

**BAHASA SIBER KOMUNITAS *OTAKU* INDONESIA (*SEASON*  
2) DI FACEBOOK**

*SKRIPSI*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi

Diajukan Oleh:

Nama : Idris Saripudin

NIM : 1506015082

Peminatan : Komunikasi Massa



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Idris Saripudin

NIM : 1506015082

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Komunikasi Massa

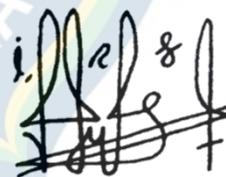
Judul : Bahasa Siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Agustus 2019

Yang Menyatakan



**Idris Saripudin**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Bahasa Siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook  
Nama : Idris Saripudin  
NIM : 1506015082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah diperiksa dan disetujui  
untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

  
**Dra. Tellys Corliana, M.Hum.**  
Pembimbing I

Tanggal: 30 September 2019

  
**Said Romadlan, S.Sos., M.Si.**  
Pembimbing II

Tanggal: 30 September 2019

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Bahasa Siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook  
Nama : Idris Saripudin  
NIM : 1506015082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang telah dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 30 Agustus 2019, dan dinyatakan LULUS.

 <b>Dr. Sri Mustika, M.Si.</b> Penguji I Tanggal: <u>2/10/19</u>	 <b>Dini Wahdiyati, S.Sos., M.Si.</b> Penguji II Tanggal: <u>30 September 2019</u>
 <b>Dra. Tellys Corliana, M.Hum.</b> Pembimbing I Tanggal: <u>30 September 2019</u>	 <b>Said Romadlan, S.Sos., M.Si.</b> Pembimbing II Tanggal: <u>30 September 2019</u>

Mengetahui,  
Dekan

  
**Said Romadlan, S.Sos., M.Si.**

## ABSTRAK

Judul Skripsi : Bahasa Siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di *Facebook*  
Nama : Idris Saripudin  
NIM : 1506015082  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Komunikasi Massa  
Halaman : 221 + xii halaman + 8 gambar + 7 tabel + 35 lampiran + 35 bibliografi

Kata Kunci: Bahasa Siber, Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*), *Facebook*, Etnografi Virtual, Manga Jepang, dan Anime Jepang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana bahasa siber dari Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook yang meliputi bahasa verbal, tagar, bahasa nonverbal, dan fenomena alih kode dan campur kode bahasa di dalam grup virtual tersebut.

Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) atau biasa disebut KOI (S2) sebagai grup Facebook dibuat pada tanggal 3 Desember 2014 dan telah memiliki lebih dari 211.000 anggota. Saat ini KOI (S2) dengan kategori grup tertutup dikelola oleh 5 orang admin dan 17 moderator. KOI (S2) juga menetapkan peraturan yang harus ditaati oleh setiap anggota di dalam grup agar tidak melanggar dari kebijakan komunitas yang telah ditetapkan oleh Facebook.

Rumusan masalah dalam penelitian ini membahas tentang bagaimana bahasa siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Menggunakan konsep bahasa verbal dan nonverbal, alih kode dan campur kode, dan analisis media siber dengan unit mikro level dokumen media. Metode yang digunakan adalah etnografi virtual dan teknik pengumpulan data observasi partisipan, analisis dokumen, dan wawancara mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 76 bahasa verbal (14 kata dalam bahasa Jepang, 46 kata dalam bahasa Inggris, dan 16 kata dalam bahasa Indonesia) yang telah diadaptasi, 11 tagar, dan 36 bahasa verbal (simbol-simbol) yang digunakan dalam *caption* pada unggahan di rentang waktu 21 Mei 2019 sampai dengan 19 Juni 2019.

Bahasa siber yang digunakan oleh KOI (S2) menjadikan interaksi di dalam grup menjadi lebih komunikatif dan praktis melalui alih kode dan campur kode. Hasil adaptasi dari bahasa-bahasa sebelumnya juga tidak terlalu merusak dari bahasa aslinya dan beberapa bahasa juga merupakan bahasa populer (gaul) di era digitalisasi media.

Penelitian berikutnya diharapkan menggunakan analisis isi etnografi dan analisis media siber dengan unit makro level objek media dan pengalaman agar mendapatkan hasil dari interaksi dan motif dalam realitas virtual, serta melengkapi dengan teori utama yang sesuai dengan susunan dari landasan pemikiran.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin skripsi dengan judul “Bahasa Siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di Facebook” telah selesai disusun pada prosesnya berkat pertolongan Allah Tuhan semesta alam melalui tangan-tangan pertolongan yang dikehendaki-Nya untuk etnografer yang lemah dan banyak kekurangan sebagai seorang hamba. Shalawat dan salam pun senantiasa dilantunkan untuk Nabi Muhammad yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman penuh hidayah.

