

WARUNG INTERNET: GERBANG DUNIA VIRTUAL REMAJA KOTA MEDAN

Zulkifli
Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Perkembangan warung internet telah merambah semua lapisan sosial dan budaya masyarakat, yang menjadikan dunia tanpa batas, sehingga dipersepsikan telah mendorong globalisasi perubahan sosial dan budaya masyarakat. Keberadaan warnet adalah gambaran kehidupan virtual dengan dua realitas paralel. Warnet merupakan bagian dari budaya massa (*mass culture*), diidentikkan dengan budaya populer (*populer culture*) dan hiburan massa (*mass entertainment*).

Keberadaan warnet sebagai produk perkembangan teknologi *cyberspace* melahirkan dua sisi konsekuensi. Konsekuensi positif-konstruktifnya diantaranya sebagai fasilitas belajar, wahana pengembangan kreativitas remaja, menghilangkan kejenuhan dengan bertualang di dunia virtual *second life*, dan bisa membangun hubungan sosial baru. Konsekuensi negatif-destruktifnya diantaranya adalah yang digolongkan pada kategori isu subversif, yaitu; kecanduan, kekerasan (agresifitas), dan kebingungan antara dua dunia. Bagi remaja dikhawatirkan mengganggu pelajaran sekolahnya, serta mengurangi perhatian dan kepekaannya terhadap lingkungan sosial.

Kata Kunci: Warung Internet, Dunia Virtual, Remaja

A. PENDAHULUAN

Secara nasional, maraknya perkembangan internet di Indonesia dimulai sekitar tahun 1994, diawali dengan dibukanya Internet Service Provider (ISP) pertama di Indonesia oleh PT. Indo Internet (IndoNet) di Jakarta, sejalan dengan itu bisnis internet mulai dikenal oleh masyarakat. Namun dalam rentang waktu sampai tahun 2000-an sebagian besar masyarakat umum belum mendapatkan informasi yang cukup, hanya terbatas mereka dari kalangan pebisnis dan intelektual tertentu yang sering memanfaatkan jaringan internet. Beberapa waktu kemudian, barulah internet memasuki dunia pendidikan di daerah perkotaan, dan diikuti institusi pemerintahan dan masyarakat umum. Sekarang jaringan internet telah menembus semua lapisan sosial dan budaya masyarakat; dunia tanpa batas geografis, jarak dan waktu. Internet pada sisi lain telah mendorong berkembangnya sektor industri, pendidikan, sektor swasta atau pribadi, dan misi sosial budaya lainnya, sehingga dipersepsikan telah terjadinya perubahan sosial dan budaya di masyarakat.¹ Berdasarkan perubahan sosial ini, tidaklah mengherankan bahwa pemasaran

¹ <http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika-ikp/files/2013/02/Internet-dan-Budaya-Informasi.pdf>, diakses 12 Mei 2013.

layanan internet telah melangkah maju dengan produk-produk yang dirancang untuk memenuhi peningkatan kebutuhan masyarakat untuk berinteraksi sosial. Lebih jauh, Layanan Internet telah menjadi tempat baru yang utama untuk hubungan sosial dengan inovasi seperti; blog, listservs, situs kencan, jaringan multiplayer permainan video, dan situs jaringan sosial.²

Perkembangan internet secara luas di masyarakat tidak terlepas dari aktivitas bisnis jasa pelayanan internet yang dilakukan oleh pengusaha outlet internet, yang sampai sekarang populer dikenal dengan warung internet. Warung internet atau lebih dikenal dengan warnet adalah salah satu bentuk wirausaha atau jasa usaha yang menyewakan jasa internet kepada masyarakat umum. Di Indonesia warnet pada awalnya didirikan di Bogor oleh Michael Sunggiardi pada 1996. Awal keterlibatan Michael Sunggiardi dimulai tahun 1994, ketika fund manager AT&T, sebuah perusahaan komputer yang berbasis di New York datang ke Indonesia untuk melihat perkembangan pemasaran produknya. Ketika itu ia mengusulkan untuk membuka jaringan internet di Indonesia. Pada 1 Juli 1995 mulai dibuka ISP BoNet, dan pada awal 1996 dibuka “BoNet Cafe”, warnet pertama di Bogor, sekaligus pertama di Indonesia. Dalam perkembangannya, juga dilakukan pengenalan internet ke masyarakat, melalui seminar dan workshop internet dari kota ke kota. Kegiatan tersebut berhasil menarik perhatian dan minat masyarakat. Tanggal 25 Mei 2000 merupakan hari bersejarah bagi penggiat warnet, karena telah lahir Asosiasi Warnet Indonesia, yang pada awalnya bermotif kerjasama pengusaha warnet dengan Sekolah Menengah Kejuruan. Asosiasi Warnet Indonesia kemudian diresmikan dengan akronim AWARI. Sampai perkembangannya saat ini pembangunan warnet masih marak dan semakin banyak tersebar di berbagai wilayah di Indonesia³, tidak terkecuali di Kota Medan.

