

**Riris Loisa, MSi**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

[ririsloisa@yahoo.com](mailto:ririsloisa@yahoo.com)

**Masalah Etika dalam Budaya Partisipatori Virtual  
pada Sub-Komunitas Maya**

**(Studi terhadap Komentar Interaktif Komunitas Youtube  
pada Video Grup Band Hijau Daun)**

Aktivitas remaja di dalam dunia maya memberikan ruang dan bentuk baru bagi mereka untuk saling terhubung, terlibat dalam diskursus publik, serta belajar berbagai hal yang tidak terbayangkan sebelumnya. Saat ini, Youtube merupakan salah satu bentuk media komunitas berbasis konten yang populer bagi para remaja. Pesan-pesan audio visual yang diunggah di dalam Youtube kepada komunitas interaktif ini, memungkinkan berkembangnya budaya partisipatori virtual. Makalah ini akan mengkaji suatu situs video grup Band Hijau Daun di dalam Youtube, yang sejak diunggah pada tahun 2008, telah diakses lebih dari lima juta kali dan mendapatkan komentar lebih dari dua ribu kali. Video ini mengundang kontroversi berkelanjutan di dalam komunitas Youtube tersebut. Makalah ini akan mengidentifikasi sub-sub komunitas di dalam video Grup Hijau Daun di Youtube dan menggambarkan etika di dalam budaya partisipatori virtual situs tersebut. Identifikasi sub-komunitas dilakukan berdasarkan analisis konten dengan statistik sederhana, sementara itu etika di dalam budaya partisipatori virtual dianalisis berdasarkan pemaknaan terhadap komentar-komentar yang disampaikan.

Kata kunci: etika, budaya partisipatori virtual dan sub-komunitas maya.

**A. Web Sebagai Ruang Virtual bagi Remaja**

Berbagai studi kontemporer mengenai aktivitas remaja, mulai banyak berfokus pada situs web sebagai ruang virtual, dimana mereka dapat berkumpul, membuat “kegaduhan” dan berbagai “keanehan” (<http://mitpress.mit.edu/catalog/item/default.asp?ttype=2&tid=11889>, diunduh 21 Juni 2011). Budaya remaja yang selama ini berorientasi materiil seperti band-

band K-Pop, film-film Hollywood, dan Harajuku *fashion*, kini memiliki berbagai bentuk baru yang bersifat maya.

Salah satunya berupa bentuk-bentuk partisipasi di dalam media komunitas berbasis konten yang menjadi minat ataupun perhatian bersama. Di dalam media komunitas seperti ini mereka bisa berpartisipasi dengan cara mengunggah, mengunduh, mendukung, mencela, mencurahkan perasaan, bahkan memberi komentar sesuka hati yang adakalanya sama sekali tidak relevan dengan kontennya. Di dalam media komunitas seperti ini, remaja seolah-olah membangun suatu budaya baru yang sulit diintervensi oleh budaya dunia riil yang notabene diproduksi oleh kelompok dominan yang lebih merepresentasikan nilai-nilai orang dewasa (West & Turner, 2008:199), dan kurang mewakili budaya remaja sebagai kelompok subordinat di dalam masyarakat.

Budaya partisipatori virtual para remaja, didukung oleh teknologi yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara interaktif melalui komentar terhadap satu sama lain, baik yang bersifat pro maupun kontra konten atau isu yang berkembang di dalam media komunitas maya di mana mereka bepartisipasi. Posisi pro/kontra isu ini mendorong para anggota komunitas maya ini ke dua kubu, yang kemudian membawa sub-sub komunitas ini pada perdebatan sengit. Hal yang memprihatinkan, adalah bahwa di dalam perdebatan ini para anggota sub-komunitas yang bersebrangan melakukan kekerasan linguistik, berupa kata-kata makian, yang dalam konteks dunia riil bisa dikatakan tidak mempedulikan etika dalam berkomunikasi.

Kekerasan linguistik di dalam budaya partisipatori ini setidaknya terlihat di dalam komentar-komentar di salah satu media komunitas remaja berbasis konten terbesar: Youtube.com. Situs yang berada pada urutan ketiga paling banyak diakses di seluruh dunia, menempati urutan ke-7 di indonesia, dan paling banyak diakses oleh mereka yang usianya berkisar antara 18 sampai 24 tahun, (<http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com#>, diunduh 21 Juni 2011). Youtube.com merupakan situs budaya partisipatori virtual remaja, yang juga mempelihatkan komunikasi interaktif bermuatan kekerasan linguistik. Setidaknya hal ini terlihat di dalam salah satu video clip di Youtube.com dari kelompok band Hijau Daun.

Video clip Hijau Daun diunggah ke Youtube oleh perusahaan rekaman Sony BMG pada tanggal 15 September 2008, ketika kelompok band ini mulai populer di kalangan remaja. Setelah 3 tahun berlalu, Hijau Daun tidak lagi sepopuler dulu, tetapi yang menarik adalah bahwa sampai saat ini video clip tersebut dilihat sebanyak 5.413.918 kali. Selain berjuta kali dilihat, video ini cukup unik karena mengundang partisipasi dalam bentuk komentar pengguna Youtube sebanyak 2.366 kali ([http://www.youtube.com/watch?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/watch?v=qk310y_oOxE), diunduh 21 Juni 2011).

