

KONSEP DIRI DAN PENYEBARAN WACANA DALAM CYBERSPACE: TANTANGAN BAGI PENELITIAN ANTROPOLOGI

*Nindyo Budi Kumoro*¹

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi melahirkan dunia baru bagi manusia, yaitu yang sekarang disebut dengan “ruang maya” atau cyberspace. Struktur cyberspace dalam internet memberi ruang yang bebas bagi setiap individu untuk melakukan tindakan apapun. Orang juga tak lagi pasif menerima informasi-informasi dari media massa, namun dapat secara aktif memproduksi dan menyebarkan informasinya sendiri. Saat ini kekuasaan wacana tidak lagi dipegang oleh pusat-pusat penyebar informasi seperti negara atau media massa melainkan pada setiap individu yang dapat mengakses teknologi informasi. Di sisi lain fenomena ini juga memicu booming informasi di mana orang tak lagi dapat membedakan yang bermanfaat atau tidak, yang pantas atau tidak. Tentunya penggunaan interaksi dalam dunia maya ini berpengaruh pada kehidupan masyarakat nyata dan membentuk pola-pola baru dalam hubungan sosial manusia.

Kata Kunci: *cyberspace, realitas, identitas, wacana*

Pendahuluan

Masih ingat peristiwa antre BlackBerry yang berujung rusuh? Memang sebuah fenomena yang menarik, karena sebelumnya orang antre panjang berdesak-desakan biasanya berebut sembako kalau bukan tiket sepakbola. Kejadian ini, berebut sebuah *gadget* canggih seharga jutaan rupiah yang katanya sudah kena potongan harga. Padahal masih banyak orang Indonesia dengan uang segitu bisa untuk hidup berbulan-bulan. Lalu apa yang menyebabkan semua itu?

Mungkin saja taraf hidup orang Indonesia sudah meningkat, tapi mungkin juga karena suatu permasalahan lain: munculnya *cyberspace*² sebagai dunia baru

1 Mahasiswa Angkatan 2007 Program Studi S1 Jurusan Antropologi Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

2 Di sini saya menggunakan istilah *cyberspace*, ruang maya, dan dunia maya secara bergantian.

saat ini. Semua orang kini digiring untuk menggunakan internet sebagai dunianya yang “lain”, yang tak kalah penting dari dunia nyata. BlackBerry diperebutkan karena ia adalah alat yang paling populer digunakan orang untuk menjelajah dunia *cyberspace*. Bukan BlackBerry yang akan saya bahas, namun apa yang membuat alat-alat itu menjadi kebutuhan primer manusia saat ini, yakni realitas dunia maya.

Di Indonesia sendiri, orang yang sudah menggunakan internet mencapai kurang lebih 50 juta³, tapi saya yakin jumlah sebenarnya jauh melebihi angka itu. Ini dikarenakan pengguna internet tak hanya dari komputer atau kepemilikan akun *web* saja, tetapi saat ini hampir semua *handphone* dapat untuk mengakses internet. Dari waktu ke waktu harga *gadget* semakin murah hingga menjangkau semua kalangan, juga hampir semua ruang publik telah terkoneksi internet (*hotspot*, *wi-fi*, *warnet*). Sama saja membicarakan keadaannya di desa dan kota.

Walaupun tidak secara aktif menggunakan, tapi semua orang kini “dipaksa” untuk mengenal internet. Lihat saja kebijakan *e-KTP*, *e-pajak*, sistem *Real Time On-line* (RTO) pendaftaran sekolah, sampai ojek *online* pun di mana-mana. Artinya kini semua orang disuruh “melek” teknologi. Ia bukan lagi sebuah dunia asing/canggih seperti saat orang tua mendongeng masa depan, namun ia ada di tempat kita duduk saat ini, ada di setiap sudut perkotaan, ia ada di sebuah kampung yang sedang kekeringan, ada di ruang operasi rumah sakit, dan di sudut paling terpencil di dunia sekalipun. Disadari atau tidak, diinginkan atau tidak.

