

JANGAN MELIHAT BUKU DARI WAJAHNYA¹: STUDI TENTANG INTERAKSI DAN KOMUNIKASI DALAM FACEBOOK

*Odit Budiawan*²

ABSTRAK

Tulisan ini mencoba memaparkan secara detail bagaimana proses interaksi dan komunikasi di dalam jejaring sosial Facebook. Bagaimana Facebook mampu menyebar dan “menjangkiti” hampir seluruh penduduk dunia, menjadikan dunia tanpa batas. Kajian ini terkait dengan Facebook sebagai ruang publik baru.

Kata Kunci: jejaring sosial, Facebook, interaksi, komunikasi

Pengantar

“Facebook helps you connect and share with the people in your life.”

Beranjak dari kalimat itu, dua kolom tersedia untuk memasukkan alamat surel beserta kata kuncinya di sudut kanan atas, *sign in* lalu bersiaplah untuk “terjebak” dalam duduk manis yang menghabiskan detik ke menit hingga putaran jam terlalui untuk *online*. Aktifitas sosial hari ini terjadi dalam “jejaring maya”.

Setelah *log in* itu, halaman *Home* (beranda) akan langsung menghadirkan berbagai berita, rentetan *status* (ataupun gambar) milik teman. Informasi tentang siapa yang berulang-tahun hari ini, bahkan “siapa mengomentari siapa” juga dihadirkan di sana. Kemudian di dalam halaman *Profile*, di sudut sebelah kiri atas ada foto untuk mewakili dirinya (sesuai subjek dimakud) yang asli, kemudian terdapat pula *Wall* yang berisi keluhan-pernyataan aktivitas si pemilik di Facebook. Di *Wall* ini, orang lain yang telah menjadi teman bisa menuliskan testimoni maupun mengomentari status (selama pemilik menyediakannya). Menghapus testimoni maupun komentar *status update* di *Wall*, adalah hak sepenuhnya pemilik *account*, pada halaman itu pula terdapat sarana info tentang pemilik *account*, *Photos*, *Boxes*, *Video*, dan aplikasi lain yang bisa ditambahkan

- 1 Plesetan pameo “jangan melihat buku dari sampulnya” (*don't judge a book by its cover*). Artikel ini dibuat tahun 2009 lalu, namun atas kepentingan penulisan RANAH maka disunting dan dirombak kembali pada bulan Desember 2011
- 2 Mahasiswa Angkatan 2008 Program Studi S2 (Pascasarjana) Jurusan Antropologi Budaya, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

sendiri. Pada setiap halaman, di sudut kanan bawah adalah *notification* yang memberi setiap info terbaru, sedangkan di sebelah kirinya terdapat fasilitas untuk *chatting* (fasilitas untuk mengobrol langsung sesama pengguna Facebook yang sedang *online*). Sebagian besar pemilik akun Facebook (yang menjadi “teman” saya) biasanya punya nama, foto, status serta keterangan personal seperti KTP (Kartu Tanda Penduduk). Bahkan siapa pacar, kakak, adik, paman, suami, istri juga bisa dicantumkan dalam profil Facebook. Persoalan apakah nama palsu atau akun buatan milik orang lain hingga bisa jadi seorang “teman” yang berinteraksi tidak terlalu diperdulikan (selama tidak ada konfirmasi), karena “figur imajiner”-lah yang sedang dipakai guna berinteraksi dalam Facebook.

Itulah Facebook, dan jika saya merefleksikan diri saya sendiri aktivitas yang saya lakukan ketika membuka Facebook adalah: saya menulis apa yang sedang saya lakukan pada suatu hari, dan orang lain silahkan berkomentar. Saya memasang foto-foto di sana, bukan saja untuk kenang-kenangan, namun juga untuk dipuja, pamer. Sesekali saya juga menanyakan kabar seorang kawan dengan *klik* namanya akan terbuka profilnya. Jika orang itu gemar *update status*, saya merasa cukup tahu kabarnya sekarang tanpa bertanya. Fasilitas *chating* disediakan untuk mengobrol dengan “teman” yang juga *online*. Pun jika ada orang yang mengundang saya menjadi temannya, saya bebas untuk menerima atau menolaknya.

Itulah kiranya asumsi saya ketika membuka halaman Facebook yang sudah saya miliki sejak 2008 lalu. Tentu saja orang lain punya pendapat lain soal “jejaring dunia maya” itu, “dunia” di mana orang-orang “seolah-olah” menjadi dirinya sendiri. Dunia berbagai hasrat dan kepentingan ada tercurah, mungkin demi pergaulan, sarana komunikasi, mencari pekerjaan, hingga berkampanye³.