Menjamurnya warung internet (warnet), gallery internet, penjual computer PC, pembisnis provider, e-commerce, e-government, e-learning dan e- ...lainnya merupakan sebuah indikator telah terjadi transformasi kebudayaan pada masyarakat yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial. Sejalan dengan ini, Kamel (2009) mengatakan; para peneliti dan ilmuwan dalam berbagai disiplin ilmu tidak lagi bisa menutup mata terhadap implikasi ekonomi, politik, sosial, dari keberadaan teknologi Internet dalam

² Christian Hinsch and Peter H. Bloch. *Interaction Seeking in Second Life and Implications for Consumer Behavior* dalam *Virtual social identity and consumer behavior* (New York: M.E. Sharpe, 2009), 43.

³ <http://rahmamia.wordpress.com/2012/05/20/53/>, diakses 21 Mei 2013.

kehidupan sehari-hari. Dengan merevolusi referensi spatio-temporal, internet mengubah cara orang memandang realitas, cara mereka hidup, secara individu dan kolektif, serta cara mereka mengelola hiburan.⁴ Kita tidak bisa menafikan, bahwa setiap perubahan pasti membawa eksese tertentu bagi kalangan masyarakat pelaku budaya itu sendiri. Eksese negatif bisa saja terjadi, artinya masyarakat harus bisa mengidentifikasi dengan memilah dan memilih berdasarkan sisi positif dan sisi negatif keberadaan internet sebagai media sosial baru. Jika kita mampu memanfaatkan potensi internet sebagai hal yang positif, paling tidak kita akan mendapatkan informasi yang tidak terhingga dalam ruang dan waktu yang tidak terbatas. Persepsi positif atau negatif dalam melihat kehadiran internet di tengah masyarakat sangat tergantung dari bagaimana cara pandang seorang terhadap kehadiran media baru, dunia maya ini. Internet sebagai jaringan media baru, pengaksesnya bagaikan menggunakan pedang bermata dua. Pada satu sisi pedang bisa digunakan pada hal yang bersifat positif, tetapi sebaliknya juga terbuka kemungkinan digunakan untuk hal yang negatif.

Pengaruh negatif biasanya terjadi jika internet digunakan untuk tujuan mengisolasi diri dari perkembangan sosial masyarakat lingkungannya. Pada kondisi tersebut seseorang sebetulnya sudah menutup diri terhadap komunitas sosial dan budaya sekitarnya. Kalau kehadiran internet dipandang sebagai kebutuhan vital bagi masyarakat mesrtnya digunakan untuk berkreasi dalam hal yang bersifat positif dan produktif. Pada sisi lain, ketika internet bergeser menjadi kebutuhan komunitas masyarakat, suatu perubahan budaya akan terjadi, sebab fasilitas internet seperti *chatting*, *webcam*, dan sejenisnya dapat mewakili pertemuan formal dan menggantikan pertemuan biasa *face to face*. Sejalan dengan ini, Kamel (2009) mengatakan; setelah terjadinya evolusi video game dan permainan jaringan, *metaverses* saat ini yaitu berupa multiplayer game online (MMOGs) dan dunia sintesis memungkinkan ribuan penduduk di seluruh dunia untuk bertemu di lingkungan yang sama di dunia maya.⁵

Dengan fasilitas internet, jarak geografis, ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah, karena seseorang tidak harus bertemu secara fisik. Fasilitas seperti itu sekarang bisa kita dapatkan melalui fitur fitur internet yang dikemas secara praktis pada alat yang lebih mini seperti teknologi telephone selular. Pertanyaannya adalah, mampukah masyarakat meminimalkan dampak negatif yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi virtual?