Sederhananya, *cyberspace* telah menjadi fenomena umum dalam masyarakat saat ini. Walaupun menggunakan istilah “maya” (*virtual/cyber*), namun kita tidak bisa serta merta menilai bahwa ruang tersebut fiktif atau imajiner belaka. Contohnya saja kita bertransaksi secara maya, tapi uangnya bisa kita cairkan untuk membeli sesuatu; atau misalnya kita mempunyai pacar di dunia maya, namun setelah janji bertemu nyatanya orang itu bisa kita sentuh. Semua itu dikarenakan komunikasi yang berlangsung di dalamnya bersifat aktual, meski segala sesuatu yang hadir di hadapan kita bersifat maya (Supelli dalam Hardiman, 2010:329).

Tulisan di bawah ini akan akan membahas bagaimana fenomena ruang maya secara lebih jauh hadir dan bersanding dengan realitas nyata. Selain itu bagaimana kebebasan beridentitas dan berwacana muncul dalam *cyberspace* mutakhir. Di bagian akhir tulisan secara singkat akan disampaikan uneg-uneg dan pertanyaan saya tentang bagaimana seharusnya peran ilmu antropologi dalam membaca realitas *cyberspace* ini.

3 Berdasarkan berita *detikinet.com* <<http://www.detikinet.com/read/2010/06/09/121652/1374756/398/pengguna-internet-indonesia-capai-45-juta>> diunduh pada tanggal 1 Desember 2011.

Sekilas Tentang *Cyberspace*

Mungkin keadaan di dunia saat ini mirip dengan apa yang digambarkan William Gibson dalam novelnya *Neuromancer* (1984) bahwa “ruang” tak lagi berbentuk fisik. Ruang itulah yang disebut Gibson sebagai *cyberspace*, sebuah ruang yang berisi bit-bit data terprogram dalam komputer yang memungkinkan orang saling berkomunikasi. *Cyberspace* juga disebut sebagai fenomena “pascaruang” yang di dalamnya berlangsung bukan lagi tindakan sosial seperti yang dibicarakan oleh sosiolog klasik, tetapi sebuah teleaksi sosial, yaitu tindakan sosial yang termediasi oleh komputer (Piliang, 2011:62). Di dalamnya kehadiran bukan dalam bentuk ruang-waktu nyata tapi maya, sebuah pelipatan dunia yang menyebabkan perpindahan fisik tak diperlukan lagi. Dalam komunikasi ini representasi diri, peran dan penampilan fisik tersirat dari citra visual dan teks tertulis dalam layar. Singkatnya *cyberspace* adalah “dunia” dalam dunia. Itulah posisi internet saat ini.

Sebagai pemikir awal tentang *cyberspace*, Jean Baudrillard telah menyebut fenomena ini sejak kemunculan televisi dan media massa yang lain pasca perang dunia di masyarakat Barat. Munculnya media elektronik televisi dalam sekejap membuat kesadaran manusia tentang dunia menjadi mengecil. Dimensi-dimensi ruang dunia dilipat dalam sebuah kotak layar kaca. Hanya dengan menekan *remote control* kita dapat berkeliling dunia tanpa memindahkan tubuh sedikitpun. Tak hanya itu, realitas yang ada di bagian bumi lain sampai ke kita bukan dalam bentuk fakta atau real tapi direkayasa oleh media agar tampak lebih menghibur, yang oleh Baudrillard disebut simulasi. Dunia *cyberspace* saat ini merupakan efek lanjut dari gejala simulasi tersebut.

Bersamaan dengan perkembangan globalisasi, teknologi membuat dunia ini menjadi apa yang disebut Marshall McLuhan sebagai *global village*. Realitas simulasi tak terjadi di masyarakat Barat saja namun sudah menjalar ke seluruh dunia. Dunia ibarat menjadi kampung global karena terpasok aras informasi yang sama melalui media massa, televisi, dan media *online*. Dalam realitas simulasi ini manusia dianggap tak lebih dari “massa diam” yang menerima segala informasi yang datang melalui media populer dan komunikasi hanya berjalan satu arah.

