebagai entitas bisnis. Dari hal yang sederhana, jaringan pertemanan merupakan ajang saling mengenal dan bertemu teman – teman sehingga dapat memuluskan jangk

dan waktu dalam berkomunikasi. Bahkan merupakan suatu wadah yang efektif dalam menjalin kebersamaan. Bahkan terkadang terselip sisi – sisi humanis dalam kebersamaan para anggotanya. Seperti contoh kasus prita yg digugat telah mencemarkan nama baik rumah sakit omni, berita mengenai seorang anak di jakarta yg membutuhkan donor darah jenis tertentu. Kemudiabn berita tersebut dikirim ke berbagai mailing list, dalam tempo sehari maka terdapat banyak calon yang perduli membantu dengan ikhlas dari dua contoh kasus tadi.

Pertemanan lewat situs *internet* atau bisa disebut jejaring sosial, mulai marak di indonesia sejak 2001. Perkembangan teknologi yang memungkinkan pengguna untuk mengakses jejaring sosial di mana saja, ditambah dengan harga akses *internet* yang semakin terjangkau, menjadi salah satu komponen fenomena *facebook* cepat tersebar di masyarakat. Menurut programmer sekaligus pengamat sosial *internet*, *Ikhlasul Amal*, saat itu keadaannya masih seadanya.⁶⁵

Berbagai jejaring sosial mulai digunakan, yang paling terdengar adalah situs pertemanan *internet* dan *facebook*. Mengapa dua situs ini paling diminati, *Ikhlas* menyebutkan alasan sederhana, awalnya karena seseorang yang mengajak teman-teman yang lain, dan akhirnya terbentuk jejaring oleh pengguna dari Indonesia sejak 2002 lalu.⁶⁶

Pasca-boomingnya *internet* publik kembali dibuai dengan fasilitas yang ditawarkan situs pertemanan *facebook*. Menurut situs *facebook.com*, situs ini diluncurkan pada 4 Februari 2004 dan didisain oleh Mark

Zuckerberg, seorang lulusan *Harvard* dan mantan murid *Ardsley High School*.⁶⁷

Selain *internet*, *tagget*, dan *facebook*, ada beberapa situs lain yang bisa digunakan sebagai sarana jejaring sosial. Beberapa situs hobi seperti biografi, juga menggunakan jejaring sosial sebagai konsep dasar. Misalnya *deviantart*, *ayofoto*, hingga *fotografer.net*, dan sebagainya. *Blog* dan *microblogging*, juga marak digunakan.⁶⁸

Dari jajaran *blogsphere*, pengguna dimanjakan dengan beberapa situs penyedia *hosting* secara gratis. Yang sering digunakan di tingkat lokal adalah *blogspot*, *wodpress* dan *multiply*. Sedangkan di jajaran *microblogging*, diantaranya adalah situs *Twiter*, *Jaiku*, *Pownce*, atau *Kronologger*, menjadi andalan, yang paling marak di Indonesia belakangan, adalah *Plurk*. Masih segar dalam ingatan, kejayaan *Barrack Hussein Obama* menggeser *Bush*, menempati kursi presiden ke-44 AS. Cara yang dilakukan dalam mengorganisasi massa, memang kekinian. *Obama* memanfaatkan jejaring sosial seperti *friendster*, *facebook*, situs *BarackObama.com* dan *mybarrakobama.com* serta video *YouTube* untuk menggaet jaringan sosial menempati posisi tertentu dalam hierarki masyarakat. Ucapan *Bill Gates* ampuh terbukti. "*The Internet is becoming the town square for the global village of tomorrow*".⁶⁹

⁶⁷ www.wikipedia.com

⁶⁸ <http://www.pikiran-rakyat.com/prprint.php?mib=beritadetail=55659>, diakses pada tanggal 8 Mei 2009.

⁶⁹ *Ibid*

B. Sejarah Situs friendster

Sebuah situs yang menyajikan layanan-layanan menarik yang banyak dikunjungi oleh berbagai masyarakat menjadikan *friendster* sebagai candu *networking* dalam dunia maya. Pada tahun 2002, melalui sebuah konsep lapisan - interaksi terciptalah satu ruang maya revolusioner bernama *friendster*.