⁴ Leila El Kamel. *For a Better Exploration of Metaverses as Consumer Experiences*, dalam Virtual social identity and consumer behavior (New York: M.E. Sharpe, 2009), 20.

⁵ Leila El Kamel. 20.

pertanyaan ini perlu direnungkan untuk menemukan jawabannya yang relevan. Salah satu upaya yang telah dilakukan pemerintah untuk mengimbangi akses perkembangan teknologi virtual melalui media internet adalah dibuatnya Rancangan Undang Undang tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (RUU-ITE), yang disetujui DPR tahun 2008. Kebebasan media dalam konteks undang-undang ini tidak dimaknai sebagai kebebasan absolute, tetapi kebebasan yang berbudaya, dengan menempatkan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia. Kebebasan media dimaksud adalah adanya keseimbangan antara kebebasan menggunakan media dengan etika dan norma yang tumbuh dan berkembang di masyarakat dimana media itu eksis. Terciptanya perimbangan antara kebebasan media dengan batasan norma budaya masyarakat akan melahirkan pemanfaatan media yang berbudaya. Dengan demikian budaya media pada dasarnya merupakan cerminan dari realitas budaya masyarakatnya.⁶

Para peneliti memperkirakan bahwa keterlibatan remaja di dunia maya akan terus meningkat. Hal relevan juga bisa amati di Kota Medan bahwa sekitar 60% remaja menghabiskan waktunya di warung internet. Fenomena ini diprediksi akan meningkat terus, karena dunia virtual selalu berkembang dan menjanjikan kebebasan, kesenangan, keasikkan dan kemudahan dalam berbagai aktivitas. Di dunia virtual seseorang bisa menciptakan representasi dirinya sesuai dengan karakter yang disenanginya, yang disebut sebagai avatar. Sebagai sesuatu yang sangat digemari remaja, dunia game online sudah berkembang dalam kancah permainan tanpa batas peserta dari seantero dunia dan tanpa batas waktu permainan, yang disebut sebagai *metaverses*.⁷

Karena begitu berkembangnya aktivitas dunia virtual, yang sudah paralel dengan apa yang biasa dilakukan di dunia nyata konvensional, penelitian akademik mulai diarahkan melalui pendekatan netnografi, yaitu penelitian etnografi yang dilakukan di dunia maya atau virtual. Semakin berkembangnya varian dari penelitian ini, khusus untuk netnografi yang mengarah kepada pengalaman pribadi pelaku di dunia maya, penelitian netnografi memfokuskan metodenya dalam bentuk autonetnografi.⁸ Gambaran kehadiran dunia kedua (*second life*) dan dunia virtual ini juga berkembang pada sebagian masyarakat Indonesia, tidak terkecuali di Kota Medan. Makalah ini memfokuskan pembahasan pada

⁶ <http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika-ikp/files/2013/02/Internet-dan-Budaya-Informasi.pdf>.

⁷ Baca Leila El Kamel. 20-21.

⁸ Baca Robert V. Kozinets and Richard Kozmior. *I, Avatar: Auto-netnographic Research in Virtual Worlds*, dalam *Virtual social identity and consumer behavior* (New York: M.E. Sharpe, 2009), 3 dan 7.

keberadaan warung internet sebagai gerbang dunia virtual, yang dilakukan berdasarkan pengamatan dan studi literatur.

B. WARUNG INTERNET: DUNIA VIRTUAL DAN BUDAYA MASSA

Dalam novel fiksi ilmiah *Snow Crash* (1992), yang ditulis Neal Stephenson pertama dikembangkan konstruk Metaverse, yaitu menggambarkan masa depan dimana individu menghuni dua realitas paralel; keberadaan fisik sehari-hari dan keberadaan avatar mereka di lingkungan yang dimediasi komputer 3D.⁹ Ini adalah gambaran kehidupan virtual yang akan dijalankan oleh masyarakat dunia, dan sekarang sudah terbukti. Internet adalah teknologi yang mengantarkan manusia untuk sampai pada kehidupan virtual yang merupakan kehidupan ke duanya (*second life*). Pada masyarakat Indonesia, dan khususnya Kota Medan, internet dimasyarakatkan oleh pengusaha jasa internet dalam bentuk pengoperasian warung internet atau istilah populernya warnet. Dalam perkembangannya sampai sekarang, warnet telah memasyarakat secara luas dan telah menjadi salah satu aspek dari budaya massa.

