



UNIVERSITAS INDONESIA

**PROSES MEMBANGUN REPUTASI
DI KOMUNITAS VIRTUAL NCC**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister
Sains dalam bidang Antropologi**

**Himawan Nurhayat
0706187602**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
PROGRAM PASCASARJANA
DEPOK , JULI 2011**



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
PROGRAM STUDI PASCASARJANA**

Gedung PAU Ilmu Sosial Lt. II Kampus Baru UI, Depok 16424 Telp/Fax : (021) 78849022
E-mail: pascant@gmail.com

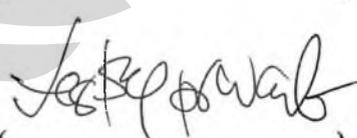
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Himawan Nurhayat
NPM : 0706187602
Program Studi : Antropologi
Judul Tesis : Proses Membangun Reputasi di Komunitas Virtual NCC

Tesis berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Antropologi pada Program Studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
KETUA	PROF.DR. DRA. SULISTYOWATI SUWARNO, MA	 (.....)
PENGUJI	IWAN TJITRADJAJA, Ph.D	(.....)
PEMBIMBING	DR. DRS. SEMIARTO AJI PURWANTO, MSi	 (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 1 Juli 2011



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
PROGRAM STUDI PASCASARJANA**

Gedung PAU Ilmu Sosial Lt. II Kampus Baru UI, Depok 16424 Telp/Fax : (021) 78849022
E-mail: pascant@gmail.com

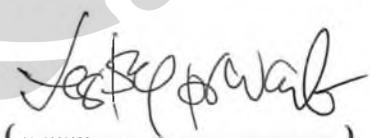
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Himawan Nurhayat
NPM : 0706187602
Program Studi : Antropologi
Judul Tesis : Proses Membangun Reputasi di Komunitas Virtual NCC

Tesis berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Antropologi pada Program Studi Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
KETUA	PROF.DR. DRA. SULISTYOWATI SUWARNO, MA	 (.....)
PENGUJI	IWAN TJITRADJAJA, Ph.D	(.....)
PEMBIMBING	DR. DRS. SEMIARTO AJI PURWANTO, MSi	 (.....)

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 1 Juli 2011

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar

Nama : Himawan Nurhayat

NPM : 0706187602

Tandatangan : 

Tanggal : 14 Juli 2011



**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Himawan Nurhayat
NPM : 0706187602
Program Studi : Pascasarjana
Departemen : Antropologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PROSES MEMBANGUN REPUTASI
DI KOMUNITAS VIRTUAL NCC**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat : di Depok
Pada tanggal : 14 Juli 2011
Yang menyatakan



(Himawan Nurhayat)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan tak henti-hentinya kepada ALLAH SWT atas karunia dan rahmat-NYA terutama dalam proses pembuatan dan penyelesaian tesis ini, yang tidak luput dari berbagai kekurangan.

Tesis ini tidak mungkin dapat diselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak, karena itu dengan segala hormat dan dengan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya saya sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan dalam penyelesaian tesis ini.

Kepada Bapak Dr. Semiarto Aji Purwanta, selaku pembimbing dalam penulisan tesis ini, dengan segala kerendahan hati, saya ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan masukan yang sangat berguna serta dorongan yang sangat berarti selama persiapan hingga terselesaikannya tesis ini.

Kepada Ibu Prof. Dr. Sulistyowati Irianto dan Bapak Dr. Tony Rudyansjah, selaku Ketua dan Sekretaris Program Pascasarjana Antropologi UI, dengan rasa hormat saya ucapkan terimakasih karena telah memberikan kesempatan pada saya untuk menyelesaikan dan menyerahkan tesis ini pada akhir semester. Ucapan terima juga saya sampaikan kepada segenap dosen di Program Studi Pascasarjana Antropologi UI, yang membuka wawasan saya ketika melihat suatu masalah yang terjadi di masyarakat.

Kepada Bapak Iwan Tjitradjaja Ph.D, yang telah memberi kesempatan saya untuk memperbaiki penulisan ini, hingga akhir semester. Dan telah memberi banyak masukan buat saya sebagai pelajaran dalam menjalani kehidupan.

Kepada, Bp. Lilih Amin Basuki, Kepala Departemen SAPS dengan segala rasa hormat saya ucapkan banyak terima kasih, atas ijin dan kesempatan serta dukungannya kepada saya untuk bisa bekerja sambil menuntut ilmu mengikuti pendidikan S2 ini.

Kepada Bp. Wisnu A. M dan Ibu Fatmah B yang telah banyak membantu saya dalam melakukan penelitian, dengan memberikan informasi-irformasinya mengenai komunitas virtual NCC.

Kepada Riana Ambarsari, W. Hidayat, Citra, Lanny, Tyu, Ayu, Mika, Nadrah, mbak Anti, P. Respati dan lain-lain bakulers di komunitas virtual NCC, yang telah banyak membantu saya untuk mendapatkan informasi dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas virtual NCC.

Kepada Teddy Pace, selaku atasan langsung saya yang telah banyak membantu dan memberikan izin kepada saya untuk menyelesaikan penulisan ini.

Terima kasih buat Willy Vm yang selalu membangkitkan semangat dengan diskusi-diskusi kecilnya, juga buat Ayu Purnomo, Danti, Tyas, Sombo, Amin, Almoe dan rekan-rekan Produser SCTV yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Dan tak lupa buat Erwin CG (Alm) yang telah menyempatkan waktunya untuk menghilangkan virus di *flash disk* tempat saya menyimpan data-data penelitian dan tulisan ini, sebelum meninggalkan dunia yang fana, damai di surga kawan.

Terima kasih buat Al Fahmi, Bandi, Arief, Tito, Glenn, Jamil, Nadzir, Opa Frank, Margo, Yadi, Armand, Tinus, Sonia, Indro, teman-teman dari *camera groups* yang telah banyak mendukung saya baik secara pekerjaan dan pendidikan.

Terimakasih kepada Margyn yang telah banyak membantu saya di saat-saat kritis dengan diskusi-diskusinya dan Bu Aries yang tak jemu-jemu selalu dengan semangat 45-nya memompa semangat penulis untuk menyelesaikan penulisan ini. Ucapan terimakasih tidak lupa saya ucapkan kepada mbak Inez, Riri, mas Kuntara, Ivo, Kesept, Bu Mira, Tina, Bu Sifa, atas dukungannya selama ini, serta teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.

Kepada Mbak Tina, Mbak Wiwin, dan Mbak Wati yang tidak bosan-bosannya mengingatkan saya untuk kembali ke tesis saya dan yang sudah begitu banyak membantu dalam mengurus administrasi selama masa perkuliahan hingga selesai, saya ucapkan terimakasih atas segala bantuannya. Tidak lupa ucapan terimakasih saya kepada Mas Tommy yang dengan senang hati selalu membantu saya untuk mencari buku literatur di perpustakaan.

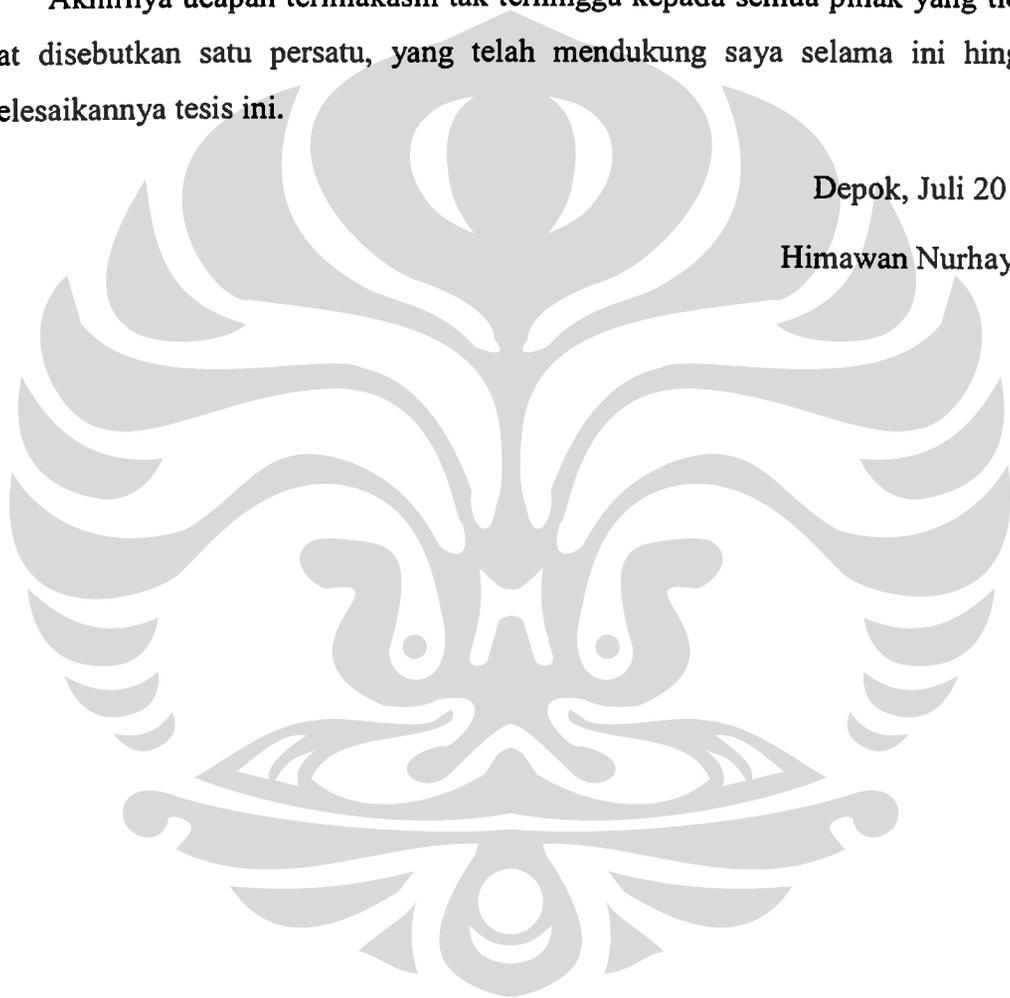
Teriring do'a dan ucapan terimakasih saya buat Ibu & bapak (Alm) dan mas Sam (Alm) di surga, serta saudara-saudara, ipar-ipar dan keponakan-keponakan saya, berkat doa dan restu mereka saya dapat merampungkan studi ini.

Tak lupa peluk sayang buat dua bocah lelaki saya dan mamanya yang selalu jadi pelipur jiwa ini yang terkadang tersaput lelah.

Akhirnya ucapan terimakasih tak terhingga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah mendukung saya selama ini hingga terselesaikannya tesis ini.

Depok, Juli 2011

Himawan Nurhayat



**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
PROGRAM STUDI PASCASARJANA**

ABSTRAK

Nama : Himawan Nurhayat
NPM : 0706187602
Judul : Proses Membangun Reputasi Di Komunitas Virtual NCC

Dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam masyarakat saat ini telah mempengaruhi pola perilaku dan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah internet. Melalui media internet setiap individu dapat melakukan interaksi sosial dengan siapa saja, tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Media internet telah melahirkan komunitas-komunitas baru di dalam masyarakat, yakni komunitas virtual yang terbentuk berdasarkan keinginan yang sama dalam berbagi pengalaman, dan memiliki kepentingan yang sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu, misalnya; komunitas virtual yang berdasarkan kesamaan hobi, komunitas virtual bisnis, komunitas virtual pendidikan, dan sebagainya. Adapun hubungan sosial yang terbina dalam komunitas virtual adalah berdasarkan keintiman, komitmen, dan rasa saling percaya.

Kajian penelitian ini, berfokus pada interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas virtual Natural Cooking Club (NCC) dan melihat bagaimana proses membangun reputasi di komunitas virtual Natural Cooking Club (NCC) melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

Kata kunci: *interaksi sosial, reputasi.*

**UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
DEPARTEMEN ANTROPOLOGI
PROGRAM STUDI PASCASARJANA**

ABSTRACT

**Name : Himawan Nurhayat
NPM : 0706187602
Title : The Process of Building a Reputation in the Virtual Community of NCC.**

Dynamic development of information technology and communications in today's society have affected the patterns of behavior and social interaction in everyday life. One product of the development of information and communication technology is the internet. Through the medium of the internet every individual can make social interaction with anyone, without any limitation of space and time.

Internet media has given birth to new communities in society, namely the virtual community formed by the same desire in sharing experiences, and shared interests to achieve a certain goal, for example, virtual communities are based on common hobbies, a virtual community business, a virtual community of education, and so on. The social relationship forged in the virtual community is based on intimacy, commitment and mutual trust.

This research study, focusing on social interactions that occur within virtual communities Natural Cooking Club (NCC) and see how the process of building a reputation in the virtual community of Natural Cooking Club (NCC) through the medium of the Internet by using mailing lists (milis).

Keywords : *social interactions, reputation.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
I. Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Tinjauan Pustaka.....	13
1.5 Kerangka Pemikiran.....	19
1.6 Metode Penelitian	21
1.7 Teknik Pengumpulan Data	22
1.8 Sistematika Penulisan.....	22
II. Komunitas Virtual NCC	
2.1 Awal Terbentuknya Komunitas Virtual NCC.....	24
2.2 Organisasi dan Anggota Virtual Komunitas NCC.....	28
2.3 Kegiatan Komunitas Virtual NCC.....	32
III. Keintiman, Komitmen, Dan Rasa Saling Percaya	
3.1 Keintiman dalam Komunitas Virtual.....	45
3.2 Komitmen dalam Komunitas Virtual.....	48
3.3 Rasa Saling Percaya dalam Komunitas Virtual.....	61
3.4 Kesimpulan.....	75
IV. Proses Membangun Reputasi Di Komunitas Virtual.....	76
V. Kesimpulan.....	96
Daftar Pustaka.....	98
Daftar Singkatan Kata.....	100

DAFTAR GAMBAR

1. Foto Rumah Kediaman Pasangan Suami-Istri WAM dan FB.....	25
2. Foto Suasana Saat LATihan Bareng	36
3. Foto Suasana Makan Siang Setelah Latihan Bareng.....	37
4. Foto Promo Kamis Di Mailing List (Milis).....	42
5. Foto Snapshot HMFF 2008.....	55
6. Suasana Lomba di HMFF 2011.....	60
7. Foto Laporan Bakulers.....	82
8. Foto Kue yang Masih Utuh.....	87
9. Foto Kue yang Sudah Rusak.....	88

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tesis ini merupakan sebuah usaha untuk mengamati perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media internet, yang telah memunculkan komunitas-komunitas baru di dalam masyarakat, khususnya komunitas masyarakat virtual, melalui pemahaman terhadap bagaimana para anggota komunitas ini dapat membangun suatu konsep yang dikenal dengan reputasi.

Dinamika perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam masyarakat saat ini telah mempengaruhi pola perilaku dan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu produk dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah internet. Melalui media internet setiap individu dapat melakukan interaksi sosial dengan siapa saja, tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Rheingold (1993:3) dalam bukunya yang berjudul "*Virtual Community*", mencoba berbagi cerita manfaat yang ia peroleh dari informasi dunia virtual. Rheingold pada awalnya menyambut dingin atas munculnya ide tentang komunitas yang muncul melalui layar komputer, tetapi lambat laun setelah mempelajari penggunaan dan merasakan manfaatnya, Rheingold mengubah pandangannya terhadap *e-mail* (Ind: surat elektronik) serta konferensi melalui komputer. Rheingold merasa tidak sendirian dalam mengikuti ritual teknologi tersebut, karena ada jutaan orang dari setiap benua juga berpartisipasi dalam kelompok sosial yang dimediasi oleh komputer. Karena populasi dari kelompok sosial ini berkembang dengan cepat, dengan anggota yang sangat banyak, maka kemudian kelompok sosial tak terbatas oleh ruang ini kemudian disebut oleh Rheingold sebagai komunitas virtual. Cerita Rheingold merupakan sebuah pengalaman yang ia simak sejak tahun 1985, dengan rata-rata pengamatan selama dua jam sehari (dan tujuh hari dalam satu

minggu), Melalui koneksi komputer pribadi yang disambungkan oleh jaringan telepon yang dihubungkan dengan *Whole Earth 'Lectronic Link (WELL)*, yakni sebuah sistem konferensi komputer yang memungkinkan orang di seluruh dunia dapat melakukan pembicaraan publik dan berkirim kabar melalui *e-mail* (Ind: surat elektronik). dan populasinya berkembang dengan cepat.

Cuplikan pengalaman Rheingold di atas tidak lain merupakan suatu titik tolak dari berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang telah melahirkan kelompok-kelompok sosial baru di dalam masyarakat, yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu dalam melakukan komunikasi dan interaksi antara anggota komunitas virtual. Sebuah perangkat komputer yang dikoneksi dengan jaringan telepon, adalah teknologi permulaan yang mengawali tumbuh suburnya komunikasi yang dapat memudahkan interaksi dan komunikasi antar orang dari berbagai belahan dunia, melalui konferensi yang tampil dalam bentuk yang populer kita sebut dengan *e-mail* (Ind: surat elektronik).

Awalnya teknologi informasi dan komunikasi masih dimanfaatkan sebagai media penghubung yang dapat memudahkan orang-orang di seluruh dunia untuk berkomunikasi antara satu dengan lainnya, yang terpisahkan oleh jarak. Pada saat itu, sistem konferensi melalui jaringan komputer dimanfaatkan untuk membantu melakukan diskusi dan pembicaraan mengenai berita atau peristiwa yang sedang hangat dan terjadi di dalam masyarakat. Karenanya setiap orang dari berbagai belahan dunia dapat ambil bagian untuk berdiskusi dan membicarakan suatu fenomena menarik tersebut melalui sistem konferensi melalui jaringan komputer. Dan *e-mail* (Ind: surat elektronik) sendiri, pada saat itu masih dianggap sebagai fasilitas berkirim surat antar keluarga, teman, rekan kerja dan sebagainya, sehingga secara langsung berdampak pada tergantikannya media berkirim kabar melalui pos. *E-mail* (Ind: surat elektronik) pada saat kemunculannya, dianggap sebagai media dengan terobosan baru, karena kecepatan pengiriman data melalui jaringan komputer. *E-mail* (Ind: surat elektronik), sekali lagi merupakan teknologi terobosan yang telah mengalihkan masyarakat pengguna komunikasi surat melalui jawatan pos, kepada masyarakat pengguna *e-mail* (Ind: surat elektronik), karena

kelebihannya dari segi kecepatan dalam pengiriman kabar, sehingga dirasa lebih efektif ketimbang pos. Melalui *e-mail* (Ind: surat elektronik), sebuah informasi berupa kabar atau berita dapat dikirim serta langsung diterima dan dibaca oleh penerima hanya dalam hitungan menit, bahkan detik. Meski harus saya akui bahwa tren jawatan pos tidak sepenuhnya kehilangan perannya, karena toh di era bisnis tanpa batas, seorang dapat berkirim surat elektronik melalui fasilitas *e-mail*, namun pada kenyataannya ia tidak dapat mengirimkan barang-barang fisik atau non-virtual melalui media elektronik ini, sehingga kemajuan teknologi informasi yang ditandai oleh lahirnya *e-mail* boleh dianggap sebagai suatu tonggak yang menandai semakin terspesialisasinya jawatan pos. Namun tentu pernyataan ini membutuhkan pembuktian lebih lanjut, dan karya ini tidak dimaksudkan untuk menganalisisnya.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta inovasi dan perbaikan yang terus berjalan, ternyata telah membawa kritik tersendiri dari seorang Umar Kayam (dalam Ibrahim, 1997:81) di dalam bunga rampai "*Lifestyle Ecstasy, Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*", seperti tampak dalam ungkapan yang sesungguhnya bernada kekhawatiran – atau mungkin lebih tepat disebut sebagai sebuah sikap skeptis. Ia mengatakan bahwa demikian banyak informasi dalam berbagai macam bahasa dan bidang serta disiplin, memasuki berjuta-juta kepala dan menanamkan serta membentuk opini-opini serta berbagai keyakinan yang sebelumnya dianggap dosa atau tabu. Dan ini terus berkembang seiring dengan kedatangan media elektronik, melalui kelahiran media seperti radio, televisi, film, dan tentu saja media informatika dalam berbagai generasi komputer.

Sebuah kekhawatiran dalam mensikapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang tentu saja bertolak belakang dengan pendapat Rheingold (1993:6), yang menyatakan bahwa teknologi telah membawa pengaruh yang cukup besar pada warga biasa, terutama karena biaya yang relatif lebih murah, orang bisa meningkatkan kemampuan intelektualnya, meningkatkan status sosialnya, meningkatkan penjualannya, dan yang paling penting dicermati adalah peningkatan pengetahuan politik. Akan tetapi potensi

kemajuan teknologi komunikasi itu tidak dapat meningkatkan kemampuan tersebut dengan sendirinya, namun si pengguna harus mempelajari tentang perkembangan teknologi itu dengan cerdas, dan bijak dalam mensikapinya.

Terlepas dari kedua pendapat tersebut, yang terpenting dari muncul dan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, adalah sebaik mungkin mempelajari perkembangannya, mengambil semua manfaat positif dan menghindari tindakan-tindakan negatif yang timbul karena dampak produk teknologi informasi.

Manfaat positif dari muncul dan berkembangnya teknologi informasi, dapat disimak dari terhubungnya interaksi tanpa batas dalam sebuah ruang sosial untuk berinteraksi secara *on-line*, atau terhubung secara langsung, dengan bentuk komunikasi tulisan, menggunakan gambar dua dimensi, ataupun tiga dimensi. Dan inilah manfaat positif dari lahirnya sebuah teknologi informasi masa sekarang, yang selanjutnya kita kenal sekali lagi sebagai komunitas virtual atau *cybercommunity* (Rheingold, 1993:3; (Wang, tanpa tahun:1)

Penggunaan istilah yang berbeda untuk merepresentasikan sebuah komunitas dunia maya, di antaranya dikenal dengan komunitas virtual atau *virtual community* (Rheingold, 1993); dan juga dikenal dengan komunitas dunia maya atau *cybercommunity* (Wang, tanpa Tahun). Namun dari kedua istilah yang seolah berbeda tersebut, pada prinsipnya kedua istilah tersebut tidaklah berbeda, pun memiliki karakter yang sama, seperti dapat disimak dari beberapa ciri, seperti, *pertama*, baik komunitas virtual atau komunitas dunia maya, melakukan interaksi sosialnya dengan menggunakan sistem komunikasi seperti *e-mail* (Ind: surat elektronik) dan konferensi melalui komputer, dalam hal ini menggunakan tulisan dan gambar, baik gambar dua dimensi atau gambar tiga dimensi; *kedua*, bahwa komunitas virtual atau komunitas dunia maya adalah bagian dari ruang sosial atau kelompok baru dari suatu masyarakat nyata, yang melakukan interaksi sosial dengan bantuan perangkat media yang dilahirkan dari perkembangan suatu teknologi informasi dan komunikasi; *ketiga*, bahwa interaksi sosial dalam komunitas virtual dimediasi

oleh gabungan komputer dan sambungan telepon atau media *on-line* (internet), yang dapat menghubungkan antar individu di beda ruang geografi atau wilayah yang terpisah; *keempat*, bahwa dalam melakukan interaksi sosial pada komunitas virtual atau komunitas dunia maya, komunikasi tatap muka tidak lagi memainkan perannya, sehingga terjadi pengabaian terhadap kehadiran fisik seseorang saat sedang melakukan interaksi.

Mengirimkan kabar, berita dan informasi melalui komunitas virtual, sama artinya berbagi sesuatu yang bersifat formal sampai dengan sesuatu yang bersifat sangat emosional. Setiap individu dalam komunitas virtual menggunakan kata-kata di layar komputer untuk hanya sekadar berbasa-basi atau berdebat serius; terlibat dalam wacana intelektual saat melakukan pertukaran pengetahuan, membuat perencanaan, dan melakukan penyamaan visi; melakukan perdagangan; berbagi dukungan emosional melalui gosip penuh intrik dan perseteruan, cerita cinta, mencari teman dan kehilangan mereka, bermain, menggoda, menciptakan seni tingkat tinggi, bahkan sampai omong kosong.

Bahkan manfaat lain dari dunia virtual, di antaranya dapat membuat pengguna jaringan komputer memiliki kesempatan untuk menelusuri informasi yang tersimpan dalam komputer lain, berkirim *e-mail* (Ind: surat elektronik), berpartisipasi dalam diskusi kelompok dalam berbagai topik pembicaraan, melakukan pengiriman data, turut serta dalam konferensi melalui jaringan, bermain, menjelajahi dunia virtual (baik tekstual maupun visual), hingga membeli barang dan jasa (Dodge & Kitchin, 2001:2).

Inilah era perkembangan teknologi informasi dan komunikasi melalui jaringan komputer, yang secara positif telah mempermudah dan membuat efisiensi waktu bagi anggota masyarakat dalam melakukan beberapa kegiatan. Bahkan secara berani, Rheingold (1993:5) berasumsi bahwa apa-apa yang terjadi saat sedang melakukan interaksi, orang-orang di dalam komunitas virtual seolah merasakan perasaan yang “mirip” seperti saat sedang melakukan interaksi seperti yang di dunia nyata. Padahal pada kenyataannya interaksi sosial pada komunitas virtual tidak diwakili secara fisik, karena orang-orang

dalam komunitas virtual dalam melakukan interaksi sosial, meninggalkan tubuhnya di belakang layar komputer.

Penggunaan istilah “mirip” oleh Rheingold di atas, didasarkan kepada kenyataan bahwa hanya keterwakilan individu saja yang dapat berinteraksi di komunitas virtual, dan selebihnya, individu adalah seorang manusia *an sich* yang tetap hidup dan berada di dalam suatu masyarakat yang lebih luas dan bersifat nyata. Seorang pria bisa saja jatuh cinta pada wanita temannya berbincang dalam komunitas dunia maya, karena dimungkinkan untuk dapat saling merayu, menggoda, bahkan memungkinkan sebuah perasaan yang merepresentasikan sensasi emosional ketika melontarkan kata-kata rayuan, seolah masing-masingnya merasakan sensasi kedekatan ketika melihat foto yang dikirim melalui jaringan komputer. Akan tetapi hanya sampai pada batas itu saja keterwakilan seorang individu dapat dirasakan oleh lawan interaksinya, karena pada kenyataannya mereka tidak dapat melakukan sentuhan fisik, semisal mencium kening sebagai wujud dari rasa kasih dan sayang. Dengan demikian lumrah jika Rheingold menggunakan istilah “mirip” dalam menggambarkan keterwakilan seorang individu saat melakukan interaksi dengan lawan interaksinya di komunitas virtual.

Wang (tanpa tahun: 2) menyebut gejala ini sebagai karakteristik masyarakat *postmodern*, yang dibangun oleh perkembangan dan kemajuan teknologi, sehingga mampu merepresentasikan komunitas dunia maya, yaitu suatu bagian dari masyarakat yang melakukan interaksi tanpa kedekatan [fisik], bahkan semakin banyaknya orang asing yang hadir dan berinteraksi dalam media sosial tersebut, dapat eksis tanpa harus menampilkan identitas diri yang sesungguhnya, dan Wang menyebut gejala ini dengan istilah anonimitas. Dan Wang secara terbuka memberikan batasan antara komunitas virtual dengan komunitas dunia nyata; bahwa pada masyarakat *postmodern* sekalipun, pemberian karakter ‘mungkin’ pada komunitas virtual menjadi sangat penting untuk memberikan kesamaan karakter yang seolah sama dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dunia nyata, karena komunitas yang terbangun oleh

perkembangan teknologi informasi dan komunikasi lebih dicirikan kepada masyarakat tanpa kedekatan fisik.

