

## JEJARING SOSIAL: RUANG BESI PADA KONSTRUKSI INOVASI DAN IDENTITAS BUDAYA MASSA

Yuda Rasyadian<sup>1</sup>

### ABSTRAK

*Saya memperkuat konteks komoditas dan inovasi sebagai latar belakang dalam melihat jejaring sosial adalah hasil dari daya kreativitas manusia untuk menciptakan cara-cara baru dalam komunikasi yang memiliki interdependensi dengan tetapan komoditas sosial serta ekonomi yang baru untuk membentuk identitas. Singkatnya, saya mencoba menganalisis bagaimana jejaring sosial dapat membuat—meminjam istilah Weber—“ruang besi” dalam kehidupan manusia.*

**Kata Kunci:** jejaring sosial, simbol, ruang besi, kapitalisme

### Latar Belakang

Masyarakat dunia mutakhir tampaknya tumbuh beriringan dengan globalisasi dan transformasi kapitalisme media. Fenomena ini ditandai dengan menjamurnya ruang-ruang relasi baru dengan media baru seperti internet atau *cyberspace*. Terdapat perubahan besar pada pandangan diri manusia dalam menemukan cara pemasaran ekonomi, cara mengekspresikan relasi yang lebih luas, proses interaksi dalam menumbuhkan identitas dan memperkuat identitas, juga memanipulasi diri dalam konteks sosial yang ada setelah adanya internet.

Hal ini, tidak luput saya lihat, mendapat pengaruh kuat dari media-media sosial yang dibentuk lewat jaringan internet—yang kita sebut “jejaring sosial”, atau dalam istilah lain adalah *social media network*, seperti Friendster, MySpace, Twitter dan lainnya—sebagai paham baru dalam komunikasi dan relasi sosial. Jejaring sosial ini adalah sebuah *invention* dan inovasi yang dibangun untuk membentuk kekuatan baru dalam budaya massa, serta model interaksionisme simbolik yang baru.

Interaksionisme simbolik biasanya memfokuskan pada interaksi tatap muka (*face-to-face*) dalam konteks kehidupan sehari-hari (George H. Mead).

1 Mahasiswa Angkatan 2006 Program Studi S1 Jurusan Antropologi Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

Munculnya jejaring sosial saat ini merubah proses simbolik tersebut—mungkin bisa saya sebut sebagai tahapan yang baru. Mead memandang interaksi sosial dalam masyarakat terjadi dalam dua bentuk, yakni percakapan isyarat (interaksi non-simbolis) dan penggunaan simbol-simbol penting (interaksi simbolis).

Dalam berbagai realitas, manusia banyak sekali terlibat dalam interaksi non-simbolis, ketika mereka merespon dengan cepat dan tanpa sadar satu sama lain. Seperti gerakan badan, ekspresi, dan nada suara.

Sedangkan interaksi simbolis adalah pada konteks simbol, sebab mereka mencoba mengerti makna atau maksud dari suatu aksi yang dilakukan satu dengan yang lain. Pada konteks jejaring sosial saat ini, interaksi tersebut diimplementasikan pada bentuk yang lain, tidak pada ranah tubuh yang nyata, atau aktif. Seperti gerak badan, ekspresi dan sebagainya ditunjukkan melalui “*emoticon*”, yaitu simbol-simbol yang ada pada jejaring sosial sebagai pengganti bentuk ekspresi yang nyata. Begitu pula dengan interaksi simbolis, bagaimana menyusun gambar-gambar yang diunggah ke jejaring sosial, sebagai informasi yang mengkomunikasikan sebuah kegiatan (yang aktif pada tubuh nyata) tanpa “melihat” dengan empiris sejauh apa kegiatan tersebut dilakukan, apakah manipulasi ataupun “hanya mewakili”.

Pada akhirnya, jejaring sosial menjadi: (1) komoditas utama dari kendaraan sosial untuk menemukan/memperluas ruang relasi, (2) sebagai kendaraan ekonomi (dimana jejaring sosial mencakup lingkaran strategi kapitalisme yang baru) dengan teks-teks simbolnya, (3) menjadi konsep baru komoditas ikonografi, serta (4) tempat bernaung identitas/entitas individu maupun komunitas.