Warnet Sebagai Dunia Virtual

Yasraf Amir Piliang Mengatakan; sistem perekonomian global telah berkembang sedemikian rupa sehingga komponen-komponennya berubah menuju ke arah sifat-sifat: 1) virtual (semu bagaikan fatamorgana), 2) infective (menjalar bagaikan virus), dan 3) floating (mengapung dan berputar secara global bagaikan mengikuti sebuah orbit).¹⁰ Lebih jauh dikatakan, lingkungan virtual akan mendorong trend konsumerisme baru untuk dekade berikutnya. McKinsey memprediksi bahwa "dunia maya seperti *second life* akan menjadi alat bisnis yang sangat diperlukan dan penting untuk strategi perusahaan menjangkau generasi video game. Ulasan Harvard Business memprediksi bahwa ke depan lingkungan virtual mungkin muncul sebagai antarmuka dominan internet.¹¹ Pada masyarakat Indonesia perkembangan penggunaan media virtual ini sangat didukung oleh kontribusi keberadaan dan bisnis warnet.

Di era globalisasi dan abad virtual dewasa ini, banyak konsep-konsep sosial seperti integrasi, kesatuan, persatuan, nasionalisme dan solidaritas, tampak semakin

⁹ Michael R. Solomon and Natalie T. Wood. *Introduction, Virtual Social Identity: Welcome to the Metaverse* dalam *Virtual social identity and consumer behavior* (New York: M.E. Sharpe, 2009), vii.

¹⁰ Yasraf Amir Piliang. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium ke Tiga dan Matinya Posmodernisme* (Bandung: Mizan, 1999), 59.

¹¹ Michael R. Solomon and Natalie T. Wood. viii.

kehilangan realitas sosialnya dan malah justru menggiring masyarakat global ke arah akhir sosial. Alan Touraine misalnya, melihat bahwa proses akhir sosial ini adalah sebagai akibat modernisasi yang telah mencapai titik ekstrimnya, yang disebutnya sebagai hipermodernisasi kontemporer. Proses akhir sosial ini kini dipercepat dan mencapai keadaan maksimalnya di tangan media dan informasi; internet dan televisi (terutama internet yang dilengkapi “mesin” pencari informasi dan penjelajah dunia maya), yang menciptakan berbagai simulasi relasi sosial, yaitu dalam bentuk relasi maya¹². Aktivitas di warnet adalah salah satu contohnya.

Namun, walaupun disebutkan bahwa kelahiran dunia virtual menyebabkan berakhirnya kehidupan sosial dalam pengertian interaksi dan komunikasi konvensional, para ahli yang telah memfokuskan perhatian dan penelitiannya pada dunia kedua ini mengatakan dunia virtual adalah juga dunia sosial, dimana seseorang juga bisa melakukan relasi, transaksi, dan pertukaran sosial, tentunya dengan menggunakan media teknologi komputer. Kozinets dan Kedzior mengatakan; karena dunia maya cenderung sebagai dunia sosial, orang menggunakan antarmuka komputer untuk berintegrasi sesamanya dan dengan lingkungan hidup lainnya.¹³

“Akhir sosial” juga ditandai oleh transparansi sosial, yaitu satu kondisi lenyapnya kategori sosial, batas sosial, hierarki sosial yang sebelumnya menjadi struktur masyarakat. Batas-batas sosial antara dunia anak-anak dan dunia orang dewasa lenyap melalui akses yang mudah ke pornografi internet; batas antara proletariat dan borjuis lenyap di dalam arena virtualisme konsumsi (konsumerisme); batas antara penguasa dan teroris lenyap di tangan terorisme virtual; batas antara bencana ekonomi dan rekayasa ekonomi lenyap di dalam bencana ekonomi virtual, batas antara kebenaran dan kepalsuan lenyap di tangan virtualitas media dan informasi, ini semua karena lahirnya teknologi virtual di tengah masyarakat kita.¹⁴

