

**RUANG PUBLIK DALAM MEDIA BARU  
([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us))**

**Advan Navis Zubaidi**

Dosen Tetap Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

**Abstrak**

## Pendahuluan

Keberadaan media baru memberi ruang tersendiri bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan gagasan. Beragam bentuk kelebihan yang ditawarkan, menjadikan media baru sebagai media alternative, disamping media konvensional yang ada. Dalam membangun sebuah demokrasi, maka keberadaan ruang public mutlak harus ada, disamping untuk membangun masyarakat yang madani, masyarakat yang berbagi minat, tujuan, dan nilai tanpa paksaan dan masyarakat madani

Seiring dengan berkembangnya era konvergensi, dimana computing, communication, dan content menjadi satu kesatuan media yang utuh, maka pertumbuhan media baru menjadi tidak terhindarkan. Sebagian menganggap media baru sebagai media alternatif dari media yang ada, tetapi tidak sedikit juga yang menganggapnya sebagai ancaman, karena akan berpengaruh pada keberlangsungan media konvensional (media cetak dan elektronik).

Keberadaan media baru (internet) menawarkan cara baru bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, kritik, dan gagasan. Di Internet, siapun bebas berpendapat dan berargumen lebih bebas daripada di media konvensional. Hal ini disebabkan beragam kelebihan yang ditawarkan internet kepada penggunaannya. Morris dan Ogan (1996) melihat komputer dan internet sebagai bentuk media komunikasi baru yang memiliki karakter dan perbedaan dengan media konvensional.

Terdapat lima karakter yang membedakan media baru dengan media konvensional pada umumnya<sup>1</sup>: Pertama, *Packet Switching*. *Packet switching* adalah salah satu bagian yang membedakan antara internet dengan media komunikasi yang lain. Paket switching memberikan cara yang berbeda dalam menyampaikan sebuah pesan. Dengan packet switching yang dimiliki internet, data yang berupa teks, gambar maupun suara dapat dikirimkan secara bersamaan, tanpa terkurangi sedikitpun.

Kedua, *Multimedia*. Salah satu karakteristik media internet adalah multimedia. Pesan yang dikirimkan melalui media internet dapat dikemas dalam berbagai bentuk multimedia, baik suara, gambar maupun video. Kesemuanya dapat disajikan secara bersamaan dan melalui beberapa channel.

---

<sup>1</sup> Wood and Smith, *Online Communication*, (London: LEA Publisher, 2005), p.41

Ketiga, *Interactivity*. Tidak semua media konvensional bersifat interaktif, dimana komunikator dan komunikan bisa saling berhubungan secara *real time* sebagaimana apabila keduanya bertatap muka secara langsung. Dalam konteks media baru sebagai sebagai sumber informasi, pengguna dapat menjadi *producer* dan *consumer* dalam waktu yang bersamaan, di saat pengguna mengkonsumsi sebuah berita, maka di saat yang sama pengguna dapat memproduksi sebuah berita baik di halaman yang sama maupun berbeda, maka muncul istilah *prosumer* (*producer* dan *consumer*).

Keempat, *Synchronicity*. Pertukaran pesan yang dilakukan melalui media internet tidak hanya memindahkan pesan begitu saja, tetapi dengan media internet, tidak ada lagi batasan ruang dan waktu, semuanya dapat dilakukan kapan dan dimana saja. Terdapat dua tipe komunikasi online. *Synchronous communication*, dimana dua atau lebih pengguna computer yang saling berinteraksi dapat berinteraksi secara bersamaan. Berbeda dengan *Asynchronous Communication* yang tidak mampu menghubungkan pengguna satu dengan yang lain dalam waktu bersamaan. *Asynchronous Communication* sangat bergantung ruang dan waktu. Dalam tipe ini tidak akan terjadi pertukaran pesan secara bersamaan dan *real time* apabila terjadi perbedaan waktu antara pengguna satu dengan yang lain.

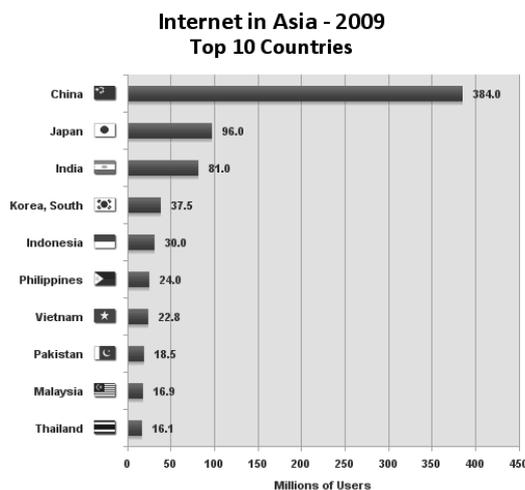
Dan yang terakhir, kelima, *Hypertextuality*. Media internet menyajikan sesuatu yang berbeda dengan media konvensional, baik segi konsumsinya maupun cara memproduksinya. Dalam memproduksi sebuah pesan di media konvensional, diharuskan mengikuti aturan-aturan pada umumnya. Apabila pesan berupa text, maka cara penulisannya pun harus berurutan dan mengikuti aturan penulisan yang baku. Dan akan berbeda lagi jika pesan tersebut berupa sebuah halaman-halaman kertas, maka cara mengkonsumsi dan memproduksinya pun harus berurutan dan sesuai dengan urutan halaman yang ada.

Ini semua berbeda dengan media online yang menyajikan pola produksi dan konsumsi pesan yang tidak sama dengan media konvensional. Pengguna media online dibebaskan menentukan cara mengkonsumsi maupun memproduksi pesan yang ada, sesuai dengan yang diharapkan penggunanya.

