

Eksistensi KASKUS sebagai Komunitas Virtual Terbesar di Indonesia

Anindita Lintangdesi Afriani¹, Kumala Hayati²

^{ab}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
aninditalintang@upnvj.ac.id, kumalahayati@upnvj.ac.id

Abstrak

Komunitas virtual merupakan komunitas yang memiliki kesamaan antar anggota yang terbentuk di dunia maya. Keberadaan komunitas virtual memungkinkan anggota untuk bertukar pendapat, berbagi informasi, dan saling membantu satu sama lain. Komunitas virtual terbesar di Indonesia adalah KASKUS. Komunitas virtual KASKUS mampu memberikan dampak positif terhadap anggotanya. Di dalam komunitas virtual, terciptanya interaksi yang kuat sehingga membentuk kohesi. Kohesi kelompok sangat erat kaitannya dengan komunikasi yang terjadi dalam pertukaran pesan melalui forum-forum diskusi pada komunitas. Selama berinteraksi antar anggota, di dalamnya juga terjadi perwujudan dari pertukaran sosial yang mana anggota kelompok akan membantu anggota kelompok lainnya agar dapat mewujudkan tujuannya. Penelitian ini berupa studi literatur dari artikel jurnal, buku, dan media daring.

Kata kunci: Eksistensi, Kaskus, Komunitas, Virtual

Abstract

Virtual communities are communities that have similarities between members formed in cyberspace. Virtual communities allow members to exchange opinions, share information, and help each other. The largest virtual community in Indonesia is KASKUS. The KASKUS virtual community can have a positive impact on its members. Within the virtual community, strong interactions are created to form cohesion. Group cohesion is closely related to the communication that occurs in exchanging messages through discussion forums in the community. During the interaction between members, there is also a manifestation of social exchange in which group members will help others realize their goals. This research is a literature study of journal articles, books, and online media.

Keywords: Existence, Kaskus, Community, Virtual

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dengan sistem digital ditandai dengan adanya *internet*. Kehadiran teknologi media baru ini memberikan kabar baik terhadap aktivitas berkomunikasi. Hal ini memungkinkan penyebaran informasi yang dapat dilakukan dengan lebih mudah dan praktis. Penyebaran informasi dengan cepat dapat dirasakan dan diterima oleh setiap orang di berbagai belahan dunia.

Kemajuan teknologi *internet* telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi. Salah satunya adalah komunitas virtual. Munculnya komunitas virtual memungkinkan manusia berkegiatan di dunia maya bersama orang lain, tanpa harus berkumpul di suatu tempat secara fisik. Kemungkinan untuk berkomunikasi sinkron (*real-time*) dan kemudahan mengakses internet telah mengubah secara drastis bagaimana orang menghabiskan waktu luang dan berinteraksi secara sosial. Tindakan-tindakan tersebut semakin banyak terjadi melalui komunitas virtual.

Komunitas virtual merupakan sekelompok orang yang memiliki kesamaan dalam hal tertentu yang terhubung dengan interaksi *online*. Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith (2005) dalam bukunya *Online Communication, Linking Technology, Identity, and Culture* menjelaskan komunitas virtual sebagai sekumpulan individu yang memiliki pemahaman bersama di lingkungan yang di mediasi komputer. Individu-individu yang bergabung di sebuah komunitas virtual mempunyai tujuan untuk menemukan informasi yang relevan dan bagi mereka, komunitas virtual merupakan sebuah lingkungan yang sangat menyenangkan (Burnett, 2000 dalam Zha, dkk, 2014).

Komunitas virtual didirikan dengan sengaja oleh orang-orang dengan kepentingan yang sama, terutama dalam kesamaan tujuan, kesadaran identitas, kepemilikan, hingga membentuk interaksi bersama (Prasetyo & Irwansyah, 2020). Keberadaan anggota komunitas virtual memungkinkan mereka untuk berbagi informasi dan saling membantu. Komunitas virtual dapat ditemukan di sebuah forum *online*, *weblogs*, dan situs jejaring sosial. Topik yang menjadikan terbentuknya komunitas visual sangat beragam, seperti kesamaan hobi dan minat, kesamaan ideologi, orientasi pada kehidupan, politik, hingga bisnis.

Terlepas dari teknologi yang digunakan, individu-individu akan selalu membentuk

kelompok seputar kepentingan bersama, terutama kesamaan hal berdasarkan lokasi. Dengan adanya internet, kesamaan ini meluas dan menciptakan interaksi yang tidak melulu tatap muka dalam kehidupan nyata. Melalui internet, pembentukan komunitas virtual dapat terjadi di seluruh penjuru dunia.

Di Indonesia sendiri, terdapat berbagai komunitas virtual yang semakin bertambah. Saat ini, KASKUS merupakan komunitas virtual terbesar di Indonesia, disusul dengan Detik Forum dan Kompasiana. Beberapa komunitas virtual lainnya memiliki fokus tertentu, seperti Female Daily yang berfokus pada *makeup* dan *skincare* sedangkan Fotografer.net berfokus pada mereka yang hobi dalam fotografi. Namun, penelitian ini akan fokus membahas KASKUS sebagai komunitas virtual terbesar di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk meninjau bagaimana komunitas virtual KASKUS dan kohesivitas kelompok yang terlihat berdasarkan diskusi yang berlangsung pada forum-forum KASKUS yang tersedia melalui metode studi kepustakaan.

