

Budaya Populer sebagai Medium Perlawanan dan Penghindaran: Studi Kasus Situs Kaskus

Aditya Eko Adrianto
Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung
Jalan Raya Jatinangor KM. 21 Sumedang

ABSTRACT

The purpose of this study is to show how popular culture is formed and its influences of the community in the digital age. The data collected from Kaskus is analyzed to show how popular culture can become a medium of resistance and evasion against the dominant culture. Furthermore, throughout its development, Kaskus transformed from a social networking website into information/news website. Analyzed from kitsch standpoint, Kaskus is also actively using its potential to earn profit from its popularity in the community. Thus, using Cultural Capital and Field concepts popularized by Pierre Bourdieu, Kaskus, as a popular culture, can be analyzed thoroughly.

Keywords: popular culture, kaskus, kitsch, resistance, evasion

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari. Saat ini, kehidupan sosial masyarakat tidak hanya terjadi di dunia nyata, tetapi juga terjadi di dunia maya. Komunikasi dengan jarak antarbenua kini tidak lagi menjadi persoalan sejak ditemukannya internet pada akhir abad ke-20. Bersamaan dengan kemajuan internet, teknologi juga menciptakan berbagai macam alat komunikasi praktis yang tersambung dengan internet. Tidak hanya itu, situs-situs yang menyediakan layanan jejaring sosial semakin mudah ditemui di internet. Situs jejaring sosial ini yang kemudian menciptakan ruang sosial baru di dunia maya. Kemajuan ini menandai perpindahan kehidupan sosial dari ruang nyata ke dalam ruang maya. Indonesia tidak luput dari kemajuan internet. Indonesia bahkan menduduki peringkat ke-8 dunia dengan pengguna internet lebih dari 100 juta jiwa di tahun 2015 (Chandratatuna, 2013). Internet menjadi

penemuan yang sangat memengaruhi kehidupan masyarakat dewasa ini. David Bell (2006) juga menambahkan bahwa “*technological artefacts become embedded in their users’ everyday lives*” (Bell, 2006:43). Hal ini semakin menunjukkan bahwa teknologi dan produk-produknya sudah melebur dengan kehidupan manusia sehingga tidak dapat dipisahkan.

Pengaruh yang diakibatkan oleh internet begitu luas, bahkan hampir menyeluruh ke semua bidang. Perkembangan seni dan budaya tidak luput dari kemajuan teknologi internet. Dengan kemudahan akses melalui internet, penyebaran seni dan budaya dapat dilakukan secara instan. Produk seni dan kebudayaan dapat dengan mudah dibeli atau bahkan ditiru dengan mudah. Di sisi lain, keberadaan situs jejaring sosial menciptakan ruang baru bagi masyarakat dalam berkreasi. Semua hal dapat ditulis, digambar, diciptakan ke dalam layar komputer, sehingga masyarakat perlahan mulai meninggalkan media seni di dunia nyata

dan memilih perangkat seni yang ditawarkan oleh dunia maya.

Situs Kaskus adalah salah satu tonggak awal yang menandai era digital di Indonesia. Sejak berdiri pada tahun 1999, Kaskus kini telah menjelma menjadi situs komunitas terbesar di Indonesia dengan 4,5 juta pengguna aktif. Untuk menganalisis Kaskus secara menyeluruh, penulis menggunakan dua konsep yang dipopulerkan oleh Pierre Bourdieu, yakni *Modal* dan *Ranah*. Selain itu, penulis juga mencoba memahami Kaskus melalui sudut pandang Kitsch karena Kaskus juga memanfaatkan popularitasnya untuk mengeruk keuntungan dari penggunaannya.

Dua istilah yang dijabarkan oleh Pierre Bourdieu, *Modal* dan *Ranah*, serta kitsch dapat menjadi kaca mata dalam memahami bagaimana Kaskus mampu menjadi salah satu budaya populer di Indonesia. Selain menggunakan tulisan-tulisan Pierre Bourdieu yang dirangkum dalam buku Richard Hacker, (*Habitus x Modal*) + *Ranah = Praktik* (2009), digunakan beberapa tulisan untuk menganalisis Kaskus. Raymond Williams dengan tulisannya *Culture and Masses* (2005) akan ikut menggambarkan bagaimana makna kata 'budaya' dan 'massa' berkembang dari abad ke abad. John Fiske dalam bukunya yang berjudul *Reading the Popular* (2005) juga akan ikut mengembangkan definisi dari budaya populer. Joanne Finkelstein dalam bukunya *The Art of Self Invention* (2007) menggambarkan adanya keterkaitan langsung antara budaya populer dengan identitas masyarakat

Dalam pembahasannya, tulisan ini akan dimulai dengan menjelaskan terlebih dahulu asal mula budaya populer dari segi bahasa. Kemudian, budaya populer akan dipetakan karakteristiknya serta pengaruhnya terhadap masyarakat. Setelah karakteristik berhasil dipetakan, Kaskus akan dianalisis berdasarkan konsep *Ranah* dan *Modal* untuk mengetahui bagaimana Kaskus dapat menjadi budaya populer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asal Mula Budaya Populer