Beragam kelebihan inilah yang menjadikan media online (kaskus diantaranya) lebih diminati daripada media konvensional. Pertambahan jumlah pengguna media online jauh lebih cepat dibanding pertambahan jumlah media konvensional. Pertumbuhan pengguna layanan teknologi informasi dan komunikasi hingga kuartal ketiga 2008 untuk layanan telekomunikasi baik seluler, maupun telepon tetap

di Indonesia mencapai 143 juta pelanggan, naik 56% dari 2007 yang mencapai 92 juta pelanggan.<sup>2</sup>

Sedang untuk pengguna internet, Indonesia menduduki peringkat ke lima dari 10 negara dengan jumlah pengguna yang besar. Berikut adalah gambaran chart top 10 internet user di Asia.



Source: [www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)  
Estimated Internet users in Asia 764,435,900 for 2009  
Copyright © 2010, Miniwatts Marketing Group

**Chart Negara Pengguna Internet di Asia<sup>3</sup>**

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, sedikit banyak berdampak pada jumlah pengguna media online seperti [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us) yang merupakan situs forum komunitas maya terbesar di Indonesia. Data Nielsen menunjukkan peningkatan jumlah pembaca surat kabar di tahun 2011, terhitung sejak awal tahun sampai pertengahan mengalami peningkatan 0,2%.<sup>4</sup> Jumlah ini jauh lebih sedikit dibanding jumlah pengguna kaskus yang bertambah dalam hitungan menit bahkan detik.<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Portal online, "Awas Operator Seluler Bisa Kolaps", <<http://www.inilah.com/news/read/teknologi/2009/01/02/72738/awas-operator-selular-bisa-kolaps/27/07/10>> . Diakses 10 Nopember 2010

<sup>3</sup> Pusat statistic internet dunia, diakses 4 Juli 2010, <[www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)>

<sup>4</sup> AGB Nielsen Newsletter, Data's Highligt "How's the newspaper" ([http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen\\_Newsletter\\_Jul\\_2011-eng.pdf](http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Jul_2011-eng.pdf)). Diakses 2 Agustus 2011.

<sup>5</sup> Penulis mencoba menghitung pertambahan jumlah pengguna kaskus dengan cara membuka site [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us), kemudian dilakukan refresh page setelah lima detik kemudian, hasilnya, jumlah pengguna sudah mengalami perubahan hanya dalam waktu sesaat.

**www.kaskus.us**

Kaskus adalah situs forum komunitas maya terbesar Indonesia. Kaskus lahir pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Mulanya Kaskus yang dikembangkan oleh Andrew, Ronald, dan Budi ini dibuat untuk memenuhi tugas kuliah mereka. Konsep awal Kaskus sebenarnya adalah situs yang mampu mengentaskan dahaga mahasiswa Indonesia di luar negeri akan kampung halaman melalui berita-berita Indonesia. Situs [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us) pada saat ini dikelola oleh PT. Darta Media Indonesia. Anggotanya, yang pada saat ini berjumlah lebih dari 2.000.000 member, tidak hanya berdomisili dari Indonesia, namun tersebar juga hingga negara lainnya. Pengguna Kaskus umumnya berasal dari kalangan remaja hingga orang dewasa.

Kaskus yang merupakan singkatan dari Kasak Kujuk, bermula dari sekedar hobi dari komunitas kecil yang kemudian berkembang hingga saat ini. Kaskus dikunjungi sedikitnya oleh 600.000 orang, dengan jumlah pageviews melebihi 15.000.000 setiap harinya. Hingga saat ini, Kaskus sudah mempunyai lebih dari 200 juta post.

Menurut [Alexa.com](http://Alexa.com), pada bulan September 2010 Kaskus berada di peringkat 257 dunia dan menduduki peringkat 6 situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Salah satu produk kaskus adalah kaskus radio. Kaskus Radio merupakan sebuah Radio Internet Indonesia dibawah naungan komunitas kaskus. Kaskus radio yang biasa disingkat KR memiliki lebih dari 20 penyiar. Radio yang memutar lagu selama 24 jam ini juga memutar lagu dari berbagai bahasa, Inggris, Mandarin, Jepang, Korea, dan masih banyak lagi.

Pada bulan Agustus 2005, PC Magazine Indonesia memberikan penghargaan kepada situs Kaskus sebagai situs terbaik dan komunitas terbesar, kemudian Kaskus terpilih kembali sebagai website terbaik pilihan pembaca PC Magazine pada 2006. Pada tanggal 23 Mei 2006 manajemen Kaskus terpaksa mengubah domain dari .com menjadi .us, karena penyebaran virus Brontok yang dibuat dengan tujuan menyerang situs-situs besar Indonesia dimana Kaskus masuk dalam target penyerangan.

Awal April 2007, manajemen Kaskus menambah 2 server baru untuk meningkatkan performance situs Kaskus (Dell Server). Pada Juli 2008, Pengelola Kaskus akhirnya memutuskan untuk mengoperasikan server Kaskus di Indonesia. Untuk keperluan tersebut Kaskus membeli 8 server Dell PowerEdge 2950 dan dioperasikan melalui jaringan open IXP. Akibat dari ini akses Kaskus berlipat ganda dan akhirnya pengelola berencana menambahkan 8 server lagi sehingga total yang akan beroperasi di bulan September adalah 16 server. Data per September 2010, jumlah server Kaskus sudah berjumlah lebih dari 50 server karena perkembangan yang sangat pesat (pertambahan user rata-rata perhari mencapai kurang lebih 3000 orang).

Sebelum UU ITE diberlakukan, Kaskus memiliki dua forum kontroversial, BB17 dan Fight Club. BB17 (kependekan dari buka-bukaan 17 tahun) adalah sebuah forum khusus dewasa dimana pengguna dapat berbagi baik gambar maupun cerita dewasa. Sementara itu, Fight Club adalah forum yang dikhususkan sebagai tempat berdebat yang benar-benar bebas tanpa dikontrol. Seringkali masalah yang diperdebatkan berkaitan dengan SARA. Penghinaan terhadap suku dan agama lazim terjadi.