Tinjauan Pustaka

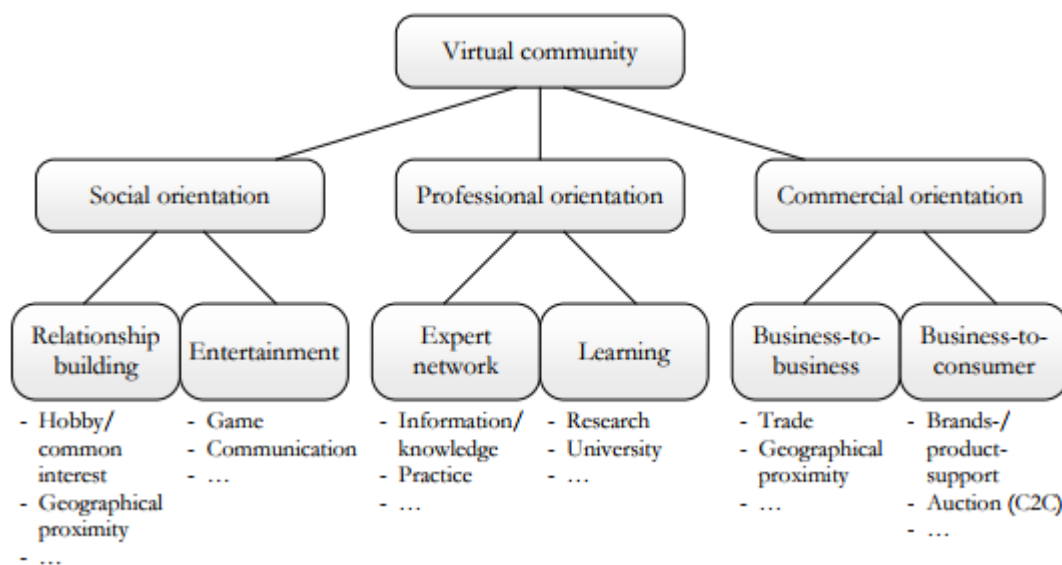
Komunitas Virtual

Komunitas virtual adalah agregasi sosial yang muncul dari jaring saat cukup banyak orang melakukan diskusi publik tersebut cukup lama untuk membentuk jaring keterikatan pribadi di dunia maya (Rheingold, 1993: 6). Seperti halnya McQuail (2010) mengutip Lindlof dan Schatzer (1998) mendefinisikan komunitas virtual adalah sebuah komunitas maya yang didirikan dengan sengaja oleh orang-orang yang memiliki kepentingan serupa. Hal ini didukung pula oleh Porter (2004) dalam Messinger, dkk (2008) yang mendefinisikan komunitas virtual sebagai sekumpulan individu yang berinteraksi seputar minat yang sama, di mana interaksi ini didukung dan dimediasi oleh teknologi dan diatur oleh beberapa moderator ataupun aturan tertentu.

Terbentuknya komunitas virtual berakar dari penggunaan internet. McQuail (2010) menjelaskan komunitas virtual terbentuk secara *online* oleh peserta dalam pertukaran dan diskusi di internet. Komunitas virtual ini didasari oleh persamaan-persamaan yang juga dialami di komunitas nyata, seperti kesamaan dalam hal identitas, ikatan, norma, dan pandangan terhadap sesuatu. Whittaker, Isaacs, dan O'Day (1997) memaparkan karakteristik yang dimiliki oleh komunitas virtual, sebagai berikut:

- Anggota memiliki beberapa tujuan bersama, minat, kebutuhan, atau aktivitas yang menyediakan alasan utama untuk menjadi anggota masyarakat
- Anggota terlibat dalam partisipasi aktif berulang dan seringkali ada yang intens interaksi, ikatan emosional yang kuat dan aktivitas bersama yang terjadi peserta
- Anggota memiliki akses ke sumber daya bersama dan ada kebijakan untuk menentukan akses ke sumber daya tersebut
- Timbal balik informasi, dukungan dan layanan antar anggota
- Konteks konteks sosial, bahasa, protokol bersama

Menurut Markus (2002) dalam Laine (2006), komunitas virtual juga mungkin memiliki orientasi sosial, profesional, atau komersial. Komunitas virtual yang berorientasi sosial dapat memiliki dua tujuan yang berbeda, membangun hubungan dan mencari hiburan. Anggota komunitas virtual berorientasi sosial memiliki kedekatan geografis, kesamaan demografis, atau hobi yang umum. Komunitas virtual yang berorientasi profesional bertujuan untuk membuat jaringan pakar dan sarana belajar. Anggota komunitas virtual ini biasanya merupakan para peneliti, tenaga bagian dari universitas, ataupun individu-individu yang sedang dalam pencarian informasi dan pengetahuan. Komunitas virtual yang berorientasi komersial bertujuan dalam hal pelaksanaan bisnis melalui dunia maya.



