

Kekuatan Komunitas Indonesia di Dunia Maya

Onno W. Purbo
onno@indo.net.id

Abstrak

Pengetahuan tentang profil dan karakteristik komunitas Indonesia di dunia maya akan sangat strategis untuk banyak hal. Sebagai gambaran, dari analisis konten komunitas dunia maya, kita dapat dengan mudah mengidentifikasi konsentrasi massa, pemimpin massa, pergerakan massa, teknik terbaik untuk melakukan penetrasi ke dalam massa, mengetahui selera dan kesukaan masyarakat Indonesia khususnya pengguna Internet, bagi redaksi media massa akan memudahkan penentuan arah media yang mereka kelola, jenis konten seperti apa yang mempunyai komunitas yang besar, pola penyampaian informasi seperti apa yang di sukai oleh masyarakat dan masih banyak lagi. Jenis usaha dan topik apa yang paling menarik bagi masyarakat Internet Indonesia? Semua dapat di jawab dengan mudah dari analisis konten komunitas dunia maya di Internet.

Ada kelebihan konten komunitas dunia maya dari konten media cetak, pada komunitas dunia maya konten di bangun dan di hasilkan langsung oleh masyarakat atau pembaca sendiri. Pada media cetak, konten di buat oleh dewan redaksi, sehingga belum tentu merepresentasikan kesukaan masyarakat pembacanya.

Akan diperlihatkan bahwa komunitas maya ternyata terbentuk dalam forum diskusi dan silaturahmi antar warga dunia maya. Aplikasi surat elektronik (e-mail) merupakan fasilitas utama yang digunakan untuk membangun komunitas yang mempunyai kekuatan besar.

Berawal dari forum diskusi e-mail indonesians@janus.berkeley.edu di tahun 1987-88-an, komunitas Indonesia di Internet saat ini berjumlah puluhan ribu dengan massa ratusan ribu terkonsentrasi di <http://groups.yahoo.com> dikenal sebagai yahoogroups.com. Menarik untuk di simak bahwa sebagian besar komunitas menggunakan fasilitas Internet untuk menimba ilmu dan bertukar informasi bisnis. Topik politik bukanlah hal yang diminati oleh sebagian besar komunitas maya ini, walaupun harus di akui bahwa ternyata orang yang suka berdiskusi tentang politik termasuk orang yang paling banyak “bicara” di Internet. Partai Keadilan (PK) teridentifikasi paling aktif menggunakan media Internet untuk menggerakkan massanya. Tidak seperti gambar gembor media massa, pornografi ternyata menempati rangking paling bawah dalam banyak hal di aktifitas komunitas maya.

Tulisan ini berusaha memperhatikan aktifitas komunitas maya Indonesia di Internet yang berjumlah lebih dari 49.000 buah dan terkonsentrasi pada lebih dari 1000 forum diskusi dengan anggota lebih dari 100 orang.

Pendahuluan

Internet sering di asosiasikan dengan Web, yang merupakan situs di dunia maya tempat informasi diletakan dan dapat di akses oleh pengguna Internet. Sifat Web biasanya pasif dan menunggu pengunjung mendatangi situs Web untuk mengambil informasi yang dibutuhkan. Pada saat akses Web, pengunjung berinteraksi dengan server Web dan basis data di belakangnya. Terus terang, pola interaksi demikian sangat tidak manusiawi bagi sebagian besar pengguna Internet.

Dalam berbagai survey Internet yang dapat dilihat di http://dir.yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/Statistics_and_Demographics/Surveys/, maupun dalam berbagai kesempatan diskusi dan seminar, ternyata aplikasi utama yang digunakan pengguna Internet adalah untuk berkomunikasi dan bersilaturahmi antar pengguna Internet, bukan sekedar akses Web. Dalam survey yang dilakukan oleh GVVU (http://www.gvu.gatech.edu/user_surveys/) terlihat bahwa 84% responden memilih e-mail sebagai aplikasi penting Internet di atas Web. Berinteraksi, bersilaturahmi antar manusia merupakan hal yang sangat manusiawi dan sangat dimudahkan dengan menggunakan fasilitas Internet surat elektronik (e-mail) dan chatting. Sayangnya, chatting di Internet mengharuskan kedua belah pihak online pada waktu yang bersamaan untuk dapat berchatting. Hal ini menyebabkan chatting tidak populer, survey di GVVU memperlihatkan bahwa chatting hanya di minati oleh 22% responden.

Berbeda dengan chatting, e-mail memungkinkan kita berkomunikasi tanpa harus online pada saat yang bersamaan. Seperti halnya surat biasa, e-mail dapat dibaca oleh si penerima kapan saja jika si penerima ingin membacanya. Oleh karenanya tidak mengherankan jika e-mail lebih banyak digunakan oleh para pengguna veteran Internet.

Dengan teknik e-mail yang baik, seperti di terangkan di buku “Teknologi Warung Internet”, servis e-mail dapat diberikan kepada pelanggan Warung Internet (WARNET) dengan biaya Rp. 20-30.000 / bulan / pelanggan. Bahkan untuk sekolah atau lembaga pendidikan, akses e-mail bagi para siswa atau mahasiswa dapat diperoleh dengan biaya per bulan yang sangat rendah. Sebagai contoh, di SMKN 6 Jogyakarta, para siswa dapat mengakses e-mail dengan biaya Rp. 5000 / bulan / siswa. Di SMKN 1 Ciamis, para siswa dapat mengakses e-mail dengan biaya Rp. 1000 / bulan / siswa. Di Universitas Parahyangan Bandung, para mahasiswa dapat mengakses Internet 24 jam dengan biaya Rp. 4300 / bulan / mahasiswa. Jelas bahwa akses e-mail jauh lebih murah daripada mengakses Web & chatting yang umumnya sekitar Rp. 3000-5000 / jam di berbagai WARNET. Yang perlu digaris bawahi, dengan teknik yang di jelaskan di atas pembangun infrastruktur Internet swadaya masyarakat menjadi sangat dimungkinkan – tanpa bantuan Pemerintah, Bank Dunia, ADB dan IMF.

Dengan murahnya biaya akses e-mail, pembangunan komunitas maya berbasis e-mail menjadi sangat menarik untuk membangun masyarakat madani berbasis pengetahuan di Indonesia.

Konsep Dasar Pembangunan Komunitas Maya

Bagaimana mungkin sebuah komunitas maya di bangun? Ternyata jawabannya terdapat dalam buku Prof. Sarlito Wirawan Sarwono, Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan, Balai Pusataka, 1999. Terus terang dari pengalaman penulis selama lima belas (15) tahun-an berkelana di Internet, apa yang diterangkan Pak Sarlito di buku Psikologi Sosial bagi dunia nyata ternyata tidak berbeda jauh dengan apa yang terjadi dalam pembentukan berbagai komunitas maya di Internet.