Pada tahun 1940-an, dua pemikir dari Mazhab Frankfurt I, yakni Max Horkheimer dan Theodor Adorno sudah mengkritik kemunculan produk-produk yang menjual kebudayaan populer di masyarakat. Dalam bukunya yang berjudul, *Dialectic of Enlightenment* (1944), terdapat sebuah bab yang berjudul *Culture Industry* 'Industri Kebudayaan'. Pada bab tersebut, Horkheimer dan Adorno menyerang industri kapitalis yang mulai memperjuangkan kebudayaan populer melalui media seperti majalah, buku, dan radio. Efek yang ditimbulkan begitu besar terutama pada sisi psikologis. Ketergantungan masyarakat terhadap produk budaya populer akan berakhir pada penguasaan pemikiran atau pola pikir (hegemoni) sehingga masyarakat akan terus menerus menjadi konsumen dari produk-produk tersebut demi tercapainya kepuasan. Pemikiran Horkheimer dan Adorno memiliki dasar yang kuat karena saat manusia mengejar "kepuasan" (dalam kasus ini budaya populer), maka faktor ekonomi tidak lagi menjadi penghalang.

Ketakutan Horkheimer dan Adorno terhadap efek dari budaya populer menjadi kenyataan di masyarakat kini. Kemajuan teknologi memudahkan manusia dalam mengakses ribuan informasi dari berbagai belahan dunia dalam genggamannya. Kini, budaya populer dengan mudah menjadi kiblat dari gaya hidup dengan bantuan media massa. Produk-produk budaya populer menjadi salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi. Oleh karena itu, sebelum mencari tahu apa yang menjadi daya tarik dari budaya populer, definisi mengenai budaya populer adalah poin penting yang harus dijawab terlebih dahulu. Sebelum memasuki penjabaran mengenai budaya populer, terlebih dahulu dijelaskan sejarah panjang dari setiap kata yang membentuk budaya populer, yakni kata *culture*

dan *masses*. Tanpa membahas setidaknya dua kata tersebut, pembahasan mengenai budaya populer tidak akan menyeluruh.

Raymond Williams dalam *Culture and Masses* pada buku *Popular Culture: A Reader* (2007) membahas berbagai macam kata kunci dalam mengartikan kebudayaan dewasa ini melalui perjalanan sejarahnya. Raymond Williams mengatakan bahwa kata *culture* adalah salah satu kata yang paling rumit dalam perbendaharaan bahasa Inggris karena tidak hanya memiliki sejarah yang panjang dalam perkembangannya, tetapi juga karena penggunaannya di era modern dalam konsep-konsep yang penting (2007:25). Dalam perkembangannya sejak abad ke-15, kata *culture* pada awalnya memiliki akar kata dari bahasa Latin, yaitu *“Colere’ [having] a range of meanings: inhabit, cultivate, protect, honor with worship”* (2007: 25). Pada penggunaannya, kata *culture* pada abad ke-15 hanya terbatas pada bidang pertanian atau bercocok tanam yang biasanya mengacu kepada hewan.

Satu abad kemudian, pada akhir abad ke-16, kata *culture* mulai digunakan untuk menggambarkan perkembangan manusia. Pada abad yang sama, kata *culture* berbagi makna yang sama dengan kata *civility*—yang merupakan akar dari kata *civilization* ‘peradaban’ (2007:26). Saya dapat menyimpulkan bahwa pada tahap ini, kata *culture* memiliki potensi dan tujuan untuk mengembangkan manusia menjadi manusia yang terdidik dan beradab. Perdebatan menjadi semakin rumit pada saat memasuki abad ke-18 dan mulai diadopsinya kata *culture* pada istilah-istilah penting sehingga menurut Williams,

It is clear that, within a discipline, conceptual usage has to be clarified. But in general it is the range and overlap of meanings that is significant. The complex of senses indicates a complex argument about the relations between general human development and a particular way of life, and between both and the works and practices of art and intelligence (2007:28).

Pada akhirnya kata *culture* mengerucut kepada tiga definisi, yakni hubungan antar-manusia, cara hidup dan karya manusia. Namun, ketika berfokus kepada kata *art* ‘seni’ pada definisi ketiga, Williams mengatakan bahwa pada era pasca-Perang Dunia I, muncul pembedaan antara *“high’ art (culture) and popular art and entertainment”* (29).

Perkembangan kata *culture* memiliki inti makna sebagai kata benda yang menerangkan perkembangan manusia yang bertujuan mengantarkan manusia ke peradaban. Walaupun pada akhirnya terjadi pemisahan antara seni tinggi yang dianggap sebagai kebudayaan dan seni populer dan pertunjukan yang dianggap lebih rendah, pada dasarnya memiliki tujuan yang sama pula, yakni mendidik suatu kelompok masyarakat agar menjadi beradab. Namun, sejarah mencatat bahwa budaya populer tidak pernah luput dari kuasa yang mengelilinginya sehingga selalu dikaitkan dengan kaum tidak terdidik dengan ekonomi kelas menengah. Ini selaras dengan apa yang dikeluhkan oleh Horkheimer dan Adorno mengenai budaya populer karena pada akhirnya penikmat budaya populer hanya menjadi objek dari kepuasan palsu yang ditawarkan produk budaya populer.