Gambar 1 Characterizing the virtual community (Markus, 2002)

Terdapat lima jenis komunitas virtual menurut Kozinets (2002) dalam Utami (2014). Pertama, komunitas virtual dalam buletin elektronik, sering disebut *newsgroup*, *usegroup*, atau grup *usenet*. Kedua, komunitas virtual dalam halaman web independen, atau halaman web milik konsumen yang khusus dengan tujuan tertentu. Ketiga, komunitas virtual dalam milis surat elektronik (*e-mail*). Keempat, komunitas virtual dalam ruang bawah tanah multi pengguna. Komunitas ini beranggotakan para *gamers* di seluruh dunia untuk terlibat dalam dunia permainan virtual. Terakhir, komunitas virtual dalam *chat room*, di mana orang bisa bergabung dan terlibat dalam percakapan dunia maya dengan orang lain.

Lain halnya dengan Long dan Wall (2012), komunitas virtual dapat ditemukan dalam lima bentuk sebagai berikut (Long dan Wall, 2012: 260):

- Sistem papan buletin (juga dikenal sebagai forum diskusi). Biasanya merupakan bagian dari sebuah situs web sebagai tempat bagi pengguna *online* (surfer) untuk membahas topik yang terkait dengan konten situs tersebut. Forum diskusi ini biasanya membutuhkan individu untuk berstatus anggota agar dapat menulis topik atau melihat forum.
- *Newsgroup*. *Newsgroup* adalah salah satu bentuk awal komunitas virtual di *internet*. *Newsgroup* terkadang digunakan untuk mendistribusikan film, musik, permainan dan perangkat lunak secara ilegal.
- *Blog*. *Blog* memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan penulis *blog* lainnya dan terlibat dalam diskusi berdasarkan beberapa isu spesifik.
- *Chat rooms* (ruang obrolan). Ruang obrolan merupakan lingkungan '*real-time*' di mana pengguna dapat berbicara di antara sekelompok besar orang.
- Permainan *role-playing online multiplayer* secara *online* (MMORPG). Situs ini memiliki keanggotaan yang sangat besar di dunia maya. Contoh situs *online* MMORPG adalah World of Warcraft (worldofwarcraft.com) dan Second Life (secondlife.com).

Dalam komunitas virtual, terdapat aktivitas-aktivitas yang dapat dilakukan bersama. Seperti yang dikemukakan Guimaraes dan Lopes (2005) dalam (Long dan Wall, 2012: 259), berbagai aktivitas dapat dilakukan antara orang-orang yang memiliki kepentingan bersama dalam komunitas virtual dan masing-masing anggota mendapatkan kepuasan yang berbeda saat berpartisipasi di dalamnya. Aktivitas dalam komunitas virtual ini memberikan celah bagi para anggotanya untuk dapat bertukar pendapat maupun informasi. Selain itu, komunitas virtual ini

membuka situs baru untuk ranah publik, di mana interaksi bebas dapat terjadi dan orang-orang dari berbagai lokasi dapat terlibat dalam diskusi dan pertukaran (Rheingold, 1993 dalam Long dan Wall, 2012: 260).

Secara garis besar, komunitas virtual merupakan tempat berbagi konten informasi dan berdiskusi melalui media internet, serta tidak menutup kemungkinan para anggotanya juga mendapatkan berbagai dukungan emosional dari anggota yang lainnya (Herna, 2022) Komunikasi yang dilakukan bersifat virtual yang mana proses komunikasi bersifat interaktif secara dua arah melalui dunia maya (Pradhana, 2021).

Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas kelompok dapat diartikan sebagai tingkat ketertarikan antar anggota di dalam kelompok sehingga termotivasi untuk menetap (Putra dkk., 2022). Kohesi terbagi dalam dua aspek: kohesivitas tugas, yang terkait dengan komitmen tujuan tim dan indikator pencapaian; dan kohesivitas sosial, yang melibatkan lebih banyak hubungan interpersonal, seperti persahabatan dan dukungan emosional (Carron&Chelladurai, 1981 dalam (Gu & Xue, 2022) Kohesivitas yang terdapat dalam penelitian ini adalah yang melibatkan pada hubungan interpersonal.

Kohesivitas kelompok memiliki implikasi penting bagi stabilitas dan kelangsungan organisasi sosial, seperti partai politik, tim peneliti, atau kelompok *online* (Fenoaltea et al., 2023). Kohesivitas umumnya dikaitkan dengan dorongan anggota kelompok untuk tetap bersama di dalam kelompoknya (Trihapsari & Nashori, 2011).

Kohesivitas kelompok juga melihat sejauh mana anggota kelompok saling tertarik dan merasa menjadi bagian dari anggota kelompoknya (Oktaviani dkk., 2023). Maka, kohesivitas ini sangat bergantung pada tingkat ketertarikan yang dimiliki individu pada setiap anggota kelompok. Dengan kata lain, semakin tinggi komitmen yang dimiliki oleh anggota kelompok, maka semakin tinggi pula kohesivitas kelompok.

