

BUDAYA DIGITAL DAN PERUBAHAN KONSUMSI MEDIA MASYARAKAT

Ezmieralda Melissa

Departemen Komunikasi dan Public Relations, Fakultas Ekonomi dan Humaniora, Universitas Swiss German, EduTown BSDCity, Tangerang, 15339, Indonesia

E-mail: ezmieralda.melissa@sgu.ac.id

Abstract

The development of digital technology, which started to flourish in the 1990s has impacted the media production and consumption significantly. Some people see this development as having potentials to open new windows for media democracy and creativity. This positive view is supported by the distinctive features of digital technology that allow greater flexibility of media convergence, content distribution, users' participation, and users' control. However, not everyone feels optimistic about the changes brought by digitisation. Contradictory to the previous statement, critics argue that it is a utopia to believe that digital media, such as the Internet, will give everyone freedom of expression and information since digital media content as provided by the Internet is still more or less shaped by certain social forces.

Nonetheless, digital technologies has changed the way audiences interact with the media and media content. Although the nature of every media text is arguably open to different interpretations thus enabling different users to have a variety of media experience, but the consumption of the old forms of media – books and video cassettes to name a few – users are bound to unfold these media texts in similar sequences. On the other hand, with the materials flexibility enabled by digital technology, not only that users can easily transmit and exchange media texts with each other, but they can also make changes to the texts and vary their modes of consumption. This increased flexibility of texts materials across different media platforms has been argued as the key characteristic of the digital culture, which is often referred as the culture of “unfinished” texts.

Using a case study of *kaskus.com*, one of the most popular online media in Indonesia, this paper discusses how media digitisation alter the way Indonesian audiences consuming media while showing the limitations of these new technologies.

Keywords: digitisation, digital culture, media digital, audience flexibility

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital, yang dimulai pada sekitar era 90an telah mempengaruhi proses produksi dan konsumsi media secara signifikan. Sebagian orang melihat perkembangan ini secara positif karena berpotensi untuk membuka pintu-pintu baru bagi demokrasi dan kreatifitas masyarakat. Hal ini didukung oleh fitur khusus media digital yang memungkinkan fleksibilitas konvergen media, distribusi muatan, partisipasi pengguna dan kendali pengguna atas muatan media tersebut. Di lain pihak, kritik beranggapan bahwa opini yang menyatakan media digital seperti Internet akan mampu memberikan kebebasan berekspresi dan kemudahan mendapatkan informasi bagi semua orang merupakan mimpi belaka. Hal ini disebabkan karena muatan media digital seperti Internet tetap dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan sosial tertentu.

Bagaimanapun, teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan media dan muatannya. Walaupun karakter khas dari setiap medium memungkinkan interpretasi yang berbeda dari satu pengguna ke pengguna lainnya, tetapi media tradisional seperti buku maupun koran 'memaksa' pengguna untuk menikmati teks media tersebut satu persatu dari awal sampai akhir. Lain halnya dengan fleksibilitas yang dimungkinkan oleh teknologi digital, tidak saja pengguna dapat dengan mudah mengirimkan dan bertukar teks media satu sama lain, namun pengguna juga dapat dengan mudah mengubah teks tersebut dan mendapatkan variasi yang tidak terbatas atas cara mereka mengkonsumsinya. Meningkatnya fleksibilitas teks media dari satu medium ke medium lainnya merupakan salah satu karakter budaya digital yang utama. Hal ini yang menyebabkan budaya digital sering juga disebut sebagai budaya teks media yang 'berkesinambungan' (unfinished text).

Dengan mengambil studi kasus dari salah satu media online paling populer di Indonesia, *kaskus.com*, paper ini akan membahas bagaimana digitalisasi media mampu mengubah cara masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi media sekaligus mencoba menjawab pertanyaan apakah bangsa kita telah siap untuk menyambut era digitalisasi media ini.

II. Selamat Datang di Era Digital

Digitalisasi dapat didefinisikan secara sederhana sebagai penyederhanaan materi informasi dalam bentuk kode biner (Marshall, 2004, h.17) atau penyatuan teknologi komunikasi dengan logika komputer (Schiller, 2000, h.xv). Metode baru pengubahan data ini memiliki keunggulan dalam meningkatkan fleksibilitas penanganan, penyimpanan dan pengiriman data dari satu orang ke orang lainnya (Marshall, 2004, h.17). Selain itu, fleksibilitas yang ditawarkan oleh proses digitalisasi juga telah mempermudah proses transmisi dan manipulasi materi informasi yang berefek ekonomis bagi suatu jaringan, karena materi informasi dapat disebarluaskan secara lebih efisien di antara para pengguna jaringan tersebut (Schiller, 2000, h.xv).