Di lain pihak, menurut Williams kata *masses* *“for the majority of a people have a long and abundant history. In most early descriptions the significant sense is of base or low, from the implicit and often explicit physical model of a society arranged in successive stages or layers”* (2007:29). Kutipan tersebut menunjukkan bahwa pada perkembangannya kata *masses* pada awal mulanya dikaitkan dengan kata ‘dasar’ atau ‘rendah’. Lebih jauh, kata *masses* sendiri tidak dapat lepas dari pembagian kelas pada masyarakat. Dengan demikian, kata *masses* sebenarnya memiliki muatan penting dalam menunjukkan opresi yang ditunjukkan oleh sang dominan.

Kata *mass* (bentuk tunggal dari kata *masses*) sendiri diambil dari bahasa Latin

massa yang bermakna, *"a body of material that can be moulded or cast"* (2007: 30). Tidak hanya berhenti di pembagian kelas sosial, kata *mass* sendiri bermakna 'sesuatu yang dapat dibentuk'. Definisi ini mengembangkan definisi dari kata *masses* dengan menebalkan pemahaman kita terhadap karakteristik dari massa. Lebih jauh, Williams juga menggarisbawahi kedekatan kata *masses* dengan kata *mob*. Kata *mob* sendiri lahir dari frasa dalam Bahasa Latin, yakni *"mobile vulgus – the unstable common people"* (2007: 30). Kata *masses* berkaitan erat dengan kata *culture* yang telah dijelaskan terlebih dahulu. Apabila *culture* dapat bermakna 'mendidik masyarakat' maka kata *masses* dapat dikatakan sebagai 'kumpulan orang yang tidak terdidik, vulgar, dan siap untuk dibentuk', sehingga dapat dipahami bahwa budaya populer memang tidak dapat lepas dari stigma rendah. Selain diperuntukan kepada massa – yang juga dapat dimaknai sebagai kelas rendah, kata *culture* sendiri memiliki muatan kuasa untuk membentuk dan mendidik masyarakat kelas rendah untuk beradab. Terakhir, Williams menutupnya dengan mengatakan bahwa, *"[t]he distinction is being made, or attempted, in these contrasting political uses, is between the masses as the SUBJECT and the masses as the object of social action"* (32). Pada akhirnya, massa yang menentukan nasibnya sendiri dalam roda ekonomi dan kehidupan sosial – menjadi objek industri atau subjek pengubah budaya.

Karakteristik Budaya Populer dan Pengaruhnya terhadap Masyarakat

John Fiske dalam bukunya *Reading the Popular* (2005) ikut menambahkan definisi dari kata *culture*, yakni sebagai *"the constant process of producing meanings of and from our social experience, and such meanings necessarily produce a social identity for the people in-*

olved" (2005: 1). Bagi Fiske, budaya tidak pernah diam dan terus berkembang. Makna budaya baginya adalah bagian dari praktik sosial yang akan berubah seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini kemudian menjadi dasar bagi argumentasi Fiske bahwa budaya populer juga merupakan konstruksi sosial. Menurut Fiske, *"[p]opular culture is made in relationship to structure of dominance. This relationship can take two main forms – that of resistance or evasion"* (2005:2). Dapat disimpulkan bahwa menurutnya pembentukan budaya populer tidak dapat dipisahkan dari campur tangan kuasa yang mendominasi sekaligus perlawanan dari kelompok minoritas. Pada titik ini, dapat dipahami ada dua karakteristik yang tampak pada budaya populer, yakni *resistance* 'perlawanan' atau *evasion* 'penghindaran'.

Lebih jauh, Fiske menambahkan bahwa *"[p]opular culture is the culture of subordinate who resent their subordination; it is not concerned with finding consensual meanings or with producing social rituals that harmonize social difference, as the liberal pluralist would have it"* (2005: 5). Pada dasarnya budaya populer tidak memiliki misi apa pun, tetapi lebih menekankan kepada ekspresi perlawanan atau ketidaksukaan minoritas terhadap budaya mapan. Namun, keberadaan budaya populer di masyarakat justru dimanfaatkan oleh industri untuk menghasilkan produk-produk budaya populer yang laku dijual. Hal tersebut didukung dengan pendapat Fiske, yakni *"[o]ur culture is a commodity culture, and it is fruitless to argue against it on the basis that culture and profit are mutually exclusive terms – that what is profitable for some cannot be cultural for others"* (4). Pada titik ini, massa budaya populer ditantang untuk memilih posisinya, yakni apakah menjadi subjek atau objek. Dengan hanya memosisikan diri menjadi objek, maka massa hanya akan menjadi objek dari produk-produk budaya populer yang dimanfaatkan oleh industri.