Friendster adalah sebuah situs yang mengimplementasikan *social networking*. Setiap orang dapat mendaftarkan dirinya secara gratis dan mendefinisikan daftar temannya. Teman dari teman dari temannya, dan seterusnya. Intinya adalah dengan cara demikian, seseorang dapat bertemu dengan orang lain yang berhubungan, dan bukan orang yang sepenuhnya tak dikenal. Tahun 2002, *Jonathan Abrams* menciptakan *friendster*. Ia adalah seorang *old former software engineering* di *Netscape*. Nama *friendster* sendiri berasal dari '*Friend*' and '*Napster*'. Pada saat itu *Napster* memang sudah menolong orang-orang untuk bertukar informasi melalui jaringan maya, dan *friendster* melakukan hal yang sama dalam dimensi yang berbeda.⁷⁰

Berawal dari situs-situs datang yang banyak tersebar, Jonathan melihatnya sebagai sesuatu yang '*creepy*' karena orang-orang yang terhubung tidak dapat 'melihat satu sama lain'. *Friendster* ia buat dengan tujuan agar masing-masing individu dapat menampilkan *profile* sehingga interaksi tersebut berjalan lebih terbuka. Dengan konsep *four degrees separation*, tiap individu akan berkaitan dengan individu lainnya. Dengan begitu jaringan pertemanan akan semakin meluas.

⁷⁰ http://www.hmisteninkdr.co.cc/2008/08/sejarah_friendster.html, diakses pada tanggal 3 Juli

Bayangkan saja, anda yang memiliki hanya 18 teman, di *friendster* bisa terhubung ke jaringan teman dari 18 teman anda, dan tanpa sadar kita telah terhubung ke lebih dari 15 ribu orang dalam sebuah jaringan teman dalam sekejap, itupun masih dilengkapi dengan berbagai fitur menarik lainnya untuk berkomunikasi. Ada pesan personal yang hanya bisa dikirim oleh teman dalam jaringan, ada *bulletin board* yang berisi pesan-pesan yang dapat dibaca oleh teman dalam jaringan, ada pula testimonial, di mana teman-teman anda dapat mengisi kesan-kesan mengenai anda. *Friendster* benar-benar merupakan perpaduan luar biasa antara *e-mail*, *bulletin board*, *personal web*, serta jaringan sosial.⁷¹

Pesona baru dunia maya inilah yang menyihir, sehingga sebagian besar pengguna awal *friendster* terbanyak di depan komputer, menghabiskan banyak waktu di dunia maya tersebut. Mereka keasyikan menelusuri jaringan teman, menemukan kejutan-kejutan baru dari teman baru, memeriksa testimonial dari teman, mengecek, dan seterusnya. Tak mengherankan jika *friendster* yang semula dirancang untuk ajang kencan *online*, kini berkembang jauh lebih luas dan hebat. Dalam sekejap anggotanya melesat menjadi sembilan juta.

Bukan hanya anak-anak muda yang tertarik menjadi anggotanya. Melainkan bila kita *search* lebih dalam anggota yang usianya di atas 40 tahun tidak sedikit yang muncul. Dengan fitur-fitur yang mudah digunakan oleh pemakai *internet* pemula, *friendster* memang tidak menghalangi siapapun antara usia 10 sampai 60 tahun untuk bergabung. *Friendster* membuka

⁷¹ *Ibid*

terbatas waktu dan tempat, bahkan memungkinkan pertemanan menjadi suatu yang bersifat kekal dan universal di dunia ini.

Berbagai fasilitas selalu ditambahkan dalam *web friendster*, misalnya biodata, jumlah teman dan jaringan pertemanan, foto - foto pribadi, dan testimonial (atau kesaksian dari teman-teman). Setiap anggota dapat memasukkan biodata sesuai dengan apa yang diinginkannya, menambah dan mengurangi jumlah teman ataupun memberikan kesaksian (testimonial terhadap teman kita yang lain). Tentunya *friendster* juga dilengkapi untuk mencari teman kita berdasarkan *e-mail*, nama lengkap, ataupun berdasarkan sekolahnya, kesamaan hobinya dan lain-lain. Ada lagi fasilitas untuk *bulletin board* yaitu semacam *mailing list* yang hanya bisa dibaca oleh teman-teman kita sendiri.