Oleh karena itu, etnografer ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu etnografer dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Ayahanda Said Romadlan, S.Sos., M.Si. Dekan FISIP UHAMKA sekaligus Dosen Pembimbing II untuk penyusunan skripsi yang telah memberikan dukungan moril, semangat, dan bimbingan terbaik untuk etnografer segera menyelesaikan skripsi dan studi.
2. Ibunda Dini Wahdiyati, S.Sos., M.Si. Wakil Dekan I FISIP UHAMKA sekaligus Dosen Penguji II yang telah memberikan motivasi untuk menyelesaikan studi dan mengevaluasi hasil penelitian sehingga bisa selesai dengan matang dan sesuai perencanaan.
3. Ayahanda Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si. Wakil Dekan III FISIP UHAMKA yang senantiasa menaungi mahasiswa di FISIP UHAMKA dan memberikan dorongan untuk melakukan perubahan yang berkemajuan.
4. Ibunda Farida Hariyati, M.I.kom. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UHAMKA yang telah membantu etnografer dalam mengurus prosedur dan administrasi dalam pengajuan sidang skripsi.
5. Ibunda Dra. Tellys Corliana, M.Hum. selaku Dosen Pembimbing I untuk penyusunan skripsi yang begitu banyak membantu dalam penyusunan dan proses bimbingan sehingga etnografer bisa melanjutkan ke tahap

sidang skripsi sebagai bagian final dari episode perjalanan studi di FISIP UHAMKA dan lulus sesuai dengan perencanaan.

6. Ibunda Dr. Sri Mustika, M.Si. selaku Dosen Penguji I yang khususnya bagi etnografer telah memberikan banyak pelajaran hidup mengenai arti perjuangan menjadi seorang mahasiswa Komunikasi Massa untuk terus memberikan kebermanfaatan dan telah memberikan evaluasi terbaik dari hasil penelitian.
7. Civitas Akademik (Kepala Tata Usaha, Kasubag Akademik, Kasubag Keuangan, dan seluruh Staff Kesekretariatan) FISIP UHAMKA yang telah menjadi elemen penting di dalam proses penyusunan hingga pengajuan sidang skripsi.
8. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat, dukungan moril dan materil sehingga etnografer bisa terus melanjutkan studi di perguruan tinggi.
9. Surya, Anas, Ival, Harkat, dan Koko sahabat yang selalu memotivasi. Bayujati, Syamsul, Atik dan Nandya kawan seperjuangan dan ruang dialektika. Firda Fauza partner yang selalu membantu dan menemani selama etnografer dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. KM FISIP UHAMKA dan PK IMM FISIP UHAMKA Jaksel yang telah menjadi rumah dan memberikan begitu banyak pelajaran hidup mengenai cara memanusiaakan manusia dan berkontribusi untuk kemajuan Amal Usaha Muhammadiyah dan Persyarikatan.
11. Muhammad Rivaldo, Zack Ahmad, dan Nino Hartanto II (informan dari Komunitas *Otaku Indonesia Season 2*) yang telah bersedia meluangkan waktu dan menyumbangkan ide, gagasan, serta semua pemikiran yang sangat berharga sebagai informasi dan data dari penelitian ini.

Jakarta, 17 Agustus 2019

Idris Saripudin



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	13
1.3 Pembatasan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Kontribusi Penelitian .....	14
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian .....	15
1.7 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II LANDASAN PEMIKIRAN</b> .....	<b>18</b>
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	18
2.2 Paradigma Konstruktivisme .....	21

2.3 Hakekat Komunikasi .....	26
2.4 Komunikasi Massa .....	24
2.5 Bahasa Verbal dan Nonverbal .....	32
2.6 Alih Kode dan Campur Kode .....	38
2.7 Analisis Media Siber .....	40
2.8 Etnografi Virtual .....	44
2.9 Perkembangan Teknologi Komunikasi .....	48
2.10 Media Sosial .....	54
2.11 Budaya Siber .....	60
2.12 Bagan Kerangka Penelitian .....	69
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>71</b>
3.1 Pendekatan, Metode Penelitian, dan Jenis .....	71
3.2 Pemilihan Media .....	73
3.3 Unit Analisis dan Unit Pengamatan .....	75
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	76
3.5 Teknik Analisis Data .....	79
3.6 Bagan Alur Penelitian .....	81
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	81
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>84</b>
4.1. Subjek Penelitian .....	84
4.2. Hasil Penelitian .....	93
4.3. Pembahasan .....	207
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>219</b>