Partisipasi para *Youtuber* ini disampaikan dalam bentuk komentar yang begitu beragam, bersifat interaktif dari partisipan yang satu ke partisipan yang lain, baik pro maupun kontra. Komentar-komentar pro-kontra ini membentuk sub-komunitas di kalangan partisipan yang berdiri di koridor pendirian yang sama, saling melakukan komunikasi interaktif baik terhadap sub-komunitasnya sendiri

maupun terhadap sub-komunitas yang bersebrangan, saling mendukung, saling mencela, dan saling memaki.

### **B. Mempersoalkan Etika dalam Budaya Partisipatori Virtual**

Komunikasi manusia akan semakin berorientasi online. Remaja yang saat ini berada di posisi subordinat dalam proses produksi budaya ternyata saat ini disadari maupun tidak sudah terlibat di dalam suatu konstruksi budaya yang sulit diinterupsi. Nilai-nilasi seperti apa yang berkembang di dalam budaya partisipasi virtual perlu menjadi perhatian. Karena itu analisis pada makalah ini berfokus pada “masalah etika apa saja yang terjadi di dalam budaya partisipatori virtual pada sub-komunitas maya?”

Analisis ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai masalah etika di dalam sub-komunitas maya, khusunya pada ruang lingkup komentar-komentar sub-komunitas di dalam video clip Hijau Daun (Suara Ku Berharap), dalam media komunitas berbasis konten Youtube.com di alamat web: [http://www.youtube.com/watch?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/watch?v=qk310y_oOxE) yang diunduh pada tanggal 21 Juni 2011.

Etika di dalam budaya partisipatori virtual pada sub-komunitas maya penting dianalisis, untuk mengantisipasi problematika pergeseran nilai-nilai etika dalam komunikasi antar manusia masa depan yang akan semakin berorientasi virtual. Dengan kata lain, analisis etika di dalam budaya partisipasi virtual penting dilakukan sebagai suatu bentuk pengawasan terhadap fenomena komunikasi di ranah maya.

### **C. Internet dan Budaya Partisipasi Virtual Youtube**

Mungkin tidak ada yang pernah menduga dampak dari invensi kode sandi Samuel Morse tahun 1843, menjadi salah satu kunci penting bagi inventor-inventor selanjutnya untuk merumuskan cara pengiriman data dalam bentuk yang lebih cepat, efisien dan akurat (Surjomihardjo, *et.all.*, 2002). Kode-kode sandi ini menjadi basis perumusan untuk kepentingan pengiriman pesan rahasia khususnya pada masa perang tahun 1940an. Setelah kurang lebih 30 tahun ditujukan untuk kepentingan militer, jaringan internet untuk kepentingan sipil mulai populer, dan mengalami perkembangan mendunia, ketika pada tahun 1991 Berners-Lee dari Cern Laboratory Switzerland, mengembangkan *Hypertext Markup Language* (HTML) yang memungkinkan jaringan komunikasi antar sistem komputer yang berbeda (Straubhaar & LaRose, 2008).

HTML memungkinkan orang-orang di seluruh penjuru bumi, sekalipun menggunakan sistem operasi komputer berbeda, dapat saling bertukar berbagai informasi, berbagi penceritaan kehidupan dan membangun realitas. Orang-orang dari berbagai wilayah seakan-akan duduk bersama saling mengekspresikan diri dan mengembangkan “pengalaman” bersama. Teknologi komputer dan internet menjadi infrastruktur dari dibangunnya suatu ranah virtual bagi komunitas maya.

Menurut Rogers (dalam Susanto, 2010:52), aktivitas komunikasi di dalam komunitas maya sebagai produk dari perkembangan teknologi komunikasi perlu pengawasan, walaupun hal ini sukar dilaksanakan. Pentingnya pengawasan aktivitas komunikasi di dunia maya, dikarenakan perkembangan teknologi interaktif dan komunikasi jejaring, khususnya internet diyakini akan mengubah

masyarakat (Rahardjo, dalam Junaedi (ed), 2011 : 17). Menjadi seperti apa masyarakat di masa depan, akan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang memungkinkan komunikasi interaktif menjadi lebih mudah, murah dan cepat.

Saat ini berbagai format baru komunikasi kelompok-kelompok masyarakat bermunculan dalam dunia maya. Berbagai istilah muncul secara tumpang tindih: media sosial, jejaring sosial, dsb. Komunikasi melalui media sosial dalam berbagai format memiliki beberapa ciri khusus yang membedakannya dari proses komunikasi konvensional. McQuail (2006 : 143) menjelaskan bahwa beberapa karakteristik media baru, yang antara lain meliputi (1) Interaktivitas : diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pihak pengguna terhadap “tawaran” dari sumber/pengirim, (2) Kehadiran sosial (sosibilitas): dialami oleh pengguna, merasakan kontak personal dengan orang lain yang dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium, dan (3) Permainan: penggunaan medium untuk hiburan dan kesenangan, berlawanan dengan utilitas dan instrumentalitas

Di antara berbagai bentuk media baru, saat ini Youtube merupakan salah satu platform komunikasi virtual yang banyak digunakan oleh komunitas remaja. Youtube.com didirikan oleh Chad Hurley, Jawed Karim, dan Steve Chen ([http://www.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim\\_x.htm](http://www.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim_x.htm), diunduh 25 Juni 2011) tiga pemuda yang pada awalnya tertarik pada berbagai konten video klip mengenai kehidupan manusia dari video selebritis sampai video tsunami.