Tidak berhenti sebagai objek dari industri, industri budaya populer juga menawarkan identitas yang dipotret dalam produk-produknya seperti film, musik, dll. Joanne Finkelstein, dalam bukunya *The Art of Self Invention* (2007), mengatakan bahwa “[t]he emerging technical capacities of the cinematic camera, such as zooming, fading, dissolving, and juxtaposing images, had the effects of rearranging time and space and blurring distinctions between the interior and exterior, the private and the public” (2007:3-4). Menurutnya, film menawarkan dunia baru yang mengaburkan batas antara realitas dan fiksi. Dengan terhubungnya realitas dan fiksi, perubahan identitas melalui film bukan lagi hal yang mustahil. Namun, senada dengan Fiske, Finkelstein juga mengatakan bahwa film juga merupakan sarana penghindaran (*evasion*) dari realitas yang ada. Menurutnya, “[p]opular entertainments encourage us to understand the instability of the social world by representing it both as a stage upon which we act and form which we want to escape” (2007:15). Definisi dari massa yang ditawarkan oleh Raymond Williams masih sejalan dengan pendapat Fiske dan Finkelstein. Keduanya sepakat bahwa massa budaya populer tidak selamanya menjadi objek dari barang-barang konsumtif. Dengan mengambil posisi sebagai subjek, massa budaya populer ikut berperan dalam menentukan arah perkembangan budaya.

Karakteristik yang dimiliki oleh budaya populer adalah bertujuan untuk mendidik, memiliki massa kelas menengah, mempunyai muatan perlawanan dan penghindaran, dan berdiri sebagai subordinat budaya mayoritas. Di sisi lain, pengaruhnya kepada masyarakat dapat juga merugikan. Massa budaya populer dapat saja dibentuk identitasnya dan menjadi konsumen atas barang-barang yang sengaja diciptakan (konsumtif).

Kaskus dan Perkembangan Internet di Indonesia

Kemajuan teknologi dan industri yang begitu pesat mengakibatkan perubahan kehidupan sosial yang signifikan. Cita-cita manusia dalam memperpendek jarak dan memudahkan komunikasi tanpa batas benua terwujudkan dalam *Interconnection Network* (Internet). Internet adalah salah satu produk kemajuan teknologi yang berhasil mengubah kehidupan sosial dalam bermasyarakat di seluruh dunia. Indonesia tidak luput dari pengaruh kemajuan teknologi, khususnya internet. Meningkatnya penggunaan internet di Indonesia dalam 10 tahun terakhir, menempatkan Indonesia sebagai pengguna internet terbanyak pada urutan ke-8 di dunia (Movementi, 2013). Bersamaan dengan kemajuan internet, teknologi juga menciptakan berbagai macam alat komunikasi praktis yang tersambung dengan internet. Tidak hanya itu, situs-situs yang menyediakan layanan jejaring sosial semakin mudah ditemui di internet. Situs jejaring sosial ini yang kemudian menciptakan ruang sosial baru di dunia maya. Kemajuan ini menandai perpindahan kehidupan sosial dari ruang nyata ke dalam ruang maya. Lebih jauh, Bell (2006), yang mengutip Stephen Kline, mengatakan bahwa “*technology can be variously used to describe things, actions, process, methods, and systems*” (Bell, 2006:43).

Sebelum situs jejaring sosial populer di Indonesia, situs yang menyediakan layanan forum komunitas maya menjadi pilihan utama. Salah satu situs forum maya yang paling populer adalah *www.kaskus.co.id*. Berawal dari proyek tiga mahasiswa Indonesia yang berkuliah di Amerika Serikat, Kaskus, yang diambil dari frasa “kasak-kusuk”, kini menjelma menjadi komunitas online terbesar di Indonesia (Widiantoro, 2011). Dengan slogan “*KASKUS is providing freedom of speech*” atau ‘Kaskus menyediakan kebebasan berbicara’, menjadi

magnet tersendiri bagi pengguna internet. Tidak kurang dari 4,5 juta pengguna aktif tercatat sebagai anggota terdaftar pada tahun 2013 (Darwis, 2013).

Kaskus sendiri terbagi menjadi 120 subforum dengan topik diskusi yang berbeda-beda. Berbeda dengan forum yang lain, Kaskus menawarkan peraturan-peraturan dan bahasa yang unik. Penggunaan bahasa dan peraturan yang diterapkan mengerucut kepada pembentukan budaya dan tata krama baru. Dengan pengguna jutaan user, maka tidak berlebihan apabila Kaskus dapat dikategorikan sebagai budaya populer. Namun, untuk menjawab apakah kaskus memiliki karakteristik yang sama dengan budaya populer masih perlu ditelusuri dengan analisis berikut.

Analisis *Ranah* dan Modal pada Kaskus

Pierre Bourdieu, dalam pendahuluan yang ditulis Bagus Takwin dalam buku (*Habitus x Modal*) + *Ranah* = *Praktik* (2009), membagi analisis praktik sosial ke dalam tiga poin. Ketiga poin tersebut adalah habi-

tus, modal, dan *Ranah*. Pertama, habitus merupakan pola pikir yang dipelajari manusia setelah lahir dalam ruang dan waktu tertentu (2009:xvii). Habitus adalah hasil percampuran aktivitas manusia, pendidikan masyarakat, dan pengasuhan keluarga. Perubahan dan pembentukan habitus seseorang akan berkembang ke arah yang berbeda bergantung pada *Ranah*.