5.1. Simpulan ..... 219

5.2. Saran/Rekomendasi ..... 220

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP PENELITI**

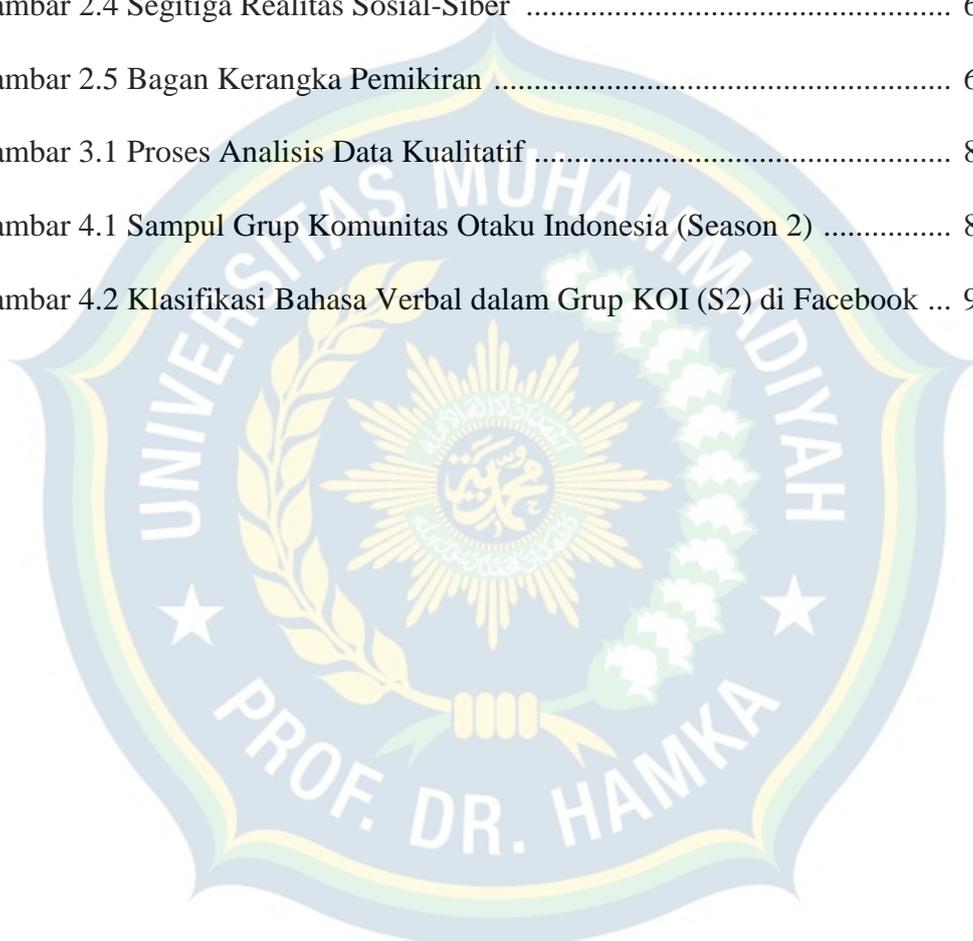


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Dimensi Paradigma Konstruktivis .....	23
Tabel 2.2 Etnografi Komunikasi dalam Paradigma Konstruktivisme .....	25
Tabel 2.3 Analisis Media Siber .....	43
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	82
Tabel 4.1 Penggunaan Bahasa Verbal pada Komunitas <i>Otaku</i> Indonesia ( <i>Season 2</i> ) di <i>Facebook</i> .....	101
Tabel 4.2 Penggunaan Tagar ( <i>Hastag</i> ) pada Komunitas <i>Otaku</i> Indonesia ( <i>Season 2</i> ) di <i>Facebook</i> .....	162
Table 4.3 Penggunaan Bahasa Nonverbal pada Komunitas <i>Otaku</i> Indonesia ( <i>Season 2</i> ) di <i>Facebook</i> .....	175

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Gudykunst dan Kim .....	29
Gambar 2.2 Level dalam Analisis Media Siber .....	42
Gambar 2.3 Model Komunikasi Termediasi Komputer .....	53
Gambar 2.4 Segitiga Realitas Sosial-Siber .....	61
Gambar 2.5 Bagan Kerangka Pemikiran .....	69
Gambar 3.1 Proses Analisis Data Kualitatif .....	80
Gambar 4.1 Sampul Grup Komunitas Otaku Indonesia (Season 2) .....	86
Gambar 4.2 Klasifikasi Bahasa Verbal dalam Grup KOI (S2) di Facebook ...	94



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Cantoni & Tardini, menjelaskan (dalam Mauludi, 2008: xv) bahwa saat ini alat komunikasi digital (teknologi informasi dan komunikasi) tengah berkembang di seluruh dunia. Perkembangan ini jelas memiliki dampak yang mendalam terhadap kehidupan masyarakat seperti cara berkomunikasi dan berinteraksi, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam kegiatan profesional. Kehidupan dan kegiatan sosial juga ikut berubah. Misalnya, cara kita dalam mengakses, mengedit, dan berbagi dokumen (film, lagu, gambar, teks, atau jenis dokumen lainnya), cara kita berhubungan dengan pemerintah, mengakses layanan kesehatan, perbankan, layanan masyarakat, cara kita bekerja, bermain, belajar, membeli dan menjual, mencari informasi, bertemu dengan orang yang dikenal atau tidak dikenal, dan sebagainya.

Teknologi selalu menimbulkan perubahan bagi kehidupan masyarakat. Pada mulanya masyarakatlah yang menciptakan teknologi dan mengembangkannya, namun selanjutnya kehidupan masyarakat dipengaruhi oleh teknologi ciptaannya sendiri “Kita yang membentuk alat-alat dan setelah itu alat-alat yang membentuk kita,” kata Marshall McLuhan (dalam Mauludi, 2008: xvi) pakar media dan komunikasi asal Kanada. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, internet khususnya, dilema kita akan semakin rumit. Reed berpendapat (dalam Mauludi, 2008: xvi) “Kita semua menyadari

bahwa internet bersama dengan perangkat keras dan perangkat lunak digitalnya yang terus berubah itu telah mengubah dunia, mengubah kita. Tapi kebanyakan dari kita tidak begitu yakin akan perubahannya, dan apakah itu lebih baik atau buruk”.

Seperti dijelaskan Leaning (dalam Mauludi, 2008: xvii), untuk memahami konsepsi teknologi, khususnya internet, kita harus melihat konsepsi yang lebih luas dan dalam tentang bagaimana teknologi bekerja. Lebih khusus lagi, perhatian harus terfokus pada gagasan tentang teknologi dan hubungannya dengan masyarakat di dalam bentuk sosial budaya dan modernitas. Teknologi memberikan dampak bagi masyarakat namun masyarakat sebagai pengguna juga memiliki peran yang menentukan bagaimana teknologi itu diciptakan, diadaptasikan dan digunakan dalam konteks sosial, budaya, dan politik yang spesifik (Mauludi, 2008: 25).