Proses digitalisasi sendiri telah membawa banyak perubahan dalam industri media baik dari sisi produser maupun pengguna. Salah satu dari perubahan itu terkait dengan makna dari medium itu sendiri. Dengan adanya teknologi digital, menjadi sulit bagi pengguna untuk membedakan satu medium dengan medium lainnya karena berbagai media tampak menyatu dan pengguna dapat dengan mudah mengakses jenis informasi dan hiburan yang berbeda hanya dengan satu klik saja (Markman, 1997, h.35). Fenomena konvergen media ini dapat dipahami dengan lebih baik saat kita membaca ilustrasi yang dipaparkan oleh Anne Friedberg bahwa walaupun layar bioskop, televisi dan komputer tetap mempertahankan lokasi fisiknya yang terpisah, tetapi jenis gambar yang pengguna lihat di masing-masing medium telah kehilangan kekhasan karakter mediumnya (Harries, 2002, h.171). Dengan adanya konvergen media, sebuah medium tidak lagi hanya memiliki satu fungsi, tetapi dapat juga memberikan pelayanan lain, yang memungkinkan banyak pengguna untuk mendapatkan pengalaman media yang berbeda secara simultan (2002, h.10). Contohnya, saat kita berselancar di dunia maya kita dapat membaca berita dan melihat video yang memuat berita tersebut di saat yang bersamaan.

Dari sisi produser media, media konvergen juga memberikan beberapa tantangan baru. Untuk memuaskan kebutuhan dan selera pengguna yang berbeda, produser

media dituntut untuk menjadi lebih kreatif dalam merencanakan penggunaan media platform yang berbeda untuk menyebarkan informasi yang mereka berikan. Selain itu, produser media juga harus mempersiapkan versi yang berbeda dari materi media yang sama. Hal ini menunjukkan sebuah ekologi produksi baru dimana cara-cara lama dalam membuat teks media mulai ditinggalkan (O'Regan dan Goldsmith, 2002, h.92). Karena digitalisasi memberikan kemudahan dan fleksibilitas terhadap muatan media, jenis teks media yang berbeda seperti filem, musik, video, permainan komputer, situs Internet, dokumenter televisi dan buku juga dapat saling ditautkan (crossed referenced) dalam industri media moderen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengguna media saat ini cenderung mengenal teks media tertentu melalui asosiasinya terhadap format budaya yang lain (Marshall, 2002, h.68). Hal ini juga dikenal sebagai *intertextuality* teks media dan dapat ditemukan dengan mudah dalam konsumsi media masyarakat sehari-hari. Contohnya, isu-isu yang ramai dibicarakan di media online seperti *Facebook* atau *Kaskus* sering diangkat menjadi agenda berita televisi-televisi nasional dan sebaliknya. Itulah mengapa produser media dalam era digitalisasi ini harus mempersiapkan versi yang berbeda dari teks media yang sama untuk memuaskan permintaan pasar.