Bila Peter L. Berger di dalam *Invitation to Sociology* berbicara mengenai model masyarakat sebagai sebuah drama, dengan berbagai aktor-aktor di dalamnya, yang mempunyai peran masing-masing, maka di dalam komunitas semu yang disebut *party line* banyak berkeliaran aktor-aktor tak dikenal, yang berinteraksi di dalam ekstasi komunikasi.¹⁵ Pada orbit komunikasi *party line* di warnet

¹² Baca Yasraf Amir Piliang. 72.

¹³ Baca Robert V. Kozinets and Richard Kedzior, 7.

¹⁴ Yasraf Amir Piliang. 73.

¹⁵ Baca Yasraf Amir Piliang. 317.

juga demikian, remaja melakukan hubungan terbuka tanpa batas dengan siapa saja dari seantero dunia. Komunikasi dan interaksi yang dilakukan adalah melalui permainan game, diantaranya game online metaverses.

Party line menciptakan semacam deteritorialisasi ruang sosial, yakni membongkar struktur teritorial yang ada, dan menciptakan halusinasi teritorial.¹⁶ Halusinasi teritorial juga disebabkan karena dunia virtual dianggap sebagai tanah kebahagiaan abadi, dunia yang dimodelkan sebagai ruang utopis, dimana tidak ada penyakit, penuaan, atau kematian permanen.¹⁷ Lebih jauh, perkembangan sistem komunikasi global telah menciptakan berbagai halusinasi ruang sosial. Semakin banyak ruang berinteraksi, berkomunikasi atau bersosialisasi yang tidak lagi di dalam satu teritorial, akan tetapi di dalam halusinasi teritorial, seperti pada *party line*. Misalnya, walaupun secara fisik ada puluhan manusia di warung internet tetapi masing-masing tidak berkomunikasi sesama mereka dalam pengertian nyata, namun mereka berinteraksi dengan banyak kawan atau lawan dari berbagai tempat tanpa batas wilayah dalam metaverses game online.

Kondisi ini kemudian menciptakan semacam kompetisi sosial, yaitu semacam perang berpacu dengan kecepatan. Oleh sebab itu bagi pengusaha warnet dan konsumennya, untuk sukses di dalam ekonomi virtual dan kebudayaan *cyber* sama artinya dengan menguasai kecepatan dengan sepenuhnya. Di sisi lain, untuk dapat bertahan di dalam dunia ekonomi virtual dan kebudayaan abad ke-21, seorang aktor ekonomi harus memperoleh informasi setiap hari tentang situasi pasar; seorang desainer grafis komputer harus mendapatkan informasi setiap saat tentang *vocabulary* citraan; seorang pencinta mode harus mendapatkan informasi setiap hari tentang mode dan *trend*-baru; pengusaha warnet harus bisa memprediksi seri perkembangan game online terbaru yang akan muncul; setiap orang harus siap tempur dalam menghadapi setiap emergensi sosial abad ke-21.¹⁸

Berdasarkan gambaran dunia virtual yang berkembang dalam teknologi internet dan disebarkan melalui keberadaan warnet memberi kontribusi pada perkembangan budaya massa atau budaya populer pada masyarakat, terutama pada konsumen setianya kaum muda atau remaja.

¹⁶ Yasraf Amir Piliang. 317.

¹⁷ Baca Robert V. Kozinets and Richard Kedzior, 12.

¹⁸ Baca Yasraf Amir Piliang. 74-75.