Teori Pertukaran Sosial

Menurut (Cropanzano et al., 2017) pertukaran sosial merupakan (i) inisiasi oleh aktor terhadap target, (ii) respon sikap atau perilaku dari target sebagai timbal balik, dan (iii) hubungan yang dihasilkan. Respons yang dihasilkan dari target dapat diklasifikasikan sebagai

perilaku dan relasional (Ahmad dkk., 2023). Artinya, terdapat sesuatu yang dipertukarkan dari aktor (pemberi) terhadap target (penerima) dan berlaku hubungan yang sifatnya dua arah.

Pertukaran sosial pada dasarnya terdiri atas aspek biaya (usaha yang dikeluarkan) dan manfaat (sesuatu yang diterima). Dengan kata lain, adanya hal berupa ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan yang dialami seseorang. (Mighfar, 2015) menjelaskan ketiganya sebagai berikut. Ganjaran adalah hal yang diperoleh melalui adanya pengorbanan; pengorbanan adalah semua hal yang dihindarkan; dan keuntungan adalah ganjaran dikurangi oleh pengorbanan. Oleh karena itu, pertukaran sosial terjadi paling sedikit antara dua orang berdasarkan perhitungan untung-rugi.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode analisis konten yang berorientasi kualitatif. Analisis konten menggunakan analisis berbasis teks untuk memberikan simpulan makna terhadap teks berupa sebuah konteks (Rumata, 2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut (Eriyanto, 2011), pendekatan deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi aspek-aspek ataupun karakter suatu pesan atau teks.

Diskusi

Komunitas virtual di Indonesia yang paling terkenal adalah KASKUS, singkatan dari kasak kusuk. Sesuai dengan slogannya, KASKUS “*The Largest Indonesian Community*” merupakan komunitas virtual Indonesia terbesar dengan jumlah anggota mencapai lebih dari satu juta orang yang tidak hanya berdomisili di Indonesia, melainkan juga tersebar ke berbagai negara yang lain. KASKUS didirikan pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang pada saat itu sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat.

Situs Alexa (www.alexa.com) merupakan sebuah situs untuk menghitung peringkat situs dari seluruh dunia, termasuk Indonesia. KASKUS dalam peringkat Alexa, menempati urutan ke 378 dunia dan terbesar ke 13 di Indonesia (per tanggal 6 Desember 2017).

KASKUS terbagi ke dalam dua jenis forum yaitu Forum & Forum Jual Beli (FJB). Forum adalah tempat untuk mendiskusikan segala hal sedangkan FJB adalah tempat untuk bertransaksi jual beli segala macam produk. Forum KASKUS terdiri atas berbagai macam forum yang dapat dilihat dalam Tabel 1.

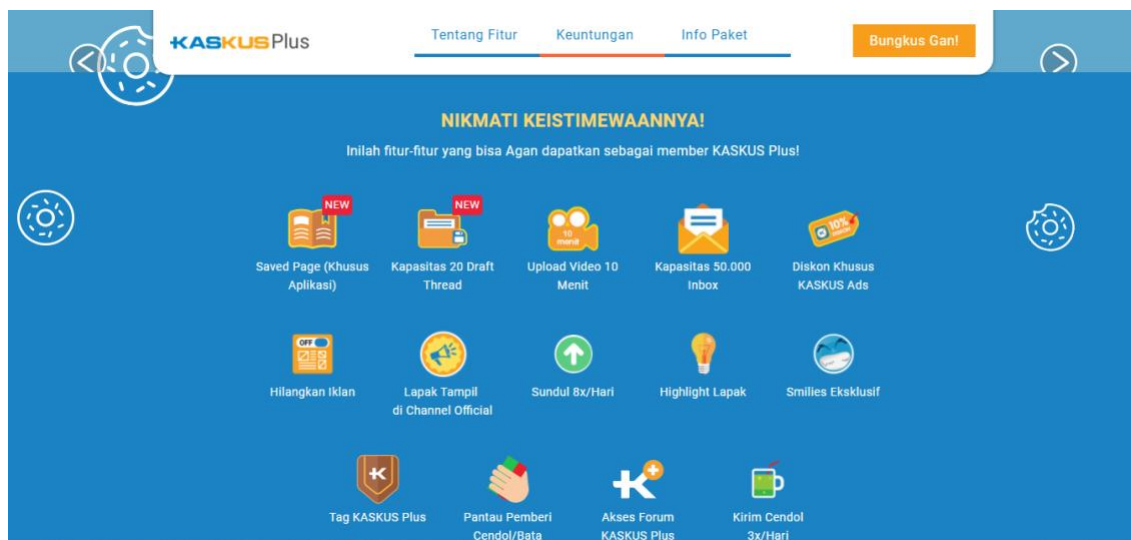
Tabel 1 Jenis forum di KASKUS

Forum	
All About Design	Militer dan Kepolisian
Anime & Manga Haven	Mobile Broadband
Berita dan Politik	Model Kit & R/C
Bisnis	Movies
Buku	Music
Can You Solve This Game	Otomotif
Computer Stuff	Outdoor Adventure & Nature Clubs
Cooking & Resto Guide	Pemilu & Pilkada
Deals	Perencanaan Keuangan
Debate Club	Pajak
Disturbing Picture	Photography
Do It Yourself	POLYTRON
Education	Sista
Electronics	Sports
English	Supranatural
Event from Kaskuser	Surat Pembaca
Games	Tanaman
Gemstone	Teknik
Girls & Boys's Corner	The Lounge
Green Lifestyle	Travellers
Handphone & Tablet	Wedding & Family
Health	Welcome to KASKUS
Heart to Heart	Young on Top KASKUS Community
Hewan Peliharaan	KASKUS Corner
Hobby & Community	America
Ilmu Marketing	Asia
Jokes & Cartoon	Australia
Lifestyle	Europe
Liga Mahasiswa	Indonesia
Magento	Regional lainnya
Melek Hukum	