Netiket (etika di Internet) berupa kesepakatan etiket yang perlu di hormati oleh setiap individu yang berinteraksi di Internet. Jika ada individu yang melanggar norma, maka anggota komunitas yang lain biasanya akan mengingatkan individu tersebut untuk tidak mengulangi di lain waktu. Netiket ini yang kemudian menjadi koridor pengikat antar pengguna Internet dalam berinteraksi. Contoh sebuah Netiket dapat dilihat di <http://groups.yahoo.com/local/guidelines.html>, antara lain melarang pengguna Internet untuk mengganggu, mengancam pengguna lain, melanggar hak cipta, mengirimkan iklan, mengirim berita yang kasar, dan banyak lagi.

Proses pembentukan komunitas biasa memakan waktu cukup lama, antara 1-2 tahun. Biasanya berawal dari kelompok kecil beberapa individu yang berinteraksi akan sebuah hal yang menarik bagi mereka. Anggota forum diskusi dapat bertambah dengan dibuka keanggotaan untuk publik. Dinamika kelompok menjadi sangat menarik pada forum diskusi yang sifatnya terbuka, tidak di moderatori, dan tidak berpanutan pada seseorang atau sekelompok kecil elit.

Proses seleksi alam terjadi dalam komunitas, topik diskusi akan bergeser ke hal-hal yang akan menguntungkan sebagian besar komunitas. Menarik untuk diperhatikan bahwa dalam komunitas yang besar, seperti asosiasi-warnet@yahoogleroups.com, itcenter@yahoogleroups.com, akan tampak beberapa pimpinan natural hasil seleksi alam yang akan mendorong gerakan kelompok secara keseluruhan. Para pemimpin komunitas maya biasanya juga merupakan pemimpin sesungguhnya di dunia nyata. Memang berbeda dengan karakter pemimpin negara ini, pemimpin di dunia maya biasanya di hormati karena kepiawaian (*knowledgeable leader*) dan kebijakannya; bukan karena kekuasaannya.

Dalam komunitas yang besar, biasanya aktifitas maya juga akan mendorong terbentuknya berbagai aktifitas di dunia nyata yang dapat berupa usaha bersama, seminar atau workshop. Tidak terlalu mengherankan jika di komunitas seperti asosiasi-warnet@yahoogleroups.com akan mendorong terselenggaranya berbagai seminar, workshop di berbagai kota di Indonesia dengan frekuensi yang lumayan tinggi, sekitar 1-2 seminar setiap minggu. Dari

sisi dunia usaha, keberadaan komunitas besar di dunia maya sangat menarik karena secara langsung berhubungan dengan proses pengembangan pasar dan kebutuhan; ada kebutuhan (*demand*) akan mendorong usaha penyedia (*supply*).

Pada akhirnya dalam komunitas-komunitas maya yang besar dan berdiskusi secara positif akan terjadi sebuah proses bola salju menggelinding semakin lama semakin besar, yang akan menguntungkan semua partisipan yang terlibat di dalamnya menuju sebuah tujuan bersama yang baik. Menarik untuk di simak bahwa bangunan yang menjadi pijakan komunitas maya ini hanyalah sebuah platform berbentuk forum diskusi yang berbasis surat elektronik atau lebih di kenal sebagai e-mail.

Perlu di catat bahwa semua aktifitas maya ini terjadi secara swadaya dan swadana masyarakat, tanpa keikutsertaan pemerintah sama sekali. Apalagi memperoleh uang dari utangan Bank Dunia, ADB, IMF. Jadi, masih diperlukankah pemerintah Indonesia?

Konsep Dasar Mailing List Tempat Diskusi Dunia Maya

Penggunaan e-mail untuk forum diskusi kelompok yang besar di kenal dengan teknik atau aplikasi mailing list. Mailing list menjadi aplikasi dasar utama dalam pembentukan berbagai komunitas maya.

Pada dasarnya mailing list bekerja dengan konsep yang sangat sederhana, seorang pengguna cukup mengirimkan sebuah e-mail ke sebuah alamat e-mail mailing list untuk kemudian di sebarkan ke semua anggota mailing list yang tergabung atau berlangganan ke alamat e-mail tersebut.

Bayangkan bagi seorang yang sedang kesulitan masalah komputer kemudian mengirimkan pertanyaan melalui e-mail ke mailing list tempat berkumpul para hacker, dapat diharapkan bahwa kemungkinan satu-dua orang hacker mengetahui jawaban dari permasalahan yang dihadapi. Akhirnya dengan segera solusi dari masalah yang dihadapi dapat dipecahkan dalam waktu yang singkat mungkin hanya diperlukan menunggu dalam waktu beberapa jam sebelum salah seorang hacker tersebut memberikan jawabannya.

Mailing list di Internet beroperasi 24 jam tanpa henti sepanjang tahun, mari kita bayangkan bersama apa yang terjadi jika kita melakukan diskusi secara terus menerus tanpa henti:

Jika seseorang secara serius terus menerus dalam selang waktu lama (beberapa bulan bahkan tahun) aktif berdiskusi - dapat diharapkan orang tersebut akan menjadi "ahli" dalam bidang yang didiskusikan tersebut. Dalam dunia pendidikan, proses diskusi merupakan media yang paling efektif untuk melakukan transfer pengetahuan implisit dari kepala masing-masing partisipan.

Dalam dunia usaha, pembangunan wajah (*image*) perusahaan menjadi sangat penting artinya untuk menangkap pasar. Proses marketing dan *public relation* (PR) sebuah perusahaan atau produk pada dasarnya merupakan sebuah proses pendidikan kepada para pelanggan atau klien. Konsep marketing yang umumnya di anut saat ini lebih banyak bergantung pada media non-interaktif dengan sedikit seminar / workshop. Dengan adanya mailing list proses marketing dilakukan secara interaktif & terus-menerus tanpa henti selama 24 jam sepanjang tahun. Dapat dibayangkan bahwa dengan konsistensi marketing seperti itu dapat diharapkan wajah (*image*) dan eksistensi perusahaan akan menjadi lebih kuat dimata klien-nya. Tentunya nanti bagian marketing usaha atau produk tersebut harus secara selektif memilih untuk aktif di mailing list tertentu yang sesuai dengan produk yang dipasarkan.