Sadar ataupun tidak, internet sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari realitas kehidupan kita sehari-hari. Akses internet yang semakin mudah dan murah memberikan kontribusi tak terhingga bagi realitas virtual dari entitas atau pengguna (*user*) di ranah virtual. Seolah-olah, bisa dikatakan, entitas menjadi terikat dengan dunia virtual dan dunia *offline-online* tidak hanya terhubung secara paralel, tetapi melebur dan menyatu (lihat Boelstroff, Nardi, Pearce, & Taylor, 2012: 2).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa teknologi dan perangkat media yang ada saat ini telah benar-benar merasuki segala aspek kehidupan seseorang. Terlepas dari tujuan dan manfaat apa yang didapat dari perangkat

tersebut, teknologi telah memberikan akses kepada seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat jejaring (*network society*) tanpa batasan-batasan demografis, budaya, sosial, dan sebagainya.

Castells (2011:162) menjelaskan mengenai perkembangan internet sebagai media baru mengemukakan bahwa bukanlah sebuah desa yang dikatakan seragam, melainkan masyarakat dalam jaringan global yang telah terhubung melalui *New Media* dalam suatu tatanan masyarakat jejaring (*Network society*). Menurutnya, media tidak lagi merupakan media massa melainkan sudah menjadi media berjejangan, atau jejaring yang bersifat multimedia interaktif, yang akan menjadikan komunikasi dunia suatu jaringan raksasa, suatu dunia yang saling terhubung.

Disadari ataupun tidak, evolusi dari teknologi dan media baru memberikan dampak yang bisa dikatakan mengepung segala aspek kehidupan manusia. Selain itu, kehadiran media baru memberikan dampak banjirnya informasi atau apa yang disebut Cross sebagai *too much information*. Mengutip penelitian yang dilakukan oleh Universitas California San Diego pada 2009, ditemukan bahwa dalam sehari informasi yang menjadi bahan konsumsi rata-rata warga Amerika berjumlah 34 *gigabytes* atau setara 100 ribu kata. Informasi itu akhirnya menjelma menjadi bahan yang dikapitalisasi dan uniknya lagi informasi itu bisa dikreasikan oleh siapa saja yang terhubung dengan internet.

Dampak lain adalah munculnya budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya. Budaya ini muncul dan

terdeterminasi salah satunya karena hadirnya media sosial yang memungkinkan secara perangkat siapa pun bisa mengunggah apa saja. Cross (2011: 25) bahkan memaparkan data pada 2011 yang menyebutkan dalam satu musim saja ada sekitar 159 juta publikasi di jurnal pribadi *online* atau *blog* atau setara dengan lebih 68 ribu publikasi baru setiap harinya. Pengungkapan tersebut bahkan menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan pengaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik. Sebuah status, misalnya, di dinding *Facebook* bisa saja bercerita tentang kondisi yang dialami oleh si pemilik akun, tetapi layaknya dalam proses komunikasi dua arah kepada siapa status itu disampaikan, pun tidak dapat dijelaskan. Sebab, siapa pun bisa membaca status tersebut dan siapa pun juga walau tidak dalam jaringan pertemanan si pemilik akun dapat mengomentarnya.

Contoh lainnya, di media sosial seorang pengguna bisa mengonstruksi dirinya menjadi siapa saja; bahkan realitas terbangun sangat bertolak belakang dengan realitas *offline*. Seorang pria bisa menjadi wanita, orang tua bisa menjadi anak-anak, atau pengangguran bisa menjadi direktur utama perusahaan di media sosial. Interaksi secara *online* tersebut dibatasi dan dimediasi oleh medium yang menjadi sumber referensi pengguna. Bisa jadi di antara ratusan atau ribuan orang yang menjalin pertemanan di *Facebook* sebenarnya hanya sebagian kecil yang pernah dijumpai di dunia nyata. Sisanya, pertemanan itu hanya terjadi di akun *Facebook* tersebut.

*Facebook* sendiri didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz, serta Chris Hughes yang merupakan mahasiswa di Universitas Harvard. Pada awalnya *Facebook* hanya diperuntukan bagi mahasiswa Harvard saja, kemudian diperluas untuk perguruan tinggi lain yang ada di Boston. Secara perlahan namun pasti, akhirnya situs jejaring sosial yang didirikan Mark ini, semakin meluas penggunaannya ke universitas lain. Setelah itu sekolah menengah atas juga bisa ikut menggunakan situs tersebut, dan akhirnya semua orang yang berusia 13 tahun juga dapat memiliki akun *Facebook*.

Pada dasarnya realitas internet memiliki dua pendekatan yang berbeda. Pendekatan pertama menunjukkan bahwa realitas di internet sama dengan realitas *offline*, sedangkan pendekatan lainnya menunjukkan bahwa realitas *offline* berbeda dengan *online*. Untuk melihat bagaimana sebuah realitas terjadi dan entitas berinteraksi di internet, Gotved (2006a) menawarkan sebuah skema realitas sosial-siber. Konsep tersebut memberikan arahan secara tradisional tentang aspek-aspek sosial dari realitas yang ada di internet dengan melihat atau melibatkan fitur-fitur teknologi. Pengguna sebagai entitas dan perangkat yang juga merupakan entitas memiliki peranan dalam mentransformasikan realitas di internet. Aspek-aspek ini menjadi penting karena model realitas sosial-siber ini menjadi dasar landasan teori dalam melihat apa yang terjadi di komunitas virtual. Interaksi yang ada di komunitas virtual dan nilai-nilai atau artefak budaya merupakan konsep-konsep sebagai sebuah pelengkap teori tentang riset di internet (Nasrullah, 2017: 18).