Faktor penting lainnya yang dapat dianggap sebagai karakter khas dari media digital adalah kemampuannya dalam meningkatkan interaksi dan kontrol pengguna. Perlu dicatat bahwa interaksi media dapat dikategorikan menjadi dua macam. Yang pertama adalah interaksi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil kendali atas sebuah teks budaya (Marshall, 2004, p.14). Contoh kongkrit dari jenis interaksi ini adalah media DVD karena saat pengguna melihat rekaman DVD pengguna dapat dengan mudah memilih untuk menghentikan, memulai dan bahkan mengulang kembali adegan yang mereka inginkan, sehingga memungkinkan pengguna mendapatkan pengalaman mengkonsumsi materi DVD yang berbeda-beda (Harries, 2001, h.173). Jenis interaksi yang kedua berhubungan dengan kapasitas media dalam menyediakan format ekologi interaksi yang baru (Marshall, 2004, h.15). Dalam pengertian kedua ini interaksi dapat diartikan sebagai kesempatan pengguna untuk menyatu dan menjadi bagian langsung dari teks media yang dikonsumsi. Hal ini dimungkinkan dengan teknologi yang bertujuan untuk mereplikasi lingkungan nyata dalam lingkup media (Marshall, 2004, h.15). Contoh dari jenis interaksi ini adalah permainan komputer, dimana pemain dapat dengan mudah menyatu dalam lingkungan permainannya dan mendapatkan pengalaman seolah-olah menjadi karakter dalam permainan tersebut. Untuk batasan paper ini, pengertian pertama atas proses interaksi yang menekankan kepada kontrol pengguna yang akan dipakai. Pentingnya memberikan kontrol pada pengguna melalui interaksi media juga ditekankan oleh Bolter dan Grusin yang menyatakan bahwa "interaksi media dalam garis besar adalah bagaimana sebuah medium mampu untuk mengikutsertakan pengguna dalam membuat pilihan-pilihan atas apa yang mereka lihat dan bagaimana mereka melihatnya" (dalam Marshall, 2004, h.15). Dengan kata lain, interaksi yang dimungkinkan oleh budaya digital telah mengubah pengalaman pengguna dalam mengkonsumsi media karena saat ini mereka dapat terlibat langsung dalam proses produksi teks media tersebut (Marshall, 2004, h.25). Walaupun kemampuan memilih cara mengkonsumsi media tidak hanya ditemukan pada budaya digital, media digital telah membuat pengalaman interaksi ini menjadi semakin sering dan menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari.

III. Budaya Digital Sebagai Budaya Teks yang Berkesinambungan

Setelah membahas karakter khas dari media digital, sangatlah tepat bila dikatakan bahwa budaya digital dapat dianggap sebagai budaya teks yang berkesinambungan. Pernyataan ini khususnya didukung oleh kemampuan media digital dalam menunjang fleksibilitas materi media, yang memungkinkan pengguna dan produser media untuk menambah atau mengubah teks tersebut dengan mudah dan juga memberikan mereka wewenang lebih untuk mengontrol dan berkreaitifitas dengan teks tersebut. Akibatnya, teks dapat difabrikasi dan direproduksi secara terus menerus dengan kombinasi yang beraneka ragam, bahkan dalam bentuk yang tidak dapat langsung ditentukan sebelumnya oleh pencipta teknologi digital itu sendiri (Marshall, 2004:24). Perlu dicatat di sini bahwa bagaimanapun juga teks media dapat diartikan sebagai muatan media maupun teknologi yang digunakan untuk menyebarkan muatan tersebut (Wolgar, 1991 dalam Hine, 2000 dikutip di Pauwels, 2005, h.604-605) dan paper ini akan lebih banyak membahas pengertian teks yang pertama. Untuk menekankan karakter khas media digital dalam mempromosikan prinsip teks *open source*, penting kiranya untuk memberikan sedikit sejarah mengenai prinsip ini.

Ide awal dari prinsip *open source* dimulai dengan sistem *Memex*, sebuah metode baru untuk menyimpan data yang dibangun oleh Vannevar Bush pada tahun 30 dan 40an. Walaupun sistem *Memex* tidak pernah benar-benar direalisasikan, tetapi *Memex* merupakan sistem pertama yang memperkenalkan konsep awal dari prinsip *open source* yang kita nikmati sekarang ini. Beberapa ide *Memex* yang diadaptasi saat ini meliputi tautan antar teks, gambar, fungsi penanda halaman, dan kemampuan untuk masuk dan keluar dari satu situs web ke situs web yang lain (Butler, 2001, h.41). Dalam era media digital sekarang ini, keterbukaan tampak lebih nyata dengan proses digitalisasi dimana media memiliki kemampuan untuk mengganti dan mengubah muatannya dan menyebarkannya melalui media platform yang berbeda (Butler, 2002, h.63). Oleh sebab itu, ketika media tradisional hanya memungkinkan pengguna untuk mengkonsumsi media sebagaimana muatan tersebut ditampilkan oleh produser media, digital media mengajak pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam menentukan pengalaman mengkonsumsi media mereka masing-masing.