Setelah diberlakukannya UU ITE, Kaskus segera menutup BB17 karena bertentangan dengan UU ITE tentang penyebaran materi pornografi. Fight Club diubah namanya menjadi Debate Club. Fight Club dan Debate Club pada dasarnya memiliki fungsi yang sama sebagai tempat untuk berdebat, hanya saja kontrol di Debate Club diperketat. Setiap thread baru yang dibuat user terlebih dahulu disensor oleh moderator. Bila dianggap tidak layak dan membahas SARA, maka thread itu akan dihapus.

Untuk menghapus citra negatif Kaskus sebagai media underground dan situs porno, Kaskus mengubah tampilannya pada tanggal 17 Agustus 2008. Tampilan baru kaskus dibuat

penuh warna. Selain itu, Kaskus juga menambahkan fitur-fitur baru seperti blog dan Kaskus WAP.<sup>6</sup>

Saat ini kaskus menjadi salah satu website yang diminati oleh segala kalangan. Berbagai latar belakang penggunaannya menjadikan kaskus sebagai ruang publik yang penuh warna. Setiap pengguna berhak menyampaikan aspirasi dan pendapat melalui akun masing-masing. Bahkan, tidak jarang kebebasan tersebut memancing konflik dan berpotensi menjadi sumber perpecahan antara anggota satu dengan yang lain.<sup>7</sup> Beberapa rubrik yang paling diminati adalah lounge dan berita&politik, hal ini disebabkan karena lounge lebih luas cakupannya dibanding forum lain yang lebih spesifik, sedang berita dan politik diminati karena hangat dan menarik untuk disimak. Hipotesa ini berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada dua forum di atas. Jumlah treat atau postingan di dua forum ini lebih cepat berganti dibanding forum lainnya. Di dua ruang ini, setiap pengguna berhak menyampaikan pendapat, berkreasi, menyampaikan kritik dan saran terhadap semua pembacanya. Kebebasan yang diperoleh pengguna kaskus dalam beraspirasi menjadikan kaskus sebagai ruang publik baru (public sphere) bagi penggunaannya.

### Public Sphere

Public Sphere atau ruang publik adalah konsep kemerdekaan berpendapat yang ditawarkan oleh Jurgen Habermas, ruang publik berfungsi sebagai wadah alternatif bagi masyarakat dalam berpendapat disamping media massa yang ada. Melalui tulisannya, Jurger Habermas memaparkan bagaimana sejarah dan sosiologis ruang publik. Menurutnya, ruang publik di Inggris dan Prancis sudah tercipta sejak abad ke-18. Pada zaman tersebut, di Inggris orang biasa berkumpul untuk berdiskusi secara tidak formal di warung-warung kopi (*coffee houses*). Mereka di sana biasa

<sup>6</sup> <http://www.kaskus.us/showpost.php?p=140462595&postcount=3> (diakses 23 Agustus 2011)

<sup>7</sup> Sebagai contoh adalah postingan salah satu pemilik akun dengan ID. babi.mahomat dengan judul "gambar2 pedofil nabi mahomat" ([http://www.kaskus.us/search\\_result.php?q=mahomat&sa=](http://www.kaskus.us/search_result.php?q=mahomat&sa=)) yang mendeskreditkan umat Islam dengan menuduh bahwa Nabi Muhammad adalah maniak seks dan hobi kawin. Tetapi kemudian, postingan ini tidak bertahan lama karena segera diblokir oleh admin kaskus. Kejadian ini menjadi bukti kebebasan akses dan beraspirasi yang ditawarkan media baru, yang barangkali menjadi kejahatan hukum jika berada di media konvensional seperti TV atau media cetak. Diakses 11 september 2011.

mendiskusikan persoalan-persoalan karya seni dan tradisi baca tulis. Dan sering pula diskusi-diskusi ini melebar ke perdebatan ekonomi dan politik. Sementara di Prancis, perdebatan-perdebatan semacam ini biasa terjadi di salon-salon. Warga Prancis biasa mendiskusikan buku-buku, karya-karya seni baik berupa lukisan atau musik.

Dalam tulisannya "*The Structural Transformation of the Public Sphere*" (1962), Habermas mendefinisikan ruang publik sebagai sebuah komunitas virtual atau imajiner yang tidak selalu ada di setiap ruang. Dalam bentuk yang ideal, ruang publik adalah ruang yang terdiri dari orang swasta berkumpul bersama sebagai publik dan mengartikulasikan kebutuhan masyarakat dengan negara. Melalui tindakan perakitan dan dialog, ruang publik menghasilkan pendapat dan sikap yang berfungsi untuk menegaskan atau tantangan. Oleh karena itu dalam tataran ideal, ruang publik adalah sumber dari opini publik yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam beraspirasi dan berpendapat tanpa tekanan dan perlawanan dari pihak manapun.<sup>8</sup>

Selanjutnya Jurgen Habermas menjelaskan bahwa ruang publik merupakan media untuk mengkomunikasikan informasi dan juga pandangan. Sebagaimana yang tergambarkan di Inggris dan Prancis, masyarakat bertemu, ngobrol, berdiskusi tentang buku baru yang terbit atau karya seni yang baru diciptakan. Dalam keadaan masyarakat bertemu dan berdebat akan sesuatu secara kritis, maka akan terbentuk apa yang disebut dengan masyarakat madani. Secara sederhana, masyarakat madani bisa dipahami sebagai masyarakat yang berbagi minat, tujuan, dan nilai tanpa paksaan.

Pada perkembangan selanjutnya ruang publik juga menyangkut ruang yang tidak saja bersifat fisik, seperti lapangan, warung kopi dan salon, tetapi juga ruang di mana proses komunikasi bisa berlangsung, seperti media massa pada saat itu dan media baru (internet) di era saat ini. Dalam beraspirasi, masyarakat masih terbatas dan belum memiliki kebebasan mutlak, karena terbentur dengan ideologi, kepemilikan, dan kepentingan media. Ini menjadi pertanda bahwa media massa belum sepenuhnya menjadi ruang publik yang hakiki bagi masyarakat.