Setelah menjadi institusi raksasa, pengguna jasa Youtube sebagian besar menggunakan situs ini adalah usia muda. Sementara itu 79% remaja pengguna

Youtube mengakses situs ini untuk mendapatkan hiburan (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/yd.376/pdf>, 23 Mei 2011). Sebagai situs berbagi konten, para remaja ini dapat terkoneksi dengan komunitas yang memiliki minat serupa (*user generated*), berbagi opini dan –baik disadari maupun tidak-- membangun komunitas berbasis konten (*content community*) ([http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_in\\_Crossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_in_Crossing_ebook.pdf), diunduh 9 Maret 2011).

Di dalam komunitas konten, para remaja mendapat peluang untuk berpartisipasi baik secara pasif --sekedar menikmati atau menunduh bebagai hiburan yang ditawarkan melalui video hiburan yang memang merupakan konten utama dari situs ini secara pribadi--, maupun partisipasi secara aktif dengan menunggah video, dan memberi komentar dalam bentuk teks, memberi komentar dalam bentuk simbol (*thumb up/down*), dan meneruskan (*share*) video secara *hyperlink*.

Dalam analisisnya mengenai, Clement Chau mengidentifikasi ciri-ciri budaya partisipatori terlihat di dalam Youtube (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/yd.376/pdf>, diunduh 21 Juni 2011) yang antara lain meliputi:

1. *Hambatan untuk ekspresi seni maupun keterlibatan masyarakat sipil relatif rendah.* Umumnya pengguna situs Youtube tidak terdaftar, dan mengunjungi situs tersebut hanya untuk melihat video. Sebagian besar hanya berada di “pinggiran” sebagai penonton yang adakalanya sekedar melihat-lihat komentar terhadap video yang diunggah di situs tersebut.

Partisipasi mereka dihitung sebagai jumlah yang melihat (*view counts*). Pengguna yang merasa nyaman untuk berpartisipasi, harus lebih dulu mendaftar secara gratis, dan ikut memberi kontribusi dalam bentuk komentar, respon dan memberi penilaian (*rating*). Proses komunikasi dengan rasio feedback yang besar inilah yang menjadi energy engine beroperasinya komunitas Youtube.

2. *Keyakinan bahwa kontribusi perorangan merupakan hal yang penting, baik sekedar menonton sampai memberi respon.* Pada setiap level partisipasi dari sekedar menonton video, sampai memberi respon, pengguna situs ini memberikan kontribusi yang besar terhadap komunitas tersebut. Jumlah yang melihat (*view counts*) ditempatkan di samping video, sehingga pengguna dan pencipta/pengunggah konten (video) dapat dengan mudah mengetahui peningkatan *view counts*. Komentar dan respon yang diberikan oleh pengguna yang terdaftar diperlihatkan di bawah video. Memberi nilai dan komentar merupakan aktivitas yang popular di kalangan remaja. Porsi penilaian dan komentar di kalangan remaja lebih besar daripada mengunggah video ke situs Youtube.
3. *Perasaan akan adanya hubungan sosial (sense of social connection).* Youtube memiliki beberapa bentuk fitur untuk mendorong hubungan antar anggotanya. Pengguna yang terdaftar dilengkapi dengan profil yang *customized* dan daftar teman, mereka juga dapat saling mengirimkan pesan secara pribadi dan untuk mengirimkan pesan di halaman situs (*wall*).

Rendahnya hambatan untuk berekspresi dan pentingnya kontribusi, mendorong anggota komunitas untuk mengekresikan pandangannya dengan leluasa mengenai suatu isu yang berkembang karena adanya persaan hubungan sosial virtual. Hal ini membuka peluang terbentuknya sub-sub komunitas yang berada di dalam platform pandangan yang sama.

Meskipun pengguna Youtube yang terdaftar memiliki profil pribadi, tetapi sebagaimana umumnya keanggotaan di dalam media baru, seringkali sulit untuk mengetahui kebenaran data yang digunakan ketika pengguna situs ini mendaftarkan diri. Sehingga profil ini menjadi bersifat relatif. Kebenaran profil pribadi ini hanya lazim bagi public figure yang sudah dikenal oleh masyarakat, sementara pengguna lainnya sampai tingkat tertentu tetap mempertahankan anonimitas atau hanya membagikan informasi identitas yang dapat dikompromikan kepada publik. Hal ini diungkapkan oleh Jessica Lange ketika menganalisis tentang identitas publik dan identitas privat di dalam Youtube. (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x/pdf>, diunduh 23 Mei 2011)