Ide keterbukaan teks media ini berhubungan dengan konsep lain yang sangat penting yaitu proses reproduksi teks media. Apabila proses reproduksi teks media tradisional seperti buku, video, koran dan lain sebagainya dapat menurunkan kualitas fisik teks yang direproduksi, pemindahan muatan media dalam format digital memungkinkan proses reproduksi teks media yang tidak hanya cepat, tapi juga yang menghasilkan kualitas yang sama baiknya dengan teks media awal (Thomas, 2002, h.83). Oleh karena proses digitalisasi mampu menghasilkan reproduksi teks media dengan kualitas yang sama bagusnya dengan teks media awal, menjadi sulit bagi kita untuk membedakan yang asli dari yang hasil reproduksi dan sebaliknya. Dengan kata lain, versi asli dapat dianggap sudah memiliki bentuk yang beragam, khusus disiapkan untuk diproduksi ulang dan disebarakan pada masyarakat luas (Thomas, 2002, h.84).

Proses digitalisasi juga membawa pengaruh baik bagi industri media dikarenakan tidak hanya proses ini dapat menghasilkan kualitas tampilan teks yang lebih baik, tapi proses ini juga memungkinkan cara yang lebih mudah, lebih cepat dan lebih efektif untuk menyimpan teks media. Saat media teks diubah dalam bentuk digital, produser dapat dengan mudah menambah dan membuat versi baru atau versi lain dari versi asli

teks media tersebut. Saat ini, kita sering melihat tren seperti ini pada industri kreatif seperti film salah satunya. Contohnya penggunaan efek khusus pada versi lama dari judul film yang sama, seperti *Starwars* karya sutradara George Lucas yang kemudian dipasarkan sebagai versi baru dari film itu. Di sisi lain, media digital juga telah mengubah pengertian kita atas kekayaan intelektual. Oleh karena salinannya susah untuk dibedakan dari versi aslinya, proses reproduksi menghilangkan rasa otentik dari teks media tersebut. Dan sayangnya sampai saat ini belum ada suatu sistem penilaian khusus yang dapat diaplikasikan untuk mengatur hal tersebut.

IV. Sisi Lain dari Budaya Digital

Salah satu kekuatan dari proses digitalisasi berhubungan dengan konsep reproduksi, yang telah dibahas pada bagian sebelumnya. Proses digitalisasi yang memperkenalkan cara baru untuk melakukan reproduksi teks media memungkinkan proses penyalinan untuk dilakukan dengan instan dan di saat yang bersamaan tetap mempertahankan kualitas teks media yang sama. Selain itu, proses pendistribusian muatan media juga menjadi lebih sederhana dan lebih cepat karena kode digital dapat dengan mudah dikirimkan pada platform media yang berbeda. Dengan adanya teknologi Internet, media teks yang sudah diubah dalam format digital dapat diakses oleh siapa saja yang terhubung dalam jaringan Internet tersebut. Hal inilah yang menghasilkan pemikiran bahwa digital media juga mendukung terbentuknya *free media* atau media bebas; dimana saat teks media sudah dimasukkan ke dalam sistem Internet maka setiap orang dapat melakukan variasi terhadap teks media tersebut. Jadi, berdasarkan prinsip ini produser media hanya memiliki hak milik atas isi media awal dan tidak dapat melarang orang lain untuk mengubah teks tersebut dan menyebarkannya kepada pihak lain (Thomas, 2002, h.90).

Selanjutnya, keterbukaan teks media yang dimungkinkan oleh proses digitalisasi ini juga memasyarakatkan kebebasan berbicara dan demokrasi *online* dengan memberikan beberapa kontrol editorial kepada pengguna (O'Regan dan Goldsmith, 2001, h.95). Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam era digitalisasi ini setiap orang memiliki kesempatan yang sama untuk menampilkan versi media teks mereka kepada publik. Keuntungan lain yang ditawarkan oleh proses digitalisasi berkaitan dengan kreatifitas. Ketika teks media menjadi lebih 'terbuka' dan jenis medium menjadi lebih beraneka ragam, maka ada lebih banyak kesempatan bagi kreatifitas dan spesialisasi atas produk media itu. Fleksibilitas teks media dan teknologi mendukung lebih banyak produk media untuk memuaskan selera dan minat masyarakat yang berbeda (O'Regan dan Goldsmith, 2001, h.95). Argumen ini juga menyatakan bahwa proses digitalisasi berpotensi untuk mempersempit jurang antara 'information haves' dan 'information have nots' dengan cara membantu produser independen untuk berkompetensi dengan mereka yang memiliki kelebihan dalam bidang teknologi. Hal ini terjadi karena manipulasi terhadap muatan media tidak lagi hanya menjadi hak istimewa mereka yang memiliki akses yang lebih baik terhadap teknologi (O'Regan dan Goldsmith, 2005, h.95-97) karena hanya dengan berbekal akses Internet, computer, dan kreatifitas semua orang dapat berpartisipasi untuk memproduksi teks media dengan cukup baik (Jenkins, 2001, h.168).