Kondisi media massa di Indonesia yang belum sepenuhnya berpihak pada kepentingan masyarakat, pada akhirnya mengkerdalkan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi. Kondisi ini mendorong lahirnya media-media baru yang

---

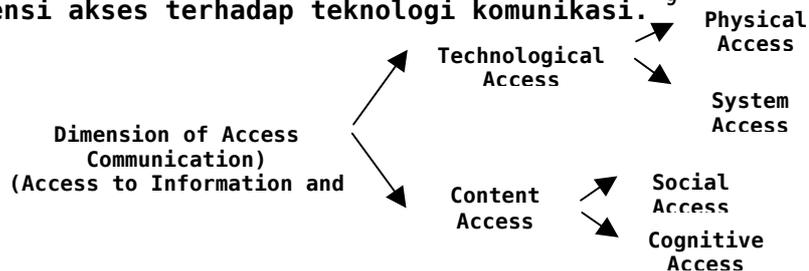
<sup>8</sup> Paul Rutherford, *Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods*, (Toronto: University of Toronto Press, 2000), p. 18

menawarkan kebebasan bagi penggunaanya, seperti [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us). Gambaran Hebermas akan ruang publik dapat dijumpai dengan mudah dalam kaskus. Menurut Habermas ruang publik ideal akan terbentuk apabila di dalamnya ada kemudahan akses, kebebasan berekspresi, kesetaraan, serta kepastian hukum. Hal ini juga berlaku dalam media baru. Kasku akan menjadi ruang publik ideal jika empat variabel tersebut terpenuhi dengan baik. Variabel-variabel tersebut akan diuraikan sebagai berikut :

1. Kemudahan Akses

Media baru ([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us)) akan menjadi ruang publik ideal apabila menjadi media aspirasi bagi semua lapisan masyarakat. Tidak hanya mengakomodasi kepentingan kelompok tertentu saja. Sehingga, segala bentuk hambatan dapat terselesaikan, termasuk hambatan akses bagi golongan tertentu. John E. Newhagen dan Erick P. Bucy dalam *Media Access* menggambarkan dua dimensi akses terhadap media, yaitu *Technological access* dan *Content access*.

*Tecchnological acces* lebih banyak mengarah pada perangkat keras dan dukungan infrastruktur, yang kemudian terbagi dalam *physical access* dan *system access*. Sedang *content access* yang akan membahas rinci mengenai motivasi akses dan kemampuan dalam mengakses teknologi komunikasi. Sama halnya dengan *technological access*, *content access* pun terbagi menjadi dua bagian, *social* dan *cognitive access*. Berikut adalah bagan dimensi akses terhadap teknologi komunikasi.<sup>9</sup>



*Chart Dimensi Akses Teknologi Informasi dan Komunikasi*

a. Akses Teknis : Fisik dan Sistem

Dimensi akses pertama adalah akses teknis, yang meliputi fisik dan sistem. Akses fisik mengharuskan pengguna kaskus bersentuhan langsung dengan perangkat teknologi yang digunakan. Untuk dapat mengakses

<sup>9</sup>Erik P. Bucy and John E. Newhagen, *Media Access*, (USA: LEA, 2004), p. 3-6

informasi melalui kaskus, maka perangkat fisik mutlak diperlukan. Komputer, telepon dan media elektronik adalah bagian dari perangkat fisik yang harus terpenuhi.

Harga perangkat teknologi yang semakin murah, secara tidak langsung memicu masyarakat untuk mengakses informasi melalui berbagai media teknologi yang ada. Perangkat teknologi tidak lagi eksklusif dan hanya dimiliki kelompok tertentu, sehingga semua golongan dan lapisan masyarakat dimungkinkan untuk memiliki akses yang sama terhadap informasi. Kondisi dimana angka pelanggan internet semakin meningkat, pengguna layanan telepon seluler naik tajam, adalah kondisi dimana pada waktu yang sama biaya akses dan harga perangkat teknologi semakin murah. Bagi negara berkembang, biaya adalah pertimbangan utama seseorang dalam mengadopsi teknologi, bukan semata-mata karena kebutuhan informasi.

Selanjutnya yang kedua adalah akses sistem. Akses sistem adalah variabel yang menghubungkan perangkat fisik yang satu dengan yang lain, seperti bandwidth internet, web kaskus, dan jaringan komputer. Dengan demikian, kualitas akses sangat ditentukan oleh kekuatan jaringan yang menghubungkan titik yang satu dengan yang lain. Sebagai contoh, kemudahan pengguna kaskus dalam *posting* tulisan, *upload* gambar atau suara sangat ditentukan oleh *bandwidth* dan jaringan internet yang ada pada sisi pengguna.

McChesney (1997) berargumen bahwa sistem akses adalah bagian dari komponen akses teknologi yang erat hubungannya dengan keuangan, modal, dan kepentingan politik. Saat bisnis telekomunikasi melonjak tajam, keuntungan yang diperoleh pun meningkat. Saat itulah modal berperan. Para investor bisnis telekomunikasi memperluas jaringan bisnisnya dengan membangun beberapa pemancar di daerah terpencil, sebagai bentuk layanan lebih bagi penggunanya, dengan begitu diharapkan terjadi kenaikan jumlah pelanggan. Di sisi lain, pemerintah mendapat keuntungan berlimpah dari izin yang diberikan. Dengan demikian, akses teknis menjadi bagian vital yang harus terpenuhi ketika akan mengakses informasi.

#### b. Akses Konten : Sosial dan Kognitif

Dimensi akses selanjutnya adalah akses terhadap konten yang ada pada website kaskus. Titik berat akses konten adalah motivasi pengguna teknologi informasi dalam mengakses informasi, dan bagaimana kemampuan pengguna dalam menterjemahkan setiap informasi yang didapat agar bernilai positif.

Pada beberapa bahasan teknologi komunikasi dan masyarakat, akses teknologi sangat kental dengan faktor demografi penggunanya. Bahkan, klaim bahwa akses teknologi hanya dimiliki oleh masyarakat perkotaan, menengah atas, berkulit bersih, serta berpendidikan tinggi, masih banyak berkembang. Padahal, akulturasi budaya dan perkembangan teknologi memberikan perubahan terhadap akses media. Penelitian yang dilakukan Nie & Erbring (2000,2002) di beberapa negara di eropa menunjukkan bahwa faktor terpenting akses teknologi adalah wawasan penggunaannya (*technological literacy*).