Inilah buah karya Mark Elliot Zuckerberg⁴. Di usia 25 tahun, dia memperkenalkan “The Facebook” (namanya saat itu), pada Februari 2004 dari kamarnya di asrama Harvard University. Dengan dibantu tiga temannya; Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes, mereka membuat jejaring mahasiswa melalui internet agar dapat saling kenal. Dalam dua puluh empat jam,

3 Seperti Presiden Amerika, Barack Hussein Obama yang memanfaatkan situs ini sebagai salah satu cara untuk meraih dukungan dalam Pemilihan Presiden Amerika Serikat, 2008 lalu.

4 Nama Zuckerberg sudah melejit ke seluruh dunia bak meteor. Banyak pengguna Facebook merupakan orang-orang elit dunia. Facebook juga menjadi sarana komunikasi para karyawan Toyota, Ernst & Young, dan perusahaan kaliber dunia lainnya. Di Facebook, Zuckerberg bertanggung jawab untuk urusan garis kebijakan umum dan penyusunan strategi perusahaan yang kini menjadi rebutan para pemasang iklan dan para investor. Oleh Forum Ekonomi Davos 2009, Zuckerberg termasuk dalam daftar pemimpin muda karena prestasi dan komitmennya terhadap masyarakat serta berpotensi menyumbangkan ide untuk membentuk tatanan dunia baru. Sedang oleh majalah TIME, Zuckerberg diberi julukan sebagai “salah satu orang yang paling berpengaruh pada tahun 2008” dan juga mendapat penghargaan sebagai “TIME Person of the Year 2010”.

1.200 mahasiswa Harvard bergabung dan dengan segera jejaring ini menyebar ke kampus lain. Kini, Facebook telah diterjemahkan ke dalam lebih dari 30 bahasa, termasuk bahasa Indonesia dan Arab⁵ (Kompas, 23 Juni 2009).

Sebuah artikel Kompas yang bertajuk “Dunia tersihir Facebook”, menceritakan tentang Facebook yang sudah menjadi konsumsi dunia, beberapa orang seperti keranjingan berbagi informasi, rasa, canda, tawa, hasrat, ekspresi, dan impian lewat jaring sosial di dunia maya ini. Perihal beberapa orang yang merasa kurang lengkap hidupnya jika dalam sehari tidak membuka Facebook, sampai pada Facebook mampu memenuhi hasrat narsistik pada orang yang menggunakannya, dijabarkan dengan baik. Apa pun itu yang dibicarakan orang di Facebook, situs itu terbukti sukses menjadi media komunikasi baru yang sanggup merajut relasi sosial. Proses terbentuknya jaring sosial dan persahabatan di Facebook berlangsung cepat. Di Facebook, orang tak hanya mencari, tetapi juga dicari. Facebook disebut sebagai cara paling modern generasi sekarang memelihara relasi sosial, kekerabatan, dan bahkan dianggap sebagai media komunikasi baru yang menembus batas negara juga budaya.

Bahasa, mulut bicara, gerak, ekspresi, bertemu, berjabat tangan dianggap bagian dari interaksi dunia nyata. Bagaimana bisa, internet seperti halnya Facebook yang notabene adalah dunia maya (yang artifisial) bisa menjadi kenyataan dan fakta sosial? Mengapa tatanan sosial dalam berinteraksi dan berkomunikasi bisa terbentuk dengan adanya “jejaring media sosial” seperti Facebook? Tulisan ini akan mencoba menelusuri persoalan ini.

Sepakat Media Sosial

Sedikit menilik pada peranan media massa yang pernah ada dalam masyarakat kita saja sudah cukup beragam. Saya menengarai bahwa media massa acap kali mencerminkan harapan dan keinginan “politis” yang berubah setiap zaman terhadap alat komunikasi massa ini. Misal dahulu radio dipakai sebagai alat perjuangan, alat revolusi, media pembangunan, hingga menjadi pers Pancasila. Kini, fungsi media massa (tidak terkecuali internet) pada intinya sudah banyak berubah dari yang dahulu. Fungsi pokoknya bisa saja meliputi pengamatan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*), membangun korelasi dari berbagai bagian masyarakat guna menciptakan konsensus (mufakat), sosialisasi atau pewarisan budaya dan fungsi hiburan. Fungsi-fungsi ini tidak selalu dapat dijalankan sekaligus. Salah satu diantaranya mungkin mendapat prioritas utama oleh suatu media (pada suatu ketika), sehingga mengabaikan fungsi lainnya. Bila fungsi hiburan yang diutamakan misalnya, maka komunikasi

5 Sejak artikel ini selesai dibuat Facebook kini tersedia dalam 64 bahasa.

yang memenuhi fungsi pengamatan tidak akan mungkin dijalankan dengan efektif. Efektivitas media dalam mengkomunikasikan suatu substansi ikut ditentukan oleh fungsi yang diutamakan media yang bersangkutan.