Walaupun media digital menawarkan beberapa keuntungan bagi industri media, tetapi budaya ini juga memiliki beberapa kekurangan. Pertama-tama dengan tersedianya informasi dalam format digital, maka peraturan, kontrol dan etika yang berlaku pada

media tradisional tidak selamanya dapat digunakan pada *framework* media baru. Jenis media baru, yang utamanya berdasarkan pada transformasi teks dari format analog ke digital, sulit untuk diatur dengan menggunakan peraturan media yang lama. Selain itu, dengan adanya format digital produser teks media tradisional akan menemui kesulitan dalam menentukan hak kepemilikan atas suatu teks media, dikarenakan ciri khas medium Internet dan media digital adalah sistem yang terdesentralisasi dan lebih menekankan pada distribusi muatan media secara bebas dalam jaringan atau komunitas jejaring (Thomas, 2001, h. 90). Oleh karena itu, pembuat peraturan akan menemui kesulitan untuk menentukan hak cipta atas suatu teks media yang tersedia di Internet apabila beberapa pihak sama-sama mengakui kepemilikan atas teks tersebut. Permasalahannya adalah dalam ranah media baru ini siapakah yang dapat dianggap sebagai pemilik teks? Penulis kah atau orang pertama yang memuatnya dalam jaringan Internet? Dan bagaimana kita dapat mengetahui bahwa orang pertama yang memuatnya dalam Internet adalah produser aslinya?

Dalam waktu yang bersamaan, digitalisasi juga telah mengubah pengertian publik mengenai lokasi media. Dalam budaya digital, media tidak lagi dapat dikaitkan dalam batasan geografis, budaya dan peraturan yang sebelumnya memiliki tempat yang sangat penting dalam proses produksi, sirkulasi dan penerimaannya (Hilmes, 2002, h.12). Konvergensi media global berarti bahwa saat media digital memberikan kesempatan untuk jenis kreatifitas baru dan hibriditas budaya, media ini juga berpotensi menciptakan masalah dan ancaman dimana sistem kontrol yang ada sekarang tidak dapat menghentikannya (Hilmes, 2002, h.12). Hal ini dikarenakan peraturan media yang berlaku sekarang hanya dapat mengatur muatan media dalam batasan geografis tertentu.

Tekanan yang ada antara klaim media tradisional akan pembajakan atas muatan dan klaim media baru atas inovasi pada dasarnya ditimbulkan oleh perkembangan Internet dan *World Wide Web* yang mampu untuk mendistribusikan informasi secara bersamaan dan instan ke seluruh penjuru dunia (Thomas, 2002, h.82). Permasalahan ini menimbulkan kekhawatiran dari para pembuat peraturan karena semakin hari semakin banyak media tradisional yang mengubah muatannya menjadi format digital dan mendistribusikannya melalui Internet (Thomas, 2002, h.82). Seperti yang sudah dikemukakan sebelumnya, dalam etika Internet, dan juga merupakan ambisi dari komunitas pencinta komputer, informasi yang tersedia melalui media ini haruslah tersedia secara bebas dan cuma-cuma (Levy dalam Thomas, 2001, h.86). Hal ini berarti bahwa budaya digital menekankan bukan saja pada pentingnya arus informasi yang bebas, tetapi juga kebebasan untuk mengeksplorasi, mengubah atau memperbaiki muatan media tersebut (Thomas, 2001, h.86). Oleh karena itu makna dari pembajakan dan kepemilikan di era digital ini lebih berarti keterkaitan dengan hak untuk mereproduksi dan menyebarkan informasi melalui berbagai media (Thomas, 2001, h.85).