Keasyikan mencari teman-teman di *friendster* membuat jumlah pengakses di *friendster*-pun semakin banyak sehingga terkadang *web friendster* seakan sering sekali mengalami gangguan/*error*. Apalagi *web friendster* ini masih dalam kategori *beta version*, wajar saja jika beberapa kali kita akan mengalami kesulitan dan masalah dalam mengaksesnya. Meskipun demikian masalah ini tidak meyurutkan para pengguna *friendster* untuk mengakses situs *friendster* dan merasakan asyiknya mencari dan menjalin pertemanan di komunitas ini. Begitu trendnya komunitas *friendster* di Indonesia sehingga begitu banyak *web-web* sejenis yang mulai bermunculan,

sebut saja *friendster.com* yang merupakan "sahabat" komunitas

friendster dari Indonesia, ataukah *sohib.com* yang merupakan jalinan pertemanan khusus teman-teman yang berasal dari Indonesia. Meskipun *web-web* sejenis memiliki fasilitas yang lebih baik dan kestabilan yang tinggi, namun popularitas *friendster* tetap tak tersaingi. Mungkin ini disebabkan karena *friendster* adalah *web* komunitas *online* pertemanan pertama yang muncul di *internet* sehingga telah dikenal dan memiliki paling banyak jaringan pertemanan dari segala penjuru dunia. Ini membuktikan bahwa dunia semakin sempit saja dan tidak ada lagi waktu dan tempat yang mampu membatasi pertemanan persahabatan.⁷³

Untuk membuat sebuah identitas *friendster*, seseorang harus mengisikan alamat *emailnya* pada pendaftaran *friendster*. Setelah itu *friendster* akan mengirimkan kode *otorisasi* ke *email* tersebut. Selanjutnya identitas *friendster* akan diaktifkan setelah pengguna tersebut menggunakan kode *otorisasi* yang diberikan oleh *friendster* tersebut. Pada situs *friendster* ini, ada tiga bagian utama yang menjadi fokus yakni foto, profil, dan testimoni. Ketiga bagian ini membangun identitas utuh si individu dalam tampilan *friendster*. Tiga bagian itulah yang menjadi alat negosiasi dalam jaringan *friendster*.

Foto, merupakan kekuatan negosiasi. Ini lapisan pertama yang akan ditemui. Foto merupakan komponen negosiasi yang penting (kalau tidak bisa dibilang terpenting) dalam menentukan interaksi pertama. Foto bukan lagi sekedar komponen identitas namun alat

negosiasi. Negosiasi ini dimulai ketika muncul ketertarikan untuk melihat visual individu tersebut. Berlanjut kepada profil dan diakhiri oleh rangkaian *testimony*. Foto menjadi kekuatan yang menentukan. Bila dua pihak yang saling tidak mengenal berteman dalam jaringan ini, mereka akan berkomunikasi melalui visual diwakili oleh foto, serta teks yang diwakili oleh profil dan testimonial. Banyak pengguna aktif *friendster* melakukan updating foto secara berkala. Selayaknya menceritakan apa dan siapa saja, apa yang sedang terjadi dengan siapa, dengan siapa sekarang saya berkencan, atau setidaknya berkencanlah dengan saya.

Tiap individu memiliki kesadaran untuk memilih foto atau *image* mana yang akan ditampilkan dalam layar komputer, kita bisa menjelajahinya, *etalase* yang menyajikan sejarah individu tersebut. Kita bisa mengasumsikan bahwa mereka benar-benar ada, karena kita tidak akan pernah tahu kebenaran yang sesungguhnya. Tidak penting lagi apakah ia adalah *relaster*, *fakester*, atau pun *pretenderster*. Yang lebih menakutkan adalah, kita bisa memilikinya, merampasnya, atau membajaknya. Apa yang dulu tersembunyi kini muncul ke permukaan tanpa malu-malu. Tidak lagi sebuah album foto, juga tidak lagi lagu slank 'foto di dalam dompetmu'. Lihatlah, betapa mudah saya merampas anda. Betapa mudah saya menertawakan anda. Betapa mudahnya bagi saya untuk menjadi *voyeur*, menciptakan imajinasi bahwa salah satu dari anda adalah pacar saya, kakak saya, sahabat