Jika Baudrillard dan pemikir awal *cyberspace* lainnya menganggap era televisi membentuk massa diam dalam kendali informasi terpusat, maka perkembangan *cyberspace* mutakhir saat ini menunjukkan gejala yang berbeda. Hal ini terutama dengan hadirnya jejaring sosial (*social network*) seperti Facebook, Twitter, MySpace, Youtube, Yahoo!Messenger, Skype, Kaskus dan lainnya. Ciri pasif massa “diam” sebelumnya yang bersifat fisik (*sedentarity*) maupun tak dapat merespon mengalami perubahan saat ini. Pertama, individu tidak hanya lebih banyak “diam” secara fisik, namun lebih-lebih pergerakan fisik

pun terancam punah karena segala aktivitas sosial dan kebutuhan hidup dapat terpenuhi lewat layar komputer. Kedua, manusia tak hanya menjadi obyek pasif yang menerima segala informasi, tapi dapat merespon aktif informasi tersebut bahkan memproduksi informasi itu sendiri. Dengan adanya internet, kita dapat membuat wacana dan berita sendiri dengan efek penyebarannya sekelas dengan media-media massa besar. Setiap individu dapat menyebarkan berita, lagu, filmnya sendiri ke seluruh dunia. Hal ini juga yang membuat jejaring sosial marak di mana-mana dan menjadi fenomena masyarakat saat ini. Ia bagaikan negara yang setiap orang bisa menjadi penduduknya dan bebas berbuat apapun di dalamnya.

Jejaring Sosial: Kebebasan Beridentitas dan Berwacana

Sebagian besar orang saat ini, lebih-lebih masyarakat perkotaan mempunyai “kehidupan” lain yaitu di dalam akun Facebook, BlackBerry Messenger (BBM) atau Twitter-nya. Ada semacam mitos bahwa hidup kita akan sulit jika tidak meng-*update* atau tak punya akun jejaring sosial tersebut. Kadangkala ini saya rasakan sendiri, semisal ketinggalan suatu acara atau info-info penting dari teman hanya karena tak meng-*update* Facebook maupun Twitter, atau kalau tidak, kabar-kabar tersebut di-*broadcast* lewat BBM yang saya sendiri tidak punya. Semakin lama ini membuat orang yang tak punya akun jejaring sosial merasa terasingkan oleh lingkungannya karena orang-orang sekelilingnya telah berkomunikasi lewat internet. Artinya bahwa keterlibatan seseorang ke dalam *cyberspace* tak hanya keinginan pribadi atau alasan mengikuti *trend* semata, namun secara sosial kita digiring untuk masuk ke dalamnya. Orang menjadi betah setelah menghuni dan menemukan berbagai kemudahan. Lama-lama orang menjadi sulit lepas, kecanduan dunia maya karena ia membuat orang “takut” ketinggalan informasi.

Setelah menghuni dalam dunia *cyberspace* (baca: jejaring sosial), interaksi individu dengan lain “diwakili” oleh *avatar* atau perwujudan diri dalam bentuk citra yang ditampilkan dalam layar komputer. Menariknya di dalam jejaring sosial representasi diri dan identitas dapat dikonsepsi sebebaskan mungkin. Struktur *cyberspace* memberi ruang lebar bagi setiap orang untuk menciptakan identitasnya secara artifisial. Dalam Facebook maupun Twitter kita dapat membuat *avatar* diri sesuai dengan yang diinginkan. Apakah itu tidak mencerminkan diri kita yang sesungguhnya tak jadi soal. Misalnya saja jika kita hendak mengunggah foto untuk profil Facebook pasti akan memilih yang terlihat paling tampan atau cantik. Sudut yang membuat kita terlihat kurang menarik dihilangkan dan kalau perlu di-*edit* terlebih dahulu. Tak masalah jika foto itu jauh dari wajah kita sesungguhnya. Foto-foto yang lain akan dimasukkan dengan syarat dapat mencerminkan kita sebagai pribadi yang menarik dan ideal. *Status*, *wall*, atau *twit* yang tampil harus menarik, lucu atau sebijak mungkin, bahkan jika ada foto atau komentar dari orang lain