Warnet Sebagai Budaya Massa

Umar Kayam mengatakan; seperti yang lazim dijumpai dalam sosiologi Barat, kebudayaan massa lebih diartikan sebagai hasil lingkungan industri yang telah berkembang.¹⁹ Kebudayaan massa diproduksi dan dimasyarakatkan melalui media massa, seperti televisi, dan zaman sekarang ini internet. Dalam pengertian relevan budaya massa juga diartikan sebagai budaya yang lahir dari proses industri massal, seperti produk *fashion* dan elektronika. Walau sama-sama bersifat memasyarakat dengan budaya populer, tetapi sering dibedakan, dimana budaya populer cenderung dilihat dalam perspektif hierarkis-dikotomis dengan budaya tinggi yang dianggap lebih berkualitas, lebih serius, dan lebih berkelas atas. Disebutkan bahwa; secara kasar budaya populer sering dipahami sebagai budaya kebanyakan orang atau masyarakat kelas bawah. Pertentangannya adalah dengan budaya kelas atas (*high culture*), yang dipahami sebagai budaya kelas elite dan berpendidikan.²⁰

Budaya massa juga terkait dengan pola hiburan masyarakat, seperti yang sekarang marak melalui internet. Budaya massa (*mass culture*) sering disamakan dengan budaya populer (*populer culture*), begitu pula dengan hiburan massa (*mass entertainment*). Walaupun budaya massa tidak hanya bersifat hiburan, tetapi mencakup seluruh produk terpakai atau barang konsumsi (*consumer goods*) sebagai produk massal dan fashionable yang formatnya terstandarisasi dan penyebaran dan penggunaannya bersifat luas.²¹

Lebih jauh apa yang disebut dengan hiburan masyarakat berkaitan dengan pola rekreasi masyarakat yang mencakup aspek; media rekreasi, produsen media rekreasi, konsumen produk kebudayaan untuk tujuan psikologis atau sosial. Hiburan yang berkaitan dengan pola rekreasi masyarakat terlihat jelas dalam aktivitas remaja dan masyarakat secara umum di warnet, dimana ketiga aspek yang berkaitan dengan; media rekreasi, produsen (fasilitator) media, dan konsumen tercover di dalamnya. Sistem pendukung pola rekreasi ini tidak dapat dilepaskan dari dinamika industrial dalam perekonomian dalam setting kapitalis atau kekuasaan negara dalam sistem komunis. Namun dalam konteks perkembangan warnet tentunya relevan dengan dinamika industrial dalam setting ekonomi kapitalis.

Kajian atas budaya massa berkaitan dengan metode pendekatan budaya atas komunikasi. Dalam hal ini komunikasi dilihat dalam dua konsep berbeda, pertama adalah

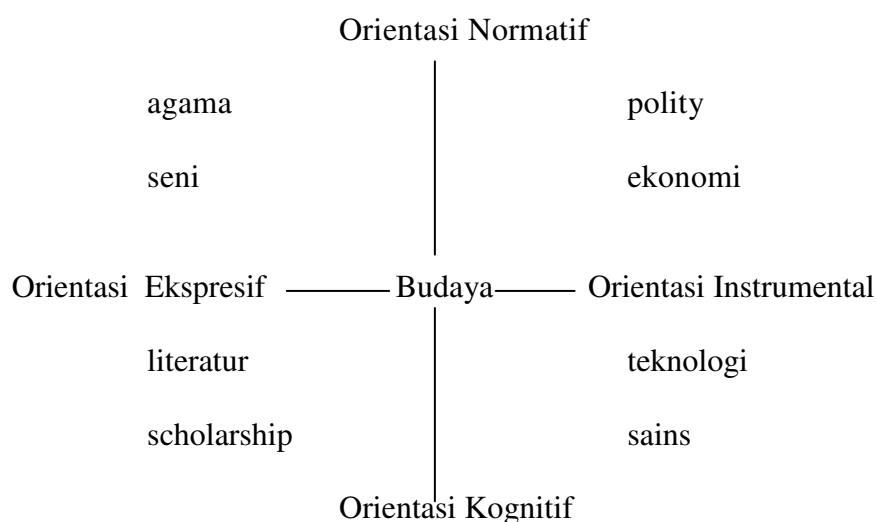
¹⁹ Umar Kayam. *Budaya Massa Indonesia*, dalam *Lifestyle Ecstasy* (Yogyakarta: Jalasutra), 25.

²⁰ Nicholas Abercrombie, dkk. *Kamus Sosiologi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 422.

²¹ Ashadi Siregar. *Budaya Massa: Catatan Konseptual tentang Produk Budaya dan Hiburan Massa*, dalam *Lifestyle Ecstasy* (Yogyakarta: Jalasutra), 13.