Jelas bahwa mailing list merupakan media yang lebih bersifat interaktif & pro-aktif di bandingkan dengan Web maupun media cetak. Sifat ini menjadi kunci utama untuk memperkuat wajah (*image*) dan eksistensi seseorang atau perusahaan di Internet secara keseluruhan. Konsekuensinya, seseorang atau perusahaan yang akan menggunakan mailing list sebagai media interaksi dengan komunitas Internet harus mau berinteraksi dan merespond secara cepat menggunakan e-mail, karena semua pengguna e-mail di Internet berharap agar respond dapat dilakukan secara cepat. Untuk itu dibutuhkan orang atau staff yang ulet dan konsisten untuk menjawab berbagai pertanyaan. Dalam berbagai forum diskusi dunia maya, jangan kaget jika kita memperoleh jawaban langsung dari Chief Executive Officer (CEO) atau Chief Information Officer (CIO).

Contoh Infrastruktur Mailing List Sederhana

Di tahun 1995-1997 pada saat egroups.com atau sekarang yahoogroups.com belum aktif digunakan seperti saat ini, ITB telah memberikan fasilitas forum diskusi gratis bagi masyarakat Internet di Indonesia. Pada hari ini, infrastruktur tersebut masih di gunakan akan tetapi lebih banyak untuk keperluan internal di ITB. Keberadaan mailing list sangat membantu bagi proses pendidikan di ITB & Indonesia khususnya untuk membuka wawasan para mahasiswa tentang dunia nyata diluar kampus.

Pada tahun 1995-1997-an, ITB memberikan servis sekitar 200-an mailing list gratis dengan anggota ribuan orang yang berinteraksi setiap hari. Secara fisik, aktifitas ini di layani oleh dua (2) buah komputer Pentium II yang bekerja berdampingan. Pada komputer tersebut di aktifkan program majordomo yang berfungsi sebagai kontrol untuk mailing list.

Bayangkan bagaimana bentuk infrastruktur yang harus di siapkan untuk melayani lebih dari 40.000 komunitas maya Indonesia dengan jumlah massa ratusan ribu manusia. Pada hari ini, sebagian besar komunitas maya Indonesia yang ada di <http://groups.yahoo.com> atau lebih dikenal sebagai yahoogroups.com. Gilanya, semua fasilitas dapat di akses secara gratis, tanpa membayar sepeserpun.

Sejarah Komunitas Indonesia Berbasis Mailing List Internet

Berawal sekitar tahun 1987-1988, pada waktu itu Internet masih belum terbentuk seperti sekarang ini, sekelompok kecil mahasiswa Indonesia di Berkeley, Amerika Serikat membentuk mailing list indonesia yang pertama dengan alamat e-mail indonesians@janus.berkeley.edu. Persatuan komunitas pelajar dan mahasiswa Indonesia di luar negeri terbentuk dengan adanya fasilitas diskusi maya ini. Awal diskusi sangat membangun dan berjiwa nasionalis.

Seperti hal-nya kejadian di Ambon pada hari ini, pada tahun 1989-an terjadi diskusi SARA yang lumayan hebat dan terjadi awal perpecahan di Indonesians@janus.berkeley.edu menjadi kelompok-kelompok diskusi yang lebih kecil. Pihak Islam banyak di motori oleh rekan-rekan di isnet (Islamic Network) dengan berbagai mailing list-nya, seperti,

is-lam@isnet.org - diskusi tentang Islam.

dialog@isnet.org - diskusi tentang muslim dan non-muslim.

hikmah@isnet.org - pertanyaan & jawaban tentang kristen oleh ISNET.

tentunya rekan-rekan Kristen tidak ketinggalan dengan kelompoknya, seperti,

paroki@paroki.org - untuk umat Katolik Indonesia.

paroki_asia@wave.ec.t.kanazawa-u.ac.jp - untuk umat Katolik Indonesia yang berada di wilayah asia pasifik.

iccn@dbs.informatik.uni-muenchen.de - Indonesian Christian Computer Network.

Di samping kelompok keagamaan, juga banyak terbentuk mailing list Indonesia yang sifatnya keilmuan seperti,

pau-mikro@ee.umanitoba.ca - kemudian hari menjadi mailing list para hacker Indonesia.

ids@listserv.syr.edu - jaringan kajian pembangunan Indonesia,

Dengan adanya Internet di Indonesia berawal pada tahun 1993-1994-an dan kepulangan para mahasiswa yang belajar di luar negeri ke Indonesia, mailing list Indonesia secara bertahap terbentuk di Indonesia. Pada tahun 1995-1997, dua (2) buah Pentium II di ITB yang merupakan sumbangan Alumni ITB telah menyumbangkan banyak jasanya untuk pembentukan awal komunitas maya Indonesia sehingga mencapai jumlah ratusan mailing list.

Keberadaan dan arsip banyak mailing list Indoensia di masa lalu, dulu dapat dilihat di <http://www.umanitoba.ca/indonesian/milis.html> atau <http://www.airland.com/id/komputer/milis.html>. Semoga pada hari ini sebagian masih

dapat terselamatkan di berbagai mesin pencari (search engine), seperti, <http://www.yahoo.com> atau <http://www.google.com>.

Sebagian besar mailing list di atas telah menjadi sejarah. Pada hari ini, forum komunitas maya Indonesia lebih banyak bertumpu pada fasilitas gratis yang di berikan oleh yahoogroups.com yang dapat di akses pada <http://groups.yahoo.com>.



Usaha cukup keras tampaknya sedang dilakukan oleh Telkom khususnya Divisi Multimedia yang membawahi TelkomNet. Rekan-rekan di TelkomNet telah membangun sebuah server yang cukup besar untuk menampung forum-forum diskusi maya di Indonesia yang bisa digunakan secara gratis. Fasilitas ini berlokasi di <http://www.plasagroups.com> atau <http://groups.plasa.com>.

Memang pada saat ini, fasilitas yang di sediakan masuk belum sebanyak dan belum sepopuler yahoogroups.com. Tapi lumayan untuk menjadi alternatif penghematan trafik ke luar negeri.

Komunitas Indonesia di Yahoogroups.com

Keberadaan fasilitas forum diskusi gratis Internet menjadi motor utama terbentuknya komunitas maya Indonesia di Internet. Salah satu tempat mangkal gratis paling menarik adalah egroups.com (tahun 1998-an) yang kemudian berubah nama menjadi yahoogroups.com (tahun 2000). Kemudahan fasilitas pembuatan forum diskusi e-mail oleh pengguna biasa, disertai fasilitas manajemen maupun pengarsipan yang baik menjadikan yahoogroups.com basis utama komunitas dunia maya.