Fungsi internet-Facebook yang sering diutamakan adalah fungsi yang pertama. Bagi kebanyakan pemilik akun Facebook biasanya menggunakannya sebagai sumber informasi serta sarana komunikasi untuk mengamati perubahan “lingkungan” yang langsung dapat mempengaruhi kehidupan. Media ini dapat *online* kapan saja (saat ini pengguna ponsel yang terdapat fasilitas internet bisa) di mana saja, sehingga dapat memberitahukan perubahan keadaan terakhir secara cepat. Makin tidak menentu keadaan, makin tinggi rasa ketidakpastian, makin ramai isu, makin cepat perkembangan. Fungsi kedua, pengembangan konsensus melalui media massa, biasanya mengemuka pada waktu timbulnya perkembangan ke arah perubahan. Setelah mendapat informasi tentang perkembangan baru yang dianggap penting, masyarakat membicarakannya dari berbagai segi serta menelaah implikasinya bagi mereka. Secara formal khalayak bertukar pikiran melalui Facebook—atau tanpa media namun dirangsang oleh media—dan mencoba mencari kesepakatan: apa perlu reaksi bersama, (dan jika demikian) apa yang harus dilakukan. Kesepakatan ini tidak hanya soal yang serius seperti masalah politik, tetapi dapat juga sepele. Banyak hal, termasuk nilai sosial budaya tentang apa yang baik dan buruk, gaya hidup baru, penyakit, cuaca, bisa jadi disepakati melalui wacana yang beredar lewat media internet. Terkait erat dengan konsensus adalah sosialisasi. Secara ringkas, sosialisasi adalah fungsi pendidikan dalam arti kata yang luas. Media massa meneruskan apa yang telah disepakati, baik yang baru maupun yang lama. Kesepakatan (perihal konsensus) lama yang telah menjadi warisan budaya termasuk pengalaman bangsa, nilai-nilai tradisional, adat istiadat bisa dimuat media untuk melengkapi pengetahuan generasi muda dan mengingatkan generasi tua. Barulah disosialisasikan untuk mengukuhkan dan mengajarkan konsensus yang baru diputuskan. Paparan di bawah ini mungkin akan lebih memudahkan penjelasan di atas.

Mengentas Interaksi dan Komunikasi dalam Facebook

Pengguna Facebook itu manusia (yang bisa membaca), dan manusia selalu berinteraksi dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka, dari kebutuhan ekonomis hingga kebutuhan sosial dalam berkelompok (Malinowski 1938 dalam Apadurai, 1996). Pemenuhan kebutuhan sosial manusia baik untuk berkelompok maupun bergaul mencirikan manusia sebagai makhluk *homo socius* yang mempunyai kecenderungan untuk berinteraksi dalam wujud berkelompok dan berkomunikasi, dengan demikian manusia juga tidak akan lepas dari sebutan

homo symbolicum yang mempunyai kemampuan untuk menggunakan simbol-simbol dalam berinteraksi antara satu dengan yang lain (Turner, 1990:63).

Interaksi juga merupakan kebutuhan psikologis bagi kelompok ataupun bagi individu yang antara lain untuk memenuhi keinginan mendapatkan rasa aman. Schultz (dalam Verhaar, 1989:41) menjelaskan bahwa setiap orang memerlukan kebutuhan kendali (*control*), afeksi (*affection*), dan inklusi (*inclusion*). Kebutuhan kendali dimaksudkan bahwa setiap orang ingin mencari kedudukan tertentu, menyangkut hal mengontrol dan dikontrol orang lain. Kebutuhan afeksi (rasa kasih) mempunyai makna bahwa setiap orang memiliki hubungan antar pribadi, menemukan seseorang yang dapat dicintai dan mencintai, sehingga terjadi hubungan yang intens, intim. Sedangkan kebutuhan inklusi (atau ketermasuk) dimaksudkan bahwa setiap orang ingin agar menjadi bagian atau termasuk ke dalam golongan tertentu, sehingga mereka merasa dirinya dikatakan sebagai orang yang mempunyai jati diri atau identitas⁶. Kesemuanya disediakan di Facebook yang merupakan *public sphere*, istilah yang pertama kali dikemukakan oleh Juergen Habermas.