Di beberapa paragraf sebelumnya telah dipaparkan bagaimana budaya digital mendukung bentuk demokrasi baru dengan cara memberikan kesempatan bagi pengguna untuk berpartisipasi dan mengontrol teks media yang mereka konsumsi. Tetapi, Lovink berargumen bahwa cepat atau lambat para pengguna ini akan menyadari bahwa tidak ada kebebasan tanpa batas dalam media digital seperti yang mereka impikan selama ini (2003, h.225). Hal ini disebabkan oleh keadaan bahwa walaupun media digital memberikan tingkat keterbukaan dan kebebasan berpartisipasi

yang tinggi, tetapi tetap saja ada berbagai bentuk pengontrolan dalam budaya digital (Lovink, 2003, h.225). Di saat yang bersamaan, dapat dikatakan bahwa hegemoni seperti ini selalu terbuka untuk ditantang dan dinegosiasikan dan harapannya adalah dengan keterbukaan yang didukung oleh media digital, budaya jaringan yang demokratis akan dapat direalisasikan dengan lebih baik. Potensi ini dapat dengan mudah dilihat pada terbentuknya media online independen yang mendukung pengguna untuk berpartisipasi dengan cara menampilkan versi mereka dari suatu fenomena tertentu, memberikan tanggapan atas muatan media, mengubah teks atau jalur cerita, bahkan menjadi editor yang dapat menentukan apa yang dapat dan tidak dapat ditampilkan pada media tersebut (Lovink, 2003, h.234). Salah satu contoh dari media ini adalah *kaskus.com* yang merupakan salah satu media online Indonesia yang cukup populer. Studi kasus mengenai *kaskus.com* akan dibahas di bagian selanjutnya untuk memberikan gambaran mengenai perkembangan media digital di Indonesia.

Kekhawatiran terakhir atas kemunculan budaya digital berkaitan dengan kompetisi pasar. Oleh karena saat ini proses produksi dan distribusi teks media terbuka bagi semua orang, maka produser media berhadapan dengan tantangan yang lebih besar apabila mereka ingin untuk berkompetensi di dalam pasar untuk memperebutkan *audience share* (O'Regan dan Goldsmith, 2002, h.98). Untuk melakukan hal itu, tidak saja mereka harus mempertimbangkan versi yang berbeda dari teks yang sama, tetapi mereka juga harus mengadaptasi muatan, menambah keahlian, mempertimbangkan jalur distribusi yang berbeda sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama dalam proses produksi (O'Regan dan Goldsmith, 2002, h.99). Sekali lagi O'Regan dan Goldsmith beranggapan bahwa hal ini akan membatasi kesempatan bagi mereka yang tidak memiliki keahlian dan sumber daya untuk melakukan hal tersebut (2002, h.99).

Di bagian berikutnya, studi kasus atas *kaskus.com* akan ditampilkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas atas pengaruh media digital dalam mengubah pola konsumsi media masyarakat.

V. Studi Kasus *kaskus.com*

Kaskus.com merupakan sebuah komunitas online yang didirikan oleh tiga orang mahasiswa Indonesia di Seattle, Amerika Serikat, yaitu Andrew Darwis, Ronald, dan Budi pada tanggal 6 November 1999 (Febrina, 2009). Komunitas ini pada awalnya didirikan sebagai forum informal bagi mahasiswa Indonesia yang berada di luar negeri. *Kaskus* sendiri merupakan singkatan dari kasak kusuk yang menggambarkan interaksi perbincangan antara anggota komunitas online ini. *Kaskus* menjadi sangat populer karena medium ini tidak mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh media tradisional. Pada *Kaskus*, setiap orang yang terdaftar sebagai anggota berkesempatan untuk menulis atau mengungkapkan pendapatnya atas suatu tulisan. Prinsip utamanya sejalan dengan prinsip *open source* yang menekankan bahwa ide-ide baik harus dibagi kepada orang banyak sehingga secara bersama-sama masyarakat dapat meningkatkan kualitas teks media tanpa kepentingan komersial. Selain itu, *Kaskus* juga mencoba menjadi sarana demokrasi online dengan memberikan wadah bagi anggota untuk membahas berbagai masalah mulai dari politik, ekonomi sampai hiburan tanpa khawatir akan tekanan maupun sensor dari para pembuat peraturan.

Walaupun begitu, *Kaskus* tidak terlepas dari masalah dan pengaruh negatif budaya digital. Yang cukup signifikan terjadi pada tanggal 23 Mei 2006 ketika manajemen

kaskus terpaksa mengubah domain dari .com menjadi .us karena serangan virus *Brontok* yang merusak sistemnya (www.techno.okezone.com). Selain itu, *Kaskus* pun pernah 'diserang' oleh komunitas online lainnya terkait dengan perbuatan seorang oknum yang mengatasnamakan dirinya sebagai anggota *Kaskus*. Oknum ini memasuki situs komunitas *Yogyafree* dan menulis sesuatu yang bernada mengejek di salah satu forum komunitas itu. Akibatnya, salah seorang anggota *Yogyafree* menyerang *Kaskus* dengan teknik *DDos* (Distributed Denial of Service) yang merusak *database* komunitas *online* itu (Muhammad, 2010).