Kebetulan sekali semua informasi tentang nama, keterangan dan gambaran umum forum diskusi, jumlah anggota, dan kondisi lalu lintas diskusi semuanya tercatat dengan baik di yahoogroups.com. Informasi tersebut dapat dengan mudah di akses dengan fasilitas pencarian yang ada di yahoogroups.com. Hanya saja proses pengambilan datanya harus dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang lama. Pada saat penelitian dilakukan di akhir tahun 2001, teridentifikasi sekitar 49.000 komunitas maya Indonesia yang berpangkalan di yahoogroups.com. Sebuah kekuatan komunitas yang sangat besar yang terkonsentrasi di dunia maya.

Selama lebih dari satu bulan dengan akses Internet 24 jam di rumah, penulis berhasil mengevaluasi lebih dari [25.000] ([52.1]%) komunitas. Untuk memudahkan pembahasan, hanya komunitas yang besar dengan massa lebih dari 100 orang akan di analisis secara mendalam.

Dengan menekan tombol “Start a New Group” dan mengisikan beberapa informasi sebuah komunitas maya akan terbentuk. Memang untuk membuat forum diskusi di yahoogroups.com sangat mudah, konsekuensinya tidak semua komunitas berhasil berkembang menjadi komunitas yang besar. Hanya sedikit dari puluhan ribu komunitas tersebut yang akhirnya berkembang dengan anggota lebih dari seratus orang. Dari sekian banyak komunitas yang di evaluasi, hanya [1170] ([4.5]%) komunitas berhasil mempunyai massa lebih dari seratus orang. Beberapa di antaranya mempunyai masa lebih dari 8000 orang.

Agak sulit mengidentifikasi nuansa dan kategori masing-masing komunitas. Topik diskusi komunitas yang bernuansa sosial kadang berbau politik bahkan terkadang religius. Komunitas yang membicarakan keilmuan kadang terjadi pergeseran topik ke arah usaha dan bisnis bahkan bukan mustahil timpang tindih dengan masalah politik. Dengan segala keterbatasan yang ada, pembagian nuansa (kategori) komunitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Politik – topik sekitar partai, konflik diberbagai daerah, undang-undang.
- Sosial – topik sekitar silaturahmi alumni, keluarga, anak jalanan, ilmu sosial.
- Religius – topik sekitar dakwah, ikatan keagamaan.
- Ilmu – topik sekitar tutorial, fisika, farmasi, programming, teknik.

- Hobby – topik sekitar otomotif, terjun payung, penggunaan handphone, game, tenaga dalam.
- Ekonomi – topik sekitar keilmuan ekonomi.
- Bisnis – topik sekitar export import, lowongan pekerjaan, usaha sampingan.
- Pornografi – topik sekitar foto, bugil, selingkuh, cerita seru.

Dari komunitas bermassa lebih dari 100 orang yang berjumlah [1170] buah, jumlah forum diskusi bernuansa sosial mendominasi sebesar [27.7]%, sebagian besar merupakan wadah silaturahmi antar alumni, warga atau keluarga. Disusul oleh forum diskusi tempat belajar dan menimba ilmu sebesar [20.9]%, yang di dominasi oleh forum diskusi berbagai teknik komputer. Jumlah komunitas yang bernuansa usaha dan bisnis sebesar [14.9]%, terutama di dominasi oleh mailing list yang berkaitan dengan export import dan berbagai lowongan pekerjaan. Eksistensi komunitas untuk menimba ilmu dan usaha akan lebih terlihat dominan pada saat kita menganalisis jumlah pesan yang berseliweran di komunitas tersebut. Hal ini sangat logis karena kebutuhan manusia untuk survive dalam dalam kehidupannya sangat tergantung pada ketrampilan dan celah usaha yang dapat di perolehnya.

Komunitas selanjutnya yang tidak terlalu besar, teridentifikasi bernuansa hobby dan kesukaan sebesar [9.0]%, religius [12.6]%, politik [7.4]%, pornografi [6.2]%, dan keilmuan ekonomi [1.2]%. Beberapa hal menarik untuk di simak, tidak seperti gambar gembor banyak media massa ternyata pornografi bukanlah mayoritas aktifitas di komunitas Indonesia di dunia maya. Bahkan jika kita tela'ah lebih dalam akan terlihat bahwa komunitas yang bernuansa pornografi ternyata sangat pasif. Selanjutnya, isu politik bukanlah konsumsi yang menarik bagi sebagian besar komunitas maya Indonesia di Internet. Walaupun dalam analisis yang lebih mendalam harus di akui bahwa komunitas politik adalah komunitas yang termasuk paling banyak “bicara” diantara mereka.

Mari kita tela'ah lebih lanjut kemampuan masing-masing komunitas dalam mengumpulkan massa. Dari hasil rekapitulasi yang ada, di [1170] forum diskusi tersebut terkonsentrasi massa sebesar [425.478] orang. Massa sebesar [400.000]-an ini relatif kecil, di bandingkan klaim bahwa ada empat (4) juta pengguna Internet di Indonesia yang di sodorkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (Bisnis Indonesia, 2 Januari 2002). Secara harfiah dapat di artikan bahwa, sebagian besar pengguna Internet di Indonesia tidak tahu atau belum tahu cara berintegrasi dengan komunitas maya melalui mailing list.

Menarik untuk di simak bahwa distribusi massa tidak sama dengan distribusi forum diskusi tempat mereka berdiskusi. Massa besar ternyata terkonsentrasi pada forum yang bernuansa silaturahmi dan keilmuan, masing-masing dengan [19.4]% dan [19.1]%. Disusul forum bisnis sebesar [15.5]% dari total jumlah massa. Ke tiga urutan ini tampaknya sangat mencerminkan karakteristik konten komunitas Indonesia di Internet. Bersilaturahmi, belajar dan berusaha untuk survive dalam kehidupan merupakan jalan yang ditempuh oleh sebagian komunitas Indonesia di Internet. Yang mengejutkan, forum berbau pornografi ternyata mampu menaikkan peringkatnya dengan konsentrasi massa [14.1]%. Sebuah kenaikan yang cukup drastis dengan jumlah forum diskusi yang hanya [6.2]% dari total

forum diskusi yang ada. Artinya jumlah rata-rata massa yang terkonsentrasi dalam setiap forum pornografi cukup besar di bandingkan dengan forum-forum non-pornografi. Secara psikologis, hal ini menunjukkan bahwa cukup banyak manusia Indonesia yang berharap untuk memperoleh hiburan dari forum bernuansa pornografi ini. Akan tetapi tampaknya mereka harus lebih banyak gigit, hal ini akan tampak lebih jelas dalam berbagai analisis selanjutnya.