*Technological Literacy* atau wawasan bagaimana teknologi komunikasi dimanfaatkan dengan tepat, menjadi penentu akses media. Wawasan pengguna teknologi dapat dibangun melalui lingkungan, masyarakat, dan budaya. Masyarakat yang terbuka dengan inovasi-inovasi baru, dan budaya kerja yang serba cepat, secara tidak langsung memacu pengguna untuk selalu bersentuhan dengan media. Mereka akan belajar bagaimana media dapat dimanfaatkan dengan baik.

Variabel kedua dari akses konten adalah, kognitif akses. Kognitif akses menggambarkan pendekatan psikologi terhadap perilaku pengguna teknologi komunikasi. Faktor psikologis pengguna teknologi mempengaruhi bagaimana pengguna menterjemahkan setiap pesan yang terkandung dalam media. Karena pesan yang dikemas dengan berbagai bentuk, dan disalurkan melalui media komunikasi dapat diinterpretasikan beragam oleh penggunaannya, termasuk gambar, suara, bahkan komposisi warna.

Dengan kemudahan yang ada pada akses teknis, termasuk harga perangkat yang murah, biaya koneksi internet yang terjangkau, kecepatan koneksi internet yang cukup, akan membantu terbentuknya ruang publik bagi masyarakat. Demikian juga pada akses konten. Pemahaman masyarakat yang tepat akan penggunaan media baru ([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us)) diharapkan dapat benar-benar mengembangkan kaskus sebagai ruang publik ideal. Menjadikan kaskus sebagai wadah aspirasi dan kontrol terhadap pemerintah.

## 2. Kebebasan Berekspresi

Kebebasan berekspresi di internet adalah hak setiap warga negara. Hal ini sesuai dengan UUD1945 Pasal 28 UUD 1945 yang menjelaskan bahwa:

“Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari,

memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”(Pasal 28F, UUD 1945 Indonesia, Amandemen ke-2).<sup>10</sup>

Kebebasan berekspresi dalam kaskus tentu bukan kebebasan mutlak yang tanpa batas dan aturan. Pemerintah mengatur setiap pengguna internet dengan undang-undang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE) yang disahkan pada tahun 2009. Undang-undang ini lahir dengan harapan agar setiap pengguna internet tetap taat nilai dan etika ketika mereka berekspresi menggunakan media baru. UU ITE dibuat tidak dengan maksud mengekang kebebasan berekspresi masyarakat. Karakter media baru yang unik dan berbeda dengan media konvensional harus mendapatkan perlakuan berbeda pula secara hukum dan etika.

Keberadaan media baru yang lebih memberikan ruang bagi setiap anggota masyarakat dalam berekspresi, menjadikan kaskus sebagai media online yang banyak diminati. Setiap anggota kaskus yang hendak menyampaikan argumen, kritik, ide, maupun gagasan tidak harus memiliki latar belakang pendidikan tinggi atau dasar jurnalistik. Siapapun berhak berargumen dan berekspresi. Kebebasan inilah menjadi awal terbentuknya ruang publik.

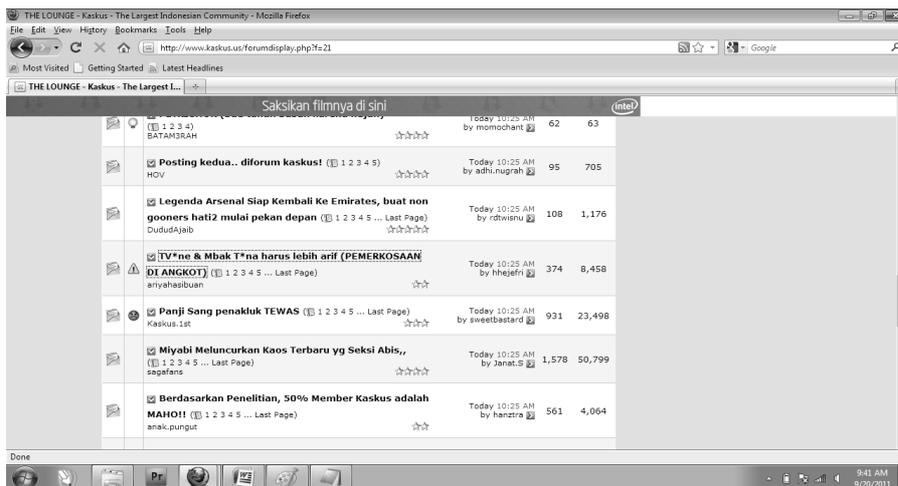
Beragam isu, topik dan gagasan bebas disampaikan. Berikut adalah beberapa contoh topik atau isu yang dilontarkan pengguna kaskus dalam forum berita dan politik :

---

<sup>10</sup> Republik Indonesia, “ Undang-Undang RI Pasal 28 Tentang kebebasan memperoleh informasi dan berkomunikasi” dalam [http://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945/Perubahan II](http://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Dasar_Negara_Republik_Indonesia_Tahun_1945/Perubahan_II). diakses 2 september 2011



Sedang di forum lounge, topik dan isu yang dilontarkan lebih umum, ringan dan populer, seperti contoh berikut :



Kaskus seakan menjadi media alternatif bagi penggunaannya dalam berekspresi maupun berargumen. Topik atau isu yang dirasa sulit terakomodasi dengan baik di media konvensional, baik cetak maupun elektronik, dicoba dilontarkan di kaskus melalui beberapa forum yang ada,

termasuk lounge dan berita & politik. Kebebasan yang diberikan kaskus menjadikan kaskus sebagai ruang publik baru bagi masyarakat.