## Permasalahan

Proses komunikasi adalah proses pengoperan lambang yang mengandung arti dari individu satu ke individu lain, atau dari kelompok satu ke kelompok lain. Harold Lasswell (1969:71) mengatakan “*the social process is the totality of value processes for all the valuer important in the society*”, maka dapat dikatakan lebih lanjut bahwa proses komunikasi adalah masalah proses pembentukan nilai-nilai baru. Di sinilah kita dapat melihat bahwa nilai-nilai baru dibentuk dari munculnya jejaring sosial tersebut sebagai langkah dari transformasi komunikasi. Nilai keintiman berubah, yaitu konsep interrelasi sesama antar-individu mulai berkurang untuk hal aktualisasi diri. Konsep komunitas juga berubah, yaitu proses komunikasi yang bersifat diskusi berubah (di mana interaksi langsung dalam *public sphere* menjadi berkurang) menjadi diskusi di dunia maya. Lalu nilai baru muncul dengan pandangan bahwa kepemilikan identitas yang terciakan dalam jejaring sosial adalah hal yang eksklusif.

Dalam tulisan ini saya memperkuat konteks komoditas dan inovasi

sebagai latar belakang. Saya melihat jejaring sosial adalah hasil dari daya kreativitas manusia untuk menciptakan cara-cara baru dalam komunikasi yang memiliki interdependensi dengan tetakan komoditas sosial serta ekonomi yang baru untuk membentuk identitas.

Freud (2006:379) berkata bahwa ada hubungan yang erat antara kreativitas dengan *values*, bahwa *fragment* yang ada pada jejaring sosial ini sarat akan nilai. Inovasi, dibentuk dengan dasar untuk melakukan suatu perubahan yang lebih efisien terhadap kebutuhan-kebutuhan yang ada pada manusia, kebutuhan akan relasi, identitas dan kapital. Sistem ini mengkonstruksi respon massa akan ruang interrelasi gaya baru, serta menembus konsep promosi/iklan (salah satu komponen dalam konsep ekonomi-produksi) sebagai strategi baru dalam budaya massa. Secara tidak langsung saya juga menyadari ada yang berubah dari nilai lama, ada yang berubah dari keadaan yang nyata, konsepsi hubungan yang nyata. Terlihat juga ada perasaan terikat yang kuat dari masyarakat sosial akan ruang kehidupannya seakan-akan dipindah ke lingkaran dunia maya ini, yang disebabkan oleh terserapnya secara cepat sistem kasat mata yang dibangun oleh adanya jejaring sosial.

Apa yang terjadi selanjutnya pada inovasi kapitalisme media ini? Bagaimana pengaruh relasi sosial yang ada pada “tubuh nyata” di kondisi tersebut? Analisis apa yang bisa dibangun dalam wacana kontrol masa depan dari inovasi sistem relasi ini? Hal inilah yang mendasari tulisan saya tentang budaya digital ini. Mudah-mudahan tulisan ini bisa menjadi mercusuar serta menjadi bagian dari sejuta ilmu hasil pikiran dan pengalaman yang bisa menjadi warisan, tidak hanya sebagai selembar kertas yang jadi usang.

## **Pembahasan Masalah**

Manusia selalu mencari cara untuk dapat memperluas wawasan serta memperluas jaringan. Sekarang hal tersebut didukung dengan teknologi yang mapan yaitu internet, sehingga munculnya jejaring sosial dengan fondasi jaringan internet pun mendapat respon yang sangat luar biasa. Hal ini memang dipengaruhi oleh keinginan manusia untuk mencari inovasi akan modal-modal simbolik, yang dalam pengejawantahannya menjadi gaya hidup massa.