Proses komunikasi yang terjadi antar manusia yang diketahui kebenaran identitasnya dengan komunikasi yang terjadi antar orang yang identitasnya bersifat relatif kemungkinan besar akan sangat berbeda. Padahal proses komunikasi merupakan unsur penting bagi budaya. Budaya terdiri atas proses komunikasi. Segala bentuk komunikasi, seperti yang dikatakan oleh Barthes dan Baudrillard, didasari oleh produksi dan konsumsi tanda. (Castells, 2002 : 403)

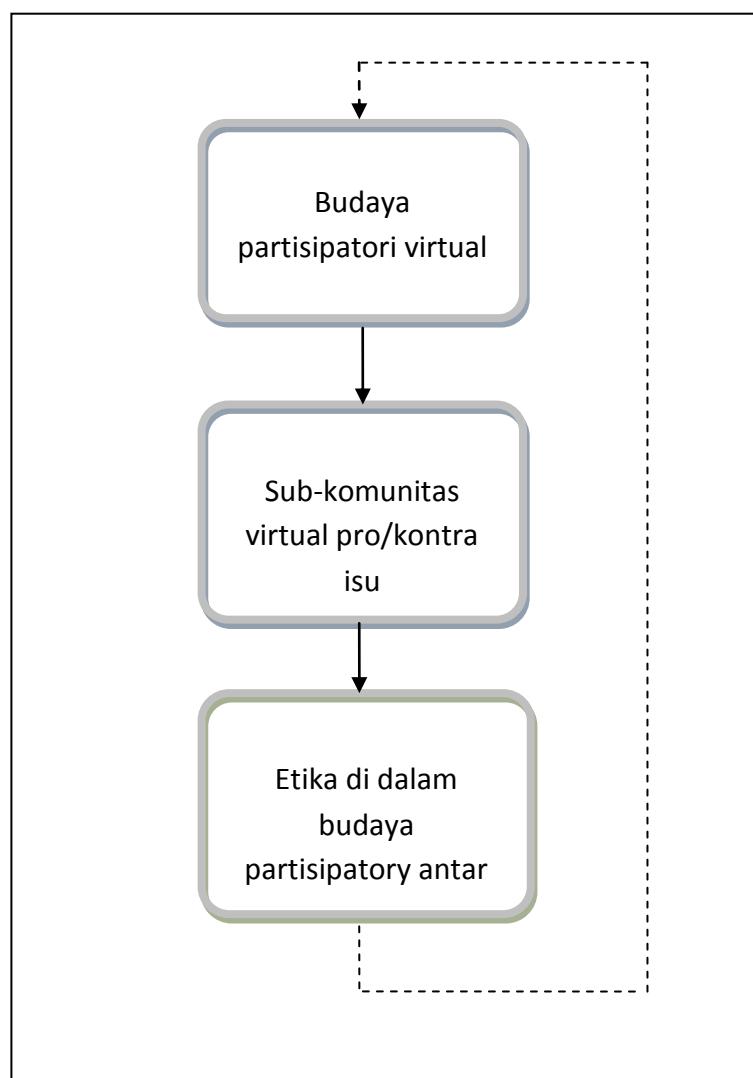
Makalah ini berfokus pada komentar-komentar interaktif di dalam *wall* video Hijau Daun di Youtube.com. Komentar-komentar interaktif ini merupakan bentuk komunikasi virtual yang tidak terlepas dari nilai-nilai budaya dan pada gilirannya juga akan memproduksi budaya. Montana Miller, (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1542-734X.2010.00726.x/pdf>, diunduh 23 Mei 2011) dalam analisisnya menyatakan, bahwa YouTube dapat menjadi auditorium online yang hiruk pikuk yang memungkinkan untuk mengesampingkan hambatan-hambatan di dalam proses produksi budaya.

Hiruk pikuknya komentar-komentar di dalam wall Youtube, merupakan suatu bentuk diskursus virtual, yang bagaimanapun tidak terlepas dari nilai-nilai moral etika, khususnya dari orang-orang yang terlibat di dalamnya. Dalam diskursus etika Herbert Mead (dalam Habermas, 2009 : 126-128), dinyatakan bahwa pijakan awal yang digunakan dalam menilai pertanyaan-pertanyaan yang relevan secara moral harus membuka kemungkinan bagi pertimbangan tak berpihak atas kepentingan setiap orang yang terlibat. Di sisi lain, Mead, –masih dalam pembahasan Habermas -- menyetujui validitas norma moral dengan merujuk pada makna universalitas...sosialitas memberikan universalitas penilaian etis, dimana otoritas norma moral terletak pada fakta bahwa dia mengandung kepentingan umum, dan kesatuan kolektif berada dalam keadaan bahaya ketika kepentingan ini tidak dilindungi.