Saya mencoba memahami apa yang dimaksudkan oleh Wang tentang masyarakat *postmodern* yang memiliki karakteristik tanpa kedekatan, karena sejatinya kebanyakan masyarakat *postmodernis* cenderung bertujuan untuk melestarikan nilai-nilai pokok yang disebut-sebut sebagai suatu Pencerahan diri, semisal konsep otonomi, dan individualisme (Saifuddin, 2005: 380). Pada era masyarakat *postmodern*, suatu kemungkinan terbentuknya masyarakat yang individualis, sehingga memungkinkan terjadinya hubungan anggota masyarakat tanpa kedekatan antara individu yang satu dengan yang lainnya. Semisal perilaku pengunjung yang dapat kita amati dalam sebuah *mall*, atau saat kita masuk ke dalam sebuah kafe atau rumah makan yang ada di dalam *mall*. Nuansa perilaku individualisme dari anggota masyarakat yang hadir, namun keberadaannya tanpa kedekatan. Bagaimana mungkin orang berkumpul di dalam suatu ruang tertentu, namun pada kenyataannya mereka tidak saling mengenal, karena boleh jadi dilatari oleh motivasi mereka datang sekadar untuk makan dan minum, dan setelah motivasi tersebut terpenuhi, masing-masing mereka pergi meninggalkan ruang tersebut. Kalau pun ini yang dimaksudkan oleh Wang sebagai satu hal yang terlihat secara kasat mata, maka tak syak lagi, pendapat mengenai komunitas virtual merupakan masyarakat yang tanpa kedekatan dapat termakan oleh akal, mengingat perilaku individu dalam komunitas virtual yang 'bebas' tanpa ikatan atau perasaan tertentu; masuk untuk '*surfing*', '*browsing*' dan '*searching*' atau '*googling*' lalu pergi meninggalkan komunitas virtual dengan mematikan komputernya tanpa harus merasa telah meninggalkan lawan interaksinya sendirian.

Namun rasanya asumsi di atas tidak sepenuhnya benar dan dapat diterima, karena meski berada di dalam realitas virtual seorang individu tetap saja merupakan manusia dengan identitas 'budaya'-nya sendiri. Sebut saja saat mereka memulai interaksi, masing-masing individu yang telah berhubungan lama dan saling mengenal, meski boleh jadi belum pernah bertemu pandang secara fisik, biasanya akan membuka perbincangan dengan sapaan atau salam

pembuka, dan lalu mengakhirinya dengan salam penutup; tidak sekonyong-konyong meninggalkan lawan bicara dengan cara mematikan komputer atau media interaksi virtualnya. Ini jelas merupakan satu bentuk identitas ‘budaya’ yang menjadi karakter seorang individu, sehingga ia kemudian dinamai sebagai manusia berkebudayaan. Karena itu, tidak berlebihan bila saya mencoba membuat spesifikasi mengenai konsep kedekatan yang dikemukakan oleh Wang di atas. Bahwa kedekatan secara fisik antar individu yang berinteraksi dalam komunitas virtual, jelas tidak mungkin terepresentasikan, namun sebagai manusia berkebudayaan, seorang individu dapat merasakan secara emosional kehadiran lawan bicaranya, dan inilah yang saya sebut sebagai kedekatan kedua dari batasan konsep penelitian ini, bahwa seorang individu secara emosional dapat merasakan kedekatan interaksi dengan lawan bicaranya.

Kritik selanjutnya dari asumsi Wang mengenai semakin banyaknya orang asing dalam suatu komunitas sosial virtual cukup didasarkan kepada nilai-nilai anonimitas. Secara antropologis pendapat ini masih harus mendapat sedikit evaluasi, karena pada realitas virtual, kita menemukan individu-individu manusia berkebudayaan, yang karena kedekatan emosionalnya, tidak sembarang begitu saja dapat masuk dan keluar dari suatu media interaksi komunitas virtual. Semisal ketika seorang individu ingin menjadi anggota komunitas virtual melalui media *mailing list* atau populer dengan akronim milis¹. Terkadang untuk menjadi anggota di dalam sebuah grup milis, seorang calon anggota membutuhkan sebuah pengakuan dalam bentuk rekomendasi dari orang yang telah menjadi anggota lebih dahulu dalam komunitas virtual tersebut. Sehingga tidak sepenuhnya tepat bila anonimitas menjadi sebuah ciri yang utama yang melekat pada komunitas virtual; meski saya tetap mengakui bila seseorang bisa saja menyembunyikan identitas sesungguhnya.

¹ *Mailing list* adalah sarana komunikasi berupa diskusi yang memanfaatkan *e-mail* sebagai mediana. Untuk dapat bergabung ke sebuah *mailing list*, seseorang harus mendaftarkan *e-mail*-nya untuk dapat berlangganan *mailing list* tertentu. Apabila seseorang sudah berlangganan *mailing list*, dan ketika ada anggota *mailing list* yang mengirim *e-mail* ke *mailing list*, maka semua anggota *mailing list* akan menerima *e-mail* tersebut.

Hal senada pernah dikemukakan oleh Jayachandra & Melkote (2003: 347-348) dalam bukunya, *“Future Prospect, Envisioning E-buisness in 2020”*, yang mengatakan bahwa adanya anonimitas dan penurunan *self-regulation* yang diakibatkan oleh dominasi media komputer, di mana keterlibatan masing-masing individu hanya diwakili oleh teks dan simbol komunikasi saja dalam melakukan interaksinya. Namun, dengan menggunakan konferensi jaringan melalui *video* dan internet multimedia, anonimitas dapat dihilangkan. Bahkan lebih rinci Friedman (2006: 5-6) dalam bukunya *“The World is Flat”*, mencoba menggambarkan pengalamannya tentang hasil wawancara dan pengamatan yang ia temukan pada realitas konferensi jaringan berbasis *video*. Ia menuturkan pengamatan dan wawancaranya tersebut dalam potongan kisah berikut:

“Setelah wawancara, Nilekani (CEO Infosys Technologies Limited) membawa awak TV kami melihat pusat konferensi global pusat perusahaan outsourcing India milik Infosys. Tempat itu berupa ruang besar berpanel kayu ukir yang tampak seperti ruang kuliah bersusun di sekolah hukum Ivy League. Salah satu dindingnya dilapisi layar besar dan langit-langitnya terdapat camera-camera untuk konferensi jarak jauh. “nah, inilah ruang rapat kami. Layar yang terbesar di Asia ini tersusun dari empat puluh layar digital,” jelas Nilekani dengan bangga sambil menunjuk ke arah layar TV datar terbesar yang pernah saya lihat. Menurutnya, di layar itu Infosys bisa mengadakan rapat maya dengan para pelaku utama dari seluruh rantai pasokan global untuk proyek apapun dan kapanpun. Dengan demikian, pada waktu yang sama, para perancang Amerika bisa berbicara langsung kepada para penulis perangkat lunak di India serta para pengurus pabrik di Asia. “Kita semua bisa duduk di sini secara langsung, entah dari New York, London, Boston, maupun San Francisco. Bisa jadi pelaksanaannya di Singapura, maka mereka juga tersambung langsung ke sini....””

Informasi dan pernyataan di atas jelas semakin mempertegas anggapan bahwa tidak sepenuhnya anonimitas menjadi ciri utama suatu komunitas virtual.

Berangkat dari hal tersebut di atas, maka tesis ini diarahkan untuk meneliti adanya interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas virtual, khususnya media *mailing list* yang menggabungkan antar individu ke dalam sebuah komunitas virtual bernama Natural Cooking Club atau disingkat dengan NCC. Namun saya tidak menutup mata akan kehadiran karya serupa yang

pernah muncul sebelumnya, seperti diantaranya pernah dibuat oleh Howard Rheingold (1993) dalam bukunya “*The Virtual Community*”, yaitu karya tentang perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang melahirkan komunitas virtual di dalam masyarakat melalui media internet; Martin Dodge & Rob Kitchin (2001) dalam bukunya yang berjudul “*Mapping Cyberspace*”, yang membicarakan tentang pola geografi di dunia nyata, dan menganggapnya seolah relatif sama dengan geografi di dunia virtual; Y. Jayachandra & Gita Melkote (2003) dalam bukunya berjudul “*Future Prospect, Envisioning E-Business in 2020*”, yang menggambarkan tentang bagaimana mempersiapkan sebuah bisnis melalui dunia virtual dalam jangka waktu panjang, dengan cara membangun reputasi bisnis; Christian Crumlish (2004) dalam bukunya yang berjudul “*The Power of Many, How the Living Web is Transforming Politics, Business, and Everyday Life*” yang membicarakan tentang kekuatan yang bisa ditimbulkan dengan bergabungnya masyarakat dunia melalui internet; Daniel J. Solove (2007) dalam bukunya yang berjudul “*The Future of Reputation, Gossip, Rumor, and Privacy on the Internet*”, yang membicarakan seputar kejadian-kejadian dan peristiwa yang menjadi bahan perbincangan di dalam dunia virtual melalui media internet; dan beberapa literasi terkait lainnya.

Namun saya tetap berpendapat bahwa tesis ini memiliki karakternya sendiri sehingga menjadikan prinsip orisinalitasnya tetap terjaga. Pendapat ini didasarkan pada perbedaan fokus analisis tesis ini, yang dibatasi hanya pada interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas virtual, dan penggambaran proses untuk membangun reputasi individu di dalam komunitas virtual berbasis internet, dengan menggunakan media *mailing list* (milis). Komunitas ini merupakan komunitas virtual yang lebih spesifik lagi, didasarkan kepada kesamaan hobi dan bisnis anggota milis, yaitu di bidang kuliner.

Komunitas virtual berbasis hobi dan bisnis kuliner ini, tidak dapat dipandang sebagai gejala remeh, karena kuliner seperti dikemukakan oleh Danandjaya (2007: 182) memiliki arti penting dalam suatu kebudayaan. Makanan menurutnya, secara antropologi biasa dikenal dengan folklor

makanan, merupakan suatu fenomena kebudayaan yang bukan sekadar produksi organisme dengan kualitas-kualitas biokimia, untuk dapat dikonsumsi oleh organisasi hidup, termasuk juga untuk mempertahankan hidup mereka; melainkan bagi anggota setiap kolektif, makanan selalu ditentukan oleh kebudayaannya masing-masing.

1.2 Masalah Penelitian

Fokus analisis penelitian ini ditujukan untuk menggambarkan proses interaksi yang terjadi di dalam komunitas virtual bernama NCC, dan bagaimana masing-masing individu membina hubungan sosial melalui media internet, dalam hal ini melalui fasilitas *mailing list* (milis) yang menjadi salah satu ruang publik di dunia virtual, sehingga terbangun suatu konstruksi reputasi individu anggota milis. Sebagaimana yang dikatakan oleh Severin dan Tankard (2009: 447), bahwa komunitas virtual adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Salah satu bentuknya yang paling awal adalah buletin komputer yang diakses dengan menyambungkan modem pada tahun 1970-an. Ruang *chatting*, *e-mail*, milis dan kelompok-kelompok diskusi *via* elektronik adalah contoh baru tempat-tempat yang dapat dipakai oleh komunitas untuk saling berkomunikasi. Orang yang tinggal di berbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan sama dapat berkumpul untuk membicarakannya dalam dunia virtual.

Pilihan *mailing list* (milis) sehingga menjadi sasaran penelitian, ketimbang jejaring sosial lainnya yang ada di dunia virtual, di dasarkan kepada asumsi bahwa, *mailing list* (milis) masih merupakan pilihan yang banyak digemari oleh orang-orang dalam membentuk komunitas dunia virtual. Sebagaimana dinyatakan oleh Crumlish (2004: 226-227), bahwa "*amidst all the newfangled digital communication techniques –from blogs to sosial network system tools-, e-mail continues to be the mainstay of my online network*". Lebih lanjut ia mengatakan, "*For the moment, email still feels*

relatively private, although that is generally an illusion, because it's easy enough to see and it gets archived just about everywhere".

Pendapat Crumlish tersebut sepenuhnya didasarkan pada asumsi mengenai mudahnya menggunakan *mailing list* (milis), sifatnya yang pribadi, dan karena kemampuannya menyimpan arsip, sehingga menjadikan *mailing list* (milis) tetap bertahan dan diminati oleh sebagian orang yang tergabung dalam komunitas virtual.

Bicara mengenai kebertahanan milis, bisnis di bidang kuliner juga merupakan salah satu dari bermacam kegiatan usaha yang terus ada, bahkan ketika krisis ekonomi menerpa negeri ini. Hal ini tentu merupakan sebuah keniscayaan, karena asasinya setiap manusia tidak mungkin hidup tanpa makanan untuk dapat bertahan hidup.

Bahkan dalam perkembangannya, makanan seringkali disandingkan dengan simbol-simbol masyarakat modern yang dapat diamati dari gaya hidup masyarakatnya, terkhusus di perkotaan. Semisal dapat kita simak pada pola hidup pasangan suami-istri yang bekerja, sehingga menjadikan mereka sibuk dengan kegiatannya masing-masing, dan pada akhirnya urusan makan bersama di rumah terkadang menjadi sesuatu hal yang sulit untuk dilakukan. Membeli makanan di restoran atau berlangganan *catering* telah menjadi pilihan. Gaya hidup seperti ini dari sudut pandang fokus penelitian ini, membuka peluang tersendiri bagi anggota masyarakat untuk membuka usaha rumahan di bidang kuliner. Dan salah satu wadah untuk membuka jaringan usaha di bidang kuliner tersebut di antaranya dapat disimak pada komunitas virtual NCC, yaitu sebuah komunitas virtual yang berbasiskan pada hobi dan bisnis di bidang kuliner.

Kemudian merujuk pada poin kedua yang dikemukakan oleh Crumlish (2004: 70) mengenai dorongan yang membuat orang ikut berpartisipasi dalam komunitas virtual; bahwa salah satu hal yang mendorong orang-orang untuk ikut berpartisipasi dalam komunitas virtual adalah untuk membangun reputasi atau status, dengan cara ikut terlibat dalam diskusi kelompok yang ada di komunitas virtual yang dikutinya, mengelola *blog* yang dimiliki untuk mempromosikan keahliannya, atau memamerkan hasil karyanya atau

menunjukkan kepintarannya. Untuk itu dalam kajian penelitian ini, saya mencoba melihat bagaimana proses membangun reputasi masing-masing anggota dalam komunitas virtual NCC. Dan berangkat dari pemaparan tersebut, maka pertanyaan teknis yang akan menjadi topik diskusi penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi dasar terbentuknya komunitas virtual NCC?
2. Bagaimana interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas virtual NCC, sehingga terbangun reputasi individu dari setiap anggota NCC aktif?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan interaksi sosial yang terjadi di dalam komunitas virtual, khususnya NCC, dan penggambaran terhadap terbangunnya reputasi individu merupakan tujuan utama dalam menjelaskan tentang individu-individu anggota NCC, yang sesungguhnya tidak dapat melepaskan dirinya sebagai makhluk berkebudayaan.

1.4 Tinjauan Pustaka

Era internet yang sedang kita rasakan saat ini boleh jadi belum terasakan manfaatnya secara penuh. Namun geliat pertumbuhan dan perkembangan media internet, seolah menemukan kekhasannya sendiri. Solove (2007: 5) menyebut era internet ini layaknya seperti seorang remaja yang sedang tumbuh, berada di antara era kanak-kanak menuju era dewasa. Umumnya seorang remaja, internet seolah digambarkan dengan ciri seorang remaja pada umumnya, seperti kurang ajar, liar, nakal, tak kenal takut, eksperimental, dan sering tidak sadar akan konsekuensi dari tindakannya. Sehingga kebebasan yang begitu besar dalam internet berimbas pada dampak yang berujung kutukan atau manfaat yang berbuah berkah.

Dunia virtual dalam konteks Solove di atas terkesan seolah tidak memiliki kontrol yang mengatur pranata interaksi antar individu yang terlibat dalam dunia virtual. Kebebasan yang begitu luas dan tak terbatas menjadikan dunia virtual, seolah seperti sebuah daerah tanpa norma dan aturan yang menjadi dasar norma dalam mengatur keselarasan hubungan interaksi sosial di dalamnya. Keberkahan dari dunia virtual di antaranya dapat dirasakan melalui beraneka ragam manfaat informasi, dari yang bersifat hiburan, berita, kesehatan, pendidikan; sementara kutukan dunia virtual dapat disimak dari menjamurnya bisnis berbasis pornografi, pembajakan transaksi kartu kredit, sampai dengan penipuan-penipuan bermotif teknologi. Kesemua informasi itu bisa kita dapatkan dengan mudah melalui layar monitor yang dioperasikan oleh jari-jemari kita yang bermain-main di *keyboard* saat menuliskan perintah dan informasi; bahkan tidak jarang terkadang informasi yang tidak kita inginkan, masuk dengan sendirinya ke dalam layar komputer, tanpa mampu kita mencegahnya.

Namun tentu saja penggolongan usia manusia dengan era internet tidak sepenuhnya benar, karena toh Solove (*idem.* 4) menyadari bahwa di dalam dunia nyata, sebuah kejadian dapat dengan mudah terlupakan dari ingatan seseorang, namun di dunia virtual informasi itu bersifat permanen dan dapat dicari kembali. Dengan kata lain, sebuah peristiwa yang tercatat dan tergambar dalam dunia virtual dapat disimpan oleh siapa saja, dan selanjutnya secara otomatis terdistribusikan untuk selanjutnya (seolah) terdistribusikan kepada orang lain yang boleh jadi kita kenal atau bahkan tidak kita kenal baik dalam dunia virtual maupun di dunia nyata, dan begitu seterusnya rantai proses penggandaan informasi di dalam dunia virtual. Sehingga bila tidak berhati-hati, sebuah informasi yang bersifat negatif dan merugikan serta mempermalukan seorang individu, akan cenderung bertahan lama dan semakin menyebar. Persebaran informasi yang tak terbendung, bersifat positif atau negatif, seolah seperti sebuah gejala persebaran virus yang menggerogoti tubuh manusia. Pemberangusan persebaran adalah sesuatu yang mustahil, membekukannya adalah tindakan sementara yang paling mungkin dilakukan; namun dalam

situasi dan kondisi yang memungkinkan, pembekuan tersebut akan menemukan kegagalannya sendiri, sehingga virus dengan sangat leluasa menyebar ke seluruh bagian dari setiap sudut wilayah virtual. Dengan demikian tepat rasanya bila kita menyebut persebaran informasi, berita dan lain sebagainya di dunia virtual, seumpama persebaran virus yang kita istilahkan dengan konsep virus virtual.

Guna mempertegas pernyataan tersebut, saya kembali akan mengutip kisah yang diambil dari karya Solove (*idem.* 1-2) mengenai seorang gadis Korea yang naik kereta bersama anjingnya. Saat berada dalam kereta, secara naluriah anjing yang dibawa bersama gadis muda tersebut membuang hajat di lantai kereta. Spontan penumpang di sebelahnya mengingatkan gadis tersebut untuk membersihkan kotoran anjingnya. Namun secara reaktif si gadis justru menjawab, “*tak usahlah mencampuri urusanku, urus saja dirimu sendiri*”. Entah sadar atau pun tidak, kejadian itu diabadikan melalui *camera* foto penumpang lain, dan hanya dalam hitungan jam, foto tersebut sudah beredar kemana-mana dalam dunia virtual melalui internet. Dan siapa yang menyangka, identitas serta masa lalu (yang mungkin saja selama kejadian itu belum terjadi) dijaga kerahasiaannya, terungkap hanya dalam hitungan jam saja. Foto gadis dan kotoran anjing yang menghebohkan, sekejap menjadi berita nasional, bahkan karena *blog* milik salah seorang anggota komunitas virtual, berita itu akhirnya merambah hingga ke mancanegara. Akibatnya, bermunculan berbagai komentar negatif atas diri si gadis, sehingga karena rasa malu, sampai-sampai akhirnya si gadis keluar dari universitas tempatnya menuntut ilmu.

Cerita Solove seolah menggiring kita pada kelindan antara dunia nyata dan dunia virtual, masing-masing berdampak pada satu dengan lainnya, meski tidak secara fisik dirasakan oleh orang lain. Rheingold (1993: 24) bahkan menambahkan, justru dengan tidak adanya komunikasi tatap muka, di mana kita tidak dapat saling melihat satu sama lain, dimana jenis kelamin, usia, asal usul kebangsaan dan penampilan fisik yang tidak terlihat, kecuali yang terlihat adalah orang-orang yang ingin membangun karakteristik dirinya sebagaimana

yang diinginkan oleh publik. Maka kondisi ini dapat membuat orang-orang cacat fisik mampu menjalin persahabatan baru tanpa memandang kekurangan yang ada pada dirinya, dan secara khas tidak mungkin ditemukan di dalam dunia nyata, dimana mereka bisa membangun karakteristik dirinya sebagaimana yang diinginkan oleh orang-orang di komunitas virtual. Sehingga boleh jadi ini merupakan satu keuntungan dari interaksi sosial tanpa melibatkan komunikasi tatap muka.

Apa yang baru saja dikemukakan oleh Rheingold, seperti mendapat dukungan dari Crumlish (2004: 11, 102, 120). Menurutnya, internet memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki oleh media jejaring lainnya, yaitu sesuatu yang sangat mendasar, bahwa *pertama*, pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang selalu ingin berteman, bahkan dengan orang yang baru dikenal sekalipun, dan terus berhasrat untuk terus menjumpainya. Melalui internet, kebutuhan pemenuhan hasrat tersebut menjadi lebih mudah, dan dengan cara yang sangat gampang, seseorang dapat berbagi pengalaman dengan orang lain. *Kedua*, internet mampu menciptakan suatu lingkungan komunikasi interaktif tanpa tatap muka. Dan lebih jauh internet dapat dimanfaatkan oleh siapapun tanpa terkendala oleh keterbatasan fisik yang terkadang menciptakan sebuah interaksi minder pada dunia nyata. Kondisi seperti ini tanpa disadari telah menciptakan sebuah hubungan yang tidak terikat oleh kondisi eksternal sosial dan ekonomi, akan tetapi terjalin kuat berdasarkan keintiman, komitmen dan saling percaya, karena individu tidak lagi dinilai berdasarkan penampilan dan status sesungguhnya dalam dunia nyata. Atau dengan kata lain, "*Intimacy is possible at a distance... and the bonds that individuals form with each other are bonds of respect, dignity and trust*". Sehingga wajar bila hubungan semacam ini cenderung dipertahankan berdasarkan pengalaman dan kepentingan bersama (Wang, tanpa tahun: 5).

Menyimak hubungan yang tercipta dalam komunitas virtual, rasanya tidak berlebihan bila mengasumsikan komunitas virtual berdasarkan karakteristik yang hampir sama dengan *interest groups* (kelompok kepentingan) di dunia nyata. Kenyataan ini *pertama* didasarkan kepada

pengertian komunitas sebagai sebuah grup atau kelompok yang terdiri atas orang-orang yang secara bersama berbagi nilai bersama (Barnard, 2000: 194). *Kedua*, Ember dan Ember (1996: 427) memberi batas yang memiliki keserupaan dengan komunitas virtual, seperti di antaranya mengenai persyaratan untuk menjadi anggota kelompok, didasarkan kepada kepentingan dan tujuan bersama, adanya rasa bangga dan rasa saling memiliki terhadap kelompok. Demikian pula sistem perekrutan yang dilakukan pada komunitas virtual bernama NCC yang menjadi fokus analisa tesis ini. Setiap anggota adalah individu yang pada dasarnya memiliki kepentingan dan tujuan sama, seperti dapat dilihat dari minat anggota komunitas virtual NCC yang berbasis pada hobi dan bisnis kuliner. Dan yang tak kalah penting, kehadiran mereka di dalam komunitas, diatur oleh nilai-nilai bersama, sehingga terbentuk satu struktur organisasi grup yang didalangi oleh seorang moderator. Serupa dengan yang dikatakan oleh Rheingold (1993), ketika ia mulai berpartisipasi dalam jaringan WELL, di sana terlihat ada usaha untuk membangun norma dan nilai komunitas virtual, namun ditentang, kemudian dibangun kembali, begitu seterusnya, sebagaimana layaknya sebuah percepatan evolusi sosial.

Dengan adanya nilai di dalam komunitas virtual, sama artinya memulai internet dari zona kebebasan, menjadi sebuah tempat yang memiliki kontrol dan kebebasan yang terbatas. Lantas apa yang mendorong orang untuk tetap ikut berpartisipasi dalam dunia virtual? Merujuk pada Crumlish (2004: 69-70) yang melihat bahwa:

“...Once people have their more fundamental needs met, the internet and other virtual community tools provide a wealth of avenues for exploring the higher levels of motivation; First, people seek intimacy, love, and ‘belongingness’ through trying to meet lovers and friends online. Second, people work on establishing their reputation or their status through participating in discussion groups of their peers or by maintaining weblogs that promote their expertise or inventiveness or brilliance. Third, more and more people use the internet as a tool of artistic expression or self-actualization....”

Terkait dengan komunitas virtual NCC rasanya poin kedua dari pendapat Crumlish dapat dijadikan sebagai *entry point* yang tepat dalam melihat fokus penelitian ini, karena reputasi merupakan perwujudan dari perjalanan panjang

pengalaman seseorang, terkait dengan keahliannya di suatu bidang tertentu. Reputasi yang baik meningkat seiring dengan meningkatnya kredibilitas seseorang (Fombrun, 1993: 3).

Setelah reputasi itu terwujud dan melekat dalam diri seseorang. Lalu bagaimana proses timbulnya kepercayaan dan pengakuan dari orang lain, akan adanya reputasi seseorang mengenai keahliannya dalam bidang tertentu? Menurut Pancanathan dan Smith (2010 :7), kita percaya bahwa reputasi itu akan tersiar secara luas melalui gosip dan pembicaraan kelompok di dalam masyarakat, yang mana pola ini sudah berlangsung lama di dalam masyarakat selama manusia berevolusi, hal ini dapat dilihat dari catatan-catatan etnografi mengenai kelompok-kelompok kecil.

Sedikit menyinggung catatan etnografi, tidak ada salahnya bila kita mencoba melirik sejenak temuan Mallinowski (1961: 94) dari salah satu karya klasiknya yang terkenal, "*Argonauts of the Western Pasific*", yaitu sebuah karya etnografi yang bercerita tentang Kula, atau sistem tukar menukar barang atau hadiah di masyarakat Trobriand. Berikut cuplikan lengkapnya:

"...Ownership, therefor, in Kula is quite a special economic relation. A man who is in the Kula never keeps any article for longer than, say, a year or two. Even this exposes him to the reproach of being niggardly, and certain districts have the bad reputation of being 'slow' and 'hard' in the Kula. ...but the temporary ownership allows him to draw a great deal of renown, to exhibit his article, to tell how he obtained it, and to plan to whom he is going to give it. And all this forms one of the favourite subjects of tribal conversation and gossip, in which the feats and the glory in Kula of chiefs or common are constantly discussed and rediscussed...."

Karya Mallinowski seolah menemukan romantisasinya dalam karya ini, karena reputasi yang dibangun oleh seorang anggota komunitas, akan terus bergulir secepat gosip dan *posting* diskusi yang dilakukan oleh setiap anggota milis NCC. Semakin sering dan cepat *posting* dikirim oleh individu anggota komunitas, semakin tersebar gosip yang akan terus menaikkan reputasi individu tersebut.

1.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini secara khusus membatasi analisisnya pada interaksi sosial dan pendeskripsian terhadap proses membangun reputasi antar anggota komunitas virtual *mailing list* (milis) NCC.