KASKUS terbentuk oleh kesamaan anggotanya dalam hal tujuan, minat, kebutuhan, serta aktivitas orang-orang yang tergabung dalam komunitas virtual tersebut. Untuk dapat tergabung dalam komunitas virtual KASKUS, calon anggota perlu mendaftar untuk menjadi anggota dengan memiliki akun dalam KASKUS. Hal ini dimaksudkan untuk menjaga kepentingan antar anggota yang tergabung dalam komunitas tersebut.

Seperti yang dikatakan Whittaker, Isaacs, dan O'Day (1997), anggota komunitas virtual memiliki akses ke sumber daya bersama dan terdapat kebijakan untuk menentukan akses ke

sumber daya tersebut. Anggota KASKUS memiliki akses ke forum diskusi yang terdapat pada kolom kategori yang disediakan. Hampir seluruh forum diskusi dapat diikuti oleh anggota, namun masih ditemukannya beberapa forum khusus, seperti forum KASKUSPlus yang mensyaratkan anggotanya untuk membayar agar dapat tergabung dalam forum diskusi tersebut. Hal ini merupakan kebijakan dari KASKUS dalam menentukan akses keanggotaannya, seperti yang terdapat di Gambar 1.



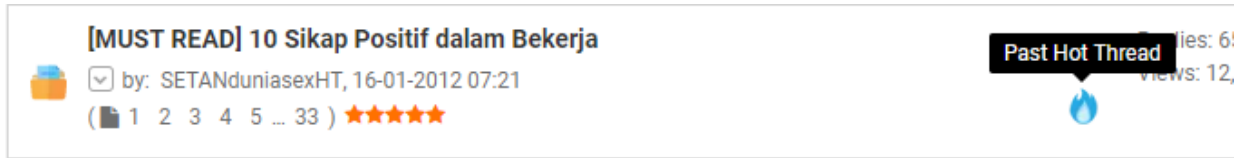
Gambar 2 Forum KASKUSPlus

Dalam mengakses forum diskusi, anggota KASKUS dapat melakukan dua hal. Pertama, sebagai orang yang membuka topik diskusi, disebut dengan *thread*. Orang ini dapat memulai diskusi tentang topik yang ingin dibahas dan menentukan apakah diskusinya ingin dapat dipublikasikan ke banyak anggota atau hanya anggota-anggota tertentu. Orang tersebut memiliki akses untuk menentukan anggota mana yang ingin diundang ke dalam *thread* dalam forum diskusinya.

Kedua, orang yang hanya menulis balasan di forum diskusi orang lain. Namun, tidak menutup kemungkinan orang yang hanya membalas di forum tidak akan membuka forum diskusi. Hal ini dipengaruhi oleh adanya sebutan level terhadap jumlah *posting* para anggota yang tergabung dalam KASKUS.

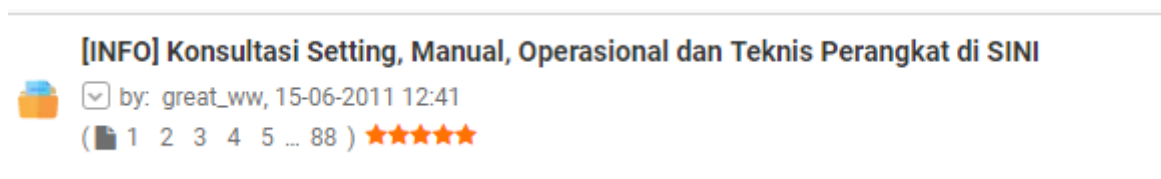
Saat anggota KASKUS melakukan diskusi dalam berbagai forum, mereka sangat terlibat dan berpartisipasi aktif. Interaksi antar anggota KASKUS ini sangat intens. Hal ini dapat dilihat pada jumlah *replies* yang hampir tidak pernah berada di angka 0. Namun, kondisi

ini didasarkan pula pada jenis bahasan yang terdapat pada *thread*. Jika kondisi *thread* mengangkat topik yang sedang marak dibahas di dunia maya, maka *thread* tersebut akan ramai oleh partisipasi anggotanya. Selain itu, terdapat simbol yang menandakan bahwa *thread* tersebut merupakan *thread* yang ramai diperbincangkan yang dapat dilihat pada Gambar 2.