Forum diskusi bernuansa religius menempati urutan selanjutnya dengan konsentrasi massa [12.7]%, di lanjutkan oleh forum tentang hobby dan kesukaan dengan massa [11.1]%, di susul oleh massa politik yang hanya [7.1]% dan terakhir ilmu ekonomi yang hanya [0.9]%. Terlihat sekali bahwa tidak banyak sebetulnya orang Indonesia yang suka berdiskusi tentang masalah-masalah politik. Mungkin sebagian besar orang Indonesia sudah lelah dengan topik politik yang tiada ujungnya. Walaupun demikian, yang cukup menonjol dari berbagai forum politik di yahogroups.com adalah Partai Keadilan (PK). Tercatat paling tidak ada lima (5) mailing list Partai Keadilan (PK) yang cukup besar, di samping cukup banyak mailing list PK yang lebih kecil, dengan total massa sekitar seribu orang yang berdiskusi setiap hari melalui Internet. tampaknya PK merupakan partai yang cukup serius dalam menggunakan Internet sebagai basis media konsolidasinya.

Sejauh ini kita telah melihat peta forum diskusi serta distribusi massanya, pergeseran distribusi terjadi diantara berbagai topik yang dibicarakan. Akan lebih menarik lagi jika kita lihat kondisi lalu lintas diskusi dalam masing-masing nuansa diskusi. Dari catatan lalu lintas diskusi di [1170] mailing list Indonesia dengan anggota lebih dari seratus orang, tercatat bahwa pesan yang berseliweran selama tahun 2001 berjumlah [1.477.255] buah pesan. Jika rata-rata besar pesan sekitar 8000 huruf, maka beban yang harus di tanggung infrastruktur Internet Indonesia untuk memfasilitasi diskusi komunitas Indonesia di Internet adalah sekitar 2.2Mbps. Sebuah angka yang sangat tinggi untuk sebuah infrastruktur Internet.

Mari kita analisis persentase distribusi pesan pada masing-masing kelompok diskusi. Cukup mengejutkan bahwa ternyata jumlah pesan di forum bernuansa pornografi hanya sekitar 42.000 pesan ([2.9]%) selama tahun 2001. Jika masing-masing pesan membawa gambar dengan rata-rata besarnya 30.000 byte, sialnya forum diskusi pornografi akan membebani [31.2]% dari infrastruktur Internet Indonesia yang harus dialokasikan untuk memfasilitasi forum komunitas ini. Jadi walaupun pornografi di Internet kecil, ternyata sangat menghabiskan devisa dan mengganggu infrastruktur Internet Indonesia yang harusnya dapat digunakan untuk hal yang lebih positif.

Pesan yang berseliweran ternyata sangat di dominasi oleh pesan-pesan untuk bersilaturahmi ([21.9]%). Barangkali hal ini sangat mencerminkan sifat natural dari bangsa Indonesia. Disusul oleh diskusi tentang keilmuan ([19]%), bisnis dan usaha ([16.3]%). Pesan yang berseliweran tentang agama hanya sekitar ([12.6]%) sedang diskusi tentang kesukaan atau hobby ([15.8]%). Bagaimana diskusi politik? Ternyata hanya mampu menghasilkan [10.8]% dari jumlah pesan yang berkeliaran.

Diskusi politik memang hanya sedikit sekali ([10.8]%) dari total pesan yang berseliweran. Akan tetapi jika kita analisis lebih dalam tingkat keaktifan partisipan diskusi hasil sebaliknya yang akan terjadi. Tingkat keaktifan diskusi dapat diukur secara sederhana dengan membagi jumlah rata-rata pesan per bulan dengan jumlah anggota mailing list, hasilnya partisipan diskusi politik menduduki rangking pertama dalam hal banyak bicara dengan rata-rata [5.2] pesan / bulan / orang. Jadi walaupun jumlah mailing list politik sedikit ([7.4]%), dengan jumlah peminat yang sedikit ([7.1]%), dan produksi pesan yang sedikit ([10.8]%), ternyata tingkat kemauan orang politik untuk berdebat dan berbicara menduduki rangking pertama dari semua kategori forum diskusi.

Kedudukan diskusi politik disusul oleh diskusi tentang hal kesukaan atau hobby dengan rata-rata pesan [4.9] pesan / bulan / orang. Hal ini menunjukkan bahwa orang sangat suka sekali untuk berdiskusi akan hal-hal yang berkaitan tentang hobby dan kesukaan. Saya perhatikan secara sepintas, forum diskusi hobby yang cukup hot adalah tentang otomotif dan game. Diskusi silaturahmi, keagamaan, keilmuan dan usaha berada pada posisi yang hampir sama dengan rata-rata sekitar 3.5 pesan / orang / bulan. Pornografi sama sekali tidak signifikan dengan kurang dari satu pesan / orang / bulan.

Profil Beberapa Komunitas yang Menonjol atau Menarik

Lima (5) mailing list paling banyak menghasilkan pesan e-mail selama tahun 2001, adalah, ahli (tentang hobby, 57540 pesan), proletar (tentang politik, 44871 pesan), mailplus (tentang teknik komputer, 37517 pesan), penyair (hobby sastra, 23001 pesan), export-product-indonesia (bisnis, 21723 pesan). Yang agak mengagumkan dan mengherankan adalah mailing list ahli, dengan jumlah anggota hanya 204 orang mampu berinteraksi dengan sedemikian banyak e-mail. Mailing list hobby dan politik memang merupakan mailing list dengan jumlah pengguna tidak terlalu banyak tapi mampu berinteraksi sangat intensif.

Enam (6) mailing list dengan anggota terbanyak ceritadewi (tentang pornografi, 9280 orang), melayucyber (untuk bersilaturahmi, 8123 orang), indonesia-2001 (tentang politik, 7916 orang), daarut-tauhiid (tentang keagamaan, 6391 orang), cetivasi (tentang hobby, 6152 orang), dan photo-bugils (tentang pornografi, 6047 orang). Ceritadewi, indonesia-2001 dan cetivasi mempunyai trafik yang rendah sekitar 10 mail / bulan. Sedangkan melayucyber dan daarut-tauhiid mempunyai trafik yang sedang sekitar 150 mail / bulan. Dari ke enam (6) mailing list ini, photo-bugils menduduki rangking teratas dari sisi trafik e-mail yang mendekati 800 mail / bulan sebuah trafik yang besar sekali bagi para penggemar pornografi.