Perkembangan teknologi informasi seolah menjadi jalan bagi internet untuk dapat duduk di posisi penting kehidupan manusia, seolah menjadikannya sebagai sebuah ritual harian, akses internet sepertinya telah menjadi sebuah kebutuhan yang cukup penting bagi sebagian besar orang melek teknologi. Jutaan orang dari setiap benua turut berpartisipasi dalam kelompok sosial yang dimediasi oleh komputer, melalui sebuah komunitas virtual, dengan cara berinteraksi secara *online*, dan menciptakan komunikasi berbentuk tulisan dan atau gambar dua atau tiga dimensi.

Kemajuan teknologi informasi secara gradual telah menciptakan komunitas-komunitas baru di dunia maya, atau yang juga kita sebut dengan komunitas virtual. NCC sebagai salah satu komunitas virtual, diciptakan karena adanya kesamaan hobi dan kepentingan bisnis kuliner. Para anggota sering menggunakan tulisan dan gambar untuk menjelaskan maksud dari interaksi yang mereka lakukan di dunia virtual. Sifatnya yang permanen, telah menjadikan NCC sebagai salah satu rujukan kuliner di internet, sehingga seorang yang membutuhkan informasi mengenai resep, foto makanan dan kue, serta tips-tips membuat makanan dan kue, dapat langsung bertanya kepada seluruh anggota komunitas, atau bahkan dapat membuka kembali dokumentasi lama yang pernah dipublikasikan sebelumnya.

Ini merupakan sebuah gejala sosial, di mana interaksi antar individu terjalin di dalamnya. Namun ini bukan merupakan interaksi tanpa kendala, karena pada kenyataannya, hubungan yang terbangun dalam komunitas dunia virtual adalah hubungan yang terbatas oleh kehadiran fisik lawan interaksi, dan hanya terikat oleh keintiman, komitmen dan saling percaya, serta mengabaikan kondisi eksternal, seperti sosial dan ekonomi. Bila pun ingin bertemu secara fisik untuk merasakan beraneka jenis makanan dengan menggunakan indra peraba, penglihat, pencium, dan perasa, para anggota NCC

tetap harus bersepakat untuk mengadakan pertemuan langsung antar anggota komunitas virtual NCC secara fisik, atau biasa dikenal dengan istilah kopi darat.

Selain gejala sosial di atas, ada pula realitas virtual lain yang membuktikan bahwa komunitas ini merupakan gejala sosial. Diakuinya seorang pengelola atau moderator, dan kehadiran para anggota, menuntut komunitas ini untuk memiliki aturan-aturan yang tertuang dalam nilai dan norma yang dipakai sebagai alat keselarasan dalam berinteraksi sosial; bahwa pada mulanya kehadiran internet disambut dengan *euforia* dikarenakan memiliki potensi yang tidak terbatas, sehingga orang merasa takjub dengan hal tersebut dan menyebutnya dengan zona kebebasan, namun seiring dengan berjalannya waktu, menunjukkan bahwa internet tidak *inheren* dengan kebebasan, internet sebuah dunia yang radikal yang dapat dikontrol dan dibatasi. Asumsi ini tentu bukan tanpa alasan akademis, karena millis sebagai bagian dari komunitas virtual pengguna media internet telah menjadi sebuah tempat yang dapat dikontrol dan kebebasan yang mulai dibatasi, sehingga tidak mengherankan bila banyak ahli virtual mulai berhati-hati dalam menyampaikan istilah kesamaan antara realitas nyata dengan dunia virtual, dan menyebutnya dengan istilah “kemiripan”, karena kesamaan interaksi sosial yang terjadi di dunia nyata dengan dunia virtual tidak sepenuhnya berhasil mewakili apa yang terjadi secara fisik di dunia nyata.

Namun pembatasan dan aturan yang dibuat tidak sekonyong-konyong menghilangkan minat anggota individu untuk keluar dari komunitas, karena pada kenyataannya setiap anggota milis NCC masih memiliki rasa untuk, *pertama*, mencari interaksi yang intim, berbagi rasa kasih sayang dan rasa saling memiliki. *Kedua*, para anggota milis NCC adalah orang yang memiliki hasrat untuk membangun reputasi, karena dengan reputasi itu seorang anggota akan semakin diakui lantaran keahliannya pada bidang kuliner; dengan cara terus terlibat dalam diskusi kelompok yang ada di komunitas virtual yang dikutinya, mengelola *blog* yang dimiliki untuk mempromosikan keahliannya, dan memamerkan hasil karyanya atau menunjukkan kepintarannya.

Dengan demikian jelas bahwa reputasi dalam konteks ini merupakan perwujudan dari perjalanan panjang pengalaman setiap anggota millis NCC dalam menekuni bidang kuliner. Reputasi tersebut terus berkembang di dalam masyarakat melalui pembicaraan dan gosip yang beredar di dalam komunitas NCC, seperti halnya dengan temuan Mallinowski mengenai lelaki yang mendapatkan benda pertukaran dalam sistem ekonomi Kula, sehingga menjadi sebuah pembicaraan favorit bagi masyarakat Trobriand, mulai dari kepala suku hingga ke rakyat biasa, dan senang untuk mengulang-ulang pembicaraan mengenai cerita tersebut.

1.6 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada interaksi sosial yang terjadi di komunitas virtual NCC melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis). Data-data dikumpulkan dengan cara mengamati perbincangan, gosip, dan diskusi yang terjadi di komunitas virtual NCC, serta melalui pengamatan terlibat yang saya ikuti dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas virtual NCC, seperti; kopi darat, kursus, latihan bareng dan *Home Made Food Fiesta*. Kehadiran saya dalam kegiatan tersebut adalah untuk dapat mengetahui, melihat, dan memahami secara langsung kegiatan komunitas virtual NCC, sehingga dapat mendukung data yang diperlukan.

Penelitian ini terdiri dari beberapa tahap penelitian, yakni (1) tahap persiapan penelitian yang diawali dari tinjauan umum bahan literatur yang ada; (2) membuat desain penelitian; (3) menentukan *setting* penelitian, yang difokuskan kepada komunitas virtual NCC.

Dan untuk keperluan pengumpulan data kualitatif tersebut, saya kemudian mendaftarkan diri dan bergabung dengan komunitas virtual NCC, sehingga dapat dengan leluasa mengamati dan mewawancarai peristiwa dan interaksi sosial yang terjadi di komunitas NCC. Keterlibatan saya sebagai anggota, membuka peluang bagi saya untuk dapat terlibat dalam kegiatan-

kegiatan yang diselenggarakan dalam bentuk even-even fisik, sehingga diperoleh tambahan data yang dapat primer lainnya. Dalam beberapa kesempatan saya juga melakukan wawancara langsung dengan pemilik sekaligus moderator *mailing list* (milis) NCC, yaitu pasangan suami istri WAM (48 tahun) dan FB (46 tahun). Anggota *mailing list* (milis) NCC pun tidak luput, dan untuk keperluan tersebut saya memilih anggota yang sudah cukup lama bergabung dengan komunitas virtual NCC, yakni UW (35 tahun), dan empat orang lainnya.

1.7 Tehnik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data peneliti akan melakukan dua cara, yakni *pertama*, melakukan pengamatan interaksi sosial komunitas virtual NCC melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis), dan melakukan *copy paste* perbincangan, sebagai bahan analisa yang dikumpulkan menjadi bahan data berupa perbincangan, gosip, dan diskusi yang relevan dengan penelitian. *Kedua*, melakukan wawancara langsung dengan informan dalam hal ini, pemilik *mailing list* (milis) NCC, WAM (48 tahun) dan FB (46 tahun), moderator *mailing list* (milis) NCC, yakni RA (39 tahun), dan anggota *mailing list* (milis) NCC yang sudah cukup lama bergabung dengan komunitas virtual NCC, yakni UW (35 tahun)

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini disusun dalam lima bab. Kecuali pada bab pertama, pada setiap bab saya mencoba merangkum permasalahan yang terjadi di komunitas virtual NCC dan di dunia nyata ke dalam sebuah narasi, dengan tetap berfokus pada interaksi sosial yang mereka lakukan di dunia virtual, dan antara bab yang satu dengan yang lainnya memiliki hubungan yang saling terkait.

1. Bab I berisi Pendahuluan yang mengurai latar belakang dan memilih tema tesis ini. Dalam bab ini banyak menguraikan tentang konsep-konsep mengenai komunitas virtual dan yang memiliki keterkaitan dan dapat menjelaskan mengenai interaksi sosial di dalam komunitas virtual NCC.
2. Bab II berisi uraian tentang gambaran umum komunitas virtual NCC, mulai dari terbentuknya komunitas tersebut, wujud organisasi dan keanggotaan di dalam komunitas virtual NCC dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan di dunia nyata sebagai pengejawantahan interaksi sosial yang berlangsung di dunia virtual, dalam hal ini melalui *mailing list* (milis) NCC.
3. Bab III berisi uraian mengenai faktor-faktor yang melandasi hubungan sosial di dalam komunitas virtual seperti; keintiman, komitmen dan saling percaya.
4. Bab IV berisi pembahasan mengenai proses membangun reputasi di komunitas virtual NCC.
5. Bab V berisi Kesimpulan, yang merupakan intisari dari hasil penelitian yang disajikan dalam tesis ini.

BAB II KOMUNITAS VIRTUAL NCC

Bab ini merupakan deskripsi mengenai gambaran komunitas virtual NCC yang berisi; awal terbentuknya komunitas virtual NCC, bentuk organisasi dan anggota komunitas virtual NCC, dan kegiatan komunitas virtual NCC.

1.1 Awal Mula Terbentuknya Komunitas Virtual NCC

Berbicara mengenai awal mula terbentuknya komunitas virtual NCC, tidak bisa terlepas dari pasangan suami-istri WAM (48 tahun) dan FB (46 tahun) yang merupakan pemilik dari *mailing list* (milis) NCC, yang bertempat tinggal di Jl. Matraman Dalam III, Jakarta. Untuk mendapatkan informasi yang lebih banyak mengenai komunitas virtual NCC, maka saya melakukan wawancara langsung dengan pasangan suami istri ini di kediamannya dalam suatu kesempatan.

Pada suatu hari, tepatnya Kamis, 11 November 2010, saya melakukan wawancara langsung dengan pasangan suami-istri pemilik dari *mailing list* (milis) NCC. Setelah beberapa hari sebelumnya saya mengadakan janji untuk bertemu. Kemudian saya datang ke rumah pasangan suami-istri pemilik dari *mailing list* (milis) NCC. Sekitar pukul 17.00 wib, saya keluar dari kantor di Kebun Jeruk, menuju Matraman. Terbayang dalam benak saya kemacetan jalan yang akan menghambat laju perjalanan menuju ke Matraman, mengingat kemacetan jalan di ibukota Jakarta yang sudah menjadi pemandangan masyarakat sehari-hari. Benar adanya saya menemui kemacetan di bawah jembatan layang Karet Bivak, perjalanan tersendat hingga menjelang Pasar Raya Manggarai. Tak lama setelah melewati kemacetan di daerah Manggarai, akhirnya jam 18.00 kurang sedikit saya sampai di rumah FB. Alhamdulillah... sesuai dengan perjanjian waktu yang di

sepakati kemarin. Tidak terlalu sulit untuk mencari rumah pasangan suami-istri pemilik dari *mailing list* (milis) NCC, ada penanda di halaman depan rumah tersebut, yaitu *neon-box* bertuliskan *Natural Cooking Club*, dengan huruf berwarna hijau daun. Setelah memarkir motor di tepi jalan, depan rumah pasangan suami-istri pemilik dari *mailing list* (milis) NCC, saya masuk ke halaman depan rumah yang sepertinya juga berfungsi sebagai *garasi mobil*.

Gambar 1
Foto rumah kediaman pasangan suami-istri WAM dan FB



Sumber: Dokumentasi Penulis

Kemudian saya mengetuk pintu dan mengucapkan salam, tak lama pintu terbuka, WAM suami FB mempersilakan saya masuk ke dalam ruang tamu. Lalu kami berbincang-bincang di ruang tamu. Dari perbincangan kami di kediaman pasangan suami-istri pemilik dari *mailing list* (milis) NCC, saya dapatkan berbagai informasi mengenai komunitas virtual NCC yang terangkum sebagai berikut:

Menurut penuturan FB, bahwa suatu ketika ia harus menghadapi sebuah pilihan, untuk melanjutkan karier bekerja sebagai sekretaris di sebuah perusahaan, namun memiliki waktu yang sedikit, atau memiliki waktu luang yang banyak, untuk bisa berkumpul dengan anak-anaknya. Ditambah lagi dengan krisis moneter yang melanda perekonomian Indonesia pada tahun 1998, telah membawa pengaruh dan perubahan dalam kehidupan masyarakat. Dampak dari krisis ekonomi tersebut juga mempengaruhi kondisi keuangan di dalam keluarga, sehingga harus bisa menyiasatinya untuk bisa bertahan hidup. Salah satu dampak krisis ekonomi yang paling terasa pada saat itu, adalah gaji sebulan yang biasanya cukup untuk memenuhi kebutuhan, bahkan lebih dan bisa menabung, terasa kurang untuk kebutuhan keluarganya. Bulat sudah keinginan dan keputusannya untuk meninggalkan karier sebagai pekerja kantoran, kemudian ia memulai usaha jasa *catering* yang dikerjakannya di rumah, yang diberi nama *Natural Catering*.

Keberhasilannya dalam memutar roda usaha jasa *catering* dan berbekal dengan pengalaman mengajar kursus membuat kue dan masakan, memunculkan sebuah ide untuk membuat tempat kursus di rumahnya. Tepatnya pada Oktober 2004, ia mulai menularkan keterampilannya dengan mengadakan kegiatan kursus membuat kue dan masakan. Pada mulanya kegiatan kursus dilakukan sebulan sekali, lalu melihat banyaknya peserta yang tertarik ikut kegiatan kursus yang diselenggarakannya, maka ia menambah hari kursus sampai akhirnya menjadi setiap hari dilaksanakan.

Setelah kursus terselenggarakan dan berjalan dengan baik, kemudian pada, 15 Januari 2005, kami meluncurkan sebuah *mailing list* (milis) dengan nama Natural Cooking Club ini, kami ambil dari nama usaha *catering* yang sudah menjalankan tersebut. Adapun tujuan dari membuat *mailing list*

(milis) ini adalah sebagai media komunikasi untuk melanjutkan diskusi di dalam ruang kelas kursus yang dirasa kurang oleh para peserta.

Pada awalnya, *mailing list* (milis) ini hanya beranggotakan empat orang. Kemudian informasi tentang adanya *mailing list* (milis) ini menyebar di dalam masyarakat, kalau di dunia nyata beredar dari mulut ke mulut¹, sementara kalau di dunia virtual beredar dari *blog* ke *blog*. Mereka membicarakan tentang manfaat menjadi anggota *mailing list* (milis) NCC, dari pembicaraan tersebut banyak yang tertarik untuk menjadi anggota *mailing list* (milis) NCC, dan kemudian juga tertarik untuk mengikuti kursus yang kami selenggarakan.

Dalam kesempatan bincang-bincang ini, WAM menjelaskan bahwa *mailing list* (milis) di bidang kuliner itu bisa di bagi dalam dua kategori, yakni pertama *mailing list* (milis) para penikmat bidang kuliner dan yang kedua *mailing list* (milis) para pembuat bidang kuliner. *Mailing list* (milis) para penikmat kuliner ini merupakan komunitas dimana anggotanya adalah orang-orang yang hobinya mencicipi berbagai jenis makanan dan sering mengunjungi tempat makan, mulai dari warung kaki lima sampai restoran berkelas untuk menikmati makanan yang yang menjadi favorit atau andalan, dan kemudian diceritakan kepada teman-temannya melalui *mailing list* (milis) penikmat kuliner. Menurut WAM kegiatan yang dilakukan oleh para penikmat kuliner inilah, yang kemudian memunculkan ide dibuatnya program wisata kuliner di sebuah stasiun televisi.

Sementara *mailing list* (milis) para pembuat kuliner adalah sebuah komunitas dimana para anggotanya adalah orang-orang yang memiliki hobi memasak atau memiliki bisnis di bidang kuliner. Naaah... *mailing list*

¹ Beredar dari mulut ke mulut, maksudnya peredaran informasi mengenai komunitas virtual NCC melalui percicangan atau obrolan orang-orang di dunia nyata, khususnya di kalangan pehobi dan pebisnis kuliner.

(milis) NCC ini merupakan salah satu dari *mailing list* (milis) pembuat kuliner yang ada.

“*Oiyaa... saya tambahkan sedikit. Mailing list (milis) NCC ini saya buat sebagai hadiah ulang tahun untuk istri saya*”, ujar WAM dalam kesempatan wawancara langsung ini.

1.2 Organisasi dan Anggota Komunitas Virtual NCC

“*Kekuatan sebuah komunitas adalah swadaya dari anggotanya, dan ini saya rasakan di NCC. Ketika kita punya ide atau keinginan, silakan wujudkan.. if you want something, do it... mungkin inilah yang menjadi kekuatan sebuah komunitas*”², ucap RA (39 tahun), salah satu moderator.

WAM menjelaskan bahwa *mailing list* (milis) NCC itu dibuatnya dengan sasaran orang-orang yang memiliki hobi memasak dan memiliki usaha rumahan makanan dan kue. Dan rata-rata anggota *mailing list* (milis) NCC pada akhirnya memiliki usaha rumahan makanan dan kue, untuk itulah kami menyebut anggota *mailing list* (milis) dengan sebutan *bakulers*³.

Adapun mengenai peningkatan jumlah *bakulers* pada periode tahun 2010 menurut WAM adalah sebagai berikut; pada bulan Februari 2010 *mailing list* (milis) NCC berjumlah sekitar delapan ribu *bakulers*, memasuki bulan Oktober 2010 bertambah menjadi sekitar sembilan ribu duaratus orang *bakulers*, yang aktif melakukan *posting-posting* di ini. Sementara jumlah *posting mailing list* (milis) NCC yang masuk dalam bentuk diskusi atau pencarian informasi kuliner dalam sehari bisa mencapai

² Wawancara dilakukan pada hari, Jum'at, 17 Desember 2010.

³ *Bakulers* berasal dari kata 'bakul', bahasa Jawa; yang secara harfiah berarti tempat nasi, namun dalam pergaulan masyarakat sehari-hari kata 'bakul' digunakan menyebut orang yang pekerjaannya sehari-hari berdagang atau berjualan. (Wawancara dengan WAM, pada hari Kamis, 11 Oktober 2010).

kurang lebih seratus limapuluh *posting* yang masuk ke *mailing list* (milis) NCC dalam sehari.

Menurut WAM sangat mudah untuk menjadi *bakulers*. Setiap orang yang memiliki alamat *email* bisa menjadi *bakulers* di komunitas virtual NCC, dengan cara mendaftarkan diri ke alamat:

Website : <http://www.NCC-Indonesia.com>,

Mailing list (milis) :
<http://groups.yahoo.com/group/naturalcookingclub>

Subscribe : naturalcookingclub-subscribe@yahoogroups.com

Email : naturalcookingclub-owner@yahoogroups.com

Kemudian mengisi formulir mengenai data diri, lalu tinggal menunggu verifikasi dari moderator, setelah mendapat *verifikasi* dari moderator maka secara resmi telah menjadi *bakulers*. Salah satu aturan main bagi *bakulers* baru di *mailing list* (milis) NCC, setiap *posting* yang dikirimnya akan disensor (dimoderasi ; istilah yang digunakan NCC) terlebih dahulu oleh moderator, jika dirasa isi *posting* tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku di *mailing list* (milis) NCC, barulah *posting* tersebut di *publish* (dipublikasikan) ke *mailing list* (milis) NCC . Moderator berhak untuk tidak mempublikasikan *posting-posting* yang isinya tidak sesuai dengan visi dan misi komunitas virtual NCC. Sebagai contoh; isi *posting* yang tidak ada hubungannya sama sekali dengan komunitas virtual NCC, suatu ketika ada yang mengirim *posting* promosi pembalut wanita, maka moderator berhak untuk tidak mempublikasikannya.

Lebih lanjut WAM menjelaskan mengenai aturan main di komunitas virtual NCC. Seorang *bakulers* baru di *mailing list* (milis) NCC akan dilepas moderasi-nya jika ia aktif melakukan *posting-posting* yang berhubungan

dengan komunitas virtual NCC dan tidak pernah melanggar aturan main yang telah ditetapkan oleh moderator. Sebaliknya seorang *bakulers* lama, bisa jadi akan di-moderasi, jika ia melanggar aturan main yang telah ditetapkan oleh moderator *mailing list* (milis) NCC. Adapun maksud dan tujuan dilakukannya moderasi adalah untuk menjaga ketertiban dan kelancaran berinteraksi sosial dan berdiskusi di *mailing list* (milis).

"Karena seringnya saya memberi peringatan dengan kalimat; Awas centong melayang...! akhirnya para bakulers menyebut saya sebagai polisinya mailing list (milis)." demikian ujar WAM

Menurut WAM dalam milis NCC ada istilah *bakulers* aktif dan pasif. Maksudnya, aktif di dalam *mailing list* (milis) melakukan *posting*, seorang *bakulers* baru, dapat dikategorikan sebagai *bakulers* aktif, jika ia juga mengikuti acara kopi darat (kopdar), latihan bareng (latbar) dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan oleh NCC yang bertujuan untuk merekatkan tali silaturahmi para *bakulers*. Begitupun sebaliknya jika seorang *bakulers* lama, namun tidak aktif dalam *mailing list* (milis) dan jarang mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Natural Cooking Club, maka ia masuk dalam kategori sebagai *bakulers* pasif.

Kemudian menurut penjelasan dari WAM, bahwa di dalam *mailing list* (milis) tidak terdapat struktur organisasi yang formal, yang ada hanyalah moderator dan *members*. Jadi, tidak memiliki struktur organisasi yang formal, yang ada hanyalah kami yang dibantu beberapa *bakulers* awal menjadi moderator *mailing list* (milis) NCC dan *bakulers* yang tersebar di berbagai daerah, bahkan telah sampai keluar negeri. Moderator *mailing list* (milis) akan melayani dan menanggapi permasalahan yang muncul atau dilontarkan oleh *bakulers* dalam 24 jam sehari. Dari pengamatan penulis terhadap *mailing list* (milis) NCC, moderator berfungsi sebagai fasilitator dan akan menjadi penengah jika ada suatu permasalahan yang didiskusikan

oleh *bakulers* mengalami kebuntuan. Masalah yang muncul dalam diskusi di *mailing list* (milis) NCC, isinya seputar tentang kuliner dan permasalahannya.

Menurut FB pengelolaan *mailing list* (milis) dan *web* NCC, pada awalnya hanya kami berdua yang menangani *mailing list* (milis) dan *web* NCC, namun setelah mulai berkembang kami merekrut para *bakulers* awal untuk menjadi moderator. Ada lima orang *bakulers* awal yakni, DW, RA, YN, EK, dan ND yang kemudian kami rekrut untuk membantu pengelolaan *mailing list* (milis) dan *web* NCC.

Dalam kesempatan yang berbeda, RA (39 tahun), salah satu moderator *mailing list* (milis) NCC menuturkan tentang bagaimana formasi moderator di *mailing list* (milis) NCC terbentuk;

“Saya menjadi bakulers awal ketika FB merilis mailing list (milis) NCC, pada 15 Januari 2005. Saya menjadi anggota urutan ke empat di mailing list (milis) NCC. Lalu berkumpul murid-murid dari FB di mailing list (milis) ini. Formasi moderator pada saat itu belum tersusun, masih dikelola oleh FB dan suaminya, kita-kita cuma jadi bakulers dan cuma ‘ngerusuhin’ aja. Dari sekian murid yang mengikuti kursus yang diselenggarakan oleh FB, ada beberapa murid yang selalu antusias dan semangat setiap mengikuti materi yang diajarkan. Sampai suatu ketika NCC mengadakan kegiatan pertama yakni; Tour de Toko, yang sudah lama menjadi impian kita bersama, secara spontanitas dan tanpa ada perintah beberapa murid ini (saya, YN, EK, DW, dan ND) langsung bergerak untuk mensukseskan penyelenggaraan kegiatan ini. Semua ini berjalan begitu saja, masing-masing memberikan kontribusinya. Selesai penyelenggaraan acara tersebut kemudian FB meminta kami untuk menjadi moderator milis NCC, mengingat mulai bertambah banyaknya bakulers .”⁴

⁴ Wawancara dilakukan pada hari Jum’at, 17 Desember 2010.

1.3 Kegiatan Komunitas Virtual NCC

"...masih banyak orang yang beranggapan bahwa mereka datang ke sebuah komunitas sebagaimana layaknya mereka datang ke sebuah company dimana mereka jadi customer-nya. Sehingga ketika mereka datang ke komunitas yang ditanyakan adalah eh.. bikin acara ini dong, atau pertanyaan yang sejenisnya yang bersifat minta dilayani sebagaimana layaknya konsumen⁵", ujar RA, salah satu moderator.

Banyak kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan di komunitas virtual NCC, merupakan ide dari para bakulers, mereka mau menyelenggarakan apa, kegiatan yang kapan, pelaksanaannya dimana, sementara para moderator tinggal mendukung dan membantu menyukseskan penyelenggaraan kegiatan tersebut. Sebagaimana penuturan RA di bawah ini :

"Ketika kita punya ide atau keinginan, silakan wujudkan. ...if you want something, do it... mungkin inilah yang menjadi kekuatan sebuah komunitas. Sejak awal saya selalu memberikan penyadaran tentang hal ini kepada para anggota milis NCC. Disini kita tidak hanya sekedar omong saja, tapi bergerak untuk mewujudkannya tanpa harus bikin rapat yang bertele-tele, semua bekerja dan saling mendukung. Mungkin ini yang membedakan komunitas NCC dengan kumpulan-kumpulan lain⁶."

Selain *mailing list* (milis), komunitas dunia virtual NCC juga memiliki *web* NCC di dalam dunia virtual. Menurut FB, *web* NCC kita rancang sedemikian rupa seperti halnya sebuah majalah, jadi di dalam *web* itu selain berisi resep-resep dan tips-tips membuat masakan dan kue, kami juga menyajikan informasi kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas virtual NCC. Dan ternyata banyak menarik perhatian orang-

⁵ Ibid.

⁶ Ibid.

orang, bukan hanya di dalam negeri, tapi juga mereka yang di luar negeri tertarik untuk masuk dan membaca apa yang ditampilkan di *web* NCC.

Selanjutnya FB mengatakan, bahwa selain mengelola *mailing list* (milis) dan *web* NCC, kita juga mengadakan kegiatan-kegiatan lain, seperti halnya penyelenggaraan kursus yang sudah berjalan dan menjadi nyawa bagi komunitas virtual NCC. Dalam artian, penghasilan dari penyelenggaraan kursus ini yang kami jadi penopang kegiatan *mailing list* (milis) dan *web* NCC. Selain berbagai kursus yang berhubungan dengan kuliner, kami juga menyelenggarakan kegiatan kopi darat (kopdar) dalam bentuk seperti; Latihan Bareng (LatBar), Demo Member, *Cooking and Baking Party*, Lempar Order, dan menyelenggarakan kegiatan tahunan seperti *Home Made Food Fiesta*, atau kegiatan lain seperti Tour de Toko, Tour de Pasar, dan sebagainya.

1.3.1 Latihan Bareng (LatBar)

Menurut penuturan RA, salah satu moderator *mailing list* (milis) bahwa kegiatan latihan bareng yang diselenggarakan itu lebih bersifat sosial, dalam artian begini bahwa kegiatan latihan bareng itu lebih kepada ajang silaturahmi para *bakulers*, dan dalam kegiatan tersebut biasanya ada salah seorang *bakulers*, yang sudah terampil membuat kue, akan mendemokan ketampilannya tersebut di hadapan teman-temannya. Nah.. disitulah para *bakulers* bisa belajar lebih banyak lagi tentang membuat kue. Jadi selain bersilaturahmi mereka mendapatkan ilmu dari apa yang didemokan oleh temannya itu.