Internet juga tidak sekadar medium yang memberikan tempat berinteraksi diantara anggota komunitas virtual. Internet sebagai perangkat juga memberikan kontribusi dari terbentuknya dimensi-dimensi baru dari budaya. Malah bisa dikatakan kehadiran perangkat lunak (*software*) maupun keras (*hardware*) memiliki pengaruh yang tidak sedikit untuk terjadinya realitas sosial-siber (Nasrullah, 2017: 19).

Konteks waktu dan ruang tidak dipandang secara normatif sebab dalam berbagai pembahasan terkait teknologi internet seolah-olah keberadaan waktu dan ruang menjadi kabur bahkan menghilang di antara pengguna. Padahal, dimensi-dimensi ini memberikan kontribusi terhadap penciptaan realitas sosial-siber. Dalam dimensi waktu atau temporal menunjukkan bagaimana waktu dilihat sebagai kronologi dari segala sesuatu, tahap demi tahap sebagaimana jam bergerak, maupun proses penuaan yang terjadi pada manusia (Gotved, 2006a: 172). Waktu merupakan dimensi yang akan menghasilkan kategori pemaknaan (*meaning*), orientasi (*orientation*), maupun regulasi (*regulation*) (Nasrullah, 2017: 20).

Waktu menjadi dimensi yang dibutuhkan dalam pembentukan kultur yang nantinya menjadi realitas sosial-siber. Begitu juga dalam komunikasi atau interaksi yang terjadi di internet, waktu menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan. Waktu bahkan menjadi sebuah sejarah (*history*) dan dasar dari sebuah konstruksi sosial (lihat Elias, 1992). Batasan antara kultur/pemaknaan dengan struktur/orientasi ditunjukkan dengan adanya stabilitas dan kesepakatan yang ada di dalam organisasi atau kumpulan tersebut. Orientasi

juga bisa dipandang sebagai pola-pola memori yang memiliki relasi terhadap kultur yang dibentuk berdasarkan waktu serta harapan dan keinginan dari relasi akibat interaksi individu (Gotved, 2006b: 475).

Waktu juga bisa ditunjukkan dengan tanggal maupun jam. Juga, kronologi dari realitas sosial-siber yang terjadi. Kondisi ini bisa dilihat dari bagaimana sebuah arsip (*archive*) dari konten yang dipublikasikan di media sosial. Semua kronologi itu merupakan waktu yang memberikan orientasi, baik kepada pengguna maupun pengakses, bagaimana interaksi itu terjadi di media sosial. Di media sosial dalam sebuah grup di *Facebook* ada model grup tertutup di mana setiap pengguna yang ingin bergabung harus mengajukan diri dan menunggu disetujui oleh administrator grup tersebut. Pemahaman ini bisa menunjukkan bahwa waktu itu dilihat dalam konteks tertentu dan tergantung dari bagaimana memandangnya di internet. Orientasi serta struktur yang terbentuk dari interaksi di internet ini akan menghasilkan regulasi. Sebagai salah satu aspek dimensi waktu, regulasi memberikan arah bagaimana berkomunikasi di dunia virtual (Nasrullah, 2017: 21).

Dimensi selanjutnya dari realitas sosial-siber adalah dimensi ruang. Konsep ruang merupakan konsep tempat, lokasi, wilayah, geografis, maupun keberadaan. Namun, ruang tidak hanya dilihat secara normatif, tetapi sebagai sebuah upaya melihat karakter yang ada di dalamnya. Ruang juga tempat terjadinya interaksi manusia yang menghasilkan kultur, struktur, juga regulasi. Dalam realitas sosial-siber, dimensi ruang memunculkan perspektif terhadap re/konstruksi, penampakan (*visibility*), maupun praktik. Dimensi ini berada di

tepi terluar yang meliputi dimensi waktu. Ini bermakna bahwa ketika melihat dimensi ruang dalam pembentukan realitas sosial-siber harus pula melibatkan dan menggunakan perspektif dimensi waktu secara bersamaan (Nasrullah, 2017: 21).

Ruang dalam segitiga skema realitas sosial-siber akan membentuk apa yang disebut sebagai sisi re/konstruksi. Bagi Gotved (2006a: 175) merupakan landasan untuk memasuki atau membahas media siber. Di ranah ini semua bahasa, relitas, objek, analogi, ekspresi, maupun objek yang berada di dunia nyata dikonstruksi atau direkonstruksi di dunia siber. Semua ranah tersebut menjadi pengalaman yang ditunjukkan dengan ruang atau melalui layar komputer. Ruang virtual menjadi lokasi di mana interaksi sosial berjalan dan *virtual society* ada. Media sosial adalah arena pemaknaan sebuah realitas virtual yang seiring berjalannya waktu menjadi semacam budaya internet. Pengguna yang terkoneksi di media sosial merupakan anggota komunitas sekaligus anggota masyarakat/negara virtual yang lebih luas. Interaksi yang terjadi di media sosial itu mengambil lokasi di perangkat media sosial layaknya tempat-tempat di dunia nyata (Nasrullah, 2017: 22).