### 3. Kesetaraan

Di media online ([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us)) siapapun berhak membuat akun dan bergabung di dalamnya. Tidak dibedakan antara pengguna yang satu dengan yang lain berdasarkan jenis kelamin, status sosial, bahkan jenjang pendidikan. Menurut Habermas, ruang publik yang ideal adalah ruang dimana siapapun berhak berargumen dan mengembangkan gagasan tanpa dibedakan dari latar belakangnya.

### 4. Kepastian Hukum

Kehidupan di dunia maya seperti interaksi yang terjadi di kaskus, tak ubahnya interaksi di dunia nyata. Sekecil apapun tindakan yang dilakukan pengguna internet akan berdampak pada pengguna yang lain. Terlebih tindakan yang merugikan. Oleh sebab itu, komunitas maya yang ada di kaskus harus diatur seperti layaknya dalam kehidupan nyata, dengan hukum yang tegas. Seperti bunyi adagium Latin : *Ubi Societas Ibi Ius*, di mana ada masyarakat (manusia), disitu ada hukum. Segala bentuk aktivitas di kaskus tetap memiliki implikasi hukum dan harus tunduk pada suatu sistem hukum.

Jika dalam media konvensional, masyarakat diikat dengan KUHP dan undang-undang pers, maka di media online masyarakat pengguna internet diatur oleh UU ITE dan etika sesama pengguna media online. Dengan adanya kepastian hukum yang jelas, maka pengguna internet tidak lagi dihadapkan pada ketakutan akan hukuman berat yang diterima ketika mereka berekspresi dan berargumen di media online.

Ruang publik yang ideal adalah ruang publik yang memberikan kepastian hukum kepada siapapun yang ada di dalamnya, tanpa diliputi rasa ketakutan ketika berargumen atau berekspresi. Jika di Indonesia hukum yang dijadikan acuan adalah UU ITE dan KUHP, maka di beberapa negara lain dikenal hukum Teknologi Informasi (*Law of Information Technology*), hukum dunia maya (*Virtual World Law*) dan hukum mayantara.

Terdapat tiga pendekatan untuk mempertahankan keamanan di dunia maya, pertama adalah pendekatan teknologi, kedua pendekatan sosial budaya-etika, dan

ketiga pendekatan hukum.<sup>11</sup> Untuk mengatasi gangguan keamanan, pendekatan teknologi sifatnya mutlak dilakukan. Sebab tanpa suatu pengamanan jaringan akan sangat mudah disusupi atau diakses secara ilegal dan tanpa hak.

Kondisi yang demikian pada satu pihak membawa manfaat bagi masyarakat, karena memberikan kemudahan dalam berbagai aktifitas terutama yang terkait dengan pemanfaatan informasi. Namun disisi lain, hal tersebut memicu lahirnya berbagai bentuk konflik dimasyarakat sebagai akibat dari penggunaan yang tidak bertanggung jawab.

Sebagai warga negara yang taat hukum, regulasi hukum media online menjadi bagian penting dalam sistem hukum positif secara keseluruhan. Pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat perlu menjadikan UU ITE sebagai hukum positif, agar tidak ada pihak yang dirugikan.

Penegakan dan kepastian hukum di media online merupakan hal yang sangat diharapkan masyarakat demi terciptanya ketenangan publik. UU ITE sendiri secara materi muatan telah dapat menjawab persoalan kepastian hukum yang diikuti dengan sanksi pidananya. Demikian juga tindak pidana dalam UU ITE ini diformulasikan dalam bentuk delik formil, sehingga, tanpa adanya laporan kerugian dari korban, aparat sudah dapat melakukan tindakan hukum. Hal ini berbeda dengan delik materil yang perlu terlebih dulu adanya unsur kerugian dari korban.

UU ITE merupakan satu upaya penting dalam setidaknya dua hal. Pertama, pengakuan transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam kerangka hukum perikatan dan hukum pembuktian, sehingga kepastian hukum transaksi elektronik dapat terjamin. Kedua, diklasifikasikannya tindakan-tindakan yang termasuk kualifikasi pelanggaran hukum terkait penyalahgunaan TI disertai sanksi pidananya.

Pada saatnya pemerintah perlu pula untuk memulai penyusunan regulasi terkait dengan tindak pidana siber (Cyber Crime), mengingat masih ada tindak-tindak pidana yang tidak tercakup dalam UU ITE, tetapi dicakup dalam instrumen hukum internasional. Sehingga, regulasi yang dibuat akan sejalan dengan kaidah-kaidah internasional, atau lebih jauh menjadi implementasi dari Konvensi yang

---

<sup>11</sup> Prof. DR. H. Ahmad M. Ramli, SH., MH, *Cyber Law & HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, (Bandung: Refika Aditama, 2004), hal.4-6

saat ini mendapat perhatian begitu besar dari masyarakat internasional.

Kepastian hukum yang jelas adalah bagian penting dalam membangun sebuah ruang publik yang ideal di media online ([www.kaskus.us](http://www.kaskus.us)). Ruang publik yang jauh dari jebakan-jebakan hukum, sehingga setiap anggota dan pengguna kaskus tidak diliputi ketakutan akan aturan hukum yang sudah ditetapkan.

#### 5. Komitmen

Ruang publik dibangun atas semangat memeperjuangkan kebebasan berekspresi dan berargumentasi. Dan membangun sebuah ruang publik yang ideal adalah proses yang membutuhkan waktu yang tidak singkat. Oleh karena itu dibutuhkan komitmen bagi setiap pengguna kaskus untuk membangun media online ini sebagai ruang umum bagi setiap penggunanya, dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya.