Sebagaimana yang saya lihat pada waktu komunitas virtual NCC mengadakan latihan bareng di rumah salah satu *bakulers* di daerah Jakarta Timur, tepatnya komplek PTB Duren Sawit, pada Sabtu, 18 September 2010. Sekitar jam sembilan pagi, saya sampai di rumah tersebut, belum banyak orang yang datang, dari luar pagar halamannya terlihat beberapa

kursi dan sofa yang agak menghalang jalan masuk ke pintu rumah utama. Menurut asumsi saya kursi dan sofa ini dikeluarkan dari ruang tamu, agar ruang tamunya menjadi kosong dan bisa dijadikan tempat berkumpul secara lesehan. Sebagaimana yang sering saya jumpai ketika mengikuti kendurian di sekitar rumah saya. AN (32 tahun) mengenakan celana jeans biru dipadukan dengan kaos hitam lengan panjang dan jilbab yang juga berwarna hitam, dengan ramah dia mempersilakan saya masuk dan duduk di sofa tersebut. Tak berapa lama setelah saya duduk, terlihat satu persatu *bakulers* yang akan ikut dalam latihan bareng ini mulai berdatangan. Ada yang datang menggunakan mobil pribadi, ada yang diantar suaminya, dan ada pula yang datang menggunakan taksi. Setiap *bakulers* datang dengan membawa makanan, yang kemudian di tata dalam beberapa meja di ruang tamu tersebut.

Sekitar jam sepuluh, kurang lebih empatpuluh *bakulers* telah berkumpul di rumah AN. Kurang lebih enampuluh persen yang hadir berpakaian menggunakan jilbab dan celana *jeans* dipadu kaos atau *blouse*, sedang sisanya, menggunakan pakaian, dengan paduan celana *jeans* dan kaos polo *shirt* atau *blouse* bercorak batik, sehingga terlihat bahwa mereka cukup modis dalam berpakaian.

Kemudian saya diajak masuk oleh UW yang juga hadir dalam latihan bareng ini. Ketika memasuki ruang tamu, saya melihat karpet yang tergelar di bagian depan ruang tamu, yang tampaknya, biasanya digunakan untuk meletakkan sofa yang sekarang ada di teras halaman. Agak masuk ke dalam ada sebuah meja bundar, yang tampaknya biasa digunakan untuk makan bersama keluarga AN. Di meja tersebut tersusun makanan menu utama, antara lain; ikan bakar, soto mie, tumis kacang panjang, bakso, pepes ikan, sate, lontong dan nasi. Di sudut kiri ruang tamu, ada meja berisi minuman; es kelapa muda, *orange juice*, coca cola dan fanta yang sudah terisi di dalam gelas, dan air mineral. Di sepanjang sudut kiri, di tata meja untuk menyusun

makanan ringan yang terdiri dari bermacam-macam kue dan makanan ringan lainnya.

“Ruang buat latbarnya di sebelah situ, mas”, kata AN sambil menunjukkan sebuah ruang kosong, yang tampaknya seperti *pavillion* rumah tersebut di sebelah kanan ruang tamu yang terhubung oleh sebuah pintu geser. Kemudian saya berjalan ke ruangan tersebut. Dalam ruangan tersebut terdapat sebuah meja persegi panjang yang di sisi kiri dan kanannya terdapat kursi. Terlihat sudah ada beberapa *bakulers* yang duduk di kursi tersebut. Ruangan tempat latihan ini bisa di isi sekitar duapuluh orang yang duduk di kursi berhadapan. Di ujung kanan meja panjang tersebut ada meja ukuran sedang yang digunakan untuk menata alat-alat masak, seperti; kompor gas *portable*, panci masak, *blender* dan sebagainya. Berdasarkan keterangan dari AN, meja itu akan digunakan untuk demo produk masakan yang menjadi salah satu bagian acara latihan bareng kali ini. Kemudian di tembok ujung kiri meja panjang ada meja kecil dan kursi.

Tak lama berselang latihan bareng di mulai, kali ini para *bakulers* mencoba membuat coklat hias. Instruktur berdiri di sebelah ujung kiri meja panjang, mulai menjelaskan tahap-tahap membuat coklat hias. *Bakulers* yang ikut dalam latihan tersebut tampak serius mendengarkan penjelasan dari instruktur yang sebenarnya juga rekan mereka yang sudah mahir dalam membuat coklat hias.

Di ruang tamu, tampak beberapa *bakulers* duduk lesehan di karpet, terlihat ngobrol dan bersenda gurau. Saya sempat diberitahu oleh UW bahwa;

“Memang yang diprioritaskan untuk latbar ini duapuluh orang,mas. Mengingat ruangnya yang terbatas, yang duapuluh orang lagi ini ‘penggembira’. Mereka lebih suka kumpul-kumpulnya, karena jarang ketemu, komunikasinya lebih banyak lewat milis dan chat atau BB-an.”

Gambar 2
Foto Suasana saat Latihan Bareng



Sumber: Dokumentasi Penulis

Lalu saya masuk lagi ke ruangan tempat latihan bareng, terlihat *bakulers* mulai membentuk coklatnya; ada yang membentuk pohon cemara, strawberi, *mickey mouse*, dan tokoh kartun lainnya, tapi belum diberi warna. Kemudian instruktur memberikan contoh untuk mewarnai coklat tersebut. Terlihat *bakulers* kembali tenggelam dalam keasyikannya mewarnai coklat yang sudah dibentuk tersebut.

Sekitar jam sebelas, *bakulers* selesai menghias dan mewarnai coklatnya, kemudian secara bergiliran coklat hias tersebut di masukkan ke dalam *oven* yang diletakkan di teras samping rumah AN. Sambil menunggu giliran memasukkan coklatnya ke dalam *oven*, terlihat ada yang memotret hasil karyanya tersebut, dengan menggunakan *camera pocket* atau *camera handphone*.

Selesai acara latihan bareng, kemudian dilanjutkan dengan acara demo produk. Dibalik meja yang terletak di ujung kanan meja panjang tempat *bakulers* latihan tadi, tampak seorang laki-laki didampingi dua orang

asistennya, memperkenalkan diri, kemudian menjelaskan produk-produk yang akan didemokan. Sebagaimana layaknya seorang *salesman* ketika datang ke rumah kita untuk memperagakan produk yang akan ditawarkannya. Kemudian laki-laki itu mulai memperagakan alat-alat yang ada dihadapannya, sambil menunjukkan keunggulan produk tersebut kepada *bakulers*.

Kemudian saya masuk ke ruang tamu, masih terlihat beberapa *bakulers* yang ngobrol sambil lesehan di karpet yang di gelar di lantai ruang tamu tersebut. Terlihat juga ada beberapa perempuan yang menata meja makan, karena ada beberapa *bakulers* yang membawa makanan utama, namun agak terlambat datangnya. Keterangan yang sama saya dapatkan dari UW, bahwa mereka sudah sering melihat demo produk tersebut.

Gambar 3
Foto Suasana Makan Siang Setelah Latihan Bareng



Sumber: Dokumentasi Penulis

Sekitar jam satu siang, sesi demo produk selesai. Kemudian *bakulers* kumpul di ruang tamu. AN mengajak *bakulers* untuk makan siang bersama

dengan menu yang mereka bawa. Disini terlihat, sambil mencicipi dan makan bersama, beberapa *bakulers* saling memuji makanan yang dibawa. Suasana makan yang bebas, ada yang berdiri karena tidak kebagian tempat untuk duduk, ada yang bergerombol duduk lesehan, adapula yang di teras duduk di sofa dan kursi.

Setelah makan siang selesai, *bakulers* terlihat ngobrol-ngobrol, ada juga yang melakukan transaksi dagang, dalam artian ada beberapa *bakulers* yang memang membedakan makanan yang dibawanya, ada yang untuk dimakan bersama, ada juga yang untuk dijualnya.

Menjelang jam tiga sore, satu persatu *bakulers* mulai ada yang pamitan pulang. Pada saat menjelang pulang ini, saya melihat makanan atau kue yang tidak dimakan, dibungkus dan di bawa pulang oleh *bakulers*. Dan yang dibawa pulang tersebut adalah makanan atau kue yang dibawa oleh rekannya. Dan saya pun pamit pulang dengan AN, tuan rumah latihan bareng komunitas virtual NCC

1.3.2 Lempar Order

Lempar order adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh *bakulers* melalui dunia virtual dalam hal bertransaksi dagang. Ada dua kemungkinan munculnya kegiatan lempar order ini, yakni banyaknya order yang masuk dan tidak tertangani oleh *bakulers*, atau tidak memiliki waktu luang untuk menggarap pesanan tersebut, namun si *bakulers* sukar untuk menolaknya. Untuk tidak mengecewakan pelanggannya, maka *bakulers* akan menawarkan order yang diterimanya tersebut, kepada rekan-rekannya di komunitas virtual.

Sistem yang berjalan di dalam kegiatan lempar order adalah pelempar order mengambil selisih dari harga jual atau bisa juga lempar order sepenuhnya tergantung dari kesepakatan masing-masing *bakulers* yang

terlibat. Dengan adanya lempar order ini, menjadikan bakulers memiliki tiga pilihan dalam menerima pesan dari pelanggan, yakni ambil order dari pelanggan, menolak order dari pelanggan atau menerima order dari pelanggan kemudian melemparnya ke komunitas virtual NCC. Satu hal yang harus menjadi perhatian bakulers yang terlibat dalam kegiatan lempar order ini adalah harus tetap bisa menjaga kualitas baik dari segi bentuk atau pun rasanya, sehingga tidak mengecewakan pelanggan.

Menurut penuturan RA yang merasakan manfaat dari kegiatan lempar order ini sebagai berikut:

“Saya punya satu teman yang memproduksi kue dalam skala besar, dan saya pernah cicipin kuenya, rasanya enak banget. Nah.. setiap menjelang lebaran saya mengambil kue darinya, saya tinggal ‘pungutin’ order kemudian saya pesan ke teman saya itu, lalu saya antar ke pemesan. Disini saya tinggal ambil selisihnya aja. Jadi saya tidak perlu lagi capek-capek membuat kue, tinggal bagaimana kita kreatif dalam melihat peluang bisnis aja kan. Atau suatu ketika ada teman saya memesan kue coklat, tapi memiliki budget kecil. Sementara di komunitas virtual NCC banyak yang menjual kue coklat coklat dengan harga murah, lalu saya kasih aja alamat temen-temen mailing list (milis) NCC yang bikin kue coklat dengan harga murah kepada teman saya yang pesan tersebut. Dan mereka semua senang. Jadi ada banyak pilihan harga disini, mau yang murah, mahal, atau harga tengah-tengah ada disini⁷.”

Di bawah ini saya berikan contoh penawaran lempar order yang ada di komunitas virtual NCC, sebagai berikut:

1. 02 Desember 2010

Dear NCCers,

Mohon dibantu yah dengan details sbb.:

1. Tgl 5 Dec 2010

Tema : Thomas 3D

Lokasi : PIK (Pantai Indah Kapuk)

Silahkan hubungi langsung ybs dgn Ibu Yevi di No.

02199360660

⁷ Wawancara dilakukan pada hari Jum'at, 17 Desember 2010.

2. Tgl 6 Des 2010

Tema : Mickey Mouse Clubhouse Disney

Lokasi : Kemang Raya

Base cake : Cokelat (TCCC)

Utk yg ini, mohon japri ke saya utk penawaran harga dan contoh foto kue yg sdh pernah dibuat sesuai dgn tema yah.

Krn yg bersangkutan minta saya yg memilih setelah itu baru saya forwardkan ke Beliau.

Mohon bantuannya yah teman2, ditunggu segera yah, terimakasih banyak sebelumnya.

*warm rgds,
tira*

2. 03 Desember 2010

Dear NCCers,

Teriamkasih banyak yah utk penawaran yg sdh masuk ke saya.

Utk BDCK yg tgl 6, sudah diambil oleh Mbak Dina (Faradys Cake).

Sedangkan utk yg tgl 5, masih menunggu response Beliau, saya sdh forward email Mbak Sisca - Rainbow Cake.

Sekali lagi terimakasih banyak atas semua response dan bantuannya.

Sukses buat semua utk bakulannya yah.

*warm rgds,
tira*

<http://rayan-cakes.blogspot.com>

1.3.3 Kegiatan Promo Kamis di Mailing List (milis)

Pada setiap hari Kamis di *mailing list* (milis) NCC, *bakulers* diberi kesempatan untuk melakukan promo tentang usaha rumahannya. Menurut penuturan RA pada saya di suatu kesempatan wawancara langsung,

munculnya hari Kamis sebagai hari Promo di *mailing list* (milis) buat *bakulers*, itu juga secara tidak sengaja, tapi mengalir begitu saja. Jadi bermula dari anggota yang kelebihan bahan kue, kemudian ditulis di *mailing list* (milis), misalnya; ‘*heei.. aku ada kelebihan keju, bingung mau diapain yaaa..?*’ lalu direspon oleh *bakulers* yang lain untuk membelinya. Terjadilah transaksi *on-line* di *mailing list* (milis) antar *bakulers*. Kemudian berkembang penawaran produk lain yang berhubungan dengan kuliner. Saat itu belum ada aturan untuk berpromosi di milis. Promosi bisa dilakukan kapan saja. Lalu kita buat NCC *on-line shop*, jadi setiap *bakulers* yang ingin berjualan harus menuliskan “NOS” (NCC *on-line shop*). Ketika mulai banyak yang berpromosi dan banyak mendapat respon yang positif, lantas timbul ide untuk membuat hari pasar. Lalu dipilihlah hari Kamis sebagai hari pasar atau ajang promo bagi anggota milis NCC. Hari Kamis dipilih menjadi hari pasar karena hari tersebut menjelang *week end* dimana pada saat *week end* banyak kegiatan yang dilakukan dan berkaitan dengan kuliner. Selain itu kami melihat bahwa hari Kamis nilai ekonominya bagus. Jadi proses terbentuknya alamiah aja, karena kita komunikasinya lewat milis, segala urusan kita selesaikan di *mailing list* (milis) aja.

Contoh : Promo yang dilakukan di mailing list (milis) NCC,
25 November 2010, sebagai berikut;

Hi All..

Selamat siang....

*Dalam rangka menyambut hari Natal...saya mau numpang
promo Christmas macarons+cookies..*

*Untuk order dan kalo mau nanya2 monggo email saya ke
dulcebene@gmail.com ataw sms ke 081280783199*

Terima kasih sebelumnya...^_^

Regards,

Universitas Indonesia

~Estrin~
www.dulcebene.blogspot.com

Gambar 4
Foto Promo Kamis Di Mailing List (Milis)



Dokumentasi Foto : oleh Estrin

2.3.4 Kursus Membuat Blog dan Kursus Food Fotografi

Sebagaimana yang dikatakan oleh FB bahwa kegiatan kursus menjadi nyawa bagi keberlangsungannya komunitas virtual NCC (lihat hal.40), maka selain kursus masakan dan kue, ada juga kursus yang diselenggarakan untuk menunjang ketrampilan *bakulers* dalam berinteraksi sosial di komunitas virtual, seperti kursus membuat *blog* dan kursus *food fotografi*.

Pada suatu kesempatan UW (35 tahun) salah seorang *bakulers* senior menceritakan mengenai diselenggarakannya kursus membuat *blog*. Berawal dari para moderator dan beberapa *bakulers* senior yang telah memiliki *blog* di dunia virtual. Dalam *blog* pribadinya mereka juga memamerkan hasil karyanya dalam bentuk foto disertai tulisan yang berisi resep dan deskripsi bagaimana membuat kue yang mereka pameran di *blog*. Setiap ada pertanyaan yang muncul di *mailing list* (milis) mengenai resep membuat

kue, biasanya para moderator mengarahkan si penanya untuk mengunjungi *blog*-nya. Menurut penuturan UW pada suatu ketika mengenai diselenggarakannya kursus membuat *blog*, sebagai berikut :

“Ternyata, dari kebiasaan itu memunculkan keinginan bakulers lain untuk memiliki blog pribadi, namun tidak tahu bagaimana caranya membuat blog. Kemudian FB punya pikiran untuk mengadakan kursus membuat blog, lalu dipanggillah RA oleh FB diajak rembugan mengenai penyelenggaraan kursus membuat blog bagi bakulers. Awalnya RA ngga mau, karena menurut dia, membuat blog itu bukan permasalahan yang sulit, semua orang pasti bisa melakukannya, tinggal buka internet, kemudian mengikuti petunjuknya. Tapi FB punya pendapat lain, FB bilang ke RA, bahwa ngga semua bakulers itu bisa dan mahir menggunakan internet seperti kamu, jadi wajar kalau mereka ngga tau gimana caranya bikin blog pribadi. Cukup lama juga FB merayu RA untuk menyelenggarakan kursus membuat blog. Sampai akhirnya RA mau mengerti apa yang diomongin oleh FB tersebut. Terus diumumkanlah penyelenggaraan kursus membuat blog di mailing list (milis) NCC. Tau ngga...? ternyata yang daftar banyak⁸.”

Jadi kursus membuat *blog* itu juga atas keinginan dari *bakulers*, yang ingin juga memiliki *blog* pribadi di dunia virtual. Hal yang sama juga terjadi ketika *bakulers* mulai menyadari arti pentingnya ketrampilan fotografi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh UW sebagai berikut:

“Awalnya saya pakai camera pocket biasa untuk memotret kue hasil bikinan sendiri, atau minta tolong keponakan yang bisa fotografi. Tapi lama kelamaan ketika saya melihat blog temen-temen, kok... bagus-bagus yaa... fotonya, saya jadi ngiri dan pingin juga bisa bikin foto kayak yang ada di blog-nya temen-temen itu. sementara ini saya motret yaaa.. asal jadi gambar aja, apalagi kan cuma pakai camera pocket, hasilnya yaa... kurang bagus laah...⁹”

Banyak *bakulers* yang memiliki pengalaman yang sama dengan UW tersebut. Kemudian RA yang pernah mengikuti kursus fotografi dan menjadi *food fotografer* dalam pembuatan buku karya FB, mengadakan kursus fotografi dasar bagi para *bakulers* yang berminat. Jadwal kursus

⁸ Wawancara dilakukan pada hari Rabu, 24 November 2010.

⁹ Ibid.

fotografi kemudian diedarkan melalui *mailing list* (milis NCC). Respon dari *bakulers* cukup baik, dalam artian banyak *bakulers* yang ingin menjadi peserta kursus fotografi yang akan diselenggarakan itu. dan sampai saat ini kursus fotografi itu masih tetap berjalan dan lumayan banyak peminatnya.



BAB III KEINTIMAN, KOMITMEN, DAN RASA SALING PERCAYA

Bab ini merupakan deskripsi mengenai faktor-faktor keintiman, komitmen, dan rasa saling percaya yang menjadi landasan dalam berinteraksi dan membina hubungan di dalam komunitas virtual NCC melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

3.1 Keintiman dalam Komunitas Virtual.

Berangkat dari sebuah pertemanan yang sudah cukup lama, dan menekuni bidang sama, maka akan terjalin keintiman antara individu yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana yang dikemukakan oleh RA, “...saya merasa beruntung memiliki teman-teman moderator yang memiliki semangat yang sama, dalam artian setiap muncul ide, kita langsung bergerak dan bekerja untuk mewujudkannya¹.”

Menurut asumsi saya atas pernyataan tersebut di atas, bahwa apa yang dikatakan oleh RA tersebut di atas merupakan perwujudan dari keintimannya terhadap para moderator lainnya, sehingga ia merasa beruntung memiliki teman-teman seperti mereka. Dengan keintiman yang terbangun antara RA dan moderator lainnya, maka mereka memiliki semangat yang sama dan mempunyai etos kerja yang sama pula dalam mewujudkan ide yang terlontarkan di antara mereka.

Melihat dari awal terbentuknya formasi moderator di *mailing list* (milis) NCC (lihat hal.39), maka dapat saya pahami bahwa antara RA dan moderator yang lain telah terbina hubungan yang cukup lama, yang mungkin telah terbina saat mereka belum masuk dalam komunitas virtual NCC, sebagaimana yang dituturkan RA, berikut ini:

¹ Wawancara dilakukan pada hari Jum'at, 17 Desember 2010.

“Awal mula bertemu dengan FB di sebuah milis kuliner (kita sebut saja milis Dapur Kita) dan FB saat itu sudah mengajar di kursus yang diselenggarakan oleh milis Dapur Kita, peserta kursusnya adalah temen-temen yang jadi anggota milis tersebut. Sejak itu saya selalu mengikuti kursus yang diajar oleh mbak Fat, dan ketemuanya dengan temen-temen itu lagi waktu saya kursus di Dapur Kita².”

Dari pernyataan RA ini semakin terlihat jelas, bahwa hubungan yang terbina antara dia dengan moderator yang lain sudah terbina sejak lama, bahkan sejak *mailing list* (milis) NCC belum lahir, mereka sudah membina hubungan pertemanan. Kita juga bisa melihat, bahwa RA sudah cukup lama mengenal FB, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan yang terjalin antara RA dengan FB, dengan tidak lagi berbentuk hubungan antara murid dan guru, dalam artian RA pun saat ini sudah mengajar di tempat kursus yang diselenggarakan oleh FB, maka hubungan RA dan FB telah menjadi hubungan kolega yang terjalin lebih intim.

Keintiman antara RA dengan moderator lain, dan hubungan antara RA dengan FB terjalin keintiman sehingga memudahkan mereka dalam bekerjasama untuk mewujudkan ide dan mengembangkan komunitas virtual yang dikelola bersama. Namun apakah RA juga bisa intim dalam berhubungan dengan *bakulers* baru, yang mungkin belum pernah menjadi muridnya dalam kursus yang diajarnya? Sebagaimana yang dikatakan oleh Wang (tanpa tahun:5) yang menyatakan bahwa *“...salah satu dasar hubungan yang terjalin di dunia virtual adalah keintiman...”* Saya melihat bahwa belum tentu RA bisa menjalin keintiman dengan *bakulers* baru, yang *nota bene* belum pernah jadi muridnya. RA mungkin butuh tahu siapa *bakulers* baru itu, dengan mempelajari *bakulers* baru tersebut melalui dunia virtual, dan lewat alamat *e-mailnya*, atau *blognya*, atau mungkin dicarinya

² Ibid.

di jejaring sosial lainnya, selain *mailing list* (milis) NCC. jadi rasanya saya kurang setuju dengan yang dikatakan oleh Wang (tanpa tahun) tersebut.

Dapat saya asumsikan bahwa keintiman yang terjalin di komunitas virtual tidak bisa terlepas dari keintiman hubungan mereka di dunia nyata. Saya dapat melihat sendiri, ketika komunitas virtual ini melakukan kopi darat melalui kegiatan latihan bareng (lihat hal.40), saya melihat bahwa dari sekitar empatpuluh orang yang hadir pada saat itu, tetap saja masih membentuk kelompok-kelompok kecil berdasarkan intim tidaknya hubungan mereka. Kenapa saya katakan demikian? Karena saya masih melihat adanya dua orang atau tiga orang yang duduk bersama dan ngobrol, tapi dari cara mereka ngobrol mereka seakan masih ada jarak. Mungkin mereka ini adalah orang-orang yang pertama kali mengikuti kegiatan kopi darat tersebut. Sehingga masih terlihat canggung dan sungkan. Menurut penafsiran saya, di dunia virtual mereka mungkin saling sapa dengan hangat dan biasa berdiskusi. Namun di dunia nyata terlihat mereka menjadi sungkan. Saya sempat mendengar obrolan mereka, di sofa yang diletakkan di teras depan pada saat latihan bareng tersebut, sebagai berikut;

Perempuan 1: *"Haii... mbak XY yaaa... kita biasa ngobrol di milis kan..?"*

Perempuan 2: *"Oiya.. kamu ZX kan..? yaa.. yaa... kita sering saling komen di milis.."*

Namun setelah pembicaraan itu terlihat mereka agak kaku dan seperti kehabisan kata-kata untuk melanjutkan perbincangan. Lalu perempuan 2 dengan tidak mengurangi rasa hormat pada lawan bicaranya, kemudian berkata;

Perempuan 2: *"Maaf.. yaaa... saya mau ke dalam ambil minuman. Selamat dilanjut yaa makannya."*

Perempuan 1: *"Oiya... silakan, mbak... kapan-kapan kita ngobrol lagi yaa..."*

Perempuan 2: *"Oiya... yaaa.."*

Disini saya melihat, bahwa untuk menghindari komunikasi yang macet, akhirnya Perempuan 2 pamit pergi meninggalkan Perempuan 1, dengan alasan yang dibuatnya sehalus mungkin, untuk menghindari Perempuan 1 menjadi tersinggung. Saya juga melihat adanya kecanggungan dalam berkomunikasi di antara mereka, sehingga komunikasi yang terjadi terkesan sekedar untuk berbasa-basi.

Ada kemiripan antara kejadian yang saya saksikan tersebut dengan apa yang dikatakan oleh Rheingold (1993:4) yang menceritakan ketika ia pertama kali mengikuti kegiatan pesta yang diselenggarakan oleh komunitas pengguna WELL, ia merasa asing pada saat pertama melangkah ke dalam ruangan pesta. Ia merasakan adanya sensasi yang aneh yang belum pernah dirasakan sebelumnya selama hidupnya, ketika harus berkumpul dengan orang-orang yang dirasanya asing di dunia nyata, namun mereka sering berkomunikasi di dalam dunia virtual.

Berdasarkan pemaparan tersebut di atas, menurut pendapat saya keintiman yang terjalin dalam dunia virtual belum tentu menjamin terjalin pula keintiman hubungan di dalam dunia nyata. Namun keintiman yang terjalin di dalam dunia nyata, semakin mempererat keintiman hubungan di dunia virtual. Hal ini saya temukan di dalam komunitas virtual NCC pada saat mereka melakukan kopi darat dalam kegiatan latihan bareng.

Dapat saya katakan demikian, setelah melihat kembali kepada hubungan yang terjalin intim antara RA, FB dan para moderator, sebagaimana yang saya paparkan di awal sub-bab ini.

3.2 Komitmen di dalam Komunitas Virtual.

Allgeier (dalam Sarwono:2005:185) menggambarkan mengenai komitmen secara umum sebagai berikut, "*...sekali sudah bicara, sulit untuk*

mengubahnya lagi karena orang pada umumnya tidak suka tampil tidak konsisten, takut dianggap tidak percaya.” Dapat saya pahami bahwa yang dimaksud dengan komitmen adalah berpegang teguh dengan apa yang telah diucapkan, dan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat melaksanakan ucapan tersebut dalam bentuk tindakan.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Wang (tanpa tahun:5) bahwa yang menjadi dasar selanjutnya dalam membina hubungan di dunia virtual adalah berdasarkan komitmen. Merujuk pada pernyataan Allgeier (dalam Sarwono:2005) tersebut maka dapat dikatakan bahwa komitmen dalam komunitas virtual NCC dapat saya lihat ketika bakulers yang tidak saling mengenal satu sama lain di dunia nyata, namun mereka memiliki rencana bersama membuat kerjasama yang dirancang di dunia virtual dan akhirnya bisa dapat diwujudkan. Dapat kita lihat pada apa yang diceritakan oleh RA sebagai berikut;

“Suatu ketika ada event semacam bookfair di Istora Senayan, mereka menyewakan tenda-tenda untuk berjualan makanan. Lalu ada beberapa bakulers, yakni RT, LK dan beberapa yang lainnya, bersepakat untuk menyewa tenda tersebut. Perbincangan dan kesepakatan ini terjadi di mailing list (milis), yang satu ingin mengisi dengan Soto, yang satunya lagi mau mengisi dengan Cup Cake, kira-kira demikian. Mereka sama sekali belum pernah bertemu satu sama lain. Ketika hari yang ditentukan untuk mengisi tenda yang disewa tersebut, disitulah mereka pertama kali bertemu. Setelah empat hari mereka mengisi tenda untuk berjualan, mereka semua sama-sama heran, karena mereka belum pernah bertemu satu sama lain, berkomunikasi hanya lewat mailing list (milis), namun bisa ber-partner dalam bisnis. “Amazing..!” sebuah kata yang terlontar dari mereka ketika mereka ditanya bagaimana kesan mereka melakukan kerjasama dengan orang yang hanya dikenal lewat mailing list (milis) dan belum pernah bertemu muka satu sama lain³.”