Pandangan saya bahwa gaya hidup adalah cara hidup terpola yang dapat dicirikan oleh tema-tema tertentu dalam situs dan strategi. Jejaring sosial sekarang ini juga menampilkan kondisi di mana ikonografi baru berperan dalam strategi massa, baik dalam menggambarkan maupun melihat bentuk-bentuk baru asosiasi sosial, adalah sarana yang paling mendasar dalam menampilkan gaya hidup (Chaney, 1996:168). *Lifestyle* atau gaya hidup dalam konteks ini bukan pula

melulu monopoli diri atau pasar dalam penggunaan media jejaring sosial, tetapi lebih kepada bagaimana pelaku terlibat aktif dalam jejaring sosial sebagai budaya massa. Dalam budaya massa si pelaku cenderung “latah” menyulap atau meniru segala sesuatu yang sedang naik daun atau laris dilakukan oleh orang lain.

Pada umumnya budaya massa dipengaruhi oleh budaya populer. Pemikiran tentang budaya populer menurut Ben Agger (1992:24) dapat dikelompokkan menjadi: (1) budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari, (2) kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional, (3) kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx kapitalis, (4) kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas.

Pemikiran Ben Agger tersebut sangat fondasional untuk mengungkapkan bagaimana inovasi dari kapitalisme media yang mereproduksi jejaring sosial ini muncul. Satu poin yang menarik dari pendapat Ben Agger di atas, kebudayaan “populer” menghancurkan nilai budaya “tradisional”. Pendapat tersebut saya padankan dengan pola pergeseran yang terjadi pada konsep relasi manusia yang umum dan nyata (interaksi yang sejak lama dimiliki), yaitu keintiman interaksi pada dunia nyata. Inilah yang mendasari posisi interrelasi nyata pada manusia mengalami dekadensi dalam batasan tertentu. Jejaring sosial yang diterima secara cepat sebagai *mass culture*, perlahan-lahan membuat manusia menjadi teralienasi dengan manusia lainnya. Individu yang satu mulai tidak tertarik untuk berbagi permasalahan dengan individu lain, lebih tertarik untuk mengangkatnya ke dalam jejaring sosial, yang mungkin dianggap mempunyai kebanggaan, atau memang sudah terpancing kedalam kebanggaan terlibat dalam budaya massa. Nilai lama (tradisional) dalam cara berelasi memudar.

Pengakomodiran akan sebuah gerakan ataupun ide reaktif juga mengalami perubahan ruang dan langkah ke arah jejaring sosial tersebut sebagai medianya. Dengan ini, ide reaktif akan dapat disebar lebih luas sekaligus membuka relasi akan informasi yang dimiliki satu kelompok ke kelompok lain ataupun satu individu ke individu lain. Begitu pula dalam relasi ekonomi, di mana orang masa kini banyak menjalankan roda ekonominya melalui jejaring sosial (konsep promosi/iklan yang saya bicarakan di atas), juga promosi akan ruang kata, ruang budaya, serta simbol-simbol transnasional, semua melalui hasil dari transformasi kapitalisme media yang baru ini.

Jejaring sosial menjadi ruang tontonan bagi inovasi baru dalam komoditas ikonografi dan ekonomi. Sementara itu, tubuh sebenarnya dari relasi humanis menjadi sebatas ikon yang tertinggal, ruang kedekatan nyata malah menjadi ajang terjadinya alienasi antar individu maupun kelompok, serta terdapat rasa kenyamanan dan kebanggaan ketika menonton interaksi simbolik individu atau

kelompok di ruang jejaring sosial sebagai komoditi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pada akhirnya kreativitas modern milik manusia telah menjadi suatu budaya tontonan (*a culture of spectacle*).

Perlu diperhatikan bahwa ruang relasi ini bisa menutup kemungkinan kita untuk mengetahui bagaimana identitas asli seseorang atau jaringan ekonomi yang menggunakan jejaring sosial. Semua orang, kaya, miskin, baik, atau bahkan orang buruk/jahat sekalipun bisa terlibat aktif dalam memainkan peran di jejaring sosial. Dalam jejaring sosial seseorang dapat bersandiwara, meniru-niru, ataupun berpura-pura. Seperti halnya orang yang kaya bisa berlagak miskin, bukan karena penganut ideologi asketisme, dan bukan pula pengaruh kampanye akan *Pola Hidup Sederhana* di jejaring sosial, tetapi lebih karena itu pilihan orang tersebut untuk membentuk identitas yang ingin di tampilkan di jejaring sosial.