Diskusi teoritis di atas mengantar pada suatu benang pemikiran, bahwa budaya partisipatory virtual komunitas Youtube dalam hal ini dicirikan dengan rendahnya hambatan berkespresi, dukungan terhadap kontribusi komunitas dan

adanya perasaan akan hubungan sosial, memungkinkan anggota komunitas untuk tersegmentasi ke dalam sub-komunitas sesuai dengan sudut pandang yang berbeda mengenai isu yang sedang berkembang secara virtual. Yang menjadi pokok perhatian adalah masalah etika ketika sub-sub komunitas virtual ini berbeda pendapat mengenai suatu isu, etika komunikasi sub-sub komunitas ini akan menjadi acuan di dalam budaya partisipatori selanjutnya, seperti yang terlihat di dalam skema 1. Di dalam makalah ini,

Skema 1  
Budaya Partisipatori Virtual, Sub-Komunitas dan Etika



#### **D. Mencari Sub-Komunitas Youtube dan Menganalisis Masalah Etika di dalam Budaya Partisipatori Sub-Komunitas Maya**

Mencari sub-komunitas di dalam situs video klip Hijau Daun di situs Youtube dilakukan dengan mengadopsi metode SCAN (Select, Collect, and Choose), yang digunakan untuk mencari sub-komunitas kohesif di dalam penelitian Alvin Chin dan rekan-rekannya mengenai jaringan sosial, yang dimuat di dalam Jurnal of Computer-Mediated Communication tahun 2010 (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2010.01507.x/pdf>, diunduh 23 Mei 2011), yaitu dengan melakukan beberapa tahapan sebagai berikut :

1) *Select* : menyeleksi

Menyeleksi video klip lokal yang di dalam Youtube.com yang banyak dilihat dan banyak diberi komentar. Setelah menyeleksi beberapa video klip, video klip Hijau Daun menjadi pilihan, karena kelompok band ini tidak lagi sepopuler tahun-tahun sebelumnya, tetapi masih terus dilihat, dan terus mengundang partisipasi komunitas di dalam Youtube. Seleksi selanjutnya berkaitan dengan komentar-komentar yang muncul di dalam situs tersebut. Komentar sejak video diunggah mencapai lebih dari 2000 komentar, untuk melihat sub-komunitas yang masih ada sampai saat ini ditetapkan untuk menganalisis komentar-komentar selama 1 bulan (di dalam versi Youtube untuk komentar yang diunggah sampai dengan ketentuan komentar diunggah sampai dengan “*1 month ago*”, terhitung mundur dari tanggal 21 Juni 2011. Komentar-komentar di dalam kurun waktu tersebut berjumlah total 157.

2) *Collect* : mengumpulkan

Setelah terkumpul 157 komentar tersebut, dipelajari untuk mencari alternatif kriteria sub-sub komunitas. Setelah ditelusuri terlihat bahwa komentar-komentar berkembang seputar beberapa isu, yang bisa menjadi acuan di dalam menentukan sub-sub komunitas. Dari pengamatan awal terlihat bahwa di dalam komunitas video klip, ada indikasi pro-kontra antara anggota komunitas Indonesia dengan Malaysia. Indonesia dan Malaysia dijadikan kata kunci untuk mencari sub-sub komunitas. Untuk itu, 157 komentar dipindahkan ke dalam format PDF, yang memungkinkan untuk mencari (search) setiap komentar yang memuat kata Indonesia dan kata Malaysia, dan kata Malaysia.

3) *Choose* : memilih

Setelah ditemukan sub-sub komunitas yang mencantumkan kata Indonesia dan kata Malaysia di dalam komentar-komentarnya, dilakukan analisis konten dengan statistik sederhana, untuk merinci sub-sub komunitas yang ada di dalam situs, kemudian memilih komentar-komentar yang berkaitan dengan masalah etika komunikasi sehingga dapat menggambarkan masalah tersebut berdasarkan data dasar yang bersifat empirik. Analisis isi kuantitatif merupakan metode untuk meneliti komponen pesan komunikasi (Bharata, dalam Ishak et.al. (ed), 2011 : 97), dalam hal ini komentar-komentar para anggota komunitas Youtube. Analisis konten secara kuantitatif ini menjadi acuan untuk melakukan analisis terhadap komentar-komentar.

Setelah sub-sub komunitas diidentifikasi komentar-komentar dari sub-komunitas ditelusuri, dianalisis dengan mengadopsi analisis wacana kritis, yang memungkinkan untuk melakukan kajian empiris tentang hubungan antara wacana dan perkembangan sosial dan kultural di dalam domain-domain sosial yang berbeda (Jorgensen, 2007: 114)

## E. Budaya Partisipasi, Sub-Sub Komunitas dan Masalah Etika

Gambar 1

Video Clip Hijau Daun di dalam Situs Youtube.com



Sumber: [http://www.youtube.com/watch?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/watch?v=qk310y_oOxE), diunduh 21 Juni 2011

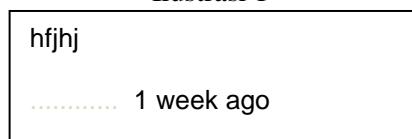
Video klip berdurasi empat menit ini diunggah oleh perusahaan rekaman Sonny BMG Indonesia, pada tanggal 15 September 2008. Video bergenre musik hiburan ini beredar ketika kelompok tersebut sedang menapak kepopulerannya di dunia musik pop Indonesia. Selama lebih dari tiga tahun, video klip ini telah dilihat oleh 5.413.981 pengguna situs Youtube.com. Para pengguna yang berpartisipasi aktif di dalam memberi komentar, sampai dengan tanggal 21 Juni 2011 berjumlah 2.365 komentar, dari pengguna baik di Indonesia maupun dari negara lain seperti Malaysia, Filipina dan Inggris. Selama 1 bulan pengumpulan data, partisipasi dalam bentuk komentar paling banyak diberikan oleh pengguna

dari Indonesia dan dari negara tetangga Malaysia.