yang akan merusak citra kita dengan mudah akan kita hapus. Dengan demikian jejaring sosial bersifat *free society* (Awang, 2009:105) memberi kesempatan setiap orang menampilkan citra diri ideal yang sulit ditampilkan dalam realitas nyata dikarenakan sekat-sekat sosial tertentu. Ini membuat identitas orang dalam *cyberspace* tampak manipulatif dan tidak menampilkan citra diri secara utuh.

Sejalan dengan hal ini, fenomena lain yang muncul adalah kecenderungan mengunggah foto di manapun kita berada ke dalam jejaring sosial. Seperti halnya jauh-jauh ke tempat wisata, yang paling penting bukan untuk menikmati pemandangan, tetapi mengambil foto kita dan nantinya ditampilkan di Facebook agar semua orang tahu kita pernah ke sana. Tujuan dari semua itu hanyalah untuk mendapatkan penghargaan sosial dan menunjukkan eksistensi semata. Inilah era yang disebut Guy Debord sebagai “masyarakat tontonan” yang segalanya hanya untuk menampilkan citra, penampilan, permukaan artifisial tanpa kedalaman makna (Piliang, 2011:348).

Selain konsep diri, aspek *cyberspace* lain yang penting untuk dicermati adalah kebebasan dalam mengeluarkan wacana. Kebebasan berwacana ini salah satu aspek yang membuat jejaring sosial berkembang sangat pesat beberapa tahun terakhir. Tidak seperti jejaring sosial sebelumnya, Facebook muncul dengan fitur *update status* yang paling menarik minat masyarakat. Bahkan Twitter yang menggeser kepopuleran Facebook hanya memberi fitur *twit* yang fungsinya mirip dengan *update status*. Keduanya memungkinkan orang menyuarakan pendapat sebebaskan mungkin untuk didengar khalayak jejaring sosial. Kita dapat *curhat*, memprotes sesuatu, menanggapi pendapat, menyiarkan berita, beriklan, menunjukkan posisi, berkuis, dan banyak lagi.

Seringkali fitur ini menjadi ajang keluh kesah yang tidak secara eksplisit ditujukan kepada seseorang. Ini seperti seseorang yang berbicara kepada “entah” atau sedang ber-*soliloquy*⁴. Misalnya “Kenapa kamu berbeda?”; “bab 3 selesai, lanjut ke bab 4”, maupun menggambarkan kegalauan hatinya: “lalu kapan aku akan diwisuda...” atau “Ya Allah, kapan skripsiku akan selesai?”. Mungkin dikiranya Tuhan memiliki akun Facebook atau Twitter, meskipun jelas yang dituju sesungguhnya bukan Tuhan ataupun sedang *soliloquy* belaka, tapi bermaksud agar semua orang tahu apa yang sedang dirasakan. Belum tentu dalam dunia nyata orang berani mengungkapkan apa yang dituliskannya dalam *status/twit*. Tujuannya pun bukan agar doanya terkabul tetapi agar mendapat respon dan mencari perhatian orang lain. Dengan demikian isi hati seseorang kini bukan lagi dimensi pribadi, namun sudah menjadi urusan publik. Publik dipaksa untuk mengetahui, memikirkan, dan menanggapi perasaan seseorang.

4 Yaitu “omongan dengan diri sendiri dalam batin” mengambil istilah Laksono, *Soliloquy*, dalam *Esei-Esei Antropologi*, Ahimsa-Putra (ed.) (Yogyakarta: Kepel Press, 2006), 229.