Enam (6) mailing list dengan partisipasi anggota yang paling aktif, adalah, ahli (tentang hobby, 24 mail / bulan / anggota), export-product-indonesia (tentang bisnis, 17 mail / bulan / anggota), imigran (tentang hal yang berkaitan dengan masalah sosial, 6 mail / bulan / anggota), feui95 (untuk bersilaturahmi, 6 mail / bulan / anggota), sttifxi (untuk bersilaturahmi, 6 mail / bulan / anggota), KembaraHutanGunung (tentang hobby, 5 mail / bulan / anggota). Mungkin terlihat sedikit hanya 5-17 mail / bulan / anggota, tapi bayangkan mailing list ahli yang anggota hanya sekitar 204 orang, jika setiap orang mengirimkan e-mail 24 buah per bulan, berarti setiap orang akan menerima mail dalam jumlah mendekati 5000 buah per bulan atau beberapa ratus buah per hari. Sebuah jumlah yang memabukan bagi yang belum biasa berkomunikasi setiap hari menggunakan e-mail. Tingkat keaktifan ini juga memperlihatkan tingkat keakraban antar anggota komunitas tersebut selain kepiawaian masing-masing anggota dalam materi yang di diskusikan, karena tidak banyak orang yang suka menerima e-mail dalam jumlah besar jika tidak akrab satu dengan lainnya.

Mailing list termuda dengan massa di atas 100 orang yang terdeteksi adalah politik-indonesia (politik) dan Film-Kristen (agama) yang di didirikan pertengahan bulan desember 2001. Massa ke duanya masih sekitar 107 orang, trafik e-mail ke keduanya masih rendah jadi masih mungkin untuk tenggelam dan mati di perjalanannya.

Lima (5) mailing list tertua dengan massa di atas 100 orang, adalah net-trade (346 orang, tentang bisnis, terbentuk 1 Mei 1998), labs-feusakti (125 orang, tentang ilmu pengetahuan, terbentuk 28 April 1998), indosexxx (3722 orang, tentang pornografi, terbentuk 14 April

1998), reformed (100 orang, tentang keagamaan, terbentuk 13 April 1998) dan yang tertua adalah trade (155 orang, tentang bisnis, terbentuk 9 April 1998). Umumnya trafik e-mail mereka sedang-sedang saja, sekitar 50-80 e-mail / bulan, hanya net-trade yang menunjukkan trafik yang cukup tinggi mendekati 600 mail / bulan. Suatu prestasi yang lumayan sulit untuk dapat bertahan sedemikian lama.

Dalam dunia politik ada beberapa hal yang menarik. Ideologi sosialis dan marxist Indonesia paling tidak terdeteksi berada dalam sembilan (9) buah mailing list. Beberapa mempunyai massa cukup besar, seperti, sosialis (149 orang), pemudasosialis (75 orang), sosialisgroup (92 orang), dan yang terbesar adalah indo-marxist (618 orang). Trafik diskusi mereka relatif rendah hanya 1-5 e-mail per bulan menunjukkan ketidak aktifan diskusi ideologi sosialis.

Partai Keadilan (PK) teridentifikasi sebagai partai yang paling aktif menggunakan Internet untuk menggerakkan massanya, umum-nya mailing list partai keadilan cukup mudah diidentifikasi karena menggunakan awalan pk di awal nama mailing list-nya, seperti, partai-keadilan (534 orang), PK_Linkbisnis (528 orang), pk-bandung (167 orang), pkjaksi (114 orang), pk-pesanggrahan (107 orang), dan yang terbesar adalah pk-info (1064 orang). Umumnya trafik e-mail umumnya sedang sekitar 50-100 mail per bulan, hanya partai-keadilan yang mempunyai trafik mail sangat tinggi hampir mendekati 1000 e-mail per bulan menunjukkan keaktifan gerakan partai keadilan (PK) secara umum di dunia maya di bandingkan partai-partai lainnya yang masih bertumpu pada paradigma lama.

Setelah konsentrasi massa dan topik teridentifikasi, bagian yang paling seru adalah mengidentifikasi siapa saja pemain kunci atau pimpinannya, serta pola pergerakan dan penetrasi ke dalam komunitas. Hal ini lebih sulit di lakukan dalam waktu yang singkat dengan sekian banyak komunitas Indonesia di Internet.

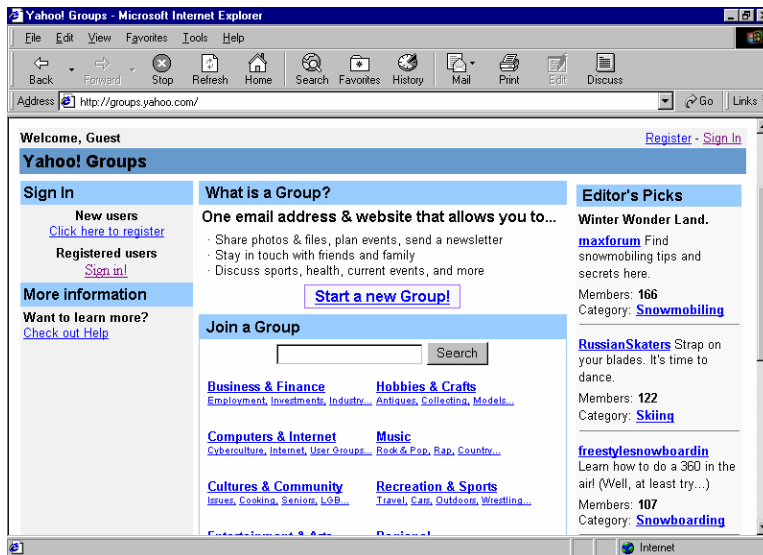
Pengalaman penulis selama aktif di berbagai mailing list di Internet selama lebih dari 10 tahun, ada beberapa hal yang dapat teridentifikasi khususnya dari komunitas teknologi komputer dan internet, yang sering dikenal dengan kata telematika atau di singkat IT. Ada beberapa orang yang menjadi pemimpin dan umumnya menjadi selebriti di masyarakat tersebut. Beberapa pimpinan nasional di komunitas teknologi informasi yang dapat teridentifikasi, seperti, Michael Sunggiardi, Hidayat Tjokro, Mas Wigrantoro, Heru Nugroho, Yohanes Sumaryo, Andi, dan Gatot HP. Perdebatan, diskusi, tukar pikiran antar pimpinan komunitas teknologi informasi dapat dengan mudah di deteksi di mailing list genetika. Tidak mengherankan bila para reporter dan wartawan IT dari berbagai media massa banyak berpangkalan di genetika untuk melihat langsung pertempuran yang terjadi. Selain pimpinan nasional, ada pula pimpinan yang bersifat lokal, di sebuah daerah atau kota, misalnya, Umar Tjokroaminoto (Medan), Adi Nugroho (Makassar), Penjor (Jogyakarta), Didin (Malang), dan Sanjaya Kosasih (Samarinda). Mereka adalah orang-orang yang sangat eksplisit bergerak memimpin massa yang ada untuk kebaikan massa komunitasnya. Beberapa orang, berhasil di ekspose dengan cukup hebat oleh media massa dan menjadi selebriti di masyarakat awam, seperti, Roy Suryo. Tentunya tidak ada keharusan seorang selebriti untuk menjadi pimpinan, maupun sebaliknya.