Disini saya melihat bahwa berawal dari keinginan bersama untuk mengerjakan sesuatu, dalam hal ini mengisi tenda yang disewakan oleh

³ Ibid.

panitia *bookfair* di Senayan Jakarta. *Bakulers* yang memiliki minat yang sama kemudian mendiskusikan masalah tersebut di dalam *mailing list* (milis), dengan dilandasi komitmen bersama untuk saling bekerjasama mereka akhirnya mampu mewujudkan keinginan tersebut, walau mereka belum pernah bertemu secara tatap muka sebelumnya.

Dalam kasus ini kita dapat melihat adanya suatu kekuatan bersama dalam sebuah kepentingan untuk menggapai tujuan bersama, yang dilandasi oleh komitmen itu, telah menjadikan orang yang pada mulanya tidak pernah saling bertemu muka, berkomunikasi hanya melalui dunia virtual, namun pada akhirnya dapat mewujudkan apa yang menjadi kepentingan dan tujuan bersama itu. Dapat saya katakan bahwa komunitas dunia virtual hampir sama dengan apa yang dikatakan oleh Ember & Ember (1996:427) mengenai *interest groups* (kelompok kepentingan) di dunia nyata, yakni hubungan yang terbina berdasarkan kepentingan dan tujuan bersama, yang mana keanggotaannya bervariasi, bisa berdasarkan sukarela atau tidak.

Jadi menurut pendapat saya, dengan berdasarkan komitmen yang tinggi dari *bakulers* yang ingin menyewa tenda untuk berjualan tersebut, selain telah mewujudkan keinginan dan tujuan bersama mereka, juga telah menambah faktor keintiman dalam berhubungan dan berinteraksi sosial, baik di dunia nyata maupun di dunia virtual. Maka ketika mereka sepakat mengatakan "*Amazing..!*" atas kerjasama yang terbina melalui dunia virtual, ada yang melatarbelakangi hal tersebut, yakni komitmen bersama.

Saya coba sajikan sebuah contoh lagi mengenai komitmen yang dibangun melalui komunitas virtual NCC, sebagai berikut;

Salah satu kegiatan kopi darat yang di selenggarakan oleh komunitas virtual NCC, adalah *Home Made Food Fiesta* (selanjutnya disebut HMFF). Menurut FB dalam sebuah kesempatan wawancara, ia mengatakan;

"...bahwa kegiatan HMFF, menjadi agenda tahunan para bakulers. Dimana setiap anggota yang hadir, membawa makanan hasil masakannya sendiri. Lalu makanan bawaan para anggota tersebut, ditata sedemikian

rupa untuk kemudian di santap bersama. Pada ajang ini, biasanya panitia akan membuat tema makanan; misalnya: makanan Nusantara, makanan Eropa, dan lain-lain. Ajang ini juga sangat bermanfaat untuk saling berkenalan secara nyata dan mengenalkan hasil karya andalannya⁴."

Lebih lanjut WAM, menambahkan, bahwa "*HMFF adalah kesempatan mengumpulkan banyak foto makanan secara digital. Dikarenakan foto makanan digital adalah salah satu kekayaan yang harus dimiliki para pehobi kuliner di jaman internet⁵.*"

Kemudian WAM menuturkan mengenai kegiatan HMFF. Pada awal November 2005, ada usulan dari *bakulers* untuk mengadakan kopi darat untuk berhalal bi halal. Namun untuk menghormati *bakiders* yang non-muslim, maka disepakatilah untuk membuat kegiatan HMFF ini. Rumah kediaman FB di Jl. Matraman Dalam, menjadi tempat penyelenggaraan HMFF yang pertama kalinya. Tahun 2006, kegiatan HMFF tidak dapat terselenggara. Pada tahun 2007, kegiatan HMFF diselenggarakan di gedung Inkoppol Jakarta. Berikutnya tahun 2008, kegiatan HMFF diselenggarakan di Gedung STT Megaria, Jakarta. Pada tahun 2009, di selenggarakan di Aula CNI Jakarta. Pada tahun 2010, HMFF tidak diselenggarakan.

Menurut FB, pada akhir tahun Desember 2010, atas usulan dan desakan dari *bakulers*, merencanakan penyelenggaraan kegiatan HMFF 2011. Proses diskusi dan pembentukan panitia penyelenggara mulai berlangsung melalui *mailing list* (milis). Dimulai dari sebuah *posting-an* yang dikirim oleh FB ke *mailing list* (milis) sebagai berikut:

From: "Fatmah Bahalwan" <naturalcatering@...>
Sender: naturalcookingclub@yahogroups.com
Date: Fri, 17 Dec 2010 07:40:41 +0700
To: <naturalcookingclub@yahogroups.com>

⁴ Wawancara dilakukan pada hari Kamis, 11 November 2010.

⁵ Ibid.

*Hallooowww....Penduduk NCC yang cantik-cantik dan ganteng-ganteng.....kangen bis-bisan lagi???? Wowww, jangan khawatir, kami sudah mulai bersiap-siap membuat acara gembira ria lagi yaitu Home Made Food Fiesta yang NCC banget.
Alhamdulillah, mitra kami CNI telah setuju menyediakan gedungnya yang wokeh surokeh banget untuk kita gunakan pada acara tersebut.*

Naahhhh.....sekarang giliran memilih ketua panitiany.

Saya punya calon ketua panitia, yaitu Elly Zein.....setuju sodara-sodara????

Salam manis

Fb

udahmulailatihannyanyikaraokebuatHMFF

Posting dari FB tersebut di atas, langsung direspon oleh para bakulers, yang isinya rata-rata setuju atas calon ketua panitia yang diusulkan oleh FB tersebut. Lalu di milis mulai ramai membicarakan mengenai kegiatan HMFF 2011. Diskusi tentang bagaimana persiapan agar penyelenggaraan HMFF dapat berjalan dengan lancar, berlangsung di milis. Banyak pertanyaan yang muncul seputar tata-tertib penyelenggaraan HMFF, yang kemudian ditanggapi oleh WAM. Berikut ini adalah respon tanggapan WAM atas munculnya pertanyaan mengenai tata-tertib penyelenggaraan HMFF ;

From: wisnumartono@...

Sender: naturalcookingclub@yahogroups.com

Date: Thu, 16 Dec 2010 08:46:13 +0000

To: <naturalcookingclub@yahogroups.com>

“Pada dasarnya, Kontribusi Cash hanyalah last minute addition. Diterima dengan senang hati, tapi lebih diharapkan dalam bentuk makanan. Kenapa?”

Benar, panitia kadang harus menyiapkan barang-barang lain untuk melancarkan acara. Namun, sayang jika jumlah makanan justru terbatas.

Agak sulit menjelaskannya ya.

Maksudnya, tidak salah berkontribusi dana, kalau alasannya belum PD menyajikan kreasi masakan kita. Tapi panitia juga concern, jangan sampai kebanyakan duitnya daripada makanan yang tersaji.

Pada dasarnya ini acara dari member ke member. Tidak dilarang mengajak suami, atau saudara. Cuma, dimohon dengan sangat, be considerate. Maksudnya, karena nantinya akan ada juga masyarakat di luar NCC (kita kan mengadakan bersama PT CNI), cukup lah bawa satu pendamping.

Yang penting lagi, mohon disiapkan 'keahlian menilai kapasitas perut masing-masing'. Kadang kita lapar mata. Semua yang ada diambil, cuma untuk dibuang sebagai makanan tidak dikonsumsi. Biasanya itu terjadi pada masyarakat yang baru pertama ikut acara HMFF. Sebab, semua makanan nampak enak. Semua ingin diambil. Apalagi free. Padahal, kapasitas perut kita amat terbatas. Satu piring plus minum juga sudah maksimum.

Maaf ya kalau saya berulang kali mengingatkan. HMFF 2009 mulai agak tidak terkendali. Banyak makanan sisa di bawah kursi, mirip kondangan di RT saya. Padahal mestinya tidak terjadi. Hargailah dan 'kasihanilah' kawan-kawan yang sudah bersusahpayah menyiapkan. Habiskan apa yang diambil.

Marilah kita mulai merasa malu menyisakan makanan yang sudah kita ambil. Sebab, kita sudah mendzalimi banyak orang. Yang memasak, maupun yang tidak kebagian karena ulah kita."

Penjelasan WAM mengenai tata-tertib penyelenggaraan HMFF tersebut di atas, adalah untuk menjawab banyaknya pertanyaan *bakulers* yang belum pernah mengikuti kegiatan HMFF sebelumnya. Dan banyak *bakulers* yang masih merasa belum percaya diri untuk menampilkan hasil karyanya di ajang HMFF tersebut. Dan banyaknya pertanyaan mengenai boleh tidaknya membawa pendamping ke acara tersebut. Dalam kesempatan menjawab pertanyaan itu, WAM juga mengingatkan kepada para *bakulers* terutama yang baru pertama kali mengikuti kegiatan HMFF, untuk tidak melakukan hal-hal yang tidak sepatutnya dilakukan pada saat penyelenggaraan HMFF; seperti untuk tidak terlalu bernaflu atau terlalu banyak mengambil makanan yang tersaji, kalau pada akhirnya makanan yang diambil tersebut tidak dapat

dihabiskan dan akhirnya terbuang percuma. Sementara, di satu sisi masih banyak yang hadir di acara tersebut, yang juga ingin mencicipi hidangan tersebut, namun akhirnya tidak kebagian.

Pembicaraan di *mailing list* (milis) mengenai HMFF semakin menarik perhatian saya, ketika WAM dalam sebuah *posting* yang dikirim ke *mailing list* (milis) NCC, yang isinya berupa peringatan agar sebuah kejadian yang tidak sepatutnya terjadi pada penyelenggaraan HMFF 2008, tidak terulang lagi di penyelenggaraan HMFF 2011.

Menurut penuturan UW, pada kegiatan HMFF 2008, terjadi peristiwa yang menurut pandangan *bakulers* sebagai sesuatu memalukan atau tidak layak dilakukan, yakni kegiatan membungkus makanan untuk dibawa pulang, pada saat berlangsungnya kegiatan HMFF⁶. Sebagaimana yang diketahui oleh *bakulers* bahwa kegiatan HMFF ini merupakan ajang untuk bersilaturahmi dan saling memperlihatkan hasil karya masing-masing. Jadi lebih berdasarkan pada unsur kebersamaannya. Dengan adanya kegiatan membungkus makanan yang dilakukan oleh beberapa orang yang hadir tersebut, telah membuat tidak nyaman peserta yang lain. Dalam artian, banyak *bakulers* yang hadir tidak dapat mencicipi makan yang di buat oleh rekannya, dikarenakan telah habis akibat adanya kegiatan ‘bungkus-membungkus’ tersebut.

Untuk mengingatkan *bakulers* mengenai kejadian yang tidak sepatutnya terulang di HMFF 2011, WAM mengirimkan *posting*, sebagai berikut :

From: wisnumartono@...
Sender: naturalcookingclub@yahoogroups.com
Date: Sun, 19 Dec 2010 12:25:57 +0000
To: <naturalcookingclub@yahoogroups.com>

⁶ Wawancara dilakukan pada Selasa, 21 Desember 2010.

*“Teman semua,
Ini adalah salah satu snapshot yang saya tangkap dalam HMFFF
2008. Sengaja saya crop agar yang nampak hanya aktivitas
pembungkusan, sementara ybs tetap hanya saya yang tahu.*

*Peserta berbaju kuning di sebelahnya nampak masih menggunakan
piring kecil untuk mengambil snack, menandakan masih ada
aktivitas mencicipi. Sementara, kawan kita yang satu sudah
memakai kotak :_) Isinya tentu saja lebih banyak.*

Mudah-mudahan HMFF 2011 lebih tertib ya.”

Gambar 5
Foto Snapshot HMFF 2008.



Sumber: Dokumentasi WAM

Disini saya melihat bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dalam hal ini media internet, yang memiliki fasilitas *mailing list* (milis), sangat bermanfaat untuk penyampaian informasi. Mengingat dengan menggunakan *mailing list* (milis) kita tidak hanya menulis informasi yang akan disampaikan, namun dapat juga disertai gambar yang memperkuat informasi tersebut. WAM dengan jeli memanfaatkan fasilitas *mailing list* (milis) untuk menyampaikan informasinya mengenai tata-tertib

mengikuti kegiatan HMFF, sebagaimana pesan tersebut di atas. Dengan munculnya foto tersebut, semakin memberi pemahaman *bakulers* tentang kegiatan 'bungkus membungkus' yang tidak selayaknya dilakukan pada kegiatan HMFF. Berbagai macam komentar muncul sebagai respon atas himbuan yang WAM berikan tersebut. Dan hampir semua *bakulers* tidak menyetujui dan menyayangkan kalau perilaku tersebut terulang kembali pada penyelenggaraan HMFF 2011 nanti.

Berikut ini komentar yang muncul dari *bakulers* atas himbuan dari WAM tersebut ;

From: cutecakes75@...
Sender: naturalcookingclub@yahoogroups.com
Date: Sun, 19 Dec 2010 07:10:16 +0000
To: <naturalcookingclub@yahoogroups.com>

"Makin banyak peserta, makin sulit diawasi. Celakanya, kelakuan buruk itu seperti penyakit. Menular. Lihat sebelahnya bungkus-bungkus secara brutal tanpa ada yang menegur, sebelahnya ikut. Padahal, percayalah, makanan yang dibungkus tanpa hitungan juga jarang dimanfaatkan di rumah. Istilahnya, cuma lapar mata dan nafsu belaka.

Bagaimana mau dimanfaatkan, kalau kita sendiri sudah kekenyangan? Mau disimpan? Rata-rata makanan yang disajikan bukan makanan awet. Mesti disantap hari itu juga. Disimpan di kulkas, pasti sudah tidak enak jga keesokan harinya. Belum lagi 'kontaminasi' dg makanan lain, karena dibungkus berjejalan dengan makanan lain.

Sebenarnya saya kasihan dg orang begini. Mungkin shock melihat makanan enak-enak berlimpah. Gratis pula. Tapi juga sebal jika ingat banyak orang lain dirugikan. Ingat, walaupun kita mengira orang lain tidak tahu, namanya kerumunan. Tapi tetap aja kelakuan anti sosial spt ini menjadi perhatian.

Kemarin sudah diwanti-wanti, jangan membungkus sebelum diberi ijin. Tetap aja ada yang melanggar. Mungkin, di acara mendatang harus diperbanyak pengawas, dan ditegur beneran kalau ada yang mulai bungkus-bungkus tanpa hitungan. Sebenarnya memalukan dan menyedihkan. Tapi, keadaan memang harus dikendalikan."

Pernyataan keperihatin tersebut di atas, muncul dari seorang *bakulers* setelah membaca dan melihat foto yang dikirim oleh WAM ke *mailing list* (milis). Anggota milis ini melihat bahwa semakin banyak peserta yang hadir dalam acara HMFF, mempengaruhi pengawasan terhadap perilaku buruk tersebut. Dan dengan tegas ia mengatakan bahwa perilaku tersebut seperti penyakit menular. Ketika satu orang melakukan hal tersebut, maka orang disebelahnya juga akan ikut melakukannya. Dalam *mailing list* (milis) kemudian direspon oleh *bakulers* yang lain, dengan mencoba memberikan solusi untuk meminimalisir terjadinya perilaku buruk tersebut, yakni dengan menggunakan sistem tiket. Jadi setiap peserta diberikan tiket untuk kemudian ditukar dengan makanan yang ingin dinikmatinya.

Pada intinya himbauan dari WAM ini tujuannya adalah agar HMFF 2011 bisa berlangsung lancar dan tertib sebagaimana yang diharapkan. Dan peristiwa yang mengecewakan banyak *bakulers* pada penyelenggaraan HMFF sebelumnya tidak terulang lagi. Sebagaimana yang dikatakan oleh salah seorang *bakulers* lainnya (inisial DA), bahwa harus diingat kembali tujuan awal dari penyelenggara HMFF adalah sebagai ajang silaturahmi para *bakulers*, sambil berbagi hasil karyanya kepada *bakulers* yang lain. Kemudian ia mengingatkan bahwa pada awalnya HMFF berjalan tertib bahkan sambil diliput sebuah media cetak yang bertiras nasional. Lebih lanjut ia berpendapat bahwa tujuan HMFF sudah melenceng, dengan mengatakan dikarenakan banyaknya makanan yang tersedia di acara tersebut banyak 'oknum' yang memanfaatkan ajang gratis ini untuk menimbun stock makanan buat di rumah. DA melihat bahwa himbauan yang diberikan kepada *bakulers* oleh WAM ini adalah untuk mengingatkan agar *bakulers* dapat menjaga sikap ketika mengikuti kegiatan HMFF. Jadi walaupun pada akhirnya makanan dalam acara tersebut berlebih sampai usai acara tersebut, sebaiknya *bakulers* tidak membungkus makanan untuk dibawa pulang. Akan lebih baik dan mulia jika diberikan kepada petugas

kebersihan, juru parkir atau petugas keamanan yang ada di lokasi kegiatan HMFF.

Saya melihat bahwa diskusi yang dilakukan oleh para *bakulers* tersebut di atas, melalui *mailing list* (milis), merupakan sebuah bentuk usaha untuk membangun komitmen di antara *bakulers*, untuk menciptakan suasana yang tertib dan nyaman dalam pelaksanaan HMFF tersebut. Saya hadir pada pelaksanaan kegiatan HMFF 2011 tersebut, untuk melihat sampai sejauhmana himbauan WAM melalui komunitas virtual dapat dipahami dan dilaksanakan dalam pelaksanaan kegiatan HMFF sebagai perwujudan dari komitmen *bakulers*, sebagaimana yang mereka sepakati melalui *mailing list* (milis).

Pada tanggal 19 Februari 2011, kegiatan HMFF 2011 berlangsung di gedung CNI Jakarta. Pagi hari sekitar jam enam pagi, gedung CNI Jakarta terlihat mulai ramai oleh aktivitas orang-orang yang terlibat dalam kegiatan HMFF 2011, terutama panitia penyelenggara. Untuk membedakan antara panitia dengan peserta, panitia menggunakan kaus seragam berwarna abu-abu dengan kombinasi pada lengan berwarna hitam. Terlihat panitia mulai sibuk untuk mendata peserta yang juga mulai berdatangan secara satu persatu dan menyusun makanan yang dibawa oleh peserta dalam sebuah ruangan. Ruang untuk meletakkan makanan yang dibawa oleh para peserta tersebut, dibagi menjadi dua bagian, yakni *pertama* ; ruangan untuk makanan kategori makanan utama; seperti nasi, sayur, ikan goreng, soto, sup, dan lain-lain. Ruang yang kedua adalah ruangan untuk menata makanan ringan dan minuman.

Sekitar jam delapan pagi, rombongan peserta menggunakan bis wisata memasuki halaman gedung CNI. Sebagaimana yang telah direncanakan, untuk memudahkan peserta yang akan menghadiri kegiatan HMFF 2011, panitia menyediakan bus yang ditempatkan di beberapa titik berdasarkan wilayah, seperti ; Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan, Jakarta

Utara, Depok dan sekitarnya, Bogor dan sekitarnya, serta Serpong dan sekitarnya. Di masing-masing wilayah tersebut disediakan sebuah bus wisata untuk mengangkut peserta HMFF yang tidak memiliki kendaraan pribadi dan di masing-masing wilayah tersebut ditunjuk koordinator yang mendata siapa saja yang akan ikut di dalam bus dan apa makanan yang mereka bawa.

Suasana di dalam gedung CNI menjadi semakin riuh dengan berdatangnya peserta yang menggunakan bus wisata tersebut, dimana jam kedatangannya yang hampir bersamaan. Kesibukan yang paling terlihat adalah di meja pendaftaran ulang peserta, terlihat antrian panjang di tempat tersebut. Berdasarkan data yang saya dapatkan, jumlah peserta HMFF 2011 adalah 338 orang, dan jenis makanan yang beragam.

Selain menjadi ajang bersilaturahmi *bakulers*, HMFF yang juga bekerjasama dengan CNI salah satu produsen makanan. Diselenggarakan acara lomba membuat makan yang kali ini bertema, "*Fun with UpCocoa*". Lomba ini adalah ajang untuk mengasah ketrampilan dan kreativitas peserta dalam mengolah makanan dan minuman dengan menggunakan produk dari CNI, yakni *UpCocoa*. Kategori lomba dibagi menjadi dua yakni, makanan dan minuman. Jumlah peserta masing-masing kategori dibatasi sekitar 25 orang. Dalam mengolah makanan atau minuman peserta boleh menambahkan bahan-bahan lain, namun dibatasi untuk kategori makanan penambahan bahan, biayanya tidak boleh lebih dari Rp 30.000 dan untuk kategori minuman penambahan bahan, biayanya tidak boleh lebih dari Rp 20.000. Resep hasil kreasi peserta lomba menjadi hak milik CNI. Selain lomba membuat makanan dan minuman, diadakan juga lomba "*Food Fotografi*". Lomba Food Fotografi ini bisa diikuti oleh semua peserta yang hadir dalam kegiatan HMFF 2011.

Sekitar jam 09.00 wib, acara HMFF dibuka dengan kata sambutan dari pihak CNI dan FB sebagai pemilik milis NCC. kemudian dilanjutkan

dengan demo produk CNI yang dilakukan oleh dua orang gadis manis berpakaian seragam CNI, dan lomba “*Fun with UpCocoa*” dimulai, ada limapuluh meja berjajar. Terlihat peserta mulai sibuk dengan bahan dan mengolahnya. FB dan dua orang perempuan dari pihak CNI menjadi juri lomba tersebut. Terlihat FB dan dua perempuan tersebut berjalan perlahan dari meja ke meja memperhatikan apa yang dikerjakan oleh para peserta lomba. Selama lomba “*Fun with UpCocoa*” berlangsung, di sudut lain juga berlangsung lomba Food Fotografi. Sementara peserta HMFF yang tidak mengikuti lomba terlihat asyik memotret makanan yang di tata di meja atau berfoto-foto ‘mejeng’ bersama rekannya.

Gambar 6
Suasana Lomba di HMFF 2011



Sumber: Dokumentasi Penulis

Ketika lomba yang diadakan telah selesai, dilanjut dengan acara mencicipi makanan dan minuman yang menjadi bawaan masing-masing peserta. Kembali terlihat antrian panjang, kali ini di meja tempat makanan dan minuman tersebut ditata. Saya bakulers tertib dalam artian mengambil makanan, dan tidak terlihat apa yang dikhawatirkan mengenai kegiatan

'bungkus membungkus' atau mengambil makanan berlebih dan tidak meninggalkan sisa makannya yang mubazir. Semua peserta terlihat tertib dan santun dalam mengambil makanan atau kue-kue yang tersedia di meja.

Saya melihat bahwa masing-masing peserta memahami tata-tertib yang diberlakukan di kegiatan HMFF. disini saya melihat bahwa komitmen yang dibangun di dalam dunia virtual berhasil, dalam artian telah membuat peserta HMFF memahami akan pentingnya tata tertib dalam mengikuti rangkaian acara yang berlangsung. Dapat saya katakan sama halnya dengan contoh sebelumnya mengenai kegiatan menyewa tenda untuk jualan, tanpa pernah bertemu muka, tapi bisa mewujudkannya, bahwa apa yang melatar belakangi tindakan *bakulers* untuk tertib pada kegiatan HMFF tersebut adalah sebuah komitmen.

Sebab jika mereka tidak memiliki komitmen, maka sebagaimana yang dikatakan oleh Allgeier (dalam Sarwono:2005) yakni takut orang lain menjadi tidak percaya. Dan dapat saya katakan pula, bahwa apa yang dikatakan oleh Wang (tanpa tahun:5) bahwa dalam membina hubungan sosial di dunia maya salah satunya berdasarkan komitmen adalah benar adanya, dalam kasus ini. Walau tanpa mereka sadari dengan komitmen bersama itu, mereka telah mulai membangun dan membina hubungan sosial di dunia virtual yang berdasarkan saling percaya.

3.3 Rasa Saling Percaya di dalam Komunitas Virtual.

Jayachandra dan Melkote (2003:95) mengatakan, "*Trust, in everyday language, means truth and belief.*" Sementara Wang (tanpa tahun:5) mengatakan, bahwa dalam membina hubungan di dunia virtual salah satunya harus berdasarkan rasa saling percaya. Namun Crumlish (2004:128) mengatakan, "*...in a virtual group, it can be hard to trust strangers who reveal little about themselves.*" Saya melihat bahwa Jayachandra dan Melkote (2003) mengatakan secara umum bahwa rasa

saling percaya itu berlandaskan keyakinan dan kebenaran. Sementara Wang (tanpa tahun) mengatakan bahwa rasa saling percaya merupakan determinan terakhir dalam membina hubungan di dunia virtual, setelah keintiman dan komitmen. Demikian juga Crumlish (2004) dengan tegas mengatakan bahwa di dalam dunia virtual, sangat sulit untuk percaya kepada seseorang yang hanya sedikit berbagi informasi tentang dirinya.

Jadi dapat saya simpulkan bahwa rasa saling percaya menjadi pegangan kunci dalam membina hubungan sosial dan komunikasi di dunia virtual. Tanpa adanya rasa saling percaya akan sulit bagi seseorang untuk dapat diterima berinteraksi sosial dan berkomunikasi di dunia virtual.

Sebagaimana yang saya lihat dalam kasus pendirian koperasi komunitas virtual NCC, berikut pembicaraan dalam *mailing list* (milis)NCC yang telah saya rangkum;

Pada suatu ketika WAM, melemparkan ide untuk mendirikan koperasi NCC ke milis, dengan isi posting sebagai berikut;

From: "wisnumartono@..." <wisnumartono@...>
To: naturalcookingclub@yahogroups.com
Sent: Sun Sep 26, 2010 11:52 pm

Dear all,
 Ada saran agar NCC mendirikan koperasi, mengerjakan bisnis yang dirasakan manfaatnya oleh kebanyakan member. Koperasi dianggap sebagai badan hukum yang paling tepat, untuk komunitas.

Nah, dalam kesempatan ini saya ingin mengetahui interes teman-teman semua, seandainya kita mendirikan koperasi.

Boleh disampaikan japri, boleh juga jalum kali ya, untuk menunjukkan ke member lain antusiasmenya.

Sebagai koperasi, nantinya ada anggota, ada pengurus, ada rapat anggota sbg badan tertinggi. Yang jelas, walau terafiliasi dg NCC, tidak otomatis di bawah

komando pengurus NCC. Dan bisnisnya pun tidak akan 'bentrok' dg NCC. Bisnis yang dikerjakan diusahakan bisnis baru sehingga tidak mengganggu kawan-kawan lain yang sudah bergerak di sana.

Posting ini adalah posting awal, dimaksudkan untuk mengetahui ketertarikan. Jika dirasa cukup, akan dilakukan pembahasan lebih dalam untuk mematangkan rencana ini. Dengan total member hari ini nyaris 9200 orang, rasanya ini kekuatan tersendiri untuk bersatu menjadi koperasi.

Terimakasih.