Terminasi *public sphere* biasanya digunakan dalam kerangka komunikasi politik yang positif. *Public sphere* digambarkan oleh Habermas sebagai sebuah ruang inklusif di mana masyarakat secara kolektif membuat sebuah opini publik dalam sebuah lingkungan terkait dengan kondisi sosial politik maupun ekonomi. Kebutuhan interaksi bagi manusia merupakan hal yang pasti dialami oleh setiap manusia. Kini, dalam dunia yang multikultur, dunia kita tengah menuju proses untuk menjadi sebuah pemukiman global (*a global village*)⁷.

Karenanya Facebook merupakan *public sphere* namun inklusif, semua orang asal “melek” komputer bisa menggunakannya. Pun tujuan orang menggunakan Facebook juga kian berkembang. Orang mulai melirikinya sebagai tempat untuk melemparkan sebuah wacana. Ketika wacana yang dilemparkan ditanggapi oleh pihak lain, mereka merasa eksis di sana hingga seterusnya berkembang tanpa sadar menjadi sebuah opini publik. Bisa jadi dalam situasi seperti ini yang paling diuntungkan adalah dunia marketing, dari marketing barang elektronik, tas, baju, sepatu sampai “marketing politik”. Ada sebuah peluang yang harus dimanfaatkan dalam *public sphere* ini baik dalam mengarahkan opini maupun memobilisasi dukungan⁸. Facebook sebagai sebuah jejaring sosial diakui

6 Konsep identitas yang saya pakai merujuk pada sesuatu yang dianggap mewakili diri sendiri, dianggap sama, dan merupakan hasil interaksi dengan orang lain.

7 Lihat Appadurai: Teori *global village* dimunculkan oleh Marshal McLuhan, kata ini sering digunakan untuk menilai sebuah media baru pada satu komunitas.

8 Pionirnya yang (mungkin) melegenda adalah Barack Obama. Grupnya yang bertajuk “*One Million Strong for Barack*” mampu mengumpulkan 300.000 lebih pendukung dalam kurun waktu kurang dari tiga minggu saja. Hal itu wajar karena 90 persen masyarakat Amerika telah memiliki akses internet dan sebagian besar memiliki account Facebook. Di Indonesia lebih

memang cukup ampuh untuk mengikat modal sosial. Facebook banyak membantu orang untuk berhubungan dengan kolega lamanya, berinteraksi secara langsung dengan orang yang terpisah jarak dan hubungan-hubungan tersebut sering kali menghasilkan sebuah keuntungan bersama.

Pranata Jejaring Dunia (Maya) dalam Facebook

Facebook, sejak kelahirannya di tahun 2004 lalu telah berhasil membuat penggunanya jenak di depan monitor ataupun layar ponsel. Ia membuat orang menghabiskan waktunya untuk terus-menerus mengonsumsi kehidupan orang lain atau “menghias” profilnya sendiri dengan serangkaian argumen di *wall* yang biasanya remeh-temeh. Facebook sedang membuat perubahan kultural dalam berinteraksi. Banyak hal yang tidak bisa dilakukan dalam Facebook, seperti pertanyaan bagaimana cara orang menghadapi komunikasi verbal misalnya, wawancara perkerjaan, pidato, berekspresi, bersopan santun, memperhatikan cara bicara, tentu saja tidak terjawab. Karena itu, bagi saya Facebook justru membentuk sifat komunikasi yang loyo dan merusak keterampilan dalam berkomunikasi.

Tidak berhenti sampai di situ saja, Facebook juga mempunyai potensi terhadap bergesernya “tatanan sosial”. Hal ini terjadi pada perubahan arti kata “teman” misalnya. Sikap ini di kemudian hari bisa menimbulkan beberapa resiko, karena “teman” di sini bersifat verbal, artinya hanya teman dalam sebutan. Setelah itu “mereka adalah orang asing”. Sebuah tulisan dalam harian Kompas Minggu (2009) pernah menyebutnya sebagai “*the illusion of intimacy*”. Relasi sosial di dalam Facebook hanyalah sebuah ilusi belaka, palsu. Orang merasa dekat dan intim di dunia maya, namun tidak saling menyapa di dunia nyata. Inilah “ilusi akan keintiman” yang berusaha dijembatani, dan Facebook menjadi penting dalam masyarakat yang lebih mementingkan kuantitas daripada kualitas hubungan sosial, karena tidak memungkinkan untuk mewacanakan esensi pertemanan sesungguhnya seperti kepercayaan dan kasih.