([http://www.youtube.com/watch?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/watch?v=qk310y_oOxE), diunduh 21 Juni 2011).

Partisipasi aktif dalam bentuk komentar-komentar yang diberikan bermacam-macam, mulai dari komentar mengenai musik sampai komentar yang tidak jelas, menggunakan semua huruf hidup, tanpa konteks, seperti yang terlihat di bawah ini.

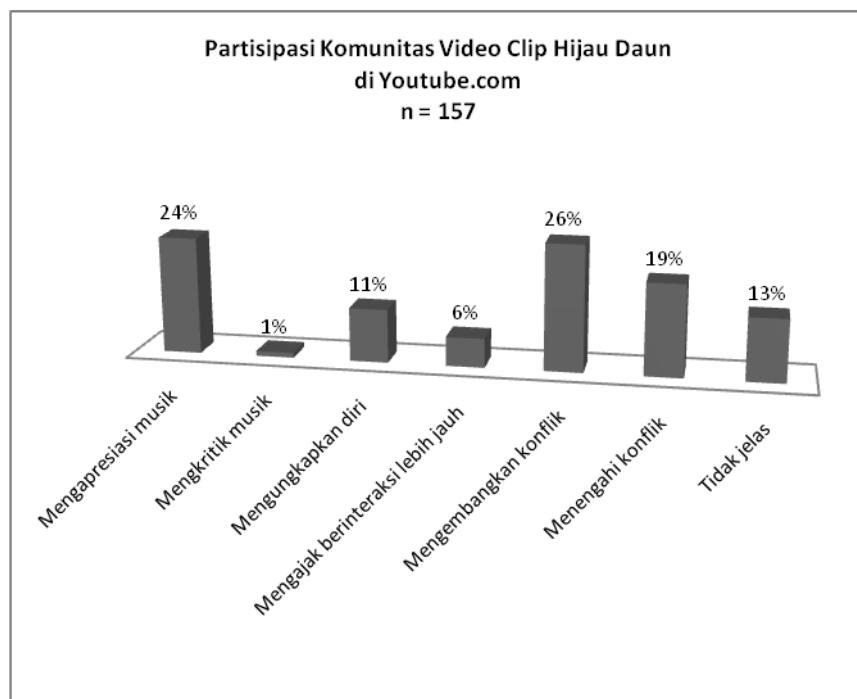
Ilustrasi 1



Sumber: [http://www.youtube.com/watch?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/watch?v=qk310y_oOxE),  
diunduh 21 Juni 2011

Secara keseluruhan, partisipasi pengguna Youtube memberi komentar dalam beberapa kategori di bawah ini:

Grafik 2



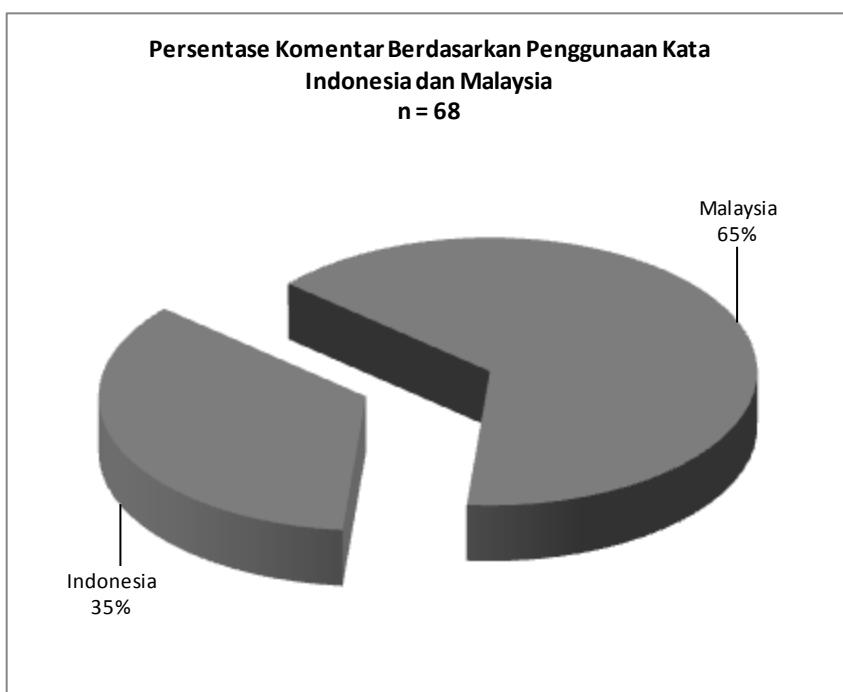
Sumber : Pengolahan Data

Dari grafik di atas terlihat bahwa partisipasi komunitas vido klip Hijau Daun di Youtube yang paling tinggi (26%) adalah dalam mengembangkan konflik. Maksudnya komentar-komentar para anggota komunitas justru berisi pro-kontra mengenai suatu isu, dengan ungkapan-ungkapan yang justru membuat konflik terus berkembang. Komentar anggota komunitas yang bermuatan konflik, walaupun mendapatkan komentar-komentar yang menengahi (19%) tetapi tetap mendapat umpan balik berupa komentar-komentar yang membuat konflik terus berlanjut. Konflik ini justru merupakan bentuk partisipasi yang paling tinggi, sekaligus menjadi *energy engine* utama di dalam komunikasi interaktif/interaktivitas media baru (McQuail 2006 : 143) pada komunitas ini. Seperti disampaikan di bagian terdahulu, situs web sebagai ruang virtual, merupakan arena dimana para remaja dapat berkumpul, membuat “kegaduhan”. Konflik yang terjadi di dalam komunitas ini memperlihatkan “kegaduhan” yang memang diakomodir karena sebagai budaya partisipatori, Youtube memberikan perasaan akan adanya hubungan sosial, dimana konflik merupakan fenomena yang lazim di dalamnya. Di samping itu konflik berkelanjutan ini juga dikarenakan ciri khas

Bahan bakar kedua yang menyebabkan komunitas di dalam situs ini terus berlanjut menyangkut kesamaan minat dalam hal musik hiburan. Keberadaan Hijau Daun sebagai grup band pop, masih menjadi magnet bagi anggota komunitas ini, seperti halnya pengguna Youtube pada umumnya, dimana 79% remaja pengguna Youtube mengakses situs ini untuk mendapatkan hiburan (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/yd.376/pdf>, 23 Mei 2011).

Dijelaskan di bagian sebelumnya, bahwa partisipasi dalam bentuk komentar dikelompokkan berdasarkan kata kunci “Indonesia” dan kata kunci “Malaysia”. Berdasarkan kedua kata kunci tersebut diperoleh 68 komentar, dimana 65% mencantumkan kata Malaysia, 35% mencantumkan kata “Indonesia”. Seperti grafik 2 di bawah ini:

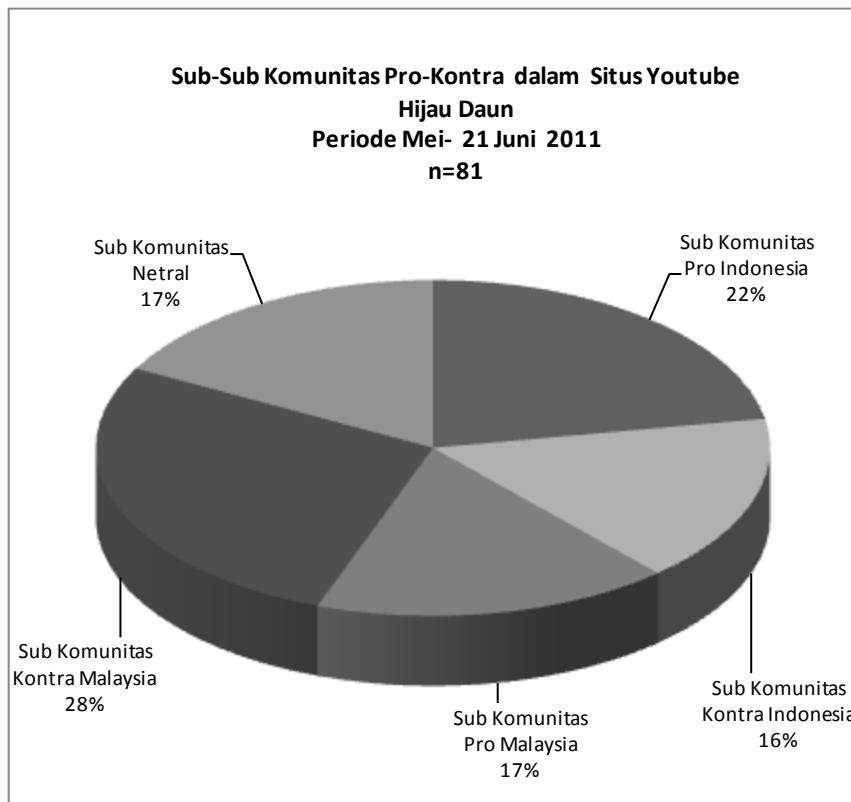
Grafik 2



Sumber: Pengolahan Data

Partisipasi para anggota komunitas dalam bentuk komentar yang memuat kata Indonesia dan Malaysia, setelah ditelusuri lebih lanjut mengkristal ke dalam sub-sub komunitas seperti grafik 2 di bawah ini.