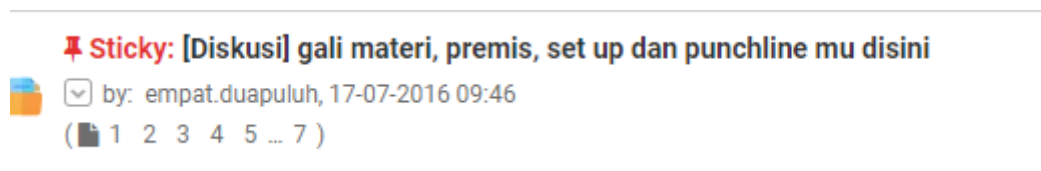


Gambar 3 Contoh thread dengan topik yang ramai

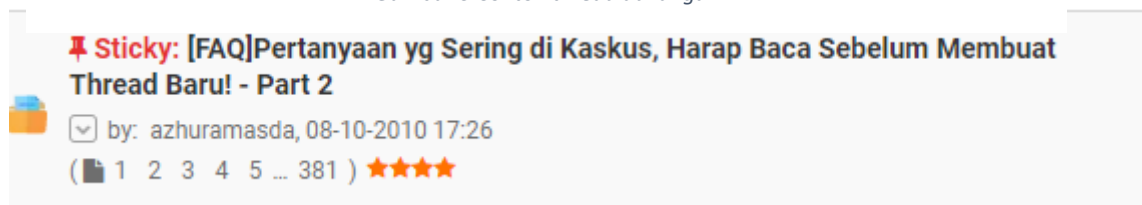
Selama melakukan diskusi, para anggota KASKUS juga mendapatkan timbal balik informasi, dukungan, dan layanan dari antar anggotanya. Hal ini dapat dilihat dalam *thread* yang dibuat dengan judul yang beragam disesuaikan dengan maksud *thread* tersebut dibuat. Contoh-contoh *thread* yang memberikan informasi, dukungan, dan layanan antar anggota adalah sebagai berikut (Gambar 4-6).



Gambar 4 Contoh thread informasi



Gambar 5 Contoh thread dukungan



Gambar 6 Contoh thread layanan

Komunitas virtual KASKUS memiliki kesamaan konteks-konteks sosial, bahasa, serta protokol bersama. Hal ini ditunjukkan oleh munculnya istilah-istilah yang dibuat oleh para anggota KASKUS. Tujuan dibuatnya bahasa tersebut adalah untuk mendekatkan antar anggota KASKUS sehingga interaksi mereka dapat lebih dipahami antar sesama anggota komunitas virtual KASKUS. Berikut ini merupakan beberapa istilah yang sering digunakan dalam KASKUS.

Tabel 2 Istilah KASKUS

Istilah	Arti
Agan/Aganwati	Panggilan untuk sesama pengguna KASKUS. Agan untuk pengguna laki-laki dan Agannwati untuk pengguna perempuan.
PertamaX	Gabungan dari kata Pertama + X (kali) yang digabung jadi satu (=Pertama kali) sehingga mendekatkan pada produk bahan bakar nonsubsidi dari PT Pertamina Tbk. yaitu Pertamax, yang artinya pertama kali memposting balasan dari sebuah thread
Sundul	Istilah yang biasa digunakan untuk menampilkan ke halaman pertama suatu forum agar lebih banyak reply atau komentar.
Kaskuser	Pengguna Kaskus (dan juga istilah yang menyebutkan peringkat Kaskus)

Sumber: (<https://bantuan.kaskus.co.id/hc/id/articles/224997427-Kamus-Besar-Bahasa-KASKUS>)

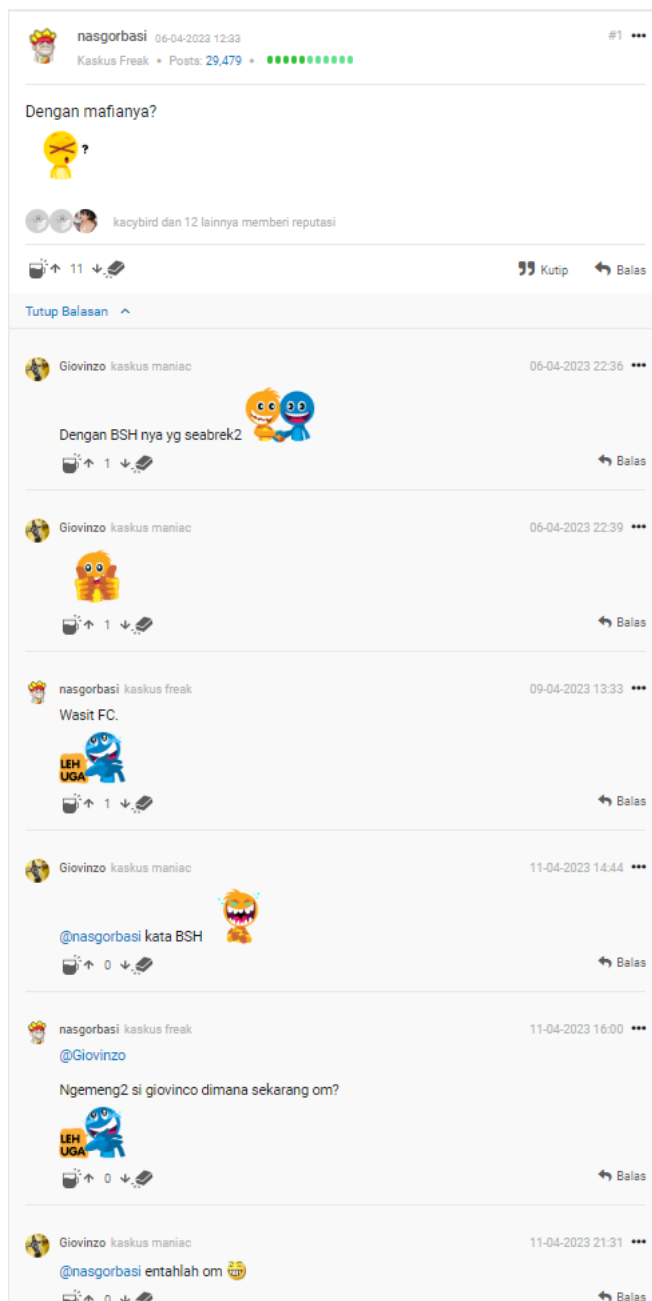
Berdasarkan Markus (2002), orientasi komunitas virtual KASKUS ini mengarah pada dua orientasi, yakni orientasi sosial dan orientasi komersial. KASKUS sebagai komunitas virtual berorientasi sosial memiliki kedekatan geografis, kesamaan demografis, atau hobi. Kedekatan geografis dapat dilihat pada para anggota yang tergabung dalam forum regional. Mengacu pada forum regional, anggota KASKUS dapat mengetahui anggota lainnya yang berada dalam satu daerah dengannya sehingga mereka mendapatkan informasi teraktual.