“*transmission view of communication*” dan kedua adalah “*ritual view of communication*”. Dengan konsep pertama komunikasi dilihat sebagai kegiatan sosial yang dikenal secara konvensional, yaitu adanya pihak yang menyampaikan “hal” yang bermakna kepada orang lain. Sementara konsep kedua tidak bertumpu kepada penyampaian yang mengatasi jarak dan waktu, tetapi kepada kebersamaan. dengan begitu komunikasi bukan berarti menyampaikan pesan antara pihak yang terpisah dari pihak lainnya, tetapi perwujudan dari kepercayaan bersama (*representation off shared beliefs*). pesan merupakan produk bersama dalam pemaknaan kehidupan bersama.²² dalam hal kebersamaan pesan di internet, sekali suatu pesan atau informasi diupload, baik yang bersifat positif-konstruktif maupun negatif-destruktif, akan langsung bisa di akses oleh semua orang, sehingga akan menjadi milik publik dan konsumsi bersama.

Lebih jauh, produk budaya dapat dilihat dengan dua cara berbeda, yaitu sebagai produk yang memiliki makna otonom dan sebagai produk yang memiliki makna secara eksternal, yaitu terhadap produsen dan konsumen. Interaksi produsen dan konsumen dengan sendirinya tidak terlepas dari lingkungan sosial yang memberi peluang atau hambatan. Untuk memberikan gambaran sederhana atas keberadaan media rekreasi dan produk budaya massa di tengah masyarakat, kiranya dapat bertolak dari kerangka pemikiran tentang kebudayaan sebagai berikut :



Sumber: Siregar, diadaptasi dari Rosengren

Budaya merupakan acuan dalam berbagai dimensi kehidupan sosial. Dimensi kehidupan sosial dapat dikelompokkan sebagai domain *polity* (dinamika masyarakat negara), ekonomi, teknologi, sains, dunia akademik, sastra (*literature*), seni, dan agama.

²²Ashadi Siregar. 14

Setiap domain memiliki orientasi tertentu, yang membedakan satu sama lain. Dinamika kebudayaan dapat dipandang sebagai proses yang mengatur tarik-menarik berbagai domain, untuk mendapatkan kehidupan sosial yang bermakna bagi masyarakat. Setidaknya ada empat macam orientasi sosial, yaitu ekspresif, normatif, instrumental, dan kognitif. Setiap orientasi ini bertolak dari dan bertujuan untuk menghadirkan makna tertentu. Di sini kebudayaan sebagai sumber nilai yang menjadikan setiap domain sosial digerakkan berdasarkan azas keseimbangan dalam tarik-menarik antara satu domain dengan lainnya. Kebermaknaan orientasi sosial suatu domain dengan demikian diperkaya oleh orientasi lainnya. Biasanya, secara empiris ada domain yang lebih kuat untuk menempatkan orientasi yang didukungnya sebagai acuan dalam setiap domain lainnya. Dalam struktur dengan domain agama lebih hegemonik, akan menempatkan domain lain ke arah orientasi normatif. Begitu pula jika domain teknologi ataupun ekonomi bersifat hegemonik, domain lainnya akan dipaksa mengikuti orientasi instrumental.²³

Kebudayaan dalam arti sempit biasanya dimaksudkan sebagai produk yang diproduksi dan dikonsumsi dalam orientasi ekspresif, dan biasanya sesuai dengan lingkungan sosial dan budaya masyarakat. Dalam hal ini selera dan gaya ditentukan secara sosial dan kultural.²⁴ Produk semacam inilah yang juga dikenal dalam media rekreasi, dimana media rekreasi menggunakan domain seni dan sastra sebagai materi dalam orientasi ekspresif. Walaupun dalam menggunakan media rekreasi, warga masyarakat dapat juga menikmati produk-produk yang dimaksudkan sebagai domain di luar orientasi ekspresif. Misalnya dengan menonton barang-barang yang dipajang di etalase mall atau ruang pameran. Atau penataan produk dan elemen estetis dalam interior ruang warnet. Barang atau produk estetis yang dipajang tidak dimaksudkan dalam orientasi ekspresif, melainkan dalam fungsi orientasi instrumental. Mungkin fungsi ekspresif yang terkandung dalam suatu