### **Mengapa Kaskus Layak Menjadi Ruang Publik Bagi Penggunanya**

Sampai saat ini kaskus masih menjadi media online yang banyak diminati. Jumlah pemilik akun di kaskus semakin hari semakin bertambah. Beberapa alasan yang menjadikan kaskus banyak diminati diantaranya adalah :

#### 1. Identitas Semu

Para pakar komunikasi sepakat dengan paparan Goffman yang menggambarkan bagaimana manusia senantiasa menampilkan diri mereka di kehidupan sehari-hari. Paparan Goffman ini senada dengan tulisan Shakspeare yang berbunyi :

*All the world's a stage  
And all the men and women merely players.  
They have their exits and their entrance  
And one man in his time plays many parts (As You Like It, Act II, Scene 7)*

Goffman (1959) kembali menegaskan bahwa keseharian kita adalah sebuah pertunjukan singkat, yang menampilkan diri kita sesuai kehendak. Dunia ini ibarat sebuah panggung drama. Manusia berhak menampilkan diri mereka menyesuaikan tempat dan kondisi yang ada. Hal ini juga terjadi pada dunia maya. Setiap pengguna dapat menampilkan diri mereka dengan identitas yang beragam. Turkle (1995) juga berasumsi bahwa keberadaan media baru memungkinkan setiap orang untuk mengeksplorasi

peran yang beragam. Dikatakan, " *In...computer mediated worlds, the self is multiple, fluid and constituted in interaction with machine connection, it is made and transformed by language*".<sup>12</sup>

Salah satu keuntungan mengapa pengguna internet dapat merepresentasikan diri mereka dengan peran dan identitas yang beragam, adalah agar pengguna dapat melihat segala sesuatu yang ada di media online dalam sudut pandang yang berbeda-beda. Dalam konteks pengguna kaskus, sebagian diantara mereka menggunakan identitas palsu atau samaran. Menurut penelitian Turkle (1995), sebagian besar mereka yang menggunakan identitas palsu ketika masuk ke media online adalah karena mereka merasa tidak nyaman saat menggunakan identitas yang sebenarnya, dan mereka menginginkan kebebasan.

Model komunikasi media online sangat berbeda dengan komunikasi tatap muka. Dalam komunikasi interpersonal langsung, seseorang tidak hanya berkomunikasi melalui kata per kata, tetapi juga penampilan kita. Dalam dunia nyata adakalanya pembicaraan kita tidak dihiraukan hanya karena kita tampak masih kecil dan belum cukup usia, atau mungkin, komunikasi yang berjalan terhambat karena adanya perasaan gugup saat bertatap muka yang disebabkan adanya perbedaan status sosial.

Saat pengguna internet bereksplorasi di website kaskus, maka saat itu juga mereka dapat membentuk identitas sesuai yang diinginkan. Mulai dari perubahan nama, jenis kelamin, sampai deskripsi diri. Dalam media online, terdapat 3 jenis identitas :

a. Anonymity

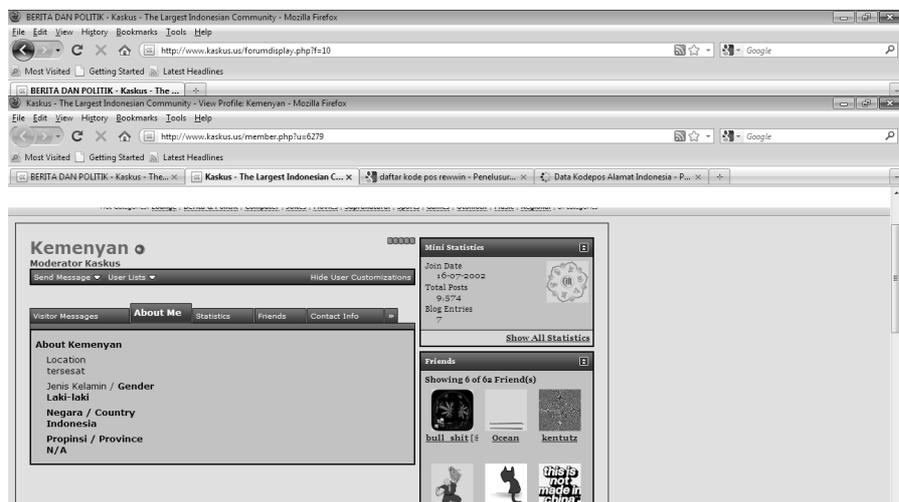
Sekalipun dalam dunia nyata seorang pengguna internet memiliki status sosial yang cukup terhormat, atau bentuk fisik yang bagus, tetapi ketika mereka masuk di media online, tetap ada keinginan untuk merubah identitas dalam bentuk yang berbeda. Perubahan identitas total yang dilakukan disebut *anonymity*, perubahan yang benar-benar berbeda dengan identitas sebenarnya di kehidupan nyata. Sebagian besar identitas yang digunakan di kaskus adalah identitas palsu, dan sangat minim informasi.

---

<sup>12</sup> Wood and Smith, *Online Communication*, (London: LEA Publisher, 2005), p. 58



Nama yang ada dalam lingkaran merah adalah nama identitas pengguna kaskus. Jika ditelusuri lebih jauh, identitas yang ditampilkan adalah palsu. Berikut adalah detail identitas dari salah satu pengguna kaskus yang ada di atas.



Gambaran identitas akun di atas yang sangat minim informasi dibuat agar pengguna memiliki kebebasan dalam beraktifitas di kaskus.

Anonimitas dalam media baru dipandang oleh sebagian orang sesuatu yang menguntungkan. Tetapi ada juga yang memandang sebaliknya. Ada tiga isu mendasar yang banyak diperdebatkan terkait dengan anonimitas dalam media baru : pertama, aspek informatif akan sebuah identitas. Mengenali identitas yang sebenarnya dalam media online

diibaratkan pedang bermata dua. Satu sisi, dengan mengetahui identitas yang sebenarnya, mudah bagi kita untuk mengetahui kebenaran sebuah informasi yang disajikan dalam media online. Minimal pengguna yang menggunakan identitas asli saat masuk di media online sadar akan segala konsekuensi yang ditimbulkan ketika mereka *publish* sebuah berita atau informasi. Tetapi disisi lain, dengan mengenal identitas yang sebenarnya, maka objektivitas sebuah informasi atau berita akan berkurang. Sebab, pengguna media online akan melihat latar belakang penyampai berita, baik dari jenis kelamin, suku, status, bahkan orientasi politik yang dimiliki. Kedua, anonimitas dalam media online harus dikuatkan. Dengan identitas semu yang ditampilkan, akan memberikan ruang kebebasan bagi pengguna media online. Ketiga. Anonimitas dalam media online harus dihilangkan, karena kebebasan yang mutlak hanya akan merugikan orang lain, serta melemahkan penegakan hukum di media online.<sup>13</sup>

Sampai saat ini, kaskus masih memberikan ruang bagi penggunanya untuk menampilkan identitas mereka di media online sesuai yang diinginkan. Dengan harapan, pengguna mendapatkan kebebasan dalam berekspresi dan berargumen.