Rata-rata respon yang muncul dari *bakulers* adalah setuju atas ide yang dilontarkan WAM tersebut. Sebagaimana yang terlihat di bawah ini ;

Sun Sep 26, 2010 11:58 pm

Sri Rahayu

*setujuuuuuu..... (celingak celinguk kanan kiri)
ayo dong....pada ngacungin telunjuk*

*salam,
ayu-medan*

Mon Sep 27, 2010 12:05 am

okma riana

Setuju...

*karena koperasi pastinya dapat memberikan nilai tambah bagi komunitas NCC itu sendiri, jadi bisnisnya NCC bener2 terwadahi (apa coba bahasanya..)
Pokoke...Ikut Ancung Tangan tandanya setuju...."ancung tangan tinggi-tinggi biar kelihatan pa Wisnu, soalnya jauh di Palembang" dan memang koperasi kan prinsip usahanya memberikan kesejahteraan bagi anggotannya....*

Ririe-Palembang

Permasalahan mengatakan setuju adalah semudah membalik tangan, yang terasa sulit adalah bagaimana secara bersama-sama bahu membahu mewujudkan ide tersebut. Ketika banyak *bakulers* yang mempertanyakan keberadaan mereka yang jauh dari Jakarta, bahkan di luar Jawa, apakah tetap bisa ikut menjadi anggota koperasi. Dengan lugas WAM melalui diskusi di *mailing list* (milis) ini, menjawab bahwa keanggotaan koperasi yang akan didirikan tersebut tidak memiliki batasan wilayah. Jadi walaupun *bakulers* berdomisili di Papua, atau di tengah Kalimantan, Sulawesi, tetap bisa menjadi anggota koperasi. Bahkan lebih lanjut WAM mengatakan, bahkan di luar negeri pun tidak masalah, selama punya rekening bank yang bisa diakses di Indonesia. Dapat kita lihat tanggapan dari WAM di bawah ini, dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan dari *bakulers* tersebut.

Mon Sep 27, 2010 12:16 am

*Setuju banget pak Wisnu..
Sepertinya akan memberikan nilai tambah lagi buat milis kita ini.*

Tapi, baru bisa urun kata "setuju" karena saya belum 'dong' kira2 bagaimana ya wujud dari koperasi ini? Mengingat kan memberinya tersebar di nusantara n mendunia pula..

*Salam,
Irma*

Mon Sep 27, 2010 12:07 am

Wisnumartono

Koperasi bisa beranggota siapa saja, as long as member NCC. Kan tidak harus pengusaha. Mungkin nanti juga terkait dg rencana (dulu) untuk bikin ATM berlogo NCC. Bisa saja nanti ini sbg tanda ybs memang member NCC.

Mon Sep 27, 2010 12:12 am

Wisnumartono

Pikiran saya, keanggotaannya tidak dibatasi lokasi. Yang di luar pulau Jawa nun jauh pun bisa jadi anggota.

Mon Sep 27, 2010 12:18 am

Wisnumartono

Di luar negeri juga gak masalah, selama punya rekening bank yang bisa diakses di Indonesia. Mungkin akhirnya koperasi harus bekerjasama dg satu dua bank besar di Indonesia.

Lebih lanjut WAM mengatakan di dalam *mailing list* (milis), salah satu caranya adalah dengan menerbitkan kartu ATM berlogo NCC sebagai kartu anggota dan rekening tersebut harus ada isinya, agar dapat didebet suatu waktu jika diperlukan. Kalau sampai kosong, bisa disebut sebagai pelanggaran dan bisa dicabut keanggotaannya. Hal ini perlu dilakukan untuk menghindari penyalahgunaan kepercayaan. Dalam kesempatan lain, ia menjawab permasalahan domisili, dengan mengatakan bahwa di jaman internet sekarang ini tidak perlu bingung. Rencananya koperasi ini dibuat untuk semua *bakulers* dimanapun berada. Justru yang agak membingungkan bagaimana dengan kawan-kawan yang bukan warga negara Indonesia. Sebagaimana yang dikatakan oleh WAM, di bawah ini;

Mon Sep 27, 2010 12:31 am

Wisnumartono

Jaman internet mah gak usang bingung. Rencananya kan koperasi buat semua anggota, di manapun berada. Justru yang masih agak membingungkan adalah bagaimana dg kawan-kawan yang bukan warga Indonesia. Jangan salah lho, banyak warga Malaysia, Brunei yang jadi member NCC. Kalau cuma luar Jakarta mah persoalan gampang.

Disini terlihat WAM percaya bahwa kemampuan internet dapat mengatasi permasalahan jarak dan domisili dari *bakulers* yang tersebar. Walau ada sedikit keraguan mengenai anggota yang warga negara asing, mengingat setiap negara memiliki kebijakan sendiri untuk kegiatan yang bersifat bisnis. Dari pernyataan WAM tersebut di atas, saya mulai melihat

bahwa jarak, domisili, wilayah dan batasan negara yang di dunia virtual dapat ditembus dan setiap orang dengan leluasa melakukan hubungan sosial dengan siapapun di belahan dunia ini. Namun ketika akan mendirikan sebuah institusi bisnis (dalam hal ini koperasi) menjadi sebuah kendala mengingat dalam dunia nyata batasan wilayah dan negara di atur oleh masing-masing pemerintahannya dan memiliki kebijakan yang berbeda-beda.

Selanjutnya respon yang banyak muncul dari bakulers adalah, adalah menyatakan keinginan untuk membeli barang secara kredit di koperasi NCC dan syukur-syukur ada potongan harga jika berbelanja di koperasi NCC. Respon lain yang juga banyak muncul adalah mempertanyakan AD/ART koperasi sebagai sebuah usaha dan banyak yang menginginkan koperasi yang akan didirikan berbentuk koperasi simpan-pinjam. Dapat kita lihat beberapa respon dari *bakulers* sebagai berikut;

Mon Sep 27, 2010 12:23 am

Setuju pak wis apalagi keanggotaan tidak dibatasi lokasi,mgk dng demikian akan memudahkn abg yg ada dipelosok spt saya ini tuk mendapatkan peralatan ataupun bahan baking

Salam dari berau

Maya

Mon Sep 27, 2010 1:22 am

setuju banget mas,..apalagi buat pemula yg butuh modal..bisa koperasi simpan pinjam, kridit alat2 buat menunjang produksi kue...hehehe..ngacungin tangan tinggi2 ah...

*-salam-
Martha*

Mon Sep 27, 2010 1:37 am

*Sangat setuju atas ide lahirnya Koperasi NCC..
Semoga, dgn adanya koperasi ini NCC semakin menjadi suatu*

Organisasi/perkumpulan yg solid.. Mengingat banyaknya member yg bergabung disini..

Sepertinya Banyak juga suara yg menginginkan penjualan alat2 baking dikoperasi ini yg bisa dicicil.. Hehehehe..

*Pokonya hayuuuuukk aja deh, buat kemajuan NCC kita semua...^.^ *ngacungpalingtinggi**

Ella.

Tue Sep 28, 2010 1:56 am

opie cakes

Waaaah mungkin bisa juga diadakan penjualan alat-alat baking secara kredit ya

pak wis?nah untuk member yang luar kota mungkin gak ya?misalnya aku gitu heheheh

Tue Sep 28, 2010 2:50 am

Wisnumartono

Opie, apa sih yang gak bisa diatur dalam bisnis? Tapi ada syaratnya, spt bbrp kali saya tulis. Kredit hanya diberikan dengan kolateral, alias jaminan, yang solid. Yang bisa ditarik setiap saat. Jadi, kalau mau kredit senilai (misalnya) 5juta, ya harus punya simpanan wajib (katakan 90%) dari nilai itu. Dg begitu, pada awal-awal operasi, tidak mungkin memenuhi permintaan kredit dg nilai besar. Selain dana belum ada, juga menghindari potensi kerugian.

Banyak pertanyaan yang muncul dari *bakulers* mengenai kesempatan pinjam uang dan mencicil barang melalui koperasi yang akan didirikan tersebut, saya melihat animo dari *bakulers* mengenai koperasi selain sebagai wadah baru bagi komunitas virtual NCC, juga dapat berfungsi untuk membantu *bakulers* yang kurang mampu dari segi modal dalam menjalankan usaha rumahan di bidang kuliner. Namun, apakah keinginan dan niat baik itu dapat terwujud, mengingat komunitas ini merupakan sebuah komunitas virtual yang anggotanya tersebar dimana-mana? Selanjutnya dapat kita lihat dari perkembangan diskusi yang terjadi melalui dunia virtual ini sebagai berikut ;

Mon Sep 27, 2010 6:39 am

Pak mungkin dijelaskan dulu maksudnya koperasi seperti apa? Tujuannya apa? Fungsinya pihak ketiga apa? Jadi kita nggak asal setuju ato tidak setuju..

Kalo manfaatnya jelas dan terasa, pasti semua akan dukung dengan serius pak...betul betul???

Salam – Tasya

Mon Sep 27, 2010 12:53 am

Wisnumartono

Dear all,

Jika di dunia cyber kita bisa mengaburkan identitas dg menggunakan nama alias, hal ini tidak bisa dilakukan ketika kita jadi anggota koperasi.

Kejelasan identitas akan menjadi salah satu syarat. Agar kejelasan identitas ini juga dapat dimanfaatkan untuk kemudahan administrasi, rasanya rencana penerbitan

ATM berlogo NCC (atau koperasi NCC?) harus dilanjutkan.

Dan, tentu saja karena ini persyaratan keanggotaan, tidak ada pilihan.

Maksudnya, tidak boleh ada alasan karena saya sudah punya rekening bank A, saya gak mau buka ATM bank B. Namanya juga syarat, ya harus dipenuhi.

Ada perbedaan sikap yang dituntut, antara menjadi anggota milis dan anggotakoperasi.

Koperasi menuntut kita memenuhi aturan secara strict. Karena koperasi memegang amanah banyak uang anggota.

Semoga ini dipahami.

Dari penjelasan WAM tersebut di atas, saya melihat bahwa WAM sadar betul akan karakter dunia virtual yang memungkinkan orang untuk menyamarkan identitas aslinya, maka WAM menyatakan dengan tegas mengenai hal-hal yang harus dipenuhi untuk mendirikan sebuah koperasi dan penggunaan ATM berlogo NCC sangat diperlukan sebagai identitas dari *bakulers* yang menjadi anggota koperasi. Saya juga melihat, bahwa WAM sangat berhati-hati untuk mendirikan koperasi ini, disini terlihat unsur rasa

saling percaya di dunia virtual muncul dengan kentara. Mengapa? Karena saya melihat untuk mendirikan koperasi ini, WAM masih tetap menggunakan peraturan dan norma yang berlaku di dunia nyata. Dengan pernyataannya, “...Jika di dunia cyber kita bisa mengaburkan identitas dengan menggunakan nama alias, hal ini tidak bisa dilakukan ketika kita jadi anggota koperasi.” Saya menafsirkan bahwa pernyataan WAM ini sebagai sebuah pandangan, tentang tipisnya rasa saling percaya di komunitas virtual. Bahkan untuk sebuah komunitas virtual yang sudah berjalan cukup lama, dalam hal ini komunitas virtual NCC, masih terlihat adanya pandangan bahwa dalam komunitas virtual dengan jumlah anggota yang cukup banyak dan tempat tinggal yang menyebar belum dapat meyakinkan dan mempertebal rasa saling percaya di antara anggota komunitas virtual tersebut. Terutama untuk mendirikan sebuah institusi yang berlandaskan bisnis murni, seperti halnya koperasi.

Sementara menurut Fukuyama (2007:36) bahwa rasa saling percaya adalah pengharapan yang muncul dalam sebuah komunitas yang berperilaku normal, jujur, dan kooperatif, berdasarkan norma-norma yang dimiliki bersama, demi kepentingan anggota yang lain dari komunitas itu. Saya melihat bahwa WAM telah mencoba membangun harapan dari *bakulers* dengan mendirikan koperasi ini dan mencoba mempertegas norma-norma yang berlaku di komunitas virtual NCC dengan adanya ide mendirikan koperasi tersebut. Namun masih terlihat adanya keraguan dari dalam diri WAM dalam hal rasa saling percaya diantara *bakuleras*, dengan menganalogikan kondisi yang terjadi di dunia nyata sebagai sebuah kekhawatiran yang sangat mungkin bisa terjadi di dunia virtual, dalam hal pinjam meminjam uang baik perorangan maupun melalui bank. Hal ini dapat kita simak pada pernyataan berikut ini;

Tue Sep 28, 2010 5:11 am

Wisnumartono

Kalau sudah bisnis dan menjalankan amanah banyak orang, gak

bisa sembarangan. Jadi, kalau jadi, mohon maaf, tidak bisa semua member diberi kredit di atas jumlah simpanan wajibnya. Terutama member yang belum dikenal pengurus. Kalau member ini 'hilang' setelah dapat kredit, siapa yang nanggung? Better safe than sorry, kata orang bule.

Maaf aja, jangan berfikir semua orang punya niat baik. Ada kok, yang ambil kredit terus ilang gak ketentuan.

Kalau dasarnya punya niat baik, pasti gak masalah dengan ketentuan yang ditetapkan demi keamanan investasi.

Syarat punya rekening di bank bukan sesuatu yang foolproof kok. Buktinya para penipu bisa leluasa transfer uang hasil nipu via SMS. Jadi, spy koperasi aman dan tidak repot, pinjaman harus didukung simpanan wajib yang cukup. Jika tidak membayar cicilan dua kali, langsung diberhentikan sbg member dan simpanan wajibnya diambil alih. Selesai.

Kalau tidak begini, pengurus cuma sibuk ngurusi member yang bermasalah.

Lantas permasalahan yang paling mendasar adalah siapa yang akan menjadi pengurus koperasi NCC? Melihat tantangan dalam mendirikan koperasi yang begitu besar, maka wajar jika WAM mulai berhitung siapa yang akan menjadi pengurus koperasi. Dan tingkat kesulitan dalam mengurus koperasi dengan anggota yang berasal dari komunitas virtual cukup tinggi, mengingat anggota yang tersebar dan identitas yang dapat dikatakan masih samar-samar. Saya melihat bahwa sangat wajar jika WAM berharap pengurus muncul dari *bakulers* dan bukan dari moderator, dengan harapan bahwa koperasi ini berdiri dari *bakulers* dan untuk *bakulers*. Dan minimal dengan cara tersebut WAM bisa berbagi tanggungjawab dalam menjalankan roda koperasi yang menjadi idenya tersebut. Dan saya melihat bahwa nampaknya WAM tidak ingin citra keberhasilannya dan para moderator *mailing list* (milis) membangun komunitas virtual NCC, akan menjadi memudar karena kegagalannya dalam mendirikan koperasi di dunia virtual.

Ini dapat kita lihat pada saat WAM melontarkan pernyataannya kepada *bakulers* mengenai tanggungjawab dan resiko mendirikan koperasi di dunia virtual, sebagaimana yang terlihat di bawah ini;

Tue Oct 19, 2010 8:13 am

Wisnumartono

Sbg badan hukum, pasti harus ada yang tidak maya. Dan yang tidak maya ini yang akan bertanggungjawab kalau ada resiko kredit. Yang jelas, moderator tidak boleh jadi pengurus. Lalu, siapa yang mau?

Namun, tidak ada satupun *bakulers* yang menyatakan bersedia untuk menjadi pengurus koperasi. Menurut asumsi saya, mungkin *bakulers* pun belum siap dan masih bingung, atau belum punya pengalaman untuk mengurus koperasi yang beranggotakan komunitas virtual. Pembicaraan selanjutnya yang muncul di *mailing list* (milis) adalah mengenai modal dasar yang diperlukan untuk mendirikan koperasi. Ada usulan dari salah seorang *bakulers* untuk bekerjasama secara *leasing* dengan salah satu bank atau berasal dari iuran anggota sebagai awalan, sebagai berikut;

Tue Oct 19, 2010 9:20 am

*Pak Wis,
Kl kerjasama dg perusahaan leasing gmn pak ? Jd ada pihak ketiga, koperasi terima pembayaran dr perush leasing, utk anggota yg nyicil urusan selanjutnya ya dengan perusahaan leasing tsb.*

Saya sdh sejak lama kepikiran, apalagi pas baca mba Fat posting mencari-cari member yg belum melakukan kewajibannya untuk mencicil. Seandainya NCC kerjasama dg bank menjadi merchant sehingga nanti bisa mendapatkan mesin edc. Jd member bisa menggunakan kartu kredit atau debit utk pembayaran kursus, tools dll. Member kan tinggal berurusan dengan bank penerbit kartu kredit.

Hehehe.....kira-kira sekilas yang tersisa dari 8 tahun kerja di perbankan dan pas 1,5 th di kantor baru sebagian tugas semua yg berhubungan dengan Bank.

CMIIW

*Regards,
Wina Amir*

Tue Oct 19, 2010 9:40 am

Wisnumartono

Wina,

Perusahaan leasing juga gak mau rugi dan menghindari resiko. Dia pasti gak mau mendanai nasabah yang 'gak jelas', nasabah online. Perusahaan multi finance yang saya survei blm lama ini (ada kerjaan lain) selalu mensyaratkan kejelasan tempat tinggal (bahkan didatangi rumahnya). Lha kalau member milis?

Itu untuk pembiayaan motor, yang harganya belasan juta. Artinya, keuntungannya besar. Lha kalau koperasi NCC dg peralatan sampai seharga (katakan) 2 jutaan, perusahaan finance pasti gak mau kalau cuma satu dua. Maunya langsung puluhan.

Terus siapa yang mau tanggung jawab, dg resiko mendanai nasabah yang tidak dikenal dan diketahui kedudukannya?

Pasti tanggung jwb itu ada di pundak pengurus.

Benar sekali. Yang sudah dikenalpun kadang suka 'lupa' bayar cicilan. Apalagi jika ratusan yang lupa.

Hayo, ada yang mau jadi pengurus?

Dari perbincangan antara Wina dengan WAM, saya melihat bahwa semakin kuatnya keraguan WAM untuk mendirikan sebuah koperasi bagi komunitas virtual NCC. Dengan melihat sistem yang berjalan di dunia nyata yang begitu ketat –khususnya masalah tempat tinggal- dalam masalah perjanjian pinjam meminjam uang di bank. Dalam kesempatan menjawab pertanyaan Wina tersebut, untuk kesekian kalinya WAM melontarkan penawaran kepada *bakulers* untuk menjadi pengurus koperasi. Ada dua permasalahan yang tidak menemui titik temu, yakni pengurus koperasi dan modal awal koperasi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh WAM berikut ini ;

Tue Oct 19, 2010 8:36 am

Wisnumartono

Lagi pegang kepala mikirin koperasi dapat modal dari mana ya, buat beliin

barang-barang yang diminta ribuan anggotanya :-)

Ternyata tidak mudah, ndiriin koperasi.

Ternyata mendirikan koperasi tidak cukup bermodal keinginan semata, tapi juga perlu modal beneran. Dan sayangnya, tidak banyak yang percaya dg koperasi online. Dan koperasi tidak bisa online. Harus ada anggota 'riil'nya. Termasuk pengurus yang akan 'digantung' kalau kredit yang diambil anggotanya pada macet.

Di NCC bisnis anggota sudah berkembang pesat. Dari A sampai Z. Saya menghindari koperasi 'mematikan' bisnis member NCC yang sudah jalan. Lalu apa bisnis koperasi yang tidak bersaing dg bisnis member NCC?

Kemarin memang saya bersemangat bikin koperasi. Namun setelah saya merenung, kok kayaknya akan susah untuk mendirikan koperasi yang ideal. Begitu banyak harapan yang disampaikan, yang malah membuat saya ragu, bisakah harapan itu dilaksanakan?

Setelah dipikir-pikir dan atas dasar masukan dari bbrp member (via milis maupun japri) akhirnya saya angkat tangan. No koperasi NCC.

Dalam kasus ini saya melihat bahwa mendirikan sebuah institusi yang berlandaskan bisnis murni di dunia virtual terasa lebih sulit, sebagaimana yang dikatakan oleh Wang (tanpa tahun:2) bahwa dengan dibangun oleh kemajuan teknologi, dunia maya mampu menghasilkan masyarakat tanpa kedekatan dan semakin banyaknya orang asing dalam sosialitasnya yang berdasarkan anonimitas. Serta merujuk pada Crumlish (2004:128) yang dengan tegas mengatakan bahwa di dalam dunia virtual, sangat sulit untuk percaya kepada seseorang yang hanya sedikit berbagi informasi tentang dirinya.

Dalam kasus pendirian koperasi NCC ini, saya melihat bahwa faktor-faktor tersebut di atas menjadi penyebab mengapa akhirnya WAM

mengatakan saya angkat tangan dan tidak ada lagi diskusi mengenai koperasi. Menurut penafsiran saya, bahwa ada kekhawatiran dari WAM setelah tidak adanya satupun *bakulers* yang unjuk diri menjadi pengurus koperasi. Di sisi lain, saya melihat bahwa *bakulers* sadar betul akan sulitnya mengurus koperasi di dunia virtual, maka terlihat *bakulers* lebih pada membandingkan antara koperasi di dunia nyata, namun kurang atau bahkan tidak ada yang membicarakan kesulitan-kesulitan mendirikan koperasi di dunia virtual. Ada kecenderungan, *posting bakulers* di *mailing list* (milis) yang menyatakan bahwa dengan adanya koperasi berarti akan ada kemudahan dalam meminjam uang atau mendapatkan *discount* jika membeli barang di koperasi. Saya melihat bahwa *bakulers* berharap WAM atau moderator yang akan menjadi pengurus koperasi. Karena seperti yang saya katakan sebelumnya, saya melihat bahwa *bakulers* sadar betul akan sulitnya menjadi pengurus koperasi di dunia virtual, terlepas dari pendapatan yang tidak sebanding dengan usaha dan kerja keras menjadi pengurus koperasi.

Kita juga bisa melihat bahwa sebuah komunitas virtual yang sudah cukup lama berdiri dan memiliki jumlah anggota yang banyak, untuk rasa saling percaya belum sepenuhnya dapat dijadikan landasan untuk mendirikan sebuah institusi di dunia nyata ke dalam dunia virtual, dalam hal ini koperasi. Terlepas dari salah satu alasan WAM yang mengatakan bahwa koperasi tidak ingin menjadi pesaing bisnis bagi *bakulers* yang sudah berjalan. Saya lebih melihat bahwa kurangnya rasa saling percaya lebih menjadi alasan yang logis, dimana dalam suatu pernyataan WAM dan *bakulers* yang mengkhawatirkan adanya 'pengemplang' pinjaman koperasi. Dalam artian setelah uang pinjaman dari koperasi keluar, lantas peminjamnya raib entah kemana, tidak terlacak, mengingat dalam dunia virtual saat ini, identitas diri bisa dipalsukan. Dan sebagaimana yang dikatakan Wang (tanpa tahun) dengan semakin banyaknya orang asing di dunia maya telah menimbulkan anonimitas. Maka akan sulit bagi koperasi

yang akan didirikan jika harus berhadapan dengan banyaknya orang asing dan tanpa (sedikit) identitas di dunia virtual.

3.4 Kesimpulan

Dapat saya simpulkan bahwa untuk mencapai keintiman di dunia virtual memerlukan waktu yang cukup panjang, untuk itu keintiman yang telah terjadi di dunia nyata akan semakin mempererat keintiman di dunia virtual. Sebagaimana yang terjadi di komunitas virtual NCC yang sebagian orang-orang kunci dalam komunitas virtual tersebut merupakan orang-orang yang telah membina hubungan di dunia nyata, jauh sebelum mereka membuat komunitas virtual melalui internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

Komitmen bisa dibangun di dunia virtual untuk membina hubungan sosial dan bekerjasama untuk hal-hal yang tidak melibatkan banyak orang. Seperti yang dilakukan oleh beberapa *bakulers*, pada saat menyewa tenda untuk jualan, dengan proses diskusi yang berlangsung di *mailing list* (milis) dan tanpa pernah melakukan tanpa muka sebelumnya. Dengan adanya kepentingan dan tujuan yang sama, maka komitmen menjadi lebih besar dan akhirnya dapat mewujudkan tujuan bersama.

Membangun rasa saling percaya masih terasa sulit di dunia virtual, mengingat semakin banyaknya orang asing dan menimbulkan anonimitas dalam dunia virtual. Sebagaimana yang terjadi di komunitas virtual NCC, yang merasakan kesulitan untuk membangun koperasi. Menurut saya kegagalan membangun koperasi di dunia virtual, lebih kepada kurangnya unsur rasa saling percaya dari masing-masing orang yang terlibat dalam komunitas virtual NCC.

BAB IV

PROSES MEMBANGUN REPUTASI DI KOMUNITAS VIRTUAL

Bab ini merupakan deskripsi mengenai proses membangun reputasi di komunitas virtual NCC melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

Melihat terbentuknya komunitas virtual NCC, yang berawal dari keinginan bersama antara pemilik kursus dan peserta kursus yang diselenggarakan oleh NCC, sebagai sarana untuk berkomunikasi dan berdiskusi mengenai berbagai hal yang berhubungan dengan kuliner dan materi kursus yang diajarkan (lihat hal. 36-37). Mengingat komunitas virtual ini berbasiskan hobi dan bisnis kuliner, maka saya melihat adanya proses membangun reputasi melalui komunitas virtual tersebut dengan menggunakan media internet yang menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

Pancanathan & Smith (2010:7), mengatakan, kita percaya bahwa reputasi itu akan tersiar secara luas melalui gosip dan pembicaraan kelompok di dalam masyarakat, yang mana pola ini sudah berlangsung lama di dalam masyarakat selama manusia berevolusi, hal ini dapat dilihat dari catatan-catatan etnografi mengenai kelompok-kelompok kecil.

Berdasarkan pemaparan Pancanathan & Smith (2010) tersebut di atas, saya melihat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tidak membuat pergeseran pola penyebaran informasi di dalam masyarakat. Dalam artian, bahwa penyebaran melalui gosip dan pembicaraan masyarakat tetap menjadi faktor penentu terbangunnya reputasi, hanya saja dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi arena penyebaran gosip dan pembicaraan di dalam masyarakat tidak lagi dilakukan secara langsung atau tatap muka, melainkan melalui media internet yang memiliki daya siar informasi lebih cepat dan jangkauannya yang luas. Dalam hal ini, saya melihat bahwa komunitas virtual NCC

melalui media internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis), telah menjadi arena yang ampuh bagi orang-orang yang terlibat dalam komunitas virtual tersebut, dalam proses membangun reputasi.

Sebagaimana yang dikatakan RA pada kesempatan wawancara langsung sebagai berikut;

“Sebuah blog dapur yang saya buat, yang isinya tentang apa yang terjadi di seputar dapur. Ternyata itu menjadi cikal bakal blog jualan dan banyak ditiru oleh orang lain. Jadi ketika kita melakukan sesuatu yang baik, ternyata banyak ditiru oleh orang lain. Tanpa harus banyak omong, tapi lakukanlah sesuatu yang baik, maka hal itu akan ditiru oleh orang lain, mungkin berawal dari satu orang yang meniru, kemudian berkembang ke banyak orang. Semakin banyak ditiru orang kebaikan yang kita lakukan, itu akan semakin bagus buat kita¹.”

Saya melihat bahwa sadar atau tidak sadar RA telah membangun reputasinya melalui media internet. Ketika *blog* dapurnya menjadi bahan pembicaraan orang di komunitas virtual, dan bahkan ditiru oleh orang lain, maka reputasi RA sebagai perancang dan pemilik *blog* meningkat.

Crumlish (2004:69-70) mengatakan bahwa orang-orang ingin membangun reputasi atau status, dengan cara ikut terlibat dalam diskusi kelompok yang ada di komunitas virtual yang dikutinya, mengelola *blog* yang dimiliki untuk mempromosikan keahliannya, atau memamerkan hasil karyanya atau menunjukkan kepiantarannya.