2. Keunggulan dan Kelemahan *friendster*

Selain memiliki fitur-fitur yang lengkap dan menarik ternyata *friendster* juga mempunyai kelemahan. Salah satu kelemahannya adalah munculnya *fakester*, istilah bagi mereka yang membuat profil palsu di *friendster* dan membuat jaringan teman palsu. Kelemahan lainnya yakni tiap individu dapat membuat *account* di *friendster*, sehingga ada *account* atas nama lembaga, termasuk Universitas Gadjah Mada, *Mailing List* para pecinta marketing paling aktif di Indonesia, *Marketing Club*, tapi kelemahan ini tidak mengurangi daya tarik *friendster*. Bagi anggota, *friendster* adalah sebuah wahana yang menarik. Bagi sang penemu, inilah wahana bisnis yang sangat menggiurkan. Potensi pendapatannya sangat besar.

3. Sumber Pendapatan

Iklan *online* di *friendster* saat ini belum banyak karena masih versi beta. Namun banyak calon pemasang iklan yang lebih tertarik memasang iklan di sebuah komunitas yang profil anggotanya jelas, seperti *friendster*. Apalagi jika iklannya dapat dipersonalisasi, dikirim ke target audience yang sudah cocok dengan iklannya.

Pendapatan kedua adalah dari keanggotaan. Saat ini memang masih gratis, namun sudah ada kasak-kusuk untuk mengutip biaya layanan khusus *friendster* versi finalnya dengan biaya US\$ 9,95 atau Rp. 99,5 ribu per bulan. Misalnya kita asumsikan saja 10% dari anggota yang sekarang rela merogoh koceknya, maka pendapatan

C. Dampak Positif dan Negatif *Friendster* sebagai *Social Software (network)*

Social Software merupakan suatu cakupan dari *system software* yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dan berbagi data dengan pengguna yang lain dalam skala yang besar. Karakteristik dari sebuah *sosial software* adalah memiliki open *APIS*, desain arsitektur yang berbasis *service-oriented (SOA)*, dan kemampuan untuk *upload* data maupun media. Dari karakteristik yang telah disebutkan, *socialsoftware* termasuk *Web 2.0* dan *Enterprise 2.0* di mana cakupannya adalah untuk aplikasi bisnis skala besar.⁷⁴

Social Software telah mengubah paradigma revolusi *system software*. Terdapat tiga perubahan poin penting pada revolusi tersebut. **Pertama**, kebutuhan. Pada *system software konvensional*, kebutuhan *software* lebih diperuntukkan oleh perusahaan, sedangkan pada *social software* kebutuhan diinisialisasi oleh konsumen. **Kedua**, Fokus. *Sistem software konvensional* berfokus diri untuk internal saja, sedangkan *social software* fokus ke sisi eksternal. **Ketiga**, Tujuan. *Sistem software konvensional* dirancang / dibuat untuk produktifitas dan efisiensi, sedangkan *social software* lebih ke sifat emosional.

Kalau dilihat dari trend *aplikasi* (terutama *web application*) saat ini, *social software* ternyata telah merambah dan menyebar di sekitar kita. Kemunculan seperti *MySpace*, *Facebook*, *Friendster*, situs-situs media seperti *Flickr* dan *You Tube*, bahkan situs komersial seperti *Amazon.com* dan *eBay*, sudah menjadi bagian dari kehidupan kita dalam beraktivitas di dunia maya. *Social Networking* merupakan fenomena yang luar biasa dalam dunia bisnis di

internet. Mengapa tidak? Beberapa situs tersebut sepertinya sudah menjadi sebuah “kata-kata” yang melekat di ratusan juta pengguna *internet* di seluruh dunia.⁷⁵

Dengan adanya *social software* semakin menegaskan sebuah anggapan bahwa “*the world is flat*”, dunia ini datar. Seseorang yang berada di Indonesia dapat berinteraksi dengan teman atau koleganya yang berada di lain benua tanpa batas waktu dan tempat. *Social Software* jelas mengalahkan segala aspek dari teknologi *telekomunikasi konvensional* (walaupun saat ini masih dipakai), yaitu telepon. Melalui telepon interaksi hanya sebatas audio saja, tetapi melalui *social software* dengan memanfaatkan teknologi internet, seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain secara teks, video, dan audio sekalipun secara real time. Hal ini juga ditambah dengan perbandingan harga yang cukup jauh dibanding berinteraksi dengan telepon. Mulai dari *email*, *chat* dan *social network*, kesemuanya dapat digunakan secara gratis oleh penggunanya. Faktor tersebut merupakan salah satu yang menyebabkan *social software* berkembang sangat cepat.