Ciri yang menarik dari para pimpinan adalah inisiatif mereka untuk bergerak, mengadakan kegiatan, memberikan sesuatu ke masyarakat banyak yang lebih daripada umumnya anggota biasa dalam sebuah komunitas. Menarik untuk di simak bahwa ternyata kebanyakan pimpinan justru bukan orang pemerintah, bukan birokrat. Mereka adalah rakyat biasa, pengusaha biasa di dunia nyata. Mereka di segani karena kepiawaiannya, keahliannya, kebijakannya dalam bidang yang mereka tekuni. Berbeda sekali dengan para “pimpinan” dunia nyata, di pemerintahan, yang kebanyakan birokrat karir yang mempunyai massa mengambang. Sejauh pengalaman penulis menggembara di dunia maya, sangat jarang sekali “pimpinan” pemerintah maupun wakil rakyat yang mau berinteraksi, berdiskusi langsung dengan rakyatnya di dunia maya. Para pimpinan dunia maya biasanya berani membela komunitasnya dan berada di garis depan dengan konsekuensi sering kali berhadapan langsung dengan lembaga, instansi, badan usaha yang gerakannya tidak menguntungkan bagi komunitas IT Indonesia. Contoh nyata, di awal januari 2002 beberapa rekan terpaksa berhadapan langsung melawan kebijakan pemerintah yang melindungi operator telekomunikasi, khususnya dalam hal jasa internet telepon. Tentunya masih banyak hal lain yang menyebabkan pertempuran berjalan terus antara pemerintah yang tidak transparan dengan masyarakat maya yang sangat transparan.

Kegiatan komunitas di dunia nyata (bukan maya) biasanya banyak terjadi di sekitar pada pimpinan di dunia maya. Kegiatan ini dapat berupa seminar, workshop, panel diskusi, talk-show radio dan TV, maupun berbagai liputan media massa. Keberadaan massa komunitas maya yang besar sangat menguntungkan banyak pihak, banyak seminar dan berbagai acara berjalan dengan biaya sponsor dari berbagai vendor karena mereka diuntungkan oleh keberadanya massa komunitas maya. Para vendor dengan rela menyediakan sponsor, karena proses edukasi merupakan bagian integral dari proses pembentukan demand yang sangat strategis artinya bagi omset penjualan para vendor. Pada akhirnya semua menjadi proses yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Pola untuk mengadakan kegiatan di sekitar para pimpinan akhirnya menjadi pola yang sangat standar untuk melakukan penetrasi ke dalam massa sebuah komunitas.

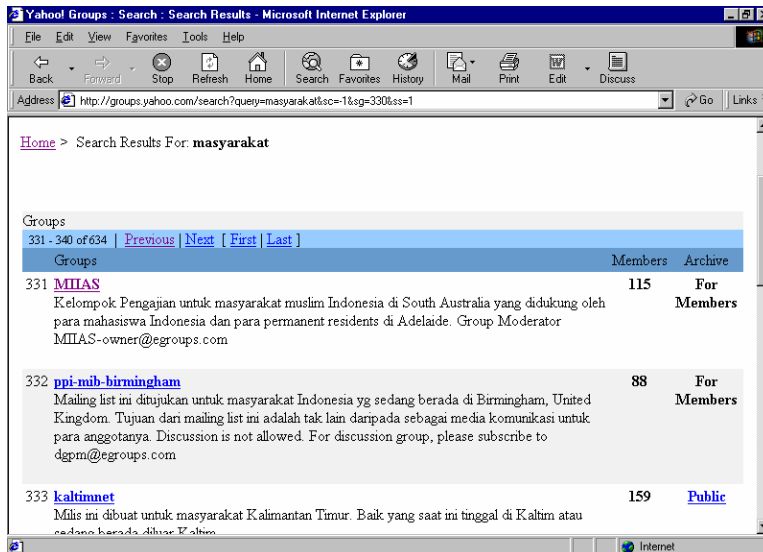
Teknik Mengevaluasi Komunitas di Yahoogroups.com

Proses pencarian data yang perlu dilakukan sebetulnya tidak sukar, bahkan amat sangat sederhana. Kebetulan sekali, yahoogroups menyediakan banyak sekali fasilitas untuk memonitor aktifitas sebuah forum diskusi melalui e-mail yang mereka sediakan untuk masyarakat pengguna Internet secara gratis. Walaupun mudah, kita membutuhkan waktu yang cukup lama untuk memperoleh semua data tersebut karena jumlah forum yang harus di analisis sekitar 50.000 buah, dengan sekitar 1000-2000 mailing list dengan konsentrasi massa yang besar di atas 100 orang. Saya membutuhkan waktu sekitar satu bulan penuh dengan akses Internet 24 jam di rumah untuk mengevaluasi 50% dari total mailing list tersebut.