#### b. Real Life Identity

Jenis identitas yang kedua adalah bagaimana identitas pengguna dalam media baru, ditampilkan sesuai dengan identitas yang sebenarnya dalam kehidupan nyata. Bagi pengguna kaskus, menampilkan identitas nyata dalam dunia maya hanya akan membatasi ruang gerak mereka dalam berekspresi. Identitas yang sebenarnya dapat diketahui ketika ada kesepakatan atau transaksi antara pengguna satu dengan yang lain ketika berkomunikasi. Dengan begitu masing-masing pengguna dapat membuka identitas mereka yang sebenarnya.

Dalam media online, bukan berarti seluruh identitas yang ditampilkan pengguna internet semu atau palsu. Beberapa personal web justru menampilkan identitas pemiliknya secara detail dan jelas. Hal ini ditujukan agar personal web yang dibangun lebih kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan.

Kaskus memberikan keleluasaan bagi penggunanya, apakah menampilkan identitas yang nyata atau semu.

---

<sup>13</sup> Ibid, P. 58

Keduanya memiliki konsekuensi tersendiri bagi pengguna kaskus.

### c. Pseudonymity

Jenis identitas yang ketiga ini adalah kombinasi dari kedua jenis di atas. Sebagian identitas yang ditampilkan sesuai dengan identitas pengguna di dunia nyata. Haya Bechar-Israeli (1995) melalui penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengguna media online yang menggunakan jenis identitas ini merefleksikan identitas mereka yang sebenarnya secara samar melalui nama kecil yang digunakan (*nickname*). Dan setidaknya mendekati identitas mereka yang sebenarnya. Beberapa penggunaan *nickname* yang sedikit banyak merefleksikan identitas yang sebenarnya, dapat digambarkan melalui beberapa hal sebagai berikut, contoh : karakter pemiliknya <pria\_pemalu>, profesi <paramedis>, atau tampilan fisik <perempuan\_cantik>. Kesemuanya semu, tetapi setidaknya pemilik *nickname* hendak menggambarkan identitas nyata mereka melalui pemilihan *nickname* yang digunakan.

Berikut adalah hasil temuan Haya Bechar-Israeli terkait dengan penggunaan *nickname* di media online.<sup>14</sup>

Kategori	Contoh Nickname	Prosentase Jumlah
Karakter Pengguna	Pria_pemalu, sicantik, dll	45
Nama terkait media atau teknologi yang digunakan	Pentium, apple_livers, dll	16.9
Nama terkait flora, fauna, atau objek lain	Tulip, Froggy, keju_manis, dll	15.6
Memainkan kata atau suara	Bepbep, huhuy, dll	11.3
Pengguna menggunakan nama sebenarnya	SusanLee, johanna, dll	7.8
Nama terkait figur, film, atau sosok terkenal	Rainman, elvis, dll	6.1
Nama terkait dengan orientasi seksual atau	Sexsee, sexspot, hitler, dll	3.9

<sup>14</sup> Ibid, P. 65

provokasi		
<b>Total</b>		<b>106.6</b>

Note: jumlah akhir lebih dari 100% dikarenakan penggunaan metodologi pengkodean yang beragam.

## 2. Independen

Kaskus adalah sebuah website yang tidak dibangun dan dikembangkan oleh instansi atau kelompok tertentu. Keberadaan kaskus berawal dari keinginan pengembang web dalam menyajikan informasi dan berita terkini tanah air. Ketidakberpihakan kaskus kepada pihak tertentu menjadikan kaskus sebuah website yang independen.

Independen dan bebas beretika. Dua hal inilah yang menjadikan kaskus sebagai ruang publik baru, sehingga banyak diminati oleh segala lapisan masyarakat. Kebebasan berargumen dan berekspresi yang diberikan kaskus menjadikan kaskus sebagai media alternatif dari media konvensional yang selama ini ada. Jumlah pengguna kaskus yang semakin bertambah, menjadi salah satu indikasi bahwa kaskus dapat diterima sebagai media alternatif di tengah masyarakat.

## Daftar Pustaka

- Erik P. Bucy and John E. Newhagen 2004, *Media Access*, LEA, USA, P. 3-6
- Prof. DR. H. Ahmad M. Ramli, SH., MH 2004, *Cyber Law & HAKI Dalam Sistem Hukum Indonesia*, Refika Aditama, Bandung, hal.4-6
- Rutherford, Paul 2000, *Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods*, University of Toronto Press Toronto, P. 18
- Wood and Smith 2005, *Online Communication*, LEA Publisher, London P.41
- [http://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang\\_Dasar\\_Negara\\_Republik\\_Indonesia\\_Tahun\\_1945/Perubahan\\_II](http://id.wikisource.org/wiki/Undang-Undang_Dasar_Negara_Republik_Indonesia_Tahun_1945/Perubahan_II). diakses 2 september 2011
- Portal online,  
<<http://www.inilah.com/news/read/teknologi/2009/01/02/72738/awas-operator-selular-bisa-kolaps/27/07/10>> .  
Diakses 10 Nopember 2010

Pusat statistic internet dunia, diakses 4 Juli 2010,  
[www.internetworldstats.com/stats3.htm](http://www.internetworldstats.com/stats3.htm)

AGB Nielsen Newsletter, 2011, Data's Highligt "How's the newspaper"

([http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen\\_Newsletter\\_Jul\\_2011-eng.pdf](http://www.agbnielsen.com/Uploads/Indonesia/Nielsen_Newsletter_Jul_2011-eng.pdf)). Diakses 2 Agustus 2011.