Sebagai sebuah media *online*, *Kaskus* juga tidak lepas dari kekurangan. Contohnya, sebelum undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) diberlakukan, *Kaskus* memiliki dua forum dengan muatan yang cukup kontroversial. Forum pertama adalah *BB17*, yang merupakan kependekan dari *Buka-Bukaan 17 Tahun*; sebuah forum khusus dewasa dimana anggota dapat berbagi gambar maupun cerita yang ditujukan bagi pengguna yang berusia di atas 17 tahun (www.techno.okezone.com). Sementara itu, forum yang kedua adalah *Fight Club*, sebuah forum yang dikhususkan sebagai tempat dimana anggota *Kaskus* dapat memperdebatkan berbagai hal tanpa adanya kontrol dari moderator forum. Sayangnya, seringkali masalah yang diperdebatkan dalam forum ini melibatkan isu yang berkaitan dengan SARA. Sering ditemukan adanya tulisan-tulisan yang menunjukkan kebencian terhadap golongan tertentu dan berpotensi menimbulkan perpecahan di antara anggota. Setelah diberlakukannya UU ITE, *Kaskus* segera menutup forum *BB17* karena isinya dianggap bertentangan dengan UU ITE tentang penyebaran materi pornografi. Sedangkan forum *Fight Club* diubah namanya menjadi *Debate Club* yang mana walaupun fungsinya yang sama sebagai tempat untuk berdebat, tetapi forum ini menggunakan sistem kontrol yang cukup ketat. Setiap *thread* baru yang dibuat anggota terlebih dahulu harus melalu sensor moderator. Bila dianggap isinya tidak layak dan membahas SARA, maka *thread* itupun akan dihapus (www.techno.okezone.com).

Tantangan bagi *Kaskus* adalah saat komunitas ini berupaya untuk memberikan kesempatan bagi setiap orang untuk berpartisipasi dalam proses produksi teks media, tetapi di sisi yang lain harus juga menunjukkan kemampuannya sebagai sumber informasi yang terpercaya dan dapat diandalkan. Sebagai sebuah media *online*, *Kaskus* mendapat perhatian dari banyak orang. Saat ini jumlah anggotanya sendiri telah mencapai lebih dari dua juta orang (www.kaskus.us). Selain itu, dunia *IT* pun mengakui keberadaan *Kaskus* sebagai sebuah komunitas *online* yang layak untuk diperhitungkan. Contohnya pada bulan Agustus 2005, *PC Magazine Indonesia* menetapkan *Kaskus* sebagai situs terbaik dan komunitas terbesar di Indonesia. Kemudian pada tahun 2006 *Kaskus* terpilih kembali sebagai situs terbaik pilihan pembaca *PC Magazine*. Saat ini dilaporkan bahwa *Kaskus* menduduki peringkat 313 di dunia dan 6 di Indonesia sebagai situs yang paling banya dikunjungi para peselancar dunia maya (www.alexa.com).

Di balik segala kelemahannya, *Kaskus* terus berupaya untuk memperbaiki diri. Tidak saja melalui bentuk-bentuk pengendalian atas muatan yang negatif tapi juga dengan memperkenalkan fitur-fitur baru yang mempermudah anggota dalam berkomunikasi dan berekspresi. Patut dikatakan bahwa *Kaskus* telah memberikan harapan bagi sebuah bentuk media yang bebas dan demokratik di negeri ini.

VI. Kesimpulan

“New media mean here new market paradigms, new production processes, new mindsets and new expressive forms” (O’Regan dan Goldsmith, 2002, h. 93).

Setelah membahas karakter khas dari teknologi media digital dapat disimpulkan bahwa budaya digital adalah budaya teks yang berkesinambungan. Hal ini didukung oleh fakta bahwa teknologi digital memungkinkan fleksibilitas dan kesempatan bagi pengguna untuk menambah dan mengubah teks media. Selain itu seperti studi kasus *kaskus.com* yang telah dibahas di atas, perubahan ini dapat membawa pengaruh baik maupun buruk bagi industri media dan pengguna. Studi kasus ini telah menunjukkan bahwa budaya digital yang mendukung prinsip teks yang berkesinambungan dan terbuka masih memiliki beberapa keterbatasan. Saat budaya ini dikatakan mampu untuk membuka pintu-pintu demokrasi dan kreatifitas yang baru, budaya ini juga memberikan kesempatan yang lebih besar untuk penyalahgunaan teks media seperti pembajakan, muatan-muatan negatif dan yang berkaitan dengan kredibilitas. Lebih jauh lagi, klaim yang mengatakan bahwa budaya ini juga memberikan keterbukaan dan demokrasi bagi semua orang tidak dapat disetujui sepenuhnya karena dalam media digital pun masih ada jenis-jenis kontrol tertentu walaupun memang tidak seketat kendali yang diterapkan pada media tradisional.