Kedua, *Ranah* adalah jaringan relasi dalam suatu tatanan sosial yang hadir terpisah dari kesadaran dan kehendak individual (2009:xvii). Kehadiran *Ranah* akan menghadirkan kebutuhan manusia akan modal dan habitus yang sesuai. Seseorang yang lahir dan besar di daerah pesisir akan memiliki habitus yang berbeda dengan seseorang yang lahir di daerah pegunungan. Anak pantai akan memiliki kepandaian dalam berenang dan mencari penghidupan di laut. Sebaliknya, anak gunung mungkin saja tidak dapat berenang, tetapi ia akan mampu mengenali dengan baik tipe-tipe tumbuhan yang dapat dimakan. Keahlian seseorang ini merupakan suatu bentuk kekuatan spesifik yang bekerja dalam *Ranah*. Kekuatan spesifik ini dinamakan oleh Bourdieu sebagai modal (2009:xx).

Manusia lahir, hidup, dan menyesuaikan diri dengan *Ranah*. Pada akhirnya, habitus dan modal manusia menyesuaikan diri dengan berbagai *Ranah* yang dipilih olehnya. Fenomena yang sama juga terjadi di dalam dunia maya. Kaskus yang menyediakan *Ranah* yang baru, luas, dan tidak mengadopsi peraturan di dunia nyata sehingga berperan dalam membentuk kehidupan sosial yang baru. Dengan slogan "*KASKUS is providing freedom of speech*", Kaskus menawarkan dua karakteristik yang dimiliki oleh budaya populer, yakni perlawanan dan penghindaran. Kaskus memiliki *Ranah* yang memungkinkan seseorang untuk menciptakan persona baru. Dengan persona baru tersebut, seseorang dapat bebas menghindari peraturan-peraturan yang ada di dunia nyata. Seseorang dapat dengan



Gambar 1

Kaskus berperan sebagai media informasi
Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)

bebas melanggar tata krama atau kesopanan yang telah dipatenkan di kehidupan nyata. Persona baru juga dapat menjadi medium dalam pergerakan melawan budaya mapan. Apa yang dilakukan oleh pengguna Kaskus senada dengan apa yang dikatakan Fiske (2005), yakni “[e]vasion is the foundation of resistance; avoiding capture, either ideological or physical, is the first duty of the guerilla” (2005: 9). Kaskus menawarkan tempat pelarian diri dari kejaran baik ideologi maupun fisik dan kemudian menjadi awal dari perlawanan.

Namun, dengan keberadaan budaya populer sebagai subordinat menjadikan Kaskus tidak dapat sepenuhnya lepas dari kehidupan nyata. Kaskus perlu menciptakan tembok-tembok baru dan peraturan-peraturan baru dalam menciptakan *Ranah-Ranah* yang membuat mereka dapat diterima dengan baik. Hal tersebut tercermin dari jumlah subforum yang telah mencapai lebih dari 120. Jumlah tersebut adalah angka yang fantastis karena pada awal berdirinya kaskus, kaskus hanya memiliki 4 subforum saja. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing dari pengguna merasa perlu menciptakan *Ranah* baru yang memungkinkan seseorang diterima secara seutuhnya. Sebagai contoh, dua penggemar klub sepak bola yang berbeda seringkali tidak menyukai satu sama lain sehingga masing-masing dari mereka perlu menciptakan dua *Ranah* baru di dalam kaskus sebagai upaya penghindaran.

Tidak berhenti sampai di situ saja, pengguna Kaskus menciptakan kode-kode bahasa baru dan memasukkan standar kesopanan baru dalam berdiskusi. Sebagai contoh, dalam berdiskusi, penggunaan sapaan yang paling lazim ditemui dalam kaskus adalah *gan* (kata ganti untuk laki-laki). Kata sapaan *gan* diambil dari kata *juragan*¹. Kata *gan* sendiri dalam penggunaan di Kaskus digunakan sebagai kata pengganti untuk menghormati sesama pengguna Kaskus. Selain kata *gan*, *Kaskus-*



Gambar 2

Subforum dalam Kaskus.

Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)

er (sebutan untuk pengguna Kaskus) juga menciptakan puluhan kata baru yang berbeda dengan apa yang disepakati bersama dalam Ejaan Yang Disempurnakan (EYD). Hal ini kembali menunjukkan resistensi pengguna Kaskus terhadap apa yang disepakati bersama dalam dunia nyata. Penciptaan kode-kode bahasa tersebut adalah bukti atas perlawanan dan penghindaran terhadap budaya mapan.

Kode-kode bahasa yang diciptakan oleh komunitas di dalam Kaskus ini lambat laun berubah menjadi peraturan di dalam *Ranah*. Secara tidak langsung, peraturan tidak tertulis ini menjadi keharusan bagi setiap pengguna untuk menaatinya. Kode-kode bahasa ini berubah menjadi modal yang harus dimiliki oleh setiap *Kaskuser*. Tentu saja ini akan memberikan gesekan terhadap setiap habitus yang dimiliki oleh *Kaskuser*. Kata *juragan* sendiri adalah kata serapan dari bahasa Sunda. *Kaskuser* asal Medan dari rumpun suku Batak tentu tidak mengenal penggunaan kata tersebut, tetapi suka tidak suka harus ditaati. Hal senada diungkapkan pula oleh Bourdieu. Menurut Bourdieu, kebutuhan *Ranah* menciptakan keharusan bagi individu untuk dapat berkompromi (2009:13). Keadaan ini memiliki kesamaan dengan definisi kata *masses* yang ditawarkan oleh Raymond Williams.