Adapun fenomena ini malah mengakibatkan orang untuk menghindari komunikasi secara tatap muka. Alasan klasik yang biasa dikemukakan adalah karena lebih mudah. Sedikit cerita, beberapa waktu lalu saya mendengar dua orang (sebut saja X dan Y) bergosip–penasaran tentang kawannya yang “putus” dengan pacarnya. “Eh si A putus ya sama B?” tanya Y. “Lho kamu tahu dari mana?” sambut X balas bertanya. “Kok, statusnya B sering galau-galau terus ya?

fenomenal lagi, sebuah *page* bernama *Say No To Megawati* mampu meraup hampir 100.000 pendukung hanya dalam tiga hari. Padahal di negeri ini hanya ada lima belas juta orang yang memiliki akses internet dengan jumlah *account* Facebook dua juta saja. Entah berpengaruh secara langsung atau tidak, yang jelas keesokan harinya perolehan suara Partai Demokrasi Indonesia-Perjuangan (PDI-P) turun hingga lima persen dalam pemilu legislatif.

Bentar, coba aku lihat di Facebook dulu”, kata Y sembari membuka Facebook. Dilihatnya kolom info yang menyediakan pilihan *single*, *in relationship with*, *married*, cerai, bahkan cerai mati. Pertanyaan langsung bertatap muka menjadi sungkan untuk ditanyakan, karena (jawabnya ketika saya tanya) selain tidak mau turut campur urusan orang lain (meski tetap bergosip) juga takut jika nanti malah mengingatkannya luka hatinya.

Terjadinya *gap* antara dunia nyata dengan dunia maya yang dikhawatirkan akan mengancam kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara verbal tidak sepenuhnya tepat. Bergosip yang dianggap sebagai kontrol sosial dalam masyarakat masih saja dilakukan di dunia nyata. Bahan pembicaraan yang terjadi di jejaring dunia maya bisa jadi fakta dari kenyataan di dunia nyata. Begitu juga sebaliknya, segala yang ada di Facebook bisa juga menjadi bahan pembicaraan ketika bertatap muka.

Sedangkan yang terakhir adalah memudarnya “nuansa privasi seseorang” dalam masyarakat. Sudah barang tentu apa yang “dibagikan” dalam situs ini mudah sekali dibaca oleh orang lain (kecuali memang benar-benar sudah diatur dengan cermat). Kurangnya rasa tanggung jawab sosial pengguna Facebook terkait privasi masih nyata. Mereka mungkin sangat ketat menjaga privasi masing-masing namun tanpa disadari mereka sangat mungkin melanggar privasi orang lain. Hal ini bisa dibuktikan dengan maraknya posting yang berbau *bullying* dan hal-hal yang bertujuan untuk membuat malu orang lain.

Sebuah Penutup

Facebook sebagai sebuah jejaring sosial diakui memang cukup ampuh untuk mengikat modal sosial. Ia banyak membantu orang untuk berhubungan dengan kolega lamanya, berinteraksi secara “langsung” dengan orang yang terpisah jarak dan hubungan-hubungan tersebut sering kali menghasilkan sebuah keuntungan bersama. Di balik kekuatannya ini Facebook juga menyimpan potensi bagi terbentuknya “tatanan sosial” baru yang berbeda dengan sebelumnya.

Sebanyak apapun orang berkata jika “Facebook adalah suatu temuan besar yang mengubah dunia dalam berkomunikasi”. Nyatanya Facebook tetaplah salah satu cara dalam berinteraksi hingga kini. Linda M. Gallant (dalam Kompas, 2009) berargumen bahwa Facebook melejit adalah karena, "situs internet umumnya menyajikan informasi dan para penjelajahnya hanya menerima apa adanya. Sekarang ini para penjelajah ingin berpartisipasi sebagai pengisi situs. Facebook memenuhi hasrat itu".

Dunia digital mengubah interaksi manusia yang secara evolutif membutuhkan pertemuan fisik dan psikis menjadi pertemuan virtual yang dingin.

Jika jejaring sosial seperti Facebook tidak digunakan dengan bijak, hubungan kekerabatan antar manusia bakal kehilangan keintimannya.