Dalam *social network* (jaringan sosial) biasanya seseorang menampilkan identitas pribadinya, baik berupa data diri maupun foto-foto. Memuat segala sesuatu yang berhubungan dengan dirinya maupun sesuatu yang merupakan kesukaan atau kegemarannya. Dengan menampilkan identitas diri, orang lain yang ingin mengetahui keberadaannya anda sekarang dapat menghubungi anda melalui pencarian yang pada umumnya telah disediakan oleh penyedia situs *social network*. Hal ini sangat membantu jika seseorang

ingin menghubungi teman lama maupun kolega yang sulit untuk ditemui secara *offline*. *Social network* juga dapat membuat seseorang mengenal lebih jauh mengenai orang lain dengan hanya sekali klik, karena di samping identitas diri yang dipaparkan juga kegiatan maupun hobi biasanya juga ikut dipaparkan. Seseorang juga dapat membuat suatu komunitas tersendiri dengan kegemaran yang sama dengan orang lain yang sama sekali belum mereka kenal sebelumnya.

Dari penjelasan di atas terlihat jelas bahwa keuntungan yang didapat oleh pengguna banyak sekali. Lalu bagaimana kalau dilihat dari perspektif penyedia *social software* itu sendiri? Apa saja yang mereka peroleh sebagai *provider*? Mengingat hampir semua fasilitas disediakan secara gratis. Salah satu keuntungan mereka di samping menjadi terkenal dan menjadi tempat pemberhentian utama saat berselancar di *internet*, adalah pendapatan dari iklan.

Social network merupakan tempat berkumpulnya pengguna *internet*, mungkin saja angkanya mencapai jutaan pengguna yang *online* di tempat yang sama. Bayangkan saja berapa banyaknya pengguna yang mampir di suatu situs *social network* dalam sehari, akumulasinya bisa mencapai puluhan juta pengunjung per harinya. Di samping itu, *internet* tidak tidur, bekerja 24 jam dalam 7 hari tanpa henti. Hal inilah yang mendorong minat pemasang iklan berani membayar mahal untuk suatu situs *social network*. Sudah barang tentu iklan yang dipasang akan dilihat oleh puluhan juta orang dalam sehari. Bahkan akhir-akhir ini mulai ada indikasi bahwa beriklan di *internet* lebih banyak menyetak konsumen daripada beriklan di media lokal (koran/televizi)

Di samping banyak kegunaan yang dihasilkan oleh *social software*, terdapat juga 'bugs' dalam *social software*. Isu yang paling bahaya adalah pencurian identitas, karena peraturan dalam jaringan sosial memperbolehkan siapa saja untuk menggunakan identitas yang kita miliki. Karena pendaftaran *account* yang sangat mudah, gratis dan tanpa persyaratan administrasi yang dipakai/dipalsukan oleh orang lain yang tidak bertanggung jawab untuk keperluan kriminal. Kerugian lain yaitu kecanduan, hal ini sempat menjadi masalah yang serius di beberapa Negara karena ketergantungan *internet*, termasuk *social networking* di dalamnya.⁷⁶

Lebih mengejutkan lagi, baru-baru ini terdapat berita yang cukup menggemparkan, *situs BBC* memuat sebuah artikel yang mengindikasikan bahwa situs seperti *Facebook.com* bisa berdampak buruk bagi kesehatan penggunanya. Artikel tersebut melalui penjabaran *Dr. Aric Sigman*, menyebutkan bahwa *social networking* berpengaruh buruk pada biologis seseorang. Bukti-bukti yang ada menunjukkan bahwa interaksi dengan orang lain secara *online* (berinteraksi tidak secara tatap muka) dapat mengubah kinerja gen, mengganggu kekebalan tubuh, hormone, fungsi arteri, *social disorder*.
Semua kembali kepada kita bagaimana pengguna media ini menjadi