Menurut Williams, dalam penjelasan sebelumnya, kata *masses* memiliki kedekatan dengan kata *mob* yang cenderung mudah dibentuk. Oleh karena itu, perubahan penggunaan kode-kode bahasa pada dasarnya sangat memungkinkan untuk dilakukan karena tidak hanya merupakan bagian dari cara kerja *Ranah*, tetapi juga karena merupakan bagian dari karakteristik massa.

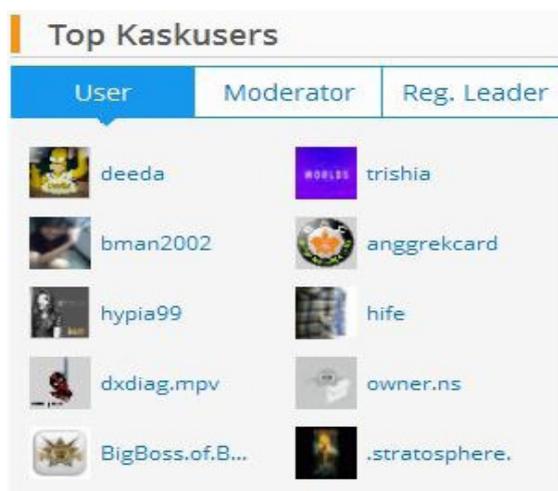
Karakteristik yang dimiliki oleh budaya populer terbukti dimiliki juga oleh Kaskus. Namun, terjadi perbedaan yang berada pada tingkatan Modal. Perlawanan dan penghindaran yang ditawarkan dalam tataran *Ranah* berubah bentuk menjadi Modal yang harus diperjuangkan oleh *Kaskuser*. Selain tata bahasa dan kesopanan, Kaskus juga memiliki bentuk Modal lainnya, yakni “pangkat”. Dalam menggunakan Kaskus, tiap-tiap *Kaskuser* memiliki kesempatan untuk memiliki “pangkat” yang dinilai berdasarkan banyaknya seorang *Kaskuser* aktif dalam berkomentar atau *posting*. Berikut adalah susunan pangkat tersebut:

0 - 99	<i>postingan</i>	<i>Newbie</i>
100 - 499	<i>postingan</i>	<i>Kaskuser</i>
500 - 749	<i>postingan</i>	Aktivis kaskus
750 - 999	<i>postingan</i>	<i>Kaskus holic</i>
1.000 - 3.999	<i>postingan</i>	<i>Kaskus addict</i>
4.000 - 9.999	<i>postingan</i>	<i>Kaskus maniac</i>
10.000 - 24.999	<i>postingan</i>	<i>Kaskus geek</i>
25.000 - 49.999	<i>postingan</i>	<i>Kaskus freak</i>
> 50.000	<i>postingan</i>	<i>Made in Kaskus</i>

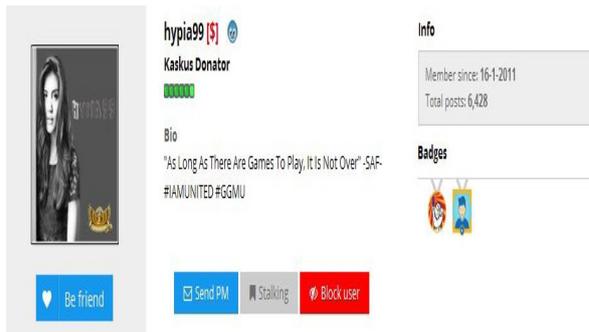
Pangkat yang disediakan dari Kaskus menambah kerumitan dari *Ranah* itu sendiri. Memiliki pangkat yang tinggi seringkali memengaruhi bagaimana ia diperlakukan di dalam Kaskus oleh *Kaskuser* yang lain. Pendapat yang ditawarkan oleh pemilik pangkat tinggi sering kali lebih diapresiasi dibanding pendapat dari *Kaskuser* dengan pangkat rendah. Terlebih, sistem pangkat ini juga memiliki muatan kuasa. *Kaskuser* yang telah mencapai 2000 *postingan* dan memiliki pangkat “*Kaskus addict*” dapat

memiliki kuasa untuk memberikan *Good Reputation Point* (GRP) sebagai hadiah dan *Bad Reputation Point* (BRP) sebagai hukuman. Keberadaan modal pangkat ini dalam Kaskus memunculkan kesempatan bagi *Kaskuser* memilih identitas yang diinginkan oleh dirinya.