Kedekatan demografis dapat dilihat pada forum diskusi Girls & Boys's Corner. Pada umumnya, mereka yang tergabung dalam Girl's Corner adalah anggota perempuan sedangkan

Boy's Corner adalah anggota laki-laki. Namun, tidak menutup kemungkinan untuk anggota yang ingin ikut berdiskusi dalam forum yang berlawanan dengan jenis kelaminnya.

Selain itu, terdapat forum diskusi yang membahas tentang hobi. Hobi yang terdapat dalam forum KASKUS merupakan hobi yang umum, seperti nemancing, radio komunikasi, jam, lampu senter, pisau, dan vaporizer. Pembahasan yang dilakukan adalah seputar hobi dan kegiatan yang dapat dilakukan sehari-hari.

Hal-hal tersebut merupakan wujud dari kohesi kelompok yang terjadi dalam komunitas virtual. Berdasarkan aspek kohesinya, komunitas virtual KASKUS termasuk dalam kohesi sosial yang terkait hubungan interpersonal. Dalam forum-forum diskusi yang ada, anggota kelompok sangat aktif berinteraksi satu sama lainnya (Gambar 7). Hal ini membuat tingginya komunikasi interaktif yang terjadi sehingga dapat dikatakan tingginya kohesivitas kelompok yang terjadi.



Gambar 7 Interaksi di forum KASKUS

Para anggota di forum diskusi KASKUS memiliki dua aktivitas utama, yaitu membuat *thread* dan memberikan komentar pada *thread* yang ada. Dalam membuat sebuah *thread*, pembuatnya tentu ingin tulisannya dibaca dan diberikan komentar oleh KASKUSER (anggota KASKUS) lainnya. Hal utama yang bisa dicapai adalah tulisannya menjadi “Hot Thread” dan mendapatkan bintang 5, serta mendapatkan yang disebut dengan “cendol”. Istilah cendol merupakan indikator baik reputasi *user* KASKUS (Gambar 8). Istilah “cendol” ini diambil dari kata GRP (*Good Reputation Point*) yang didapatkan oleh anggota KASKUS apabila memberikan tulisan yang bermanfaat dan berkontribusi bagi para anggota yang lain. Namun, apabila isi tulisannya mengandung kerusuhan dan tidak memberikan manfaat, maka akan diberikan “bata” atau disebut dengan BRP (*Bad Reputation Point*). Reputasi GRP berguna dalam forum jual-beli (FJB) karena dengan reputasi bagus pasti lebih dipercaya oleh calon konsumen.



Gambar 8 Pemberian reputation point

Sumber: Soekartun (2016)

Mengacu pada teori pertukaran sosial, maka dapat dikatakan bahwa antar anggota KASKUS dapat membantu sama lain dengan cara membaca tulisan sampai ke pemberian komentar dan bintang hingga *user* tersebut mendapatkan GRP. Hal ini menunjukkan ada kondisi yang membuat anggota mendapatkan keuntungan dan ganjaran atas apa yang dilakukan. Ganjaran yang didapatkan adalah adanya pemberian komentar atau sampai pada pemberian penilaian untuk reputasi anggota KASKUS. Keuntungan yang didapatkan adalah poin dari reputasi yang naik apabila banyak anggota yang dapat memberikan GRP. Namun, terdapat pengorbanan yang bisa dilakukan apabila anggota ingin mendapatkan angka GRP

dengan cepat, yaitu harus mampu membuat tulisan yang masuk ke dalam jajaran “Hot Thread” atau dengan membeli angka GRP atau disebut ISO yang disediakan oleh KASKUS.