Fenomena *status* dan *twit* di atas seperti apa yang dikatakan Abraham Maslow bahwa kebutuhan (*needs*) manusia telah sampai pada taraf membutuhkan penghargaan dari orang lain (*esteem needs*) dan pengaktualisasian diri (*self-actualization*) (Awang, 2009:115) yang merupakan ciri masyarakat urban saat ini. Melalui psikoanalisa Sigmund Freud kita menjadi tahu bahwa situasi diri yang terbahasakan melalui jejaring sosial merupakan *id* (motif tak sadar), *ego* (akal rasional), dan *super ego* (kesadaran sosial), sehingga apa yang dikatakan bukanlah hasil dari diri yang utuh (*Ibid.* 116). Apa yang disampaikan yaitu antara ketidaksadaran dan juga motif kepentingan tertentu. Dengan adanya fitur penyampaian pendapat dalam jejaring sosial tersebut, kekuasaan memproduksi dan menyebarkan wacana berlaku bebas dan menjadi milik semua orang. Apalagi setiap orang dituntut selalu *update status* atau menulis *twit* agar mendapatkan eksistensinya.

Selain dapat membentuk identitas dan bereksistensi, melalui jejaring sosial wacana dapat diproduksi dan disebarluaskan terus-menerus dengan bebas. Suatu topik pembicaraan dapat didiskusikan oleh berapapun orang dan di manapun mereka berada. Fitur *Trending Topic* dalam Twitter dapat menjadi contoh. Fitur ini menampilkan wacana yang paling banyak didiskusikan oleh “rakyat” Twitter di seluruh dunia. Ini membuat orang dengan mudah mengerti dan mengobrolkan apa yang sedang tren di dunia setiap harinya. Lewat Twitter dunia benar-benar merealisasikan gagasan *global village* McLuhan. Penduduk sedunia dapat memperbincangkan satu topik seperti halnya orang-orang yang sedang mengobrol di pos ronda kampung. Jangan berharap sebuah diskusi yang berbobot, mendalam dan bermanfaat, karena orang dengan mudah dapat *offline* atau berpindah topik. Orang juga mudah lupa akan sebuah wacana yang didiskusikan karena banyaknya wacana lain setiap harinya. Di dunia internet informasi penting bercampur baur dengan informasi remeh-temeh sehingga tak ada beda antara “yang penting” dan “yang tidak penting” (Supelli dalam Hardiman, 2010:343).

Efek lanjut dari *booming* informasi ini dapat berakibat menggeser nilai dan norma yang ada di masyarakat menjadi semakin permisif. Konsep *cyberspace* sebagai *free society* dan *open society* (Awang, 2009) membuat orang dengan mudah dapat masuk dan berbuat di dalamnya. Bentuk komunikasinya yang tidak tatap muka seringkali membuat nilai dan norma yang ada di masyarakat diabaikan. Kemudahan untuk mengakses *cyberspace* membuat lenyapnya batas antara anak dan dewasa, ketika anak-anak dapat melihat tontonan-tontonan dewasa (video porno atau kekerasan). Orang lama-lama juga akan kehilangan kepedulian dan sensitivitas secara sosial ketika semua kebutuhan hidup tercukupi tanpa tatap muka (*online*). Sebagaimana pasar yang dulunya tempat terjalannya relasi sosial, saat ini hilang tergantikan dengan logika kepraktisan, individual,

dan ekonomis semata. Lenturnya komitmen dan ikatan tanggung jawab dalam *cyberspace* kerap digunakan sebagai wadah untuk *cybercrime*, seperti ancaman, penipuan, pelecehan seksual. Dunia maya yang menawarkan sejuta pesona baru dapat membuat kita terlena dan melupakan realitas sosial sesungguhnya di sekitar.