Jejaring sosial kini mungkin malah bergeser konsepnya dari ruang untuk kebutuhan relasi sosial, dengan memunculkan identitas yang dicirikan untuk mendapatkan aktualisasi diri di dunia yang lebih luas (tidak sebatas komunitas sekitar pada lingkaran sosial yang nyata, yang mungkin terbatas), menjadi kebutuhan untuk membentuk kepribadian/entitas individu yang berbeda dari kenyataan. Ruang jejaring sosial yang ada menjadi tempat pengaburan identitas demi interaksi-interaksi luas dengan tendensi yang bermacam-macam. Ini memungkinkan manusia menjadi lebih memilih untuk terlibat dalam jejaring sosial ini, karena “kita tidak terlihat seperti kita”, semua bisa dimanipulasi, yang sudah terlihat bagus secara virtual dan visual, bisa dibuat lebih bagus, yang tidak bagus pun bisa dibuat menjadi bagus. Ini mengarah pada kesimpulan bahwa krisis identitas pun terjadi karena proses penyerapan yang tidak sempurna akan kapitalisme media yang sarat kepentingan ini. Fenomena ini harus diwaspadai, karena aplikasinya sebagai ritus dan strategi baru dalam komoditas sosial-ekonomi, dapat membuat manusia menjadi terjebak semakin jauh dalam lingkup entitas diri dan budaya baru dimana fondasinya semakin melemahkan perikemanusiaan.

Ruang baru jejaring sosial memberikan hawa baru dalam gaya hidup dan budaya massa tadi, tetapi kontinuitas konstruksinya akan membawa “kerangkeng” bagi interaksi aktif pada keadaan riil antar manusia menuju ke batas irasional. Irasionalitas bentukan yang terkait dengan jejaring sosial memberikan pertanyaan serius mengenai masa depan cara komunikasi dan inter-relasi pada masyarakat. Konstruksi interaksi dan identitas yang terjadi ketika manusia menjadi teralienasi dengan adanya reproduksi jejaring sosial ini, dapat mencengkram ikatan manusia itu sendiri ke dalam “kurungan besi” (Weber, 2000). “Kurungan besi” yang saya maksud adalah jejaring sosial memiliki kemungkinan akan mendominasi lebih banyak sektor kemasyarakatan, yang akan lebih tidak mungkin lagi bagi masyarakat untuk “melepaskan diri” darinya.

Frasa “kurungan besi” mengimplikasikan pandangan negatif akan sesuatu yang memenjarakan orang-orang. Weber mengatakan, ada kerangkeng besi dalam konsep rasionalitas yang sangat tidak manusiawi bahkan mengakibatkan dehumanisasi. Lalu, sistem rasional akan menimbulkan berbagai dampak irasional. Irasionalitas utama dari jejaring sosial ialah kemungkinan orang-orang akan kehilangan kontrol atas sistem relasi dan komunikasi tersebut, yang suatu saat bisa mengontrol mereka. Seperti yang telah terjadi, sistem-sistem yang dianggap rasional ini mau tak mau telah mengontrol banyak aspek kehidupan orang-orang. Gaya hidup, roda ekonomi, komunikasi, serta pembentukan identitas-identitas yang kadang menyimpang dari praktik sebenarnya. Konteks komunal semakin hancur lebur karena dilindas individu-individu yang menyerang rasionalitas interaksi lahiriah manusia itu sendiri (konsep interrelasi yang nyata sebagai keabsahan komunikasi antar manusia yang sebenarnya).