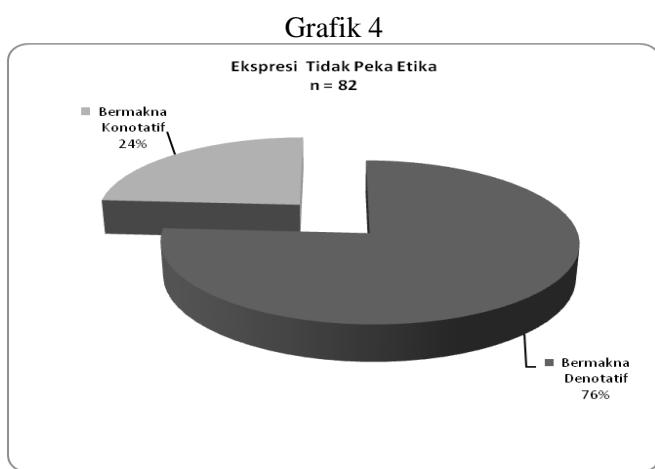
Grafik 3



Sumber: Pengolahan Data

Sub-komunitas berdasarkan kata kunci Indonesia dan Malaysia, ternyata tidak serta merta menunjukkan pro-kontra terhadap salah satu pihak. Berdasarkan data sub-komunitas kontra Malaysia, merupakan sub komunitas terbesar (28%). Hal ini tidak berarti secara otomatis sub-komunitas ini pro-Indonesia. Hal ini disebabkan di dalam komentar mereka, mereka hanya menunjukkan anti Malaysia, tanpa menyebutkan bahwa mereka pro Indonesia. Demikian pula sub-komunitas terbesar kedua berdasarkan komentar pengguna Youtube, yaitu pro Indonesia (22%), tidak serta merta kontra Malaysia. Hal ini juga dikarenakan sub-komunitas ini tidak memuat komentar yang menunjukkan anti Malaysia.

Dalam bentuk ekspresi pendapat pro-kontra-netral, partisipasi anggota komunitas bermuatan kata-kata yang tidak peka etika. Mereka menggunakan kata-kata yang secara denotatif tidak etis, yaitu kata-kata kasar yang secara eksplisit menyulut konflik, seperti kata “bodoh, miskin, makian dengan penyebutan alat kelamin, dsb”. Disamping itu terlihat juga penggunaan kata-kata bermakna konotatif tidak etis, seperti kata-kata analogi hewan, kata “sampah”, dsb.



Sumber: Pengolahan Data

## F. Kesimpulan & Saran

Masalah etika dalam budaya partisipatori virtual pada sub-komunitas maya (studi terhadap komentar interaktif komunitas youtube pada video grup band Hijau Daun) menyangkut konflik antara sub-komunitas pro-Indonesia, kontra-Indonesia, pro-Malaysia, dan kontra-Malaysia. Di dalam konflik di antara sub-sub komunitas tersebut, anggota sub-komunitas menggunakan kata-kata bermakna denotatif dan konotatif yang tidak peka etika. Youtube dapat digunakan untuk mendorong hambatan-hambatan tradisional untuk membangun suatu bentuk produksi budaya, yang menghawatirkan adalah jika hal ini justru membuka peluang degradasi moral di dalam komunikasi antar manusia di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku**

- Castells, Manuel. 2002. The Information Age: Economy Society and Culture Volume I The Rise of The Network Society. UK: Blackwall Publishers Ltd.
- Habermas, Jurgen. 2009. Teori Tindakan Komunikatif II Kritik Atas Rasio Fungsionalis. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Haryatmoko, Dr. 2007. Etika Komunikasi. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Ishak, Aswad, et.al. (ed). 2011. Mix Methodology Dalam Penelitian Komunikasi. Yogyakarta : Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM).
- Jorgensen, Marianne W dan Louise J Phillips. 2007. Analisis Wacana Teori dan Metode. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- McQuail's, Denis. 2006, McQuail's Mass Communication Theory, 5<sup>th</sup> ed., London: Sage Publications Ltd
- Susanto, Eko Harry, Dr. 2010. Komunikasi Manusia Esensi dan Aplikasi dalam Dinamika Sosial Ekonomi Politik. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Surjomihardjo, Abdurrachman, et.all. 2002. Beberapa Segi Perkembangan Sejarah Pers di Indonesia. Jakarta: Penerbit Buku KOMPAS.
- West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 2. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika

### **Sumber Online**

- <http://www.alexa.com/siteinfo/youtube.com>
- [http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What\\_is\\_Social\\_Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf)
- <http://mitpress.mit.edu/catalog/item/default.asp?ttype=2&tid=11889>
- Chau, Clemen. Youtube as A Participatory Culture.  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/yd.376/pdf>, diunduh 23 Mei 2011.
- Chin, Alvin, et.all. Automated Delienation of Sub-Groups in Web Video: A Medical Activism Case Study.  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2010.01507.x/pdf>, diunduh 23 Mei 2011
- Hopkins, Jim. Surprise! There's a third YouTube co-founder  
[http://www.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim\\_x.htm](http://www.usatoday.com/tech/news/2006-10-11-youtube-karim_x.htm)
- [http://www.youtube.com/all\\_comments?v=qk310y\\_oOxE](http://www.youtube.com/all_comments?v=qk310y_oOxE)
- Lange, Patricia G. Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x/pdf>, diunduh 23 Mei 2011.
- Miller, Montana. Taking a New Spotlight to the Prom: Youth Culture and Its Emerging Video Archive.  
<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1542-734X.2010.00726.x/pdf>, Diunduh 23 Mei 2011