Dalam Kaskus, lazim ditemui pengguna yang dikatakan sebagai “pengumpul cendol” dan “pengumpul bata”. Cendol adalah kata lain untuk *Good Reputation Point* (GRP) dan bata adalah kata lain dari *Bad Reputation Point* (BRP). Terkait dengan identitas, *Kaskuser* dapat memilih karakter yang diinginkan selama mengejar pangkat yang ditawarkan. Biasanya, “pengumpul cendol” bersifat baik, ramah, dan sering memberikan informasi positif sehingga *Kaskuser* yang lain sering menghadihinya dengan “cendol” (GRP). Sebaliknya, “pengumpul bata” biasanya bersikap kasar, vulgar, dan apatis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa ada identitas yang berusaha dibangun untuk dapat berkompromi untuk mendapatkan modal sekaligus untuk dapat diterima di dalam *Ranah*. Tentu saja hal ini berbeda jauh dengan standar normalitas yang diterapkan pada kehidupan nyata. Dalam kehidupan nyata,



Gambar 3
Pengguna aktif Kaskus akan mendapat penghargaan sebagai Top *Kaskusers*.
Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)



Gambar 4

Kaskuser “pengumpul cendol/
Reputasi Baik” sekaligus Donatur Kaskus
Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)



Gambar 5

Kaskuser “pengumpul bata/Reputasi Buruk”
Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)

orang tidak dapat semena-mena memilih untuk menjadi “jahat” untuk mendapatkan jabatan tertentu dan bebas dari kejaran hukum. Hal ini hanya dapat dimungkinkan di dalam dunia maya yang peraturannya tidak seketat di dunia nyata.

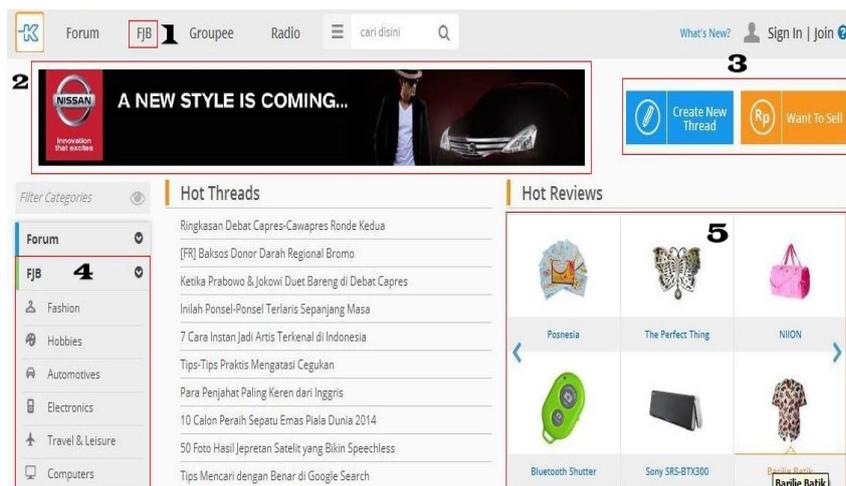
Perubahan identitas yang dilakukan oleh *Kaskuser* dalam mendapatkan modal pangkat ini senada dengan pendapat Finkelstein (2007). Baginya perubahan identitas adalah efek yang lazim karena pengaruh yang ditunjukkan oleh budaya populer. Finkelstein mengatakan bahwa “[a] common contemporary assumption, for instance, is that identity can be changed and improved. We understand that personation requires performance and identity, as result, is better considered as a public display more than a private state of being” (2007:26). Identitas adalah salah satu modal yang juga muncul dalam Kaskus. Dalam perkembangannya, identitas yang diciptakan dapat pula kembali dipandang sebagai bentuk perlawanan sekaligus penghindaran. Dengan identitas yang baru, *Kaskuser* menciptakan suatu persona yang kompleks, yakni berupa nama, *avatar*, dan reputasi yang berbeda dengan dirinya di dunia nyata. Oleh karena itu, penulis dapat menyimpulkan bahwa Kaskus berperan penuh tidak hanya sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga sebagai sarana yang mengedukasi penggunaannya untuk jeli memilih peran dalam mencapai tujuan yang

diharapkan—terpenuhinya modal yang dibutuhkan sehingga diterima sepenuhnya ke dalam *Ranah*.

Namun, di sisi lain, Kaskus juga memanfaatkan popularitasnya sebagai jejaring sosial. Seperti yang terlihat pada gambar 6, Kaskus menempatkan promosi barang-barang dan iklan pada halaman depan, bagian atas. Hal ini menunjukkan bahwa Kaskus berupaya menjadikan promosi lebih diutamakan ketimbang memberikan informasi kepada penggunaannya. Dipandang dari sudut pandang kitsch, Kaskus berupaya penuh dalam menghasilkan keuntungan juga. Senada dengan apa yang dikatakan oleh Peter Brooker (2003) bahwa kitsch dapat berupa objek budaya atau ikon budaya (Brooker, 2003:187). Kaskus dalam kasus ini adalah ikon budaya populer di Indonesia.

Berkaitan dengan identitas yang berusaha ditampilkan oleh pengguna Kaskus di atas, pada dasarnya pangkat yang dimiliki oleh pengguna Kaskus juga menentukan apakah dia sanggup menjadi penjual yang dapat dipercaya. Pada sisi ini, *Ranah* yang dimiliki Kaskus menjadi semakin kompleks. Pada akhirnya, identitas serta modal yang ditawarkan oleh Kaskus bermuara pada kredibilitas seseorang dalam mendapatkan keuntungan.