Gambaran kerangkeng besi mengilustrasikan rasa kebekuan, kesulitan, dan ketidaksenangan. Saat ini hampir sebagian besar manusia sadar jejaring sosial telah mengungkungnya, namun mereka mendapati diri mereka menikmati kenyamanannya. Mereka menyukai, bahkan menggandrungi, dunia yang dibungkus dalam jejaring sosial serta menyambut perkembangannya dan penyebarannya. Mereka menyukai sebuah dunia yang tertata rapi secara simbolik dan bisa membolak-balikan identitas diri mereka. Mereka menyukai keberadaan individu yang masing-masing berkulat di depan layar komputer atau pun *smartphone*, dengan bertegur ide lewat dunia maya tanpa melihat kondisi "*alien*" yang ada di sekitarnya. Mereka bersandar pada dunia impersonal sebagai tempat berinteraksi dengan manusia, bahkan benda-benda otomatis non-manusia. Bagi sementara orang yang mewakili sejumlah besar populasi pengguna, jejaring sosial bukanlah suatu ancaman melainkan surga.

Bagi yang lainnya, jejaring sosial itu tidak ubahnya kerangkeng karet dengan jeruji yang bisa diulur. Dalam hal ini, ketersediaan untuk bergulat dalam jejaring sosial dengan segala bentuk relasi dan interaksi simboliknya, akan membuat mereka bisa melakukan aktivitas non-rasional lain. Bahkan, jika semakin terbuai tanpa disikapi, jejaring sosial *online* benar-benar dapat menjadi kerangkeng besi yang seakan berbagi kelam dengan pandangan pesimistis Weber terhadap sistem seperti ini.

Selanjutnya, meski orang-orang masih nampak mengontrol keadaan ini (ruang jejaring sosial), sistem-sistem rasional ini bisa berputar di luar kontrol mereka yang menduduki posisi tertinggi dalam sistem tersebut, dan yang lebih mengerikan lagi adalah orang-orang akan kehilangan identitasnya di dalam tubuh yang nyata, *men are avatars*.

## Kesimpulan

Di tengah krisis nasional yang melunturkan jati diri bangsa Indonesia, ada baiknya ketika kita mau mengkaji lagi konsep atau tujuan seperti apa yang seharusnya diterapkan dalam mengimplementasikan entitas diri dan ide di jejaring sosial, agar tidak terjebak juga tidak sampai teralienasi atau mengalienasi individu lain serta komunitas sekitar. Hal itu akan terjadi, jika memang masing-masing dari kita mau memompa dengan penuh perpindahan identitas dari kehidupan nyata ke dalam dunia maya tersebut. Paling tidak, tak ada yang salah dalam konsep inovasi dan kreativitas, karena mungkin yang paling penting bahwa apresiasi terhadap mudahnya cara komunikasi dan membangun relasi sekaranglah yang patut disikapi dengan penghargaan, walaupun transformasi ini datang menggunakan kendaraan kapitalisme media untuk menyokong komoditas sosial yang baru. Dalam usaha-usaha semacam itu, orang-orang bisa mengekspresikan alasan paling manusiawi dalam dunia yang dalam beberapa hal telah mempersiapkan sistem-sistem terasionalisasi guna meningkari ekspresi orang-orang.

Motivasi utama saya di kesempatan kali ini ialah untuk memperingatkan para pembaca akan fragmen lain dari jejaring sosial yang mempunyai potensi jerat dehumanisasi, potensi berbahaya bagi rasa penghargaan kepada cara komunikasi tradisional, serta mengajak untuk menyikapi dengan bijak gelombang jejaring sosial agar tidak terjadi krisis identitas. Ketahanan konseptual dan pemahaman amat diperlukan antar-individu ataupun antar-komunitas, dengan harapan tidak dicengkeram oleh “ruang besi” yang memenjarakan humanisme, serta dapat menciptakan dunia yang lebih manusiawi dan masuk akal.

## Bibliografi

### *Buku*

- Chaney, David. 1996. *Lifestyle*. London: Routledge.
- Scott, James C. 1998. *Seeing Like A State*. New York: Yale University Press.
- Storey, John. 2003. *Teori Budaya Dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam Press.
- Tabrani, Primadi. 2006. *Kreativitas dan Humanitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tester, Keith. 1994. *Media, Culture and Morality*. London: Routledge.
- Wardhana, Veven S.P. *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Massa*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Weber, Max. 2000. *Etika Protestan dan Semangat Kapitalisme*. Surabaya: Pustaka Prometheus.