Sebagaimana asumsi saya bahwa secara sadar atau tidak sadar, RA sedang berusaha untuk membangun reputasinya melalui dunia virtual, lewat mengelola *blog*-nya yang akhirnya menjadi ditiru oleh orang lain dan semakin banyak yang meniru. Disini saya melihat bahwa melalui *blog*-nya RA ingin bisa menunjukkan kepiawaiannya kepada rekan-rekannya di komunitas virtual NCC, yang kemudian bisa menjaring *bakulers* untuk melihat kemudian ingin memiliki *blog* dan memiliki ketrampilan fotografi sebagaimana yang mereka lihat melalui *blog* milik gurunya (dalam hal ini RA). Dampak atau peningkatan reputasi yang dibangun oleh RA tersebut

¹ Wawancara dilakukan pada hari Jum'at, 17 Desember 2010.

mungkin tidak dengan proses cepat, namun lambat laun dengan semakin banyaknya *bakulers* yang membicarakan *blog*-nya dan bahkan meniru *blog*-nya, maka secara perlahan tapi pasti reputasinya mulai merangkak naik. Terbukti dengan munculnya permintaan untuk dibuatkan kursus membuat *blog* dan kursus fotografi dari para *bakulers*. Dalam hal ini, saya melihat bahwa RA berhasil membangun reputasinya melalui pengelolaan *blog* milik pribadinya.

Di dalam dunia *on-line*, uang tidak lagi menjadi sinyal terpenting di pasar, namun ada dua faktor non-moneter yakni perhatian dan reputasi. (Anderson:2009:220). Jadi dapat dikatakan bahwa dalam dunia virtual perhatian dan reputasi menjadi sebuah alat ukur yang baru bagi individu-individu yang terlibat di dalamnya. Sama halnya dengan pola penyebaran reputasi di masyarakat tradisional yang melalui gosip dan pembicaraan di dalam masyarakat. Saya melihat bahwa tersebarnya gosip dan pembicaraan di masyarakat tersebut merupakan sebuah bentuk perhatian masyarakat terhadap orang yang menjadi bahan pembicaraan tersebut. Dengan semakin banyaknya perhatian masyarakat tersebut maka akan terbangun reputasi. Reputasi bisa berbentuk positif (reputasi yang baik) dan dapat pula berbentuk negatif (reputasi yang buruk).

Sebagaimana yang dipaparkan oleh Malinowski (1961:94) bahwa dalam sistem Kula, ketika seorang menyimpan terlalu lama barang pertukaran tersebut, maka ia akan mendapat kecaman dan membuat reputasinya buruk, karena dianggap pelit atau kikir. Namun ada dua alasan mengapa seseorang mendapat reputasi yang baik atau dikagumi oleh orang lain, yakni, *pertama*, karena seseorang itu dipilih oleh mitranya sebagai penerima barang berharga. *kedua* karena seseorang itu juga harus dapat menunjukkan kebesaran hati dengan menyerahkan kembali barang berharga itu untuk diedarkan kembali.

Saya melihat, dalam masyarakat modern dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, pola reputasi itu masih tetap seperti yang dikatakan oleh Malinowski tersebut di atas. Sebagaimana

RA melalui *blog* dapurnya, mengatakan bahwa semakin banyak ditiru orang kebaikan yang kita lakukan, itu akan semakin bagus buat kita.

Saya melihat bahwa perhatian dan reputasi, telah menjadi alat ukur yang sejak jaman dahulu hingga sekarang masih tetap digunakan dalam berbagai bidang, terutama yang paling terlihat di dalam bidang ekonomi. Sebagaimana yang dilakukan oleh FB sebagai perwakilan dari komunitas virtual NCC dalam membangun hubungan kerjasama dengan pihak Toko bahan kue (Tbk). Berdasarkan reputasinya yang baik melalui komunitas virtual yang dibangunnya, telah membuat Tbk memiliki perhatian terhadap komunitas virtual NCC. Sebagaimana penuturan RA mengenai terjalinnya hubungan kerjasama dengan Tbk sebagai berikut;

“Hmmm... Begini yaa. Yang sudah terjadi biasanya begini, polanya hampir sama dan selalu berulang. Ada Tbk yang baru berdiri dan mereka butuh orang untuk datang ke tokonya. Sementara NCC punya massa. Dan biasanya, apapun yang dilakukan oleh gurunya, maka akan ditiru oleh muridnya. Saya bilang, saya belanjanya di Titan, lantas semua orang akan belanja di Titan. Sehingga Tbk. Titan meminta NCC untuk mengadakan kursus di tokonya untuk mendatangkan orang. Selama setahun NCC mendapat gratis uang sewa ruang penyelenggaraan kursus di Tbk. Titan. Jadi kita mengajar dapat uangnya, toko bahan kue mendapat pengunjung, karena yang kursus pasti belanja di toko itu. Ketika peserta kursus ini belanja di toko tersebut, maka berikutnya mereka akan belanja lagi disana, ini disebabkan oleh karena pengunjung Tbk itu sangat segmented dan peserta kursus yang kita selenggarakan ini adalah target konsumen dari toko bahan kue. Karena biasanya, pehobi membuat kue atau pebisnis makanan harus memiliki pengetahuan tentang lokasi dimana saja ada toko bahan kue dan mereka sangat tergantung dengan toko bahan kue. Dan pemilik toko sangat senang dengan pola ini, setelah satu tahun kerjasama dengan NCC, dan toko tersebut mulai dikenal namanya. Biasanya pola kerjasama mulai berubah, karena NCC tidak ingin ada hutang budi dengan Tbk, maka memasuki tahun kedua kita bisnis murni, maksudnya kita mulai bayar untuk sewa ruangnya. Kira-kira begitu pola kerjasama yang dilakukan oleh NCC dan Tbk².”

Dalam kasus ini saya melihat bahwa reputasi FB bersama komunitas virtualnya telah membawanya pada kerjasama dengan Tbk. Sebagaimana yang dituturkan RA bahwa sebuah Tbk baru memerlukan konsumen,

² Ibid.

sementara FB dan komunitas virtualnya memiliki massa yang menjadi pasar dari Tbk. Sebagaimana yang lebih lanjut dikatakan RA bahwa apa yang dilakukan guru, pasti akan ditiru oleh muridnya. Saya melihat dengan reputasi yang baik dari FB dan para pengajar di kursus, telah menjadikan mereka sebagai panutan bagi *bakulers*. Jadi ketika FB berbelanja di sebuah Tbk, maka murid-muridnya (*bakulers*) akan berbelanja pula di Tbk tersebut.

Menurut RA pola kerjasama seperti itu selalu berhasil, dan telah membuat Tbk lain meniru pola tersebut dengan mengadakan kerjasama dengan kami. Dapat kami sebutkan Tbk yang telah melakukan kerjasama bersama kami sebagai berikut; Toko Titan yang terletak di jalan Fatmawati, Jakarta Selatan merupakan Tbk pertama yang mengadakan kerjasama dengan NCC dengan memfasilitasi tempat bagi pelaksanaan kursus. Selanjutnya Toko Loyang yang berlokasi di jalan Wolter Monginsidi, Jakarta Selatan, kemudian Toko Jojo di Bintaro, Toko Ani di jalan Gunung Sahari, Jakarta, dan Toko Belle di Sunter, Jakarta, melengkapi menjadi lima Tbk yang bekerjasama dengan NCC dalam penyelenggaraan kursus membuat masakan dan kue hingga saat ini.

Apa yang dituturkan oleh RA merupakan buah dari yang ditanam FB kepada *bakulers*, sebagaimana yang pernah saya lihat pada suatu kesempatan melakukan wawancara dengannya, pada Kamis, 11 November 2010, saat ia menjawab telpon dari salah satu *bakulers*. Dengan sabar menjawab telepon dari seseorang *bakulers* yang menanyakan sebuah resep kue, apakah bahan yang seharusnya menggunakan tepung ketan, bisa digantikan dengan tape ketan. Walau terlihat dari mimik mukanya, yang terlihat agak kurang suka dengan sikap dari penanya di seberang telepon sana yang sepertinya *ngotot* untuk tetap menggunakan tape ketan sebagai pengganti tepung ketan, namun ia tetap menanggapi dengan intonasi suara yang tidak berubah menjadi tinggi atau menutup sambungan telpon. Tapi tetap dia dengan nada suara yang sama dengan pertama kali menjawab sambungan telepon itu, untuk memberikan pengertian kepada orang di

seberang telepon sana, bahwa bahan itu berbeda sekali dengan resep yang dianjurkannya. Dalam artian, kalau si penanya tersebut tetap ingin menggunakan tape ketan sebagai pengganti tepung ketan, maka kue yang diharapkan tidak akan terwujud. Mengingat tape ketan telah mengandung ragi, sementara penggunaan ragi tidak disarankan dalam resep tersebut.

FB sepertinya sadar betul, bahwa yang menghadapinya itu adalah *bakulers* atau peserta kursus yang diselenggarakannya, maka ia harus dengan keramahan melayani dan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh *bakulers* atau peserta kursus, baik di dalam kelas atau melalui hubungan telepon, dengan tujuan agar *bakulers* atau peserta kursus tidak jera atau malah kabur dan menjadi kapok untuk membuat masakan atau kue. Di lain waktu saya melihat lagi kesabarannya dalam menghadapi pertanyaan lewat telepon dari orang yang menanyakan rute dan alamat kursus yang diselenggarakan oleh NCC. Sekilas terlihat sebagai hal yang remeh, namun memiliki dampak yang besar. Tanpa disadari tindakannya tersebut, semakin mengukuhkan dirinya sebagai seorang yang ahli di bidangnya dan komunitas virtual yang dikelolanya menjadi pembicaraan dikalangan pengguna internet khususnya yang orang-orang yang memiliki hobi kuliner. Dapat saya katakan bahwa reputasi FB meningkat seiring dengan meningkatnya pembicaraan tentang dirinya dan komunitas virtual yang dikelolanya.

Secara individu *bakulers* pun menurut pengamatan saya, membangun reputasinya melalui komunitas virtual dengan berbagai cara. Ikutan hari Kamis Promo merupakan cara yang paling efektif bagi *bakulers* dalam memanfaatkan *mailing list* (milis) untuk membangun reputasi. Namun ada pola yang tersamar dari *bakulers* dalam membangun reputasi, yakni memanfaatkan laporan hasil karya, yang bebas di *posting* setiap saat. Menurut pendapat saya, *posting* seperti dibawah ini adalah upaya seseorang dalam membangun reputasi melalui *mailing list* (milis).

Dari: masayurini@yahoo.com <masayurini@yahoo.com>

Judul: [NCC] (Lapor) bdck pertama kali banget..

Kepada: naturalcookingclub@yahoo.com

Tanggal: Selasa, 23 November 2010, 12:01 AM

Selamat pagi para suhu dan NCCers... ABG mau ikutan lapor dan narsis dikit, bolehkah?

Ini cake pertama saya yg dicover fondant, krn blm terlalu pede mengcover fondant di permukaan yg luas, jadinya cari dekor yg ga terlalu memperlihatkan 'kerapian' cover fondant, hehe...

Bdck ini utk adik saya yg ulang tahun, oktober lalu (file lama, hihi...)

Isinya sponge cake (yg ternyata kemanisan, hiks :) Mohon masukan dan saran dr para suhu dan teman semua ya... Oh, iya... Ide nya jujur ga 100% ide saya, ngambil dr bukunya Debbie Brown :)

Salam,

-Ririn-

Gambar 7

Foto Laporan Bakulers



Dokumentasi Foto : Ririn

Semakin banyak *bakulers* yang komentar terhadap posting ini, maka semakin tinggi perhatian terhadap hasil yang dilaporkan oleh *bakulers*

tersebut. Semakin tinggi perhatian yang sifatnya baik, maka semakin terbangun reputasinya. Saya melihat bahwa pola kalimat pancingan, -seperti *baru pertama kali buat, belum pede, dan minta masukannya dong dari para suhu-* dalam laporan hasil karya bakulers di *mailing list* (milis), merupakan kalimat-kalimat yang dapat membangkitkan perhatian *bakulers* lain ditambah lagi dengan tampilan foto yang menarik dari kue yang menjadi hasil karyanya. Maka dapat saya katakan bahwa *mailing list* (milis) NCC telah menjadi arena untuk membangun reputasi yang baik bagi orang-orang yang terlibat dalam komunitas virtual tersebut.

Namun tidak selamanya reputasi yang baik terbangun dalam komunitas virtual, dapat pula reputasi buruk yang terbangun dalam komunitas virtual, sebagaimana yang dialami oleh perusahaan jasa kurir yang melayani penghantaran kue *bakulers* ke tempat pemesan kue. Sebagaimana yang saya rangkum sebagai berikut;

*From: "Peni Respati" <penirespati@...>
To: <naturalcookingclub@yahoo.com>
Sent: Tuesday, July 13, 2010 1:46 PM
Subject: [NCC] (Curhat) kurirrrrr*

*Aduuhh... pengen nangis, kemana lg ya curhat klo ngga ke milis tercinta..
Kue yg seharusnya diantar ke Jl. Tulodong scbd, diantar ke depok!
:D -crying-
Jujur, sy memang paling pusing dengan urusan kurir.. Baruu aja minggu lalu kejadian dengan nirwana yang terlambat mengantar dokumen penting,sharusnya tiba sblm jam 4 sore malah tiba jam 8 malam (kantor udh tutup!). Eh..kali ini mslh dgn ADAi, kue nyasar jauh...sudah terlambat pula..smpai skrg belum tiba di tujuan... :(Hiks..hiks...
Yah..gt aja deh, Makasih ya temans..udh baca curhatanku..huhuu...lg butuh
shoulder to cry on duehh*

Salam,

peni respati

Sebuah *posting* yang dikirim oleh salah seorang *bakulers* Peni Respati (PR) ke *mailing list* (milis) tersebut di atas, merupakan ungkapan rasa kecewa atas pelayanan dari sebuah perusahaan jasa kurir yang tidak dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Dalam hitungan jam, di dalam *mailing*

list (milis) telah memunculkan tanggapan dan komentar yang memberi simpati, turut prihatin, dan memberi semangat atau mendukung *bakulers* tersebut. Dan ternyata dia tidak sendiri dalam menghadapi permasalahan yang kurang mengenakan sehubungan dengan jasa pelayan kurir ini. Banyak *posting* senada yang isinya mengungkapkan kekecewaan, dan pernah mengalami hal yang hampir sama dengan *bakulers* tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan oleh *bakulers* lain, di bawah ini;

Dari: Tyu Cake <tyucake@...>
 Judul: [NCC] Re:Ikutan Curhat (Was :ADai Kurir, merugikan customer)
 Kepada: "Ncc" <naturalcookingclub@yahogroups.com>
 Tanggal: Kamis, 19 Agustus, 2010, 3:34 AM

Dear Pak Wilson,

Mohon maaf sebelumnya kalo aq ikutan nimbrung di masalah ini, n mohon maaf juga sebelumnya klo aq mng ga pernah pake jasa kurir Adai sama sekali, aq mau sekedar curhat ttg masalah aq setahun yg lalu yg mohon maaf lagi memang tidak berhubungan dgn Adai tapi pd saat itu dengan AIU namun di bawah koordinator Pak Wilson.

Kenapa aq mau curhat lg?? karena kmrn tepatnya(bbm masih gress antara aq dan customer yg waktu itu di kecewakan oleh kurir AIU di bwh pimpinan Pak Wilson), jujurnya aq punya perasaan yg campur aduk, antara senang, kaget, terharu dan masih menyimpan kesedihan sekaligus trauma waktu customer ku ini add pin bb aq, aq ga nyangka dia masih mau pesen kue sama aq, cuma kali ini dengan syarat aq harus mengantarnya sendiri.

Customer aq ini sebenarnya lpar dari teman SMA aq, trs di bbm itu dia masih membahas ttg kejadian tahun lalu, lewat curhat ini aq pengen Pak Wilson ketahui kalo masalah (yg mnrt pendapat aq ya...)yg di anggap enteng dan clear hanya dengan pengucapan kata maaf dari Bapak itu berakibat cukup buruk, jadi di sini aq ingin menekankan akibat yg timbul dari kesalahan pengiriman bahkan waktu itu yg terjadi dengan aq itu kue ku yg hancur.

Perayaan ulang tahunnya itu utk anaknya yg pertama dan ulang tahun yang pertama juga, bapak tau kalau pestanya itu jadi kacau karena kue yg hancur???aq mencoba mengambil posisi sebagai customer aq(krn aq jg seorg ibu) aq tau kompliment apa pun yg aq berikan dan pengucapan maaf yg beribu2 itu pun ga akan mengembalikan moment yg bearti itu seumur hidup. Kmrn Customer ku itu sampai bilang gini "Cie aq sebel klo liat video ultahnya anakku,

sebel liat kuenya, trs sejak kejadian itu aq parno dan trauma deh klo urusan antar kue pake kurir, makanya aq mau nya skrg ci lily yg antar sendiri kuenya.."

Bapak bisa bayangkan ga klo ini terjadi pada keluarga bapak dimoment anak bapak yg pertama dan ultah pertama juga dan di rayakan dgn pesta yg lumayan trs kuenya di hancurin sama kurir, kebayang ga? semua anggota keluarga saat itu panik, dan tmn sma ku aja sampai bulak balik telp aq mau cari kue penggantinya itu dimana, aq saat itu masih membantu tmn ku mencari solusi(sambil nangis-nangis), telp ci adelinda mau tanya dimana bisa pinjam kue dummy, dan ci adelinda menyarankan ke pelangi cake yg katanya bisa meminjamkan dummy supaya acara potong kuenya tetap lancar dan msh ada moment yg bisa di selamatkan, tp sayangnya kurir yg pada saat itu kami minta utk bertanggung jawab, memang ga tanggap dan ga profesional, pengambilan dummy terlambat, sampai kembali ke lokasi semua tamu sdh bubar, saat itu rasanya aq sendiri kalau punya sayap uda mau terbang kesana, sekedar membawakan dummy nya utk customer ku, sayangnya saat itu rmh ku jauh sekali dr lokasi acara, dan kondisi aq yg drop krn blm tidur di tambah ada pesanan lagi utk besok harinya(yg mana pengirimannya msh aq percayakan ke AIU)

akhirnya kata tmn ku klo ga salah inget mrk potong kue dgn kue alakadarnya...(bisa di bayangkan dong teman-teman rasanya bagaimana) dan bisa di bayangkan juga rasa bersalah aq yg sampai tadi malam, bahkan sampai sekarang pun ga hilang??

Apa balasan dari Pak Wilson yg waktu itu sebagai koordinator kurir AIU???di telp susah, bahkan ya aq masih memberi banyak sekali kesempatan dengan masih terus menggunakan jasa kurir AIU pd saat itu. termasuk pengiriman kue utk ke esokan harinya...yg sdh di sanggupi oleh Pak Wilson sendiri tidak akan telat sampai pagi di rumah aq dan tidak akan mengecewakan, tapi kenyataannya kurir utk esok harinya pun telat, dan sangat telat. Krn aq orgnya males ribut(yg pasti mls ribut ini lah yg di punyai oleh semua teman-teman ku bakul kue yg sdh di kecewakan juga) maka aq pikir aq ga mau permasalahan lagi urusan keterlambatan pick up dan pengantaran, tp asal Bapak tau lagi-lagi bukan nama Bapak yg jelek di customer saya, tapi nama saya yg jadi jelek karena tidak komit dengan janji.

Mohon maaf sekali klo bahasa aq ada kurang baik ya pak(maklum tak pandai merangkai kata yg indah), selanjutnya aq msh pakai juga jasa kurir AIU yg banyak banget perlakuannya yg akhirnya bkn aq give up...memutuskan utk tidak memakai jasa kurir AIU. Waktu Adai berdiri aq sempat mau coba juga, siapa tau manajemennya beda walau pemimpin atau koordinatornya sama, untung beberapa kali aq pesan selalu full jadi alhasil aq ga pernah pakai jasa kurir Adai.

Pak di sini aq juga mau coba mengeluarkan isi hati aq bahkan mgkn

isi hati yg sama yg di miliki sama teman-teman yg bapak sudah kecewakan, kami bukannya tidak berterimakasih dengan kebaikan bapak yg 100 kali yg tidak di pandang karena kekecewaan yg hanya beberapa kali, bukan maksud pak, tapi apakah bapak melihat ucapan terima kasih kami dari bentuk yg lain yg memang tidak kami ucapkan dengan tulisan di milis atau bahkan ucapan langsung ke pak Wilson??? yg mana ucapan kami itu berbentuk kesempatan yg selalu kami berikan kepada bapak? dan kepercayaan yg besar sekali dgn msh mempercayakan kue kami utk di antar oleh kurir bapak pdhl nama bakul kue kami yg kami pertaruhkan??apakah bapak tau bentuk terima kasih kami itu?? dimana kami di maki maki sampai tidak spt manusia oleh customer kami, membuat kami down utk terus berkarya hanya karena kesalahan yg tidak kami perbuat??apakah Bapak tau pengorbanan kami itu?? Bapak hanya mendapat teguran dari kami, tapi kami mendapat caci maki yg tak terhingga dari customer kami, bahkan nama bakul kue kami di black list di mata customer hanya karena dari kesalahan yg tidak kami perbuat??apakah kami menuntut banyak dari bapak?

Pak, setau saya org tua saya pernah blg, kalau seseorg masih mau menegur itu bearti org tersebut msh sayang dan peduli kepada kita, tapi apabila org itu sdh tidak sayang maka jgnkan menegur melihat pun sdh tidak sudi.

Jdi kesimpulan aq ya yg aq lihat msh banyak loh teman2 yg masih sayang dgn kurir Adai, dan Bapak di berikan banyak sekali kesempatan utk berbenah diri, namun pembelajaran dan kesempatan itu sptnya banyak di abaikan oleh Bapak.

Kejadian saya, yg tepat setahun yg lalu tgl 25 Agustus ini (krn customer saya mau pesan lagi bdck utk ultah yg ke 2 anaknya yg kmrn juga...Puji Tuhan jg Tuhan Yesus masih mau memberikan orderan dari customer yg sempat kecewa dgn saya tahun lalu), bearti pak kalau di hitung-hitung ada 1 tahun kesempatan dan mungkin kalau pengantaran kue itu ada setiap hari bearti ada 365 kesempatan yg di berikan ke bapak dari kami para bakul kue, yg ternyata setelah di kecewakan bahkan di rusak namanya hanya di jawab oleh bapak dengan hp yg ga aktif, sekedar permintaan maaf, finished.

Mengapa kesempatan2 yg di berikan tidak di pergunakan sebaik-baiknya utk pembenahan diri, bahkan walaupun msh tetap mengecewakan msh banyak kan teman kami yg msh tetap terus setia menggunakan jasa kurir bapak tapi ya tetap terus juga di kecewakan...apakah kurang pak rasa terima kasih kami dari bentuk spt itu??

Wah malah aq jd panjang nih curhatnya....skli lagi aq mohon maaf ya kalo ada kata2 yg tidak bekenan,dan mohon maaf kalau jadi terkesan menghakimi, aq cuma sekedar ingin Pak Wilson tau curahan hati kami dan perlakuan customer kami para Bakul Kue kalau antaran kami tidak di kerjakan dgn baik oleh kurir Bapak. Mohon maaf juga

apabila sebagian dari kami memang benar ada yg membuat kurir bapak jadi tidak tepat waktu dll. Aq atas nama teman2 sekarang meminta maaf yg sebesar-besarnya dan berterimakasih sekali atas jasa2 yg baik lain nya yg sdh di berikan ke kami.

Semoga Adai ke depan bisa lebih maju, semakin sukses dan Tuhan Yesus selalu memberkati Pak Wilson.

Sekali lagi aq mohon maaf ya pak semoga dgn curhat ini kita bisa sama2 lebih baik...

oh iya berikut hanya sekedar pengingat dan mgkn banyak teman-teman yg belum pernah liat penampakan kue aq yg hancur (sesudah dan sebelum)

trims.

Salam,

*Lily T-yU
Cake*

Gambar 8
Foto Kue yang Masih Utuh



Foto Dokumentasi: TYU

Gambar 9
Foto Kue yang Sudah Rusak



Dokumentasi: TYU

Dari *posting* tersebut di atas, kita bisa melihat betapa kecewanya salah seorang bakulers atas pelayanan jasa kurir terhadapnya. Dengan panjang lebar diceritakan pengalaman buruknya berhubungan dengan pelayanan jasa kurir dan untuk memperkuat cerita tentang pengalaman buruknya tersebut dia melampirkan dua buah foto sebagai bukti, ketidakberesan jasa kuris dalam pengiriman kuenya ke pemesannya. Munculnya beberapa kejadian yang berhubungan dengan jasa kurir yang muncul di *mailing list* (milis) NCC, membuat FB merasa perlu untuk menjernihkan suasana di komunitas virtual NCC. Dalam pernyataannya di *mailing list* (milis), FB mengirimkan sebuah *posting*, sebagai berikut;

From: "Fatmah Bahalwan" <naturalcatering@cbn.net.id>

Sender: naturalcookingclub@yahooagroups.com

Date: Thu, 19 Aug 2010 11:08:16 +0700

To: <naturalcookingclub@yahooagroups.com>

ReplyTo: naturalcookingclub@yahooagroups.com

Subject: RE: [NCC] ADai Kurir, merugikan customer

Dear Wilson,

Permasalahan seperti ini sebetulnya sudah beberap kali terjadi. Mungkin Anda bisa belajar dari pengalaman pengusaha kurir kue terdahulu.

Kami belum pernah mengadakan Workshop antara pengusaha kurir kue dengan pengusaha kue sebagai pengguna jasa. Ini ide bagus...akan tetapi interaksi dimilis ini ditambah melalui telpon dan sms paling tidak dapat menjalin hubungan baik antar kalian.

Saya sebetulnya mulai lega, karena tumbuhnya pengusaha kurir kue ini. Setelah Nirwana sebagai pioneer, disusul nama-nama usaha jasa kurir kue lain seperti aDai ini. Satu hal yg membuat sy lega adalah pengertian para customer kue on line yang bersedia membayar ongkos kirim. Terus terang ini butuh waktu lama untuk membudayakannya.

Nah, "pengertian" seperti ini selayaknyalah mendapat sambutan yang semakin baik dari pengusaha jasa kurir kue, supaya mereka tetap happy mengeluarkan sejumlah dana tambahan untuk ongkos kurir. Karena bila terjadi masalah seperti yg dialami Ibu Peni ini, rasanya kata 'maaf' saja tidak cukup. Sy bisa membayangkan complain keras pelanggan Ibu Peni seperti apa. Meski demikian pasti ada solusinya.

Pak Wilson,

Belajar dari cerita para supir taxi Blue Bird yang selalu mendapatkan briefing setiap minggunya, saya rasa anda juga perlu melakukannya. Kalau perlu buat upacara tiap pagi, suruh pada baris, selalu pesan tegas bhw para kurir harus disiplin dan lain sebagainya. Karena pekerjaan mereka menyangkut hajat hidup orang lain sebagai pengguna jasanya. Bila mereka sukses, pasti perusahaan dapat pujian, tambah laris, tambah pula penghasilan mereka. Demikian sebaliknya. Jangan pernah bosan memberikan motivasi kepada anak buah setiap waktu.

Saya mengerti usaha kurir kue ini bukan pekerjaan mudah. Akan tetapi sy yakin bila dikerjakan dengan tertib, anda pasti dapat memanager-nya dengan baik.

Semoga masalah aDai Kurir dengan Ibu Peni Respati dapat selesai dengan baik. Dan Pak Wilson tetap semangat menjalankan bisnis kurir kue ini, karena pada dasarnya kami sangat terbantu dengan jasa Anda.

Kesimpulannya, apapun perubahan manajemen yang sedang terjadi dalam perusahaan Anda, yang paling penting adalah pelayanan kepada pelanggan tetap berjalan dengan baik, disiplin dan tertib. Lengkapi semua perangkat yang diperlukan kurir. Dan sukses untuk Anda.

Salam manis,

Fb

Dalam surat yang ditujukan kepada pengusaha jasa kurir ini terlihat Fb berusaha tetap untuk mencari jalan keluar yang terbaik bagi kasus ini, mengingat sudah banyaknya *bakulers* yang merasa kecewa dengan pelayanan jasa kurir tersebut. Dan pastinya membawa pengaruh buruk bagi

pengusaha jasa kurir tersebut, yang mengakibatkan reputasinya merosot di mata *bakulers*, yang dengan sendirinya mengurangi pelanggan jasa kurir tersebut. Disini saya melihat betapa permasalahan yang kemudian menjadi bahan perbincangan di dalam komunitas virtual bisa membawa dampak yang luas terhadap orang yang terkena atau menjadi obyek perbincangan di komunitas virtual. Adapun dampak dari perbincangan yang meluas di komunitas virtual tersebut berpengaruh kepada reputasi.

Lalu pengusaha jasa kurir tersebut mengirimkan sebuah *posting* ke *mailing list* (milis), untuk menanggapi dan mengantisipasi perbincangan mengenai kekecewaan terhadap pelayanan jasa kurir, sebagai berikut;

*Dari: aDai Kurir <adaikurir@...>
Judul: Re: [NCC] ADai Kurir, merugikan customer
Kepada: naturalcookingclub@yahogroups.com
Tanggal: Kamis, 19 Agustus, 2010, 2:07 PM*

Ibu Fat,,saya pribadi jujur saja hampir putus asa dengan usaha jasa kurir kue karena secara keuntungan tidaklah seberapa dibandingkan dengan pengorbanan dan tekanan dari " kalian " bila kami mempunyai masalah...hari ini saya baru mengeluarkan kurir yang bersalah tersebut karena sudah mempunyai 3 kesalahan dalam usaha saya,,tidaklah mudah mencari kurir seperti harapan para bakulers karena resiko dan tanggung jawab yang besar ditambah " Kritik dan omelan serta dimuatnya dalam NCC mailinglist yang otomatis membuat saya bingung harus menjwab karena ini kesalahan dari kurir saya,,,,masalah stress itu sudah makan saya setiap hari dan deg-degan menanti kabar apakah kue tsb aman,,dan kurir tdk kecelakaan di jalan...itu memang sudah menjadi resiko saya utk memulai usaha jasa kurir kue dan saya tidak akan mundur selangkahpun walaupun pandangan negatif sedang saya alami sejak 2 bulan terakhir ini..

Memang itulah sifat manusia dikala kita jatuh dan mempunyai masalah maka akan diingat dan menjadi suatu alat utk menjudge bahwa aDai " BURUK " tapi bagaimana dengan pelayanan yang pernah kami berikan dalam membantu usaha kalian...apakah pernah terpikir oleh kalian sekedar ucapan THANK dalam mailnglist NCC bahwa aDai pernah membantu usaha kalian...??

Lalu dimana nilai kami saat harus menunggu kue kalian yang blum jadi tapi kami sabar menanti walaupun next order akan bisa mundur....saat kami mencari alamat yang salah dari kalian ,,,saat kami harus pickup jam 4 pagi di cibubur,,kami berangkat jam 3 pagi,,paling lambat jam 7 pagi,,agar kue tiba di tujuan dengan baik,,kalian dengan mudah menambah beban kiriman dari orderan yang disepakati ,,tapi apakah kami pantas untuk complaint dan muat dalam NCC mailinglist...??? nanti yang ada kami diserang oleh ribuan members NCC.

Saya tetap terbuka menerima segala keluhan dan kritikan,,,tapi berilah kami kesempatan untuk terus berbenah diri,,,karena saya mulai dan modal sendiri usaha saya belum 1 tahun berjalan yang pasti saat ini saya sedang diuji oleh Tuhan Yesus untuk tetap tabah dan kuat dalam menjalani usaha ini,,,yang sampai saat ini berpikir kapan ya untungnya...??

Semoga Tuhan Yesus memberikan saya kekuatan dan jalan keluar dari setiap permasalahan yang saat ini sedang menimpa saya...

Sukses selalu untuk NCC dan bakulers,,,

Brgds,

Wilson M Therik

Sebuah cara penyampaian yang berbeda antara FB dengan Wilson M. Therik (WMT) pengusaha jasa kurir dalam menghadapi permasalahan jasa kurir ini. FB memiliki sudut pandang yang berbeda dalam menanggapi permasalahan ini, dengan berusaha mencari jalan keluar yang baik. Tanpa berusaha menggurui pengusaha jasa kurir, FB memberikan contoh yang bisa ditiru oleh WMT dalam menjalankan sebuah usaha yang berhubungan dengan hajat hidup orang banyak. Dan berharap pengusaha jasa kurir tersebut bisa tetap menjalankan usahanya. Saya melihat bahwa Fb menyadari akan arti pentingnya usaha jasa kurir sehubungan dengan usaha yang ia dan *bakulers* jalankan. Sementara saya melihat bahwa, WMT sebagai 'pemain baru' dalam usaha jasa kurir –baru berjalan satu tahun– masih terbawa emosi dalam menanggapi ungkapan kekecewaan dari *bakulers* di *mailing list* (milis), bahkan WMT nyaris putus asa menghadapi permasalahan ini. Sehingga terlontar pula ungkapan kekecewaannya dalam melayani *bakulers* sebagaimana yang tersebut di atas. Menurut saya, sebagai pengusaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa WMT, sebaiknya tidak perlu terpancing emosi untuk melontarkan pula kekecewaan terhadap sikap *bakulers* yang dilayani tersebut. Sebab dengan melontarkan hal tersebut semakin membuat suasana perbincangan menjadi keruh, karena dengan begitu saya melihat bukan sebuah jalan keluar yang didapat, namun sebuah perdebatan mencari siapa yang salah atau benar. Padahal yang diinginkan oleh *bakulers* hanyalah sebuah pelayanan yang baik dari jasa kurir,

sebagaimana yang dikemukakan oleh FB dalam sebuah *posting* tersebut di atas.

Saya melihat usaha WMT dalam mengantisipasi kekecewaan *bakulers* yang diperbincangkan melalui mailing list (milis) dengan cara tersebut di atas, justru akan membuat reputasi perusahaan jasa kurir yang dikelolanya menjadi semakin buruk di mata *bakulers*. Apalagi dengan belum adanya perubahan dalam mengelola perusahaan tersebut, sebagaimana yang terlihat dari sebuah *posting* dari *bakulers* pada tanggal 31 Juli 2010 di bawah ini;

*From: ida_s24@...
Sender: naturalcookingclub@yahooagroups.com
Date: Sat, 31 Jul 2010 07:25:08
Reply-To: naturalcookingclub@yahooagroups.com
Subject: [NCC] Dikecewakan ADAi kurir*

Pagi ini benar2 kesabaran diuji oleh kurir dari ADAi service.

Singkat cerita, aku booking utk pick up jam 9(dicipinang), sampai jam 9.30 tdk ada kejelasan/kabar kurirnya ada dimana. Ditanya ke ktr mereka & diketahui bahwa si kurir sdg berada didaerah warung buncit utk sebuah keperluan yg tdk jelas.

Mendengar hal tersebut, aku ultimatum phk kantor mereka jika dlm waktu 15-20 mnt si kurir tdk dtg, maka aku akan batalkan orderan, krn aku tidak mau dikomplain oleh pemesan akibat keterlambatan.

Menjelang jam 10, si kurir menelepon dan memberitahukan bahwa saat itu dia sdg berada di daerah cawang yg kondisinya macet!! Pdhl jls terdengar bahwa sekeliling dr tempat dimana si kurir menelepon bukanlah pinggir jalan, melainkan spt dlm ruangan yg cukup tenang.

Melihat gelagat tdk 'proper' + profesional ini, maka aku memutuskan utk membatalkan order ke pihak ADAi dgn pertimbangan, aku sdh menunggu 1 jam tanpa kepastian kpn dia smpai ketempatku, smntr aku hrs komit dgn janji ke customer utk sampai ketempatnya sblm jam 11 siang.

Demikian kisah ketidakprofesionalan pihak ADAi kurir yg menimpaku, agar menjadi bhn refereansi bakul lainnya.

Fyin kurir yg dijanjikan akan pick up ke tempatku namanya Anshori, sementara yg menerima orderku di ktr adalah mbak Dri.

*Rgds
Ida*

Saya melihat, munculnya kembali ungkapan kekecewaan atas pelayanan jasa kurir dari *bakulers* tersebut di atas, akhirnya membuat WMT menyadari

akan perlunya pembenahan dalam pengelolaan usaha yang dijalankannya tersebut. Untuk itu WMT kembali mengirimkan sebuah *posting* ke *mailing list* (milis), sebagai berikut;

*Dari: aDai Kurir <adaikurir@...>
Judul: Re: [NCC] Perubahan Staff
Kepada: naturalcookingclub@yahogroups.com
Tanggal: Sat, 31 Jul 2010, 2010, 1:27:14*

Kepada all member NCC

Secara keseluruhan saya menyadari bahwa hampir 60% customer saya berasal dari milis NCC saya mengucapkan terimakasih kepada Bapak Wisnu dan Ibu bahwa saya diberikan tempat untuk bergabung dalam milis ini.

Usia kurir saya terbilang muda belum mencapai usia 1 tahun tapi saya bersyukur diberi kesempatan untuk membuka usaha dibidang kurir kue seperti ini,,dan saat ini memang mayoritas pelanggan berasal dari milis NCC ini..

Dalam email ini saya ingin menyampaikan bahwa saat ini kami sedang dalam masa peralihan staff maupun kurir yang mau bekerjasama dengan saya dalam team kurir aDai ini,,

Saya pribadi meminta maaf sebesar-besarnya dan tulus bila ada customer yang pernah kecewa / sakit hati / kapok dalam menggunakan jasa kami,,tapi hal itu tidak menyurutkan saya untuk terus bekarya dan berusaha dalam bidang ini..

Melalui milis ini saya mohon kerjasama dari member NCC bahwa pada saat orderan mohon langsung diberikan :

- 1. Nama pengirim dan penerima yang jelas*
- 2. Alamat pengirim dan penerima yang pasti*
- 3. No telp pengirim dan penerima*
- 4. Jenis / Bahan kue apa yang akan di bawa*
- 5. Dimensi kotak berapa yang harus kami siapkan*
- 6. Jam pickup dan delivery yang pasti*
- 7. Berapa dus atau kotak yang dipesan.*

Semua informasi itu mohon diberikan via sms ke no 081574859592 atau email orderkurirkue@gmail.com / adaikurir@gmail.com atau facebook kami,,dan nomor telp kami 7431684

Kami akan langsung f/u untuk orderan yang masuk sesuai informasi yang diberikan diatas,,,

Kami akan melayani orderan bila ketujuh informasi itu sudah diberikan,,bila informasi masih belum lengkap kami akan tunggu sampai close order kami di jam 16:00

Untuk no 081389408484 / 0858 11393033 (Japri) dapat dihubungi bila sifatnya " URGENT "

Sebelumnya saya minta maaf bila harus menulis dan memberitahukan info ini kepada member NCC karena kondisi dari tempat saya yang masih dalam tahap perbaikan pada staff dan kurirnya,,

Sukses selalu untuk NCC

nb :

Kami mohon masukan dan dapat dikirim ke email adaikurir@gmail.com tidak perlu via NCC mailinglist

*brgds,
Wilson M Therik*

Berdasarkan *posting* tersebut di atas, saya melihat bahwa WMT sebagai pengusaha jasa berusaha untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada *bakulers* dan membenahi armada kurirnya sebagai ujung tombak dari usahanya tersebut. Pengalaman menjadi bahan perbincangan atas buruknya pelayanan jasa kurir yang dikelolanya menjadi sebuah pelajaran untuk memajukan usahanya. Hal ini dapat kita lihat pada tujuh kriteria yang diajukan saat akan melayani *bakulers*, untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan terulang kembali.

Selain itu kita juga melihat, bahwa WMT menyadari bahwa perbincangan melalui *mailing list* (milis) dapat mempengaruhi reputasinya dalam menjalankan usaha jasa kurir tersebut. Ini terlihat dari permohonannya kepada *bakulers* di dalam *posting* tersebut, yang menyatakan bahwa setiap masukan dari *bakulers* yang berkenaan dengan pelayanan jasa kurirnya harus langsung ditujukan ke *e-mail* mereka, bukan melalui *mailing list* (milis) NCC.

Secara bisnis WMT juga menyadari bahwa sekitar enampuluh persen pelanggan dari usaha yang dijalankannya berasal dari komunitas virtual NCC. Disini saya melihat adanya hubungan saling ketergantungan antara pengusaha jasa kurir dengan komunitas virtual NCC. Maka sebuah hal yang wajar jika WMT sangat berharap jika ada masukan atau kritik dari *bakulers* langsung ditujukan ke *e-mail* mereka, supaya perbincangan yang buruk dan dapat mempengaruhi reputasi tidak terulang kembali.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Solove (2007:31) “...*Our reputations are forged when people make judgments base on upon the mosaic of*

information available about us.” Jadi reputasi itu terbentuk melalui proses penilaian orang lain berdasarkan kumpulan informasi mengenai diri kita. Dalam kasus jasa kurir dan *bakulers* tersebut di atas, melalui perbincangan *mailing list* (milis) telah membentuk reputasi yang buruk terhadap jasa kurir. Semakin banyak informasi dan perbincangan mengenai keburukan dari jasa kurir di *mailing list* (milis) akan semakin membuat usaha jasa kurir tersebut sulit berkembang mengingat sebagai mana yang dikatakan WMT bahwa sekitar enampuluh persen pelanggannya berasal dari komunitas virtual NCC, maka saya melihat bahwa permohonan untuk tidak memberi masukan melalui *mailing list* (milis) sangat wajar. Saya melihat WTM tidak ingin semakin terpuruk reputasinya dalam menjalankan usaha jasa kurir dikarenakan perbincangan yang berisi informasi negatif mengenai pelayanan jasa kurirnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Solove (2007:31) bahwa “...*Our reputation is one of our most cherished asset.*”

Dalam permasalahan ini saya melihat, bahwa WMT tetap berusaha untuk memperbaiki reputasinya yang sempat ambruk dengan adanya perbincangan mengenai kekecewaan *bakulers* di *mailing list* (milis) selama sehari-hari topik ini menjadi pembicaraan hangat di komunitas virtual NCC. Berdasarkan pengalaman tersebut dan melihat pengaruh yang luar biasa dari perbincangan yang muncul di *mailing list* (milis) tersebut, telah menyadarkan WMT akan reputasinya yang menjadi buruk. Untuk itu ia menata kembali usaha yang digelutinya tersebut untuk dapat memberi pelayanan yang baik kepada pelanggannya, yang enam puluh persen adalah anggota komunitas virtual NCC. Dan dalam usahanya membangun kembali reputasinya, WMT selain meningkatkan perbaikan pelayanan jasa kurir dengan cara mengganti beberapa kurirnya, ia juga menghindari masukan atau kritik dari *bakulers* di *mailing list* (milis) dengan jalan meminta kepada *bakulers* untuk langsung mengirimkan masukan atau kritiknya langsung ke *e-mail* perusahaan jasa kurir yang dikelolanya.

BAB V

KESIMPULAN

Komunitas virtual yang lahir berkat adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, belum sepenuhnya dapat menggeser pola interaksi sosial di dalam masyarakat. Saya menemukan bahwa pola penyebaran informasi dalam proses membangun reputasi di dunia virtual, cenderung hampir sama dengan pola penyebaran informasi dalam proses membangun reputasi di masyarakat dunia nyata yang telah berkembang sejak masa lampau, yakni menggunakan gosip dan perbincangan di dalam kelompok-kelompok masyarakat. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Malinowski (1961) dalam bukunya yang berjudul, "*Argonauts of the Western Pacific*", yang mendeskripsikan tentang sebuah ritual di masyarakat Trobriand dalam sebuah sistem ekonomi pertukaran barang atau yang dikenal dengan Kula.

Wang (tanpa tahun) dan Crumlish (2004) menyatakan hubungan sosial yang terbina dalam komunitas virtual adalah berdasarkan keintiman, komitmen, saling percaya, saling menghormati dan martabat

Namun saya menemukan bahwa untuk mencapai keintiman di dunia virtual memerlukan waktu yang cukup panjang, untuk itu keintiman yang telah terjadi di dunia nyata akan semakin mempererat keintiman di dunia virtual. Sebagaimana yang terjadi di komunitas virtual NCC yang sebagian orang-orang kunci dalam komunitas virtual tersebut merupakan orang-orang yang telah membina hubungan di dunia nyata, jauh sebelum mereka membuat komunitas virtual melalui internet dengan menggunakan fasilitas *mailing list* (milis).

Komitmen bisa dibangun di dunia virtual untuk membina hubungan sosial dan bekerjasama untuk hal-hal yang tidak melibatkan banyak orang. Seperti yang dilakukan oleh beberapa bakulers, pada saat menyewa tenda untuk jualan, dengan proses diskusi yang berlangsung di *mailing list* dan tanpa pernah melakukan tanpa muka sebelumnya. Dengan kepentingan dan

tujuan yang sama, maka komitmen menjadi lebih besar dan akhirnya dapat mewujudkan tujuan bersama.

Membangun kepercayaan masih terasa sulit di dunia virtual, mengingat semakin banyaknya orang asing dan menimbulkan anonimitas dalam dunia virtual (Wang:tanpa tahun). Sebagaimana yang terjadi di komunitas virtual NCC, yang merasakan kesulitan untuk membangun koperasi. Menurut saya kegagalan membangun koperasi di dunia virtual, lebih kepada kurangnya unsur rasa saling percaya dari masing-masing orang yang terlibat dalam komunitas virtual NCC.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut saya melihat bahwa interaksi sosial di dalam dunia nyata, banyak mempengaruhi perilaku komunitas dunia virtual dalam berinteraksi sosial di dalam dunia virtual. Sebagaimana yang saya katakan di atas bahwa pola penyebaran informasi dalam proses membangun reputasi di dalam dunia nyata dan dunia virtual, dapat dikatakan hampir sama.

Daftar Pustaka

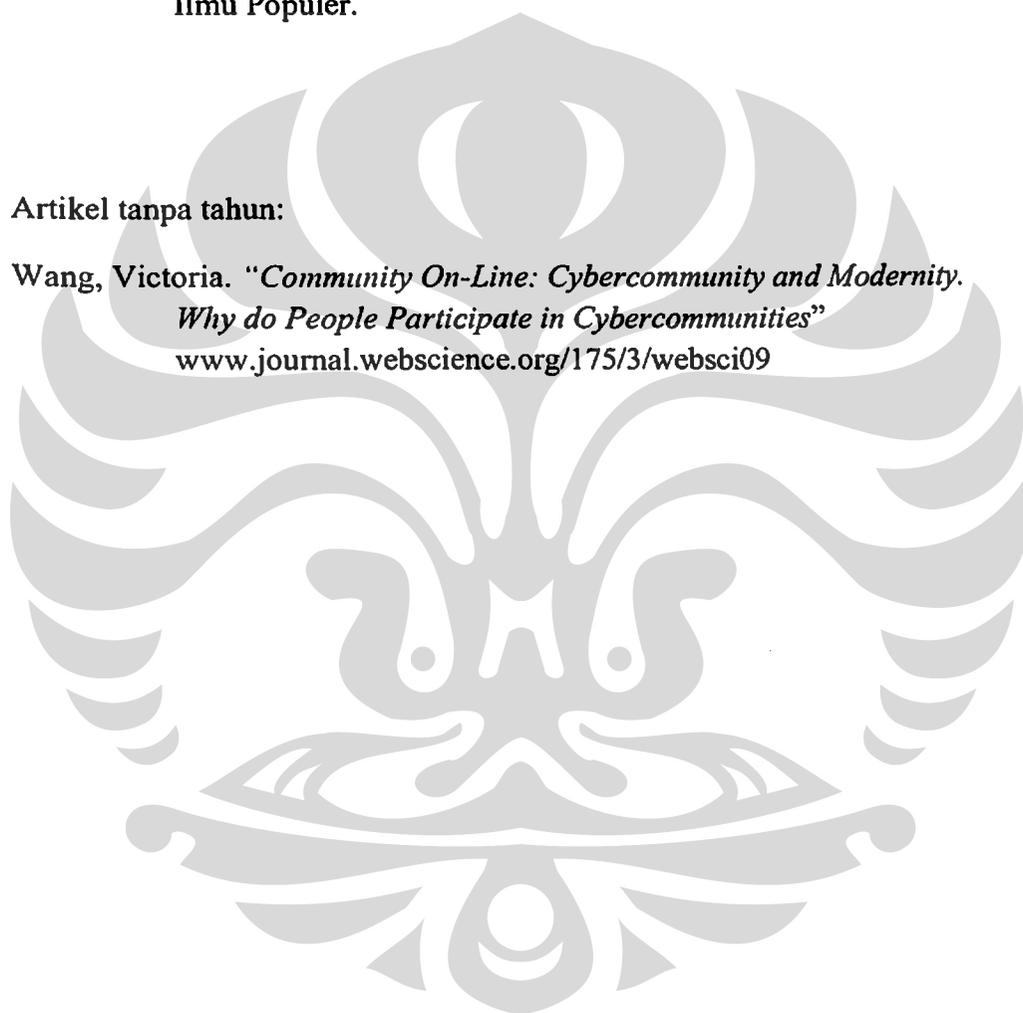
- Anderson, Chris. 2009. “*Gratis, Harga Radikal yang Mengubah Masa Depan*”, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Borofsky, Robert. 1994. “*Assessing Cultural Anthropology*”. New York: McGraw – Hill, Inc.
- Creswell, John W. 2003. “*Research Design, Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches*”. California: Sage Publications Inc.
- Crumlish, Christian. 2004. “*The Power of Many*”, USA: SYBX Inc.
- Danandjaya, James. 2007. “*Folklor Indonesia*”, Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Denzin, Norman K. and Lincoln, Yvonna S. 1998. “*The Landscape of Qualitative Research, Theories and Issues*”. London and New Delhi: SAGE Publications, Inc.
- Dodge, Martin and Kitchin, Rob. 2001. “*Mapping Cyber Space*”. Canada: Taylor and Francis Group
- Ember, Carol R. and Ember, Melvin. 1996. “*Anthropology*”. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Fetterman, David M. 1989. “*Ethnography Step by Step*”. London: Sage Publication.
- Firmanzah. 2007. “*Globalisasi, Sebuah Proses Dialektika Sistemik*”. Jakarta: Yayasan Sad Satria Bhakti.
- Fombrun. Charles. J. 1996. “*Reputation, Realizing Value From the Corporate Image*”, Boston: Havard Business School Press.
- Friedman, Thomas.L. 2006. “*The World is Flat*”. Terjemahan; Buntaran.P, Molan.Benyamin, Jena.Jeremias, Praptono.Risa, Sangki.Hence. Jakarta: Dian Rakyat.
- Goffman, Erving. 1959. “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. New York: Anchor Books Doubleday.
- Goffman, Erving. 1974. “*Frame Analysis, An Essay on the Organization of Experience*”. New York: Harper Colophon Books.

- Gumperz, John J. and Hymes, Dell. 1972. *Directions in Sociolinguistics, The Ethnography of Communication*. New York: Rinehart and Winston, Inc.
- Hoogvelt, Ankie. 2001. *Globalization and the Postcolonial World, The New Political Economy of Development*. Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- Jayachandra.Y & Melkote.Gita. 2003. *Future Prospect, Envisioning E-business in 2020*, New Delhi: Tata McGraw-Hill Publishing.
- Jones, Pip. 2009. *Pengantar Teori-Teori Komunikasi, Dari Teori Fungsionalisme Hingga Post-modernisme*, Jakarta: Yayasan Obor.
- Littlejohn, Stephen & Foss, Karen. 2009. *Teori Komunikasi*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Malinowski. Bronislow. 1961. *Argonauts of the Western Pasific*, New York: E.P. Dutton & Co.
- Marcus, George E. 1998. *Ethnography Through Thick & Thin*. New Jersey: Princeton University Press.
- Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Raho, Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Rheingold, Howard. 1993. *Virtual Comunnity*. UK: Addison - Wesley Publishing Company. www.public.clunet.edu/~chenxi/
- Ritzer.George & Goodman, Douglas. 2006. *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Prenada Media.
- Saifuddin. Achmad Fedyani. 2005. *Antropologi Kontemporer*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2005. *Psikologi Sosial*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Saville, Muriel & Troike. 2003. *The Ethnography of Communication An Introduction*. Malden: Blackwell Publishing Ltd.

- Solove, Daniel.J. 2007. "*The Future of Reputation, Gossip, Rumor and Privacy on Internet*". New Haven and London: Yale University Press. <http://docs.law.gwu.edu/facweb/dsolove/Future-of-Reputation/>
- Subandy, Ibrahim Idi. 1997. "*Lifestyle Ecstasy, Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*". Yogyakarta: Jalasutra.
- Tapscott, Don & William, Anthony. 2004. "*Wikinomics*", Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.

Artikel tanpa tahun:

- Wang, Victoria. "*Community On-Line: Cybercommunity and Modernity. Why do People Participate in Cybercommunities*"
www.journal.webscience.org/175/3/websci09



Daftar singkatan kata di komunitas virtual NCC :

Amris : American Risoles

BC : Butter Cream

BDCK : Birthday Cake

BCC: Blueberry Cheese Cake

BF: Black Forest

BoJ: Balls of Joy, alias Rhum Balls

BP: Baking Powder

BPDA: Baking Powder Double Acting

Bolgul: Bolu Gulung

Bolkus: Bolu Kukus

Brokus: Brownies Kukus

Brogang : Brownies Panggang

CC: Cream Cheese

CCC: Clasic Cheese Cake

CoCC: Chocolate Chips Cookies

CTT: Cream of Tar Tar

CTS: Chocolate Transfer Sheet

DCC: Dark Cooking Chocolate

DBC: Death By Chocolate

EoD: End of Discussion

EoT: End of Topic

FB: Fatmah Bahalwan

FP: Food Processor atau bisa juga Food Photography

FC: Full Cream

Gapbol: Gagap Bolu

GFCF: Gluten Free Casein Free

HBHBB: Halal Bil Halal nan Heboh Sekali

HMFF: Home Made Food Fiesta

JCC: Japanese Cheese Cake

Kuker: Kue Kering

LK: Lidah Kucing

MBA: Melted Brownies Agogo a.k.a. Melted Browniesnya Yeni Agogo :)

NCC: Natural Cooking Club

NYCC: New York Cheese Cake

Otang: Oven Tangkring

Pav: Pavlova

PS: Putri Salju

RI: Royal Icing

SCC: Spreadable Cheddar Cheese

SKM: Susu Kental Manis

SPM: Supermarket

TCC: Triple Cheese Cake

TBK: Toko Bahan Kue

TdT: Tour d'Toko yang sangat bersejarah itu :)

TdPI: Tour de Pasar Ikan

TdPM: Tour de Pasar Mayestik

WCC: White Cooking Chocolate

WhC: Whipping Cream

Tambahan:

ABG: Anggota Baru Gabung

Chatting Expressions

AFAIK : As Far As I Know

CMIW : Correct Me If I'm Wrong

HTH : Hope This Helps

LOL : Laughing Out Loud

OOT : Out Of Topic

ROTFLOL : Rolling On The Floor Laughing Out Loud

TIA : Thanks In Advance