Walaupun demikian, kebebasan yang luas dalam berwacana dapat menjadi ruang alternatif bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi, kreativitas dan mengimbangi kekuasaan informasi dari media-media besar. Lewat Twitter berita yang datang bisa kitaanggapi dan sanggah; lewat Youtube film yang kita tonton bisa kita parodikan; lewat Facebook masyarakat dapat melakukan gerakan sosial melawan ketidakadilan⁵; lewat *blog* kita dapat menyebarkan gagasan; fenomena *citizen journalism* bahkan membuat individu dapat memproduksi berita yang aksesnya sama dengan media-media besar⁶. Fenomena ini mempertegas pendapat Michel Foucault bahwa kekuasaan sudah tidak terpusat tetapi menyebar. Kuasa wacana (informasi) sekarang ada di tangan individu yang mempunyai akses teknologi informasi. Jika Foucault sebelumnya berpendapat kekuasaan bersumber pada kuasa pengetahuan (*power/knowledge*), maka sekarang juga ditentukan oleh kuasa kecepatan (*power/speed*), yaitu mereka yang mempunyai kecepatan mengakses informasi, kecepatan menyebarkan wacana, kecepatan mengetahui hal baru, dan kecepatan mengikuti perkembangan teknologi baru (Piliang, 2011:82).

Penutup: Sikap Antropologi dalam *Cyberspace*

Perkembangan jagad Teknologi Informasi yang sangat pesat melahirkan adanya *cyberspace* “generasi kedua”, yaitu orang tidak hanya pasif mendapatkan informasi dari seluruh dunia, namun setiap orang di seluruh dunia sudah dapat memproduksi dan menyebarkan informasinya sendiri. Tidak hanya itu, kemudahan berkomunikasi yang ditawarkan internet membuat realitas-realitas sosial di dunia nyata dapat “dipindahkan” ke dunia maya. Setiap orang dapat berinteraksi, membentuk komunitas, bermasyarakat dan berkebudayaan melalui *avatar-avatar* yang diciptakan dalam jejaring sosial. Pada kenyataannya relasi yang terbangun melalui *cyberspace* telah mengurangi hubungan *face to face* secara substansial; diri hanya ditampilkan oleh citra yang dapat direkayasa; struktur *cyberspace* yang bebas membuat lemahnya komitmen dan tanggung jawab pada relasi sosial yang dibangun; nilai dan norma di masyarakat terancam hilang karena relasi sosial yang terbangun hanya bersandar pada logika kepraktisan, penampilan dan ekonomis semata.

Realitas *cyberspace* ini bukan semata-mata realitas semu yang terpisah

5 Seperti halnya gerakan 1 juta Facebookers dukung Bibit-Chandra atau Prita.

6 Baru-baru ini Metro TV meluncurkan program baru yang bertemakan *citizen journalism*, yang menayangkan liputan berita yang dibuat oleh masyarakat.

dari dunia nyata, tapi mempunyai implikasi riil di masyarakat. Bahkan bisa jadi dengan semakin terjangkaunya teknologi semua orang lebih memilih berkomunikasi melalui *cyberspace*. Lantas tidak ada lagi batas-batas geografis maupun kultural, karena orang dapat berinteraksi dan membangun komunitas dengan orang lain di seluruh dunia. Ini menyebabkan akan sangat usang jika kita membicarakan esensi kebudayaan dari sebuah masyarakat “nyata”. Dalam konteks perubahan ini, tentunya antropologi sebagai ilmu yang membaca realitas sosial budaya di masyarakat mau tidak mau harus menyesuaikan diri dengan adanya realitas *cyberspace*. Bukankah *cyberspace* juga sebuah “dunia” atau “ruang” yang di dalamnya terdapat “masyarakat” dengan “kebudayaannya” sendiri? Jika benar, maka bagaimana dengan persoalan metodologis antropologi paling tidak dalam rangka “*to grasp the native’s point of view*”? Selain itu jika semua orang telah saling berinteraksi di dalam *cyberspace*, apakah antropolog masih harus *blusukan* seperti halnya observasi partisipasi di Petungkriyono?