Kehadiran pengguna di ruang virtual ini diwakili apa yang dalam bahasa teknologinya disebut antarmuka (*interface*). Antarmuka memediasi pengguna terhubung ke internet melalui layar komputer dan berada dalam jaringan yang menghubungkan dengan pengguna lain. Misalnya, untuk menandakan bagaimana kehadiran seseorang di media sosial adalah proses dari re/konstruksi profil diri yang diunggah dan bisa diakses oleh pengguna

lain. Bagaimana re/konstruksi dan penampakan media sosial merupakan praktik dari interaksi serta komunikasi antarpengguna. Jika disematkan, dengan dimensi waktu, praktik-praktik yang ada akhirnya akan membentuk regulasi dan berujung pada realitas sosial-siber (Nasrullah, 2015a).

Bahasa (teks) di media siber mengalami perubahan yang dalam pandangan Crystal (dalam Nasrullah, 2017: 82) bahasa internet atau *internet language* merupakan medium keempat setelah bahasa tulis (*writing*), bahasa berbicara (*speaking*), dan bahasa tanda (*signing*). Atau bagaimana pengaruh teknologi pada akhirnya memunculkan apa yang disebut dengan ikon emosi (*emoticon*).

Di Jepang istilah budaya populer sulit dicari padanannya. Menurut Hidetoshi Kato (Powers & Kato, 1989) istilah ini dapat disamakan dengan terminologi *Taishu Bunka*. Namun penyamaan ini juga bukannya tanpa masalah karena pengertian *Taishu Bunka* sendiri adalah budaya massa (*Mass culture*). Terlebih konsep *Taishu bunka* sendiri bersifat egaliter dan tidak membedakan antara entitas massa dan elite atau antara orang berstatus sosial tinggi dan rendah. Budaya populer Jepang atau selanjutnya disingkat J-pop umumnya meliputi pertunjukan televisi, Film, *comic/manga*, *anime*, musik, dan *fashion*<sup>2</sup>. Dari semua ini yang paling populer di Indonesia adalah *anime* dan *manga*.

*Otaku* adalah istilah atau sebutan dalam bahasa Jepang yang dipakai untuk orang yang terduga-gila pada budaya visual modern Jepang, seperti komik Jepang (*manga*), kartun Jepang (*anime*), *game*, *cosplay*, dan lain-lain.

Kata *otaku* sendiri berarti “rumahmu” atau “kamu” dan mempunyai konotasi formal. Tetapi sejak tahun 80-an, kata “otaku” dipakai dalam makna lain. Awalnya adalah ketika kalangan penggemar anime dan manga (komik) ketika bertemu dan saling menyapa “Bolehkah saya melihat koleksi kamu?” dengan menggunakan bahasa yang sopan. Istilah *otaku* berasal dari *creator* Macross (1982) yaitu Shoji Kawamori dan Haruhiko Mikimoto yang bekerja di studio Nue. Keduanya belajar di Universitas Keio yang terkenal sebagai institusi pendidikan terhormat, mereka menggunakan kata *otaku* untuk saling menyapa. Kemudian staff Studio Nue juga turut menggunakan sapaan *otaku*, sehingga menular ke kalangan *fans* Macross.

*Otaku* lahir dan berkembang karena pengaruh perkembangan teknologi dan masyarakat sendiri yang melahirkan dan membuat identitas untuk mereka. Menurut *Volker Grassmuck* dalam artikel “Sendiri Tapi Tak Kesepian” (terjemahan) tahun 1990, bahwa dalam banyak hal, *otaku* adalah bagian dari fenomena media. Media adalah salah satu sebab utama kemunculan mereka, kemudian media jugalah yang menciptakan nama untuk mereka. Mereka hidup di dalam dunia maya-informasi yang disediakan oleh media, dan bahkan penelitian tentang *otaku* sebenarnya adalah penelitian tentang sejarah media.

Menjadi seorang *otaku* ditengah budaya Indonesia yang penuh dengan interaksi langsung antar sesama manusia, tentunya menjadi satu tantangan tersendiri bagi seorang *otaku*. *Otaku* umumnya memilih untuk menyendiri dan menghabiskan waktunya untuk membaca komik, menonton film animasi atau hanya sekedar berfantasi dengan model *figure* yang dimilikinya. Di Indonesia,

fenomena *otaku* dapat dilihat dari maraknya *fanbase* atau perkumpulan *anime*. Awal berdirinya perkumpulan tersebut atas dasar minat terhadap budaya Jepang, yang mendorong lahirnya forum-forum diskusi di internet yang mengakomodasi segala bentuk kebutuhan *otaku* mulai dari obrolan group tentang suatu *anime* atau idol group, hingga munculnya *Japan Matsuri* atau festival budaya Jepang yang dijadikan satu dengan kebudayaan Indonesia menghasilkan sebuah dilema baru.

Di satu sisi, *otaku* diajak untuk berinteraksi dengan berbagai lapisan masyarakat yang tidak memiliki kegemaran yang sama, tetapi memiliki akses untuk masuk ke dalamnya dan berusaha untuk berinteraksi dengan para *otaku*, namun di sisi lain, hal ini justru akan mengokohkan eksistensi *otaku anime* untuk berinteraksi dengan sesamanya. Interaksi yang kemudian menjadi wadah untuk saling bertukar informasi, bertukar barang, hingga saling berbagi obsesi dan opini. Banyaknya simbol yang dipertukarkan dalam interaksi yang dilakukan oleh *otaku*, menjadikan interaksi tersebut sebagai peristiwa komunikasi tempat dimana tanda dikonsumsi dan diinterpretasikan ulang. Dalam interaksi tersebut, pelaku (*otaku*) memilih, memeriksa, menahan, menyusun kembali dan mengubah makna untuk mengetahui situasi dimana ia ditempatkan dan arah dari tindakan-tindakannya.