Di balik segala keterbatasan media digital, kita dapat meyakini bahwa media baru ini akan terus menginspirasi dan memberikan harapan bagi masyarakat umum untuk menciptakan budaya media yang lebih baik. Selain itu, perkembangan teknologi di masa mendatang juga sebaiknya mampu meningkatkan kesempatan bagi masyarakat umum untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan, pembuatan dan pendistribusian informasi media. Secara optimis, dapat dikatakan bahwa industri media akan terus menghadapi tantangan dan perubahan yang disebabkan oleh perkembangan teknologi media. Perlu dicatat bahwa makna demokrasi dan hegemoni akan selalu bersaing satu dengan lainnya, yang menyebabkan perubahan posisi peta kekuatan dan kontrol. Seperti yang dikatakan oleh Hilmes bahwa teknologi tidak dapat dipisahkan dari budaya, pasar dan kekuasaan, tetapi kekuatan dan dorongan sosial juga akan terus berusaha untuk mempengaruhi ranah media baru tersebut (2002, h.14). Akibatnya, hal ini akan terus menginspirasi format dan muatan yang semakin beragam, karena digitalisasi dapat dimengerti tidak hanya sebagai teknik baru untuk proses *post* produksi dan sistem pendistribusian, tetapi juga cara baru untuk berpikir mengenai konsumsi media masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexa: The Web Information Company <<http://www.alexa.com/siteinfo/kaskus.us>>
- Butler, J. G. (2002) 'The Internet and the World Wide Web' h. 40-54 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Chandrataruna, M. (2010) 'Kaskus Sudah Harmonis dengan Yogyakarta'. *Okezone.com* 9 Juni 2010 <<http://techno.okezone.com/index.php/ReadStory/2008/06/09/55/116997/55/kaskus-sudah-harmonis-dengan-yogyakarta>>
- Febrina, A. S (2009) 'Kaskus Delves into A Serious Business' *The Jakarta Post* 16 November 2009 <<http://www.thejakartapost.com/news/2009/11/16/kaskus-delves-serious-business.html>>
- Harries, D. (2002) 'Watching the Internet' h. 171-182 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Hilmes, M. (2002) 'Cable, Satellite and Digital Technologies' h. 3-16 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Jenkins, H. (2002) 'Interactive Audiences' h. 157-170 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Lovink, G. (2003) 'Defining Open Publishing: Of List and Weblogs' h. 224-248 dalam G. Lovink, *My First Recession: Critical Internet Culture in Transition*, Rotterdam: V2 and NAI.
- Markman, J. D (1997) *Convergence: One Size Fits All in the Livingroom*. New York: Brandweek.
- Marshall, P. D. (2002) 'The New Intertextual Commodity' h. 69-81 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Marshall, P. D. (2004) 'Forms of Interactivity; the Disappearance of the Audience' h. 13-28 dalam P. D. Marshall (Ed.) *New Media Cultures*, London: Hodder Headline.
- O'Regan, T. and B. Goldsmith (2002) 'Emerging Global Ecologies of Production' h. 92-108 dalam D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.
- Platon, S. and M. Deuze (2003) 'Indymedia Journalism: A Radical Way of Making, Selecting and Sharing News?' *Journalism* 4(3): 336-355.
- Sarie (2008) 'BB17 Hilang, Trafik Kaskus Makin Tinggi' *Okezone.com* 20 Agustus 2008 <<http://techno.okezone.com/index.php/ReadStory/2008/08/19/55/138179/bb17-hilang-trafik-kaskus-makin-tinggi>>

Schiller, D (2002) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*.

Thomas, D. (2002) 'Innovation, Piracy and the Ethos of New Media' h. 82- 91 dalam
D. Harries (Ed.). *The New Media Book*. London: Bfi Publishing.