Kompleksitas *Ranah* serta modal yang ditawarkan oleh Kaskus sebagai ikon budaya populer berujung tidak hanya pada



Gambar 6
Kaskus melakukan promosi
untuk menghasilkan keuntungan.
Sumber: www.kaskus.co.id (diakses 18 Juni 2014)

perlawanan dan penghindaran, tetapi juga kepada edukasi dan fungsi ekonomis. Kaskus tidak lagi berupa jejaring sosial yang mengumpulkan penggunanya dalam satu wadah, tetapi menjelma sebagai media informatif yang memberikan nilai-nilai edukatif. Upaya Kaskus dalam mengeruk keuntungan juga dapat dimanfaatkan oleh pengguna Kaskus, tetapi diperlukan juga modal, yakni pangkat.

Terakhir, Jakob Sumardjo (2010) mengatakan bahwa seni (dan budaya) modern Indonesia tidak mengakar pada kebudayaan (asli) Indonesia, tetapi berakar pada paham barat (Sumardjo, 2010:78). Oleh karena itu, apa yang ditawarkan Kaskus adalah bentuk kebudayaan barat, tetapi telah mengalami proses akulturasi sehingga menciptakan *Ranah* unik yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya. Kemudian, Sumardjo juga mengatakan bahwa seni dan budaya seharusnya memiliki nilai guna praktis dan guna religi (Sumardjo, 2010:79). Peran edukasi yang ditawarkan oleh Kaskus menunjukkan bahwa budaya populer tidak hanya sekedar budaya rendah yang digemari oleh masyarakat, tetapi juga sebagai medium edukasi awal bagi masyarakat dalam memahami seni dan kebudayaan.

SIMPULAN

Budaya populer memiliki perjalanan yang panjang dari sudut pandang bahasa. Selain memiliki muatan mendidik, budaya populer juga ditujukan untuk kelas menengah. Kehadiran budaya populer juga tidak dapat dipisahkan dengan kuasa yang mengelilinginya. Industri memanfaatkan budaya populer sebagai komoditas untuk me-

raup keuntungan dari kelas menengah. Namun, di sisi yang lain, budaya populer juga menjadi medium bagi kelas menengah dalam melawan dan menghindari, baik dominasi fisik maupun ideologi. Budaya populer memiliki posisi sebagai subordinat budaya dominan. Oleh karena itu, ciri-ciri yang dimiliki oleh budaya populer juga dimiliki oleh budaya tinggi.

Di sisi lain, Situs Kaskus dalam kurun waktu 15 tahun berubah menjadi budaya populer. Dengan dukungan massa sebanyak 4,5 juta pengguna aktif, Kaskus memiliki semua karakteristik yang dimiliki oleh budaya populer, yakni memiliki unsur perlawanan dan penghindaran. Kaskus menawarkan *Ranah* baru yang memiliki potensi untuk menjadi basis penghindaran sekaligus perlawanan. Namun, dalam perjalanannya, massa tidak benar-benar bisa lepas dari pengaruh budaya dominan. Hal ini terlihat dari penciptaan peraturan-peraturan yang sesungguhnya menjadi duplikasi dari peraturan dalam dunia nyata yang pada awalnya dihindari. Oleh karena itu, pada akhirnya Kaskus juga menjadi imitasi dari kehidupan nyata (kebudayaan dominan) karena berujung pada pemaksaan habitus kepada penggunanya agar dapat diterima ke dalam *Ranah*. Namun,

pada akhirnya Kaskus merupakan bagian penting dalam mengedukasi peran internet dalam masyarakat Indonesia sejak tahun 1999.

Catatan Akhir

¹Kata “*juragan*” menurut KBBI Online (<http://kbbi.web.id/>) bermakna 1 sebutan orang upahan thd majikan; tuan; nyonya; 2 pemilik perusahaan (terutama perusahaan batik): ia adalah seorang -- batik yang kaya raya; 3 pemilik dan pemimpin perahu (kapal).

Daftar Pustaka

- Bell, David. 2006. *Science, Technology, and Culture*. UK: Open University Press.
- Brooker, Peter. 2003. *A Glossary of Cultural Theory*. London: Open University Press.
- Cruz, Omayra Zaragoza and Raiford Guins. 2005. *Popular Culture: A Reader*. London: Sage.
- Finkelstein, Joanne. 2007. *The Art of Self Invention: Image and Identity in Popular Visual Culture*. New York: Palgrave Macmillan.
- Fiske, John. 2005. *Reading the Popular*. New York: Routledge.
- Hacker, Richard, et. al. 2009. (*Habitus x Modal*) + *Ranah = Praktik*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Sumardjo, Jakob. 2010. *Estetika Paradoks*. Bandung: Sunan Ambu Press.
- webtografi:**
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. Home Page. Web. 2014.
- Kaskus. Help Center Page. Web. 2012.
- Movementi, Satwika. “Traffic Internet di Indonesia Naik Drastis” Tempo.co. Web. 26 September 2013.
- Widiantoro, Fajar. “Dimiliki Grup Djarum, Kaskus Bukan Diakuisisi” inet.detik.com. Web. 09 Maret 2011.