Mengutip artikel pada situs KAORI Nusantara dalam ringkasannya mengenai Studi Ilmiah “*Otakuology: A Dialogue*” oleh Patrick W. Galbraith dan Thomas Lammare, dalam *Mechademia 5: Fanthropologies* (University of Minnesota Press, 2010: 360-374). Lammare dengan pendekatan kajian media

lebih melihat *otaku* sebagai suatu bentuk relasi sosial baru dengan dan melalui media. *Otaku* tidak hanya mengonsumsi media secara pasif, tetapi aktif memproduksi makna hingga membentuk hubungan sosial baru. Sementara Galbraith dengan pendekatan etnografi menelaah secara kritis bagaimana *otaku* dinarasikan dalam konteks waktu dan tempat yang berbeda-beda, siapa yang menarasikannya, serta apa konsekuensi dari berbagai narasi yang ada mengenai *otaku*.

Komunitas *Otaku* merupakan sebuah subkultur. Subkultur adalah suatu komunitas rasial, etnik, regional, ekonomi, atau sosial yang memperlihatkan pola-pola perilaku yang membedakannya dari subkultur-subkultur lainnya dalam suatu budaya atau masyarakat yang melingkupinya. (Mulyana, 1993: 20).

Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana bahasa siber yang merupakan artefak budaya komunikasi dari komunitas *Otaku* melalui penelitian bahasa siber dalam grup *Facebook* Komunitas *Otaku* Indonesia *Season 2*. Sebab etnografi virtual merupakan salah satu cara untuk mendekati fenomena di internet (Hine, 2000). Metode ini mencoba merekam bagaimana budaya, interaksi, maupun struktur yang membentuk realitas sosial siber (Gotved, 2006a).

Namun sebaliknya, etnografi virtual khususnya pada jejaring sosial (*social networks sites*) tidak melihat pada keterikatan secara geografis, konteks tempat (*place*) tergantikan oleh konsep ruang (*space*). Ruang inilah yang terbangun melalui pertemuan pengguna pada keterhubungan secara

berjaringan melalui mediasi internet, karenanya etnografi virtual tidak fokus pada keberadaan individu di suatu tempat namun lebih kepada keberadaan individu dalam sebuah sistem interaksi yang berjaringan.

## 1.2 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi kajian dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana bahasa siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di *Facebook*?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan masalah yang menjadi kajian dalam penelitian ini di antaranya:

1. Bahasa verbal dan nonverbal
2. Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*)
3. *Facebook*

## 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini untuk memahami bahasa siber Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*) di *Facebook*.

## **1.5 Kontribusi Penelitian**

### **1.5.1 Kontribusi Akademis**

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan studi ilmu komunikasi melalui analisis isi etnografi dengan konsep etnografi virtual dan bahasa verbal dan nonverbal. Selain itu, penelitian ini semoga dapat memberikan panduan untuk melihat bagaimana bahasa siber komunitas *otaku* di *Facebook*. Selain itu, etnografi virtual juga merupakan ilmu sekaligus metode penelitian dalam ilmu sosial untuk memahami realitas sosial-siber.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Secara metodologis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian- etnografi lainnya yang dapat dikembangkan melalui penelitian sejenis di kemudian hari. Karena pada perkembangan metode penelitian komunikasi yang mengarah pada masalah-masalah yang bersifat kualitatif, etnografi komunikasi khususnya etnografi virtual merupakan salah satu pendekatan yang masih jarang digunakan. Etnografer menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode observasi partisipan, yakni dengan bergabung langsung dengan Grup Komunitas yang diteliti sebagai bahan pengumpulan datanya. Selain itu, etnografer juga menggunakan metode analisis dokumen dan wawancara mendalam sebagai penguatan dari hasil penelitian.

### 1.5.3 Kontribusi Sosial

Peneliti juga mempunyai peranan penting dalam kehidupan sosial. Secara sosial, penelitian ini memiliki kontribusi untuk menambah pengetahuan dan mengenai bahasa siber komunitas *otaku* Indonesia. Karena hasil dari penelitian etnografi virtual adalah deskripsi bahasa melalui proses yang eksploratif selama observasi dilaksanakan. Selain itu penelitian ini juga bisa menjadi referensi untuk mengkaji perubahan lingkungan budaya dalam kelompok masyarakat tertentu khususnya dalam melihat perubahan budaya siber.

### 1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki kelemahan dan keterbatasan yang menjadi catatan dan bahan untuk dievaluasi dan diperbaiki pada penelitian yang akan datang. Adapun kelemahan dan keterbatasan penelitian ini adalah:

1. Kelemahan penelitian ini terdapat pada hasil dari metode etnografi virtual yang hanya berupa deskripsi hasil analisis media siber pada unit mikro di level dokumen media dan tidak menggunakan analisis unit makro.
2. Keterbatasan penelitian ini terdapat pada akses dengan informan baik perantara komunikasi maupun mengatur jadwal pertemuan sehingga peneliti mengalami keterlambatan dalam proses pengolahan data. Adapun keterbatasan lain adalah kestabilan jaringan internet karena penelitian ini berada di ranah virtual.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **1.7.1 Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini etnografer menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian yang menyangkut hal-hal mengenai perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet (media baru), beberapa contoh fenomena dari media sosial, budaya siber, etnografi virtual, bahasa siber, budaya populer jepang, sejarah dan latar belakang *otaku*, dan hubungan dari latar belakang tersebut. Serta berisi rumusan masalah penelitian, batasan masalah penelitian, tujuan penelitian, kontribusi penelitian dan sistematika penulisan.