Evolusi tubuh kita dirancang untuk bertemu secara fisik dan psikis. Dari kedua hal itu, manusia diarahkan untuk masuk situasi konflik, ada perasaan senang, gembira, bengong, marah, benci. Ragam cara itu manusia bisa bertahan hidup, dengan kontak fisik manusia bisa mengasah kewaspadaannya, mampu mengenali orang lain, bahkan bisa membaca emosi seseorang. Manusia yang (kecanduan) membangun pertemanan lewat internet tanpa disertai pertemuan fisik dengan orang tersebut akan kehilangan pijakan dengan dunia nyata. Ia masuk dalam dunia simulasi yang seolah-olah punya banyak teman, padahal tidak. Tanpa monitor dan internet dia akan kaku, sulit bicara dan menyampaikan bahasa. Jadi waspadalah.

Bibliografi

Buku

- Askew, Kelly dan Richard R. Wilk. 2000. *The Anthropology of Media*. Minneapolis: University of Minneapolis Press.
- Ahimsa-Putra, Heddy Shri. 2006. *Strukturalisme Levi-Strauss: Mitos dan Karya Sastra*. Yogyakarta: Kepel Press.
- Ajidarma, Seno Gumira. 2002. *Kisah Mata*. Yogyakarta: Galang Press.
- Apadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. London: Routledge
- Bakhtin, M.M. 1981. *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies, Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang.
- Barnard, Alan. 2000. *History and Theory in Anthropology*. Cambridge University Press.
- Barth, Fredrik. 2005. *One Discipline. Four Ways: British, German, French, and American Anthropology ED*. University of Chicago Press.
- Bellah, R.N. 1976. *Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life*. New York: Harper and Row.
- Boudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Featherstone, Mike. 1995. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Douglas, Mary dan Baron Isherwood. 1996. *The World of Goods, towards an Anthropology of Consumption*. London and New York: Routledge.
- Daiches, David. 1981. *Critical Approaches to Literature*. New York: Longman.
- De Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Dominick, Josep R. 1990. *The Dynamics of Mass Communication*, Third Edition.

McGraw-Hill

- Harvey, David. 1989. *The Condition Of Postmodernisme*. Oxford: Basil Blackwell.
- Hojsgaard, Morten T. dan Margaret Wartbung (eds.). 2005. *Religion and Cyberspace*. New York: Routledge.
- _____. 2007. *Cyber Religion on the Cutting Edge Between the Virtual and the Real*. New York: Routledge.
- Kleden, Ignas. 1987. *Sikap Ilmiah dan Kritik Kebudayaan*. Jakarta: LP3ES
- Laksono, Paschalis Maria. 2004. "Memotret Wajah Kita Sendiri (kata pengantar)" dalam Roem Topatimasang (ed.), *Orang-orang Kalah*. Yogyakarta: Insist Press.
- _____. 2007. *Visualitas Gempa Yogya 27 Mei 2006*. Yogyakarta: Rumah Sinema.
- Miller, Daniel. 2000. *The Internet: An Ethnographic Approach*. New York: Berg.
- Mrazek, Rudolf. 2006. *Engineers Of Happy Land: Perkembangan Teknologi dan Nasionalisme di Sebuah Koloni*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Rogers, Everett M. 1994. *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. Free Press.
- Strinati, Dominic. 2003. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Popular*. Yogyakarta: Bentang.
- Turner, Victor. 1990. *Beyond the Body Proper: Reading the Anthropology of Material Life (Body, Commodity, Text)*. Duke University Press.
- Verhaar, J.W.M. 1989. *Pengantar Linguistik*. Yogyakarta: UGM Press.
- Walker, John A. dan Sarah Chaplin. 1997. *Visual Culture*. Manchester & New York: Manchester University Press.
- Wirodono, Suwardian. 2005. *Matikan TVmu: Teror Media Televisi di Indonesia*. Yogyakarta: Resist Book.
- Winangun, Wartaya. 1990. *Masyarakat Bebas Struktur, Liminalitas dan Komunitas Menurut Victor Turner*. Yogyakarta: Pustaka Filsafat Kanisius.

Jurnal

- Kleden, Ignas. 1987. "Kebudayaan Pop: Kritik dan Pengakuan" dalam Prisma No. 5 Tahun XVI Mei 1987. Hal: 3-7.

Surat kabar

- Kompas. 2009. *Dunia tersihir Facebook*, 15 Maret.
- Kompas. 2009. *Kekerabatan Baru itu Facebook*, 15 Maret.
- Koran Tempo. 2009. *Waspada dengan Jejaring dunia Maya*, no. 7, 19 April.