Kesimpulan

Komunitas memiliki kesamaan yang mengikat dan membentuk hubungan antar anggota sehingga membentuk yang disebut dengan kohesivitas kelompok. Keberadaan komunitas virtual juga memungkinkan anggotanya untuk berbagi informasi dan saling membantu satu sama lain. Kondisi ini mengacu pada praktek dari pertukaran sosial. Sejauh ini, komunitas virtual KASKUS masih menunjukkan kegiatan komunikasi yang interaktif antar anggotanya. Oleh karena itu, komunitas virtual tersebut masih tetap bertahan hingga kini di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Ahmad, R., Nawaz, M. R., Ishaq, M. I., Khan, M. M., & Ashraf, H. A. (2023). Social exchange theory: Systematic review and future directions. Dalam *Frontiers in Psychology* (Vol. 13). Frontiers Media S.A. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1015921>
- Cropanzano, R., Anthony, E. L., Daniels, S. R., & Hall, A. V. (2017). Social exchange theory: A critical review with theoretical remedies. Dalam *Academy of Management Annals* (Vol. 11, Nomor 1, hlm. 479–516). Routledge. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0099>
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Prenadamedia Group.
- Fenoaltea, E. M., Meng, F., Liu, R. R., & Medo, M. (2023). Phase transitions in growing groups: How cohesion can persist. *Physical Review Research*, 5(1). <https://doi.org/10.1103/PhysRevResearch.5.013023>
- Gu, S., & Xue, L. (2022). Relationships among Sports Group Cohesion, Psychological Collectivism, Mental Toughness and Athlete Engagement in Chinese Team Sports Athletes. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/ijerph19094987>
- Herna. (2022). Pemanfaatan Komunitas Virtual dalam Komunikasi Pembangunan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(1), 4333–4344.
- Laine, Mikko O.J. (2006). Key Success Factors Of Virtual Communities [Thesis]. Diakses di <https://pdfs.semanticscholar.org/b974/7f683eacd1608e8373439dc4ff06076a7cfa.pdf>
- Long, Paul dan Tim Wall. (2012). *Media Studies: Text, Production, Context Second Edition*. London: Routledge.

- McQuail, Dennis. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications
- Messinger, Paul R, Eleni Stroulia, dan Kelly Lyons. (2008). A Typology of Virtual Worlds: Historical Overview and Future Directions. *Journal of Virtual World Research: Virtual Worlds Research: Past, Present & Future. Vol.1.No.1*. Diakses di journals.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/article/viewFile/291/245
- Mighfar, S. (2015). Social Exchange Theory: Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *JURNAL LISAN AL-HAL*, 9(2), 261–286.
- Oktaviani, A. E., Giri, P. A. S. P., Pamungkas, C. A., Hilman, A., & Setianugraha, H. (2023). Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Sosiodrama Untuk Meningkatkan Kohesivitas Kelompok. *JCOSE (Jurnal Bimbingan Dan Konseling)*, 5(2), 118–124.
- Pradhana, Y. (2021). Utilization of Virtual Community as a Communication Media For Pokemon Go Game Group (JPR) Using Social Media. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 200. <https://doi.org/10.24912/jk.v13i2.9935>
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 163–175. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Putra, F. R. A., Sayekti, S., & Prihandoko, T. L. (2022). Hubungan Antara Kohesivitas Kelompok Dengan Motivasi Berprestasi Klub Bola Voli Mutiara Serasi Kabupaten Semarang. *Empathy Cons: Journal of Guidance and Counseling*, 4(2), 17–25. <https://doi.org/10.31331/emp.v2i1.kodeartikel>
- Rheingold, Howard. (1993). *The Virtual Community*. Electronic version. Diakses di <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>
- Rumata, V. M. (2017). A Qualitative Content Analysis of Twitter “#Taxamnesty” and “#Amnestipajak.” *JURNAL PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 18(1), 1–17. <http://www.pajak.go.id/amnestipa>
- Trihapsari, V. R., & Fuad Nashori. (2011). Kohesivitas Kelompok dan Komitmen Organisasi pada Financial Advisor Asuransi “X” Yogyakarta. *Jurnal Proyeksi*, 6(2), 12–20. www.portalhr.com/06/01/05
- Utami, Citra Febronia. (2014). Factors Affecting the Consumer Behavior from Virtual Community Based Marketing in Indonesia [Thesis]. Diakses di <https://brage.bibsys.no/xmlui/bitstream/handle/>
- Zha, Xianjin, Jinchao Zhang, Yalan Yan, dan Zhiliang Xiao. (2014). User perceptions of e-quality of and affinity with virtual communities: The effect of individual differences. *Journal Research Report: Computers in Human Behavior* 38 (2014) 185–195. Diakses di <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563214003252>
- Whittaker, Steve dan Ellen Isaacs. (1997). Widening the net: Workshop report on the theory and practice of physical and network communities. Dapat diakses di <https://www.researchgate.net/publication/238066023>
- Wood, Andrew F. dan Mathew J. Smith. (2005). *Online Communication Linking Technology, Identity and Culture*. Second Edition. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, Publisher