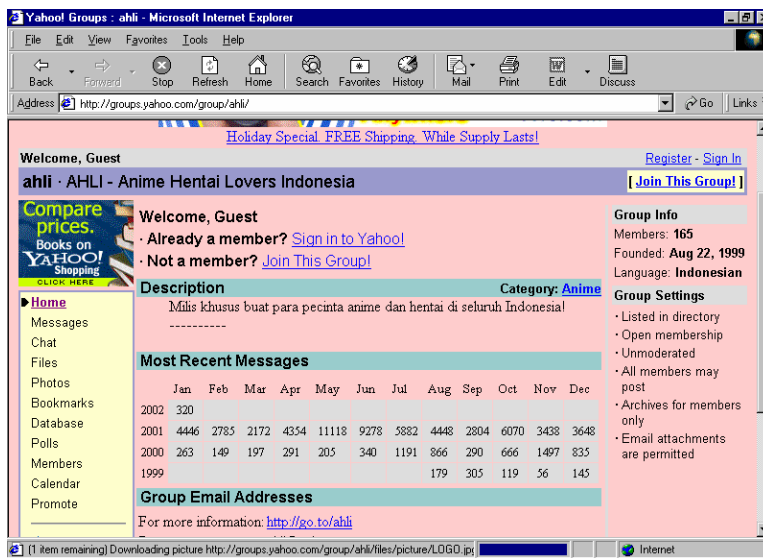
Pertama, pada saat kita masuk ke situs <http://groups.yahoo.com> pada halaman mukanya tertera fasilitas mencari (search). Kita cukup menggunakan fasilitas search ini untuk mencari mailing list Indonesia di yahoogroups. Trik sederhana yang harus dilakukan adalah memasukan beberapa kata kunci (keyword) yang kemungkinan besar akan digunakan oleh mailing list Indonesia. Dalam proses evaluasi yang saya

lakukan, saya mencoba memasukan 118 kata kunci. Dari 118 kata kunci yang di coba dimasukan tidak semua memberikan cukup banyak mailing list Indonesia, sepuluh (10) kata kunci yang akan memberikan banyak mailing list Indonesia di Internet adalah indonesia, informasi, komunikasi, diskusi, jakarta, teknik, keluarga, bandung, komunitas, sekolah. Dari ke sepuluh kata kunci ini kita akan memperoleh sekitar 20.000 mailing list, yang merupakan bahan yang cukup banyak untuk mengevaluasi karakteristik masyarakat internet indonesia.



berjalan cukup lama karena hanya sepuluh (10) mailing list yang akan keluar setiap kali kita melihat halaman. Bayangkan kita perlu melihat puluhan ribu mailing list. Untuk memudahkan proses evaluasi, saya hanya memperhatikan mailing list dengan anggota lebih dari 100 orang.

Ketiga, melakukan evaluasi mendalam dari masing-masing mailing list. Caranya sangat sederhana, kita cukup meng-klik nama mailing list dari daftar mailing list hasil pencarian



Dari berbagai informasi ini, kita dapat mengevaluasi banyak hal, seperti tingkat keaktifan anggota, apakah topik ini sangat diminati oleh anggotanya, siapa saja pemimpin dalam komunitas tersebut dll.

Kedua, seperti tampak pada gambar akan diperlihatkan hasil pencarian database berdasarkan kata kunci yang kita masukan. Daftar mailing list yang akan dikeluarkan biasanya hanya sepuluh (10) mailing list per halaman Web, yang berisi informasi nama mailing list, deskripsi singkat mailing list, jumlah anggota dan sifat mailing list. Dari sini kita dapat menganalisis jumlah massa dan topik yang di bahas. Proses ini akan berjalan cukup lama karena hanya sepuluh (10) mailing list yang akan keluar setiap kali kita melihat halaman. Bayangkan kita perlu melihat puluhan ribu mailing list. Untuk memudahkan proses evaluasi, saya hanya memperhatikan mailing list dengan anggota lebih dari 100 orang.

Ketiga, melakukan evaluasi mendalam dari masing-masing mailing list. Caranya sangat sederhana, kita cukup meng-klik nama mailing list dari daftar mailing list hasil pencarian keyword. Jika nama mailing list di klik maka akan tampak informasi lebih detail dari mailing list tersebut, seperti, deskripsi lengkap mailing list, jumlah anggota, tanggal pendirian, jumlah e-mail yang dikirim setiap bulan, kadang-kadang beberapa e-mail terakhir diperlihatkan. Untuk mailing list yang terbuka untuk publik, kita dapat membaca e-mail yang di kirimkan oleh anggota mailing list tanpa perlu berlangganan mailing list.

Pada gambar diperlihatkan profil mailing list ahli@yahoogleroups.com yang merupakan tempat berdiskusi para penggemar anime hentai Indonesia. Walaupun anggotanya tidak banyak hanya sekitar 200-an orang, tapi trafik e-mail yang mereka hasilkan amat tinggi sekitar 60.000 mail pada tahun 2001 lalu yang merupakan rekor mailing list dengan trafik paling tinggi. Kelompok ini merupakan kelompok hobby, yang tampak dari beberapa mailing list lainnya bahwa kelompok hobby merupakan kelompok yang anggotanya sangat aktif berdiskusi.

Beberapa Rangkuman

Identifikasi topik, pusat konsentrasi massa, pimpinan massa, pola pergerakan massa, pola penetrasi massa menjadi bagian integral akan pengetahuan profil dan karakteristik komunitas maya Indonesia di Internet yang sangat strategis untuk berbagai hal. Platform yang digunakan komunitas Internet hanyalah sebuah mailing list yang berbasis e-mail yang sangat mudah dibentuk. Dengan adanya platform yang mudah dibentuk, pengembangan komunitas lebih banyak bertumpu kepada kepemimpinan internal dan aktifitas komunitas.

Seluruh proses maupun platform yang di bentuk oleh massa digital ini merupakan swadaya masyarakat tanpa utangan Bank Dunia, IMF dan ADB, yang dipimpin oleh orang-orang yang rela meluangkan waktu dan mengorbankan sedikit yang mereka miliki untuk orang banyak. Yang mengharukan, praktis para pimpinan dunia maya tidak ada yang berasal dari kalangan pemerintahan dan birokrat. Jadi apakah pemerintah masih diperlukan?

Platform untuk bersilaturahmi, keilmuan dan dunia usaha sangat mendominasi komunitas Indonesia di Internet. Sebagian besar komunitas maya Indonesia di Internet sangat suka untuk bersilaturahmi antar keluarga, antar alumni dan teman. Akan tetapi, untuk menjamin hari depan komunitas keilmuan dan dunia bisnis menjadi tumpuan banyak orang.

Dari jumlah komunitas, jumlah pesan, maupun keaktifan komunitasnya, pornografi di Internet bukanlah hal yang signifikan yang dapat di besar-besarkan. Sialnya, pornografi justru yang paling banyak menghabiskan bandwidth saluran Internet Indonesia karena pengiriman gambar-gambar-nya.

Politik bukanlah topik yang menarik bagi sebagian besar komunitas maya Indonesia di Internet, walaupun harus di akui bahwa partisipan dalam komunitas diskusi politik termasuk orang-orang yang paling banyak dan sangat suka bicara.

Semoga tulisan ini dapat memberikan gambaran kondisi, situasi dan kekuatan komunitas maya Indonesia di Internet yang semakin hari semakin besar dan umumnya di dominiasi oleh orang berpendidikan.