Munculnya istilah etnografi internet atau netnografi mungkin sebuah upaya agar antropologi dapat masuk dan melihat realitas *cyberspace* secara lebih dalam. Kelihatannya akan muncul persoalan jika kita masih menggunakan sudut pandang etnografi konvensional walaupun praktiknya dalam dunia internet. Pertama, Seperti yang kita tahu sebelumnya, dengan adanya globalisasi informasi seperti saat ini kita akan sulit menemukan simbol-simbol yang esensial dari sebuah kebudayaan karena individu sudah mengalami pengayaan budaya dari mana saja melalui internet.

Kedua, tak adanya komunikasi yang *face to face* di internet membuat kita tidak bisa secara langsung mengidentifikasi realitas sosial yang melatarbelakangi informan yang sebelumnya merupakan bagian dari sensibilitas etnografi. Serangkaian teknis dan analisis wawancara mengalami hambatan karena kita tidak memahami konteks sosial di mana ia berada (Abdullah, 2006:23).

Ketiga, individu-individu yang hanya terwakili oleh *avatar* ini membuat kita sulit untuk menetapkan informan atau subyek yang akan diteliti. Kita tidak akan tahu mana orang-orang yang paling representatif untuk dijadikan informan.

Keempat, kebebasan membuat identitas diri dan berwacana membuat tak bisa mengambil data “lapangan” dari apa yang tertampilkan dalam *cyberspace* karena segalanya mengandung unsur rekayasa dan manipulasi.

Kelima, interaksi sosial dalam *cyberspace* bisa saja merupakan “pindahan” dari interaksi sosial yang terjadi di dunia nyata sebelumnya, sehingga makna-makna dari relasi sosial yang terjalin mudah ditangkap. Lebih banyak dunia maya saat ini membangun realitasnya sendiri yang hanya bersandar pada logika pencitraan, ekonomis, individualistis sehingga makna-makna yang terlihat

terkesan dangkal. Dengan demikian pembacaan etnografis dari suatu realitas *cyberspace* dengan mudah dapat ditebak.

Persoalan-persoalan di atas memang tidak mudah dipecahkan. Diinginkan atau tidak, teknologi informasi saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari dan mempengaruhi masyarakat itu sendiri. Diperlukan penelitian lebih lanjut secara antropologis untuk mendapatkan metodologi yang mampu membaca realitas *cyberspace*, agar ilmu antropologi tetap relevan dalam mengikuti perkembangan zaman.

Bibliografi

Buku

Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ahimisa-Putra, Heddy Shri (ed.). 2006. *Esei-Esei Antropologi: Teori, Metodologi, dan Etnografi*. Yogyakarta: Kepel Press.

Hardiman, F. Budi (ed.). 2010. *Ruang Publik: Melacak "Partisipasi Demokratis" dari Polis sampai Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius.

Laksono, Paschalis Maria. 2011. *Memahami Kebudayaan (Indonesia) Dari Perspektif Antropologi*. Bahan untuk Pembahasan RUU Kebudayaan dari Pendamping Ahli Komisi X DPR untuk Pembahasan RUU Kebudayaan.

Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari.

_____. 2004. *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.

Spradley, James P. 2007. *Metode Etnografi, edisi kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Jurnal

Awang, E.N.R. 2009. "Dunia Maya Sebagai Media Komunikasi Alternatif: Studi Facebook Sebagai Menia Komunikasi Virtual" dalam *Majalah Dimensi* vol.7-No.1 hal. 105, 2009.

Internet

Djibran, Fahd. 2011. *Cyberculture, Transformasi Kebudayaan Pascaruang, dan Bayang-bayang Kematian Sosial, 2007* <<http://komahi.umy.ac.id/2010/12/>>, diunduh 25 November 2011.

Hidayat, Medhy Aginta. 2011. *Kebudayaan Posmodern Menurut Jean Baudrillard*, <<http://elagary.wordpress.com/2011/09/11/>>, diunduh 25 November 2011.