### **1.7.2 Bab II Landasan Pemikiran**

Pada bab ini diawali dengan penjelasan mengenai kajian penelitian terdahulu. Penjelasan berikutnya mengenai paradigma konstruktivisme, hakekat komunikasi, konteks komunikasi massa, bahasa verbal dan nonverbal, analisis media siber, etnografi virtual (definisi, prinsip-prinsip etnografi virtual, prosedur etnografi virtual, dan isu-isu dalam etnografi virtual), perkembangan teknologi komunikasi (sejarah perkembangan teknologi komunikasi, perkembangan internet, media baru, dan komunikasi termediasi komputer), media sosial (definisi, karakteristik media sosial, jenis-jenis media sosial, media sosial dan masyarakat berjejaring, dan Facebook), dan budaya siber (definisi, realitas sosial siber, representasi identitas di media siber, bahasa di media siber, dan komunitas virtual).

### **1.7.3 Bab III Metodologi Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif, dan metode etnografi virtual. Teknik pengumpulan data sendiri menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi.

#### **1.7.4 Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan mengenai temuan-temuan yang telah disusun sesuai dengan rumusan masalah yang ada. Sub bab yang pertama menjelaskan secara deskripsi naratif mengenai subjek penelitian yaitu Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*). Sub bab selanjutnya memaparkan hasil penelitian yaitu bahasa verbal, penggunaan tagar, dan bahasa nonverbal yang terdapat di dalam grup Facebook pada Komunitas *Otaku* Indonesia (*Season 2*). Dan pada akhir bab peneliti membahas terkait hasil penelitian dengan teori dan konsep yang telah ditentukan sebelumnya, keterkaitan ini dijelaskan secara deskripsi naratif.

#### **1.7.5 BAB V Penutup**

Bab ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian secara jelas dan singkat dengan sistem pointitasasi. Kesimpulan dari penelitian ini mencakup hasil serta pembahasan dengan singkat. Bab ini juga memberikan sara-saran yang meliputi rekomendasi akademis, metodologis, praktis, dan sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Aloliliwei. 2011. *Gatra-gatra Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anshori, Dadang. 2016. *Etnografi Komunikasi Perspektif dan Bahasa*. Depok: Rajagrafindo Persaja.
- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hebdige, Dick. 1979. *Subculture, the Meaning of Style*. London: Methuen.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Kuntjara. Esther. 2006. *Penelitian Kebudayaan Sebuah Panduan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Metode Penelitian Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2018. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Etnografi Virtual*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenada Media.

- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Cybermedia*. Jakarta: Prenada Media.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Pangaribuan, Tagor. 2008. *Paradigma Bahasa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ruben, Brent D. Stewart, Lea P. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia (Edisi Kelima)*. Depok: PT. Raja Grafindo.
- Sihabudin, Ahmad. 2013. *Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Spradley, J.P. 1997. *Metode Penelitian Etnografi*. Yogyakarta: Ti-ara Wacana Yogya.
- Stephen W, Littlejohn. Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Susanto. 2011. *Filsafat Ilmu: Suatu Kajian dalam Dimensi Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Titscher, Stefan. Dkk. 2009. *Metode Analisis Teks dan Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

**Sumber Internet (Google Scholar):**

- [Http://digilib.unila.ac.id/16169/128/BAB%20II.pdf](http://digilib.unila.ac.id/16169/128/BAB%20II.pdf) diakses pada 25 Januari Pukul 10:25 WIB.
- [Http://digilib.uinsby.ac.id/9068/5/bab%202.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/9068/5/bab%202.pdf) diakses pada 6 Mei 2018 Pukul 09:15 WIB.
- [Http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf) diakses pada 6 Mei 2018 Pukul 09:33 WIB.
- [Http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/9/6](http://www.jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/9/6) diakses pada 10 Juni 2018 Pukul 11:03 WIB.
- [Http://www.e-jurnal.com/2013/04/sejarah-manga.html](http://www.e-jurnal.com/2013/04/sejarah-manga.html) diakses pada 10 Juni 2018 Pukul 11.20 WIB.

[Http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/24900/Chapter%20I.pdf;jsessionid=05723A9AAA29C00E41085FE48D6E2C26?sequence=4](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/24900/Chapter%20I.pdf;jsessionid=05723A9AAA29C00E41085FE48D6E2C26?sequence=4) diakses pada 10 Juni 2018 Pukul 11.35 WIB.

[Http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/11405/7137](http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/11405/7137) diakses pada 10 Juni 2018 Pukul 11.43 WIB.

<http://eprints.unm.ac.id/10388/1/ARTIKEL.pdf> diakses pada 25 Januari 2019 Pukul 13.15 WIB.

<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/132913-SK%200012010%20Hay%20m%20-%20Media%20literacy%20-%20Metodologi%20.pdf> diakses pada 25 Januari 2019 pukul 17.45 WIB.

Aplikasi Kamus Besar Bahasa Indonesia, Versi 0.2.1 Beta, Badan Bahasa Kemendikbud, 2018.

Aplikasi Kamusku Inggris Indonesia, Versi 6.7.3, Kodelokus Cipta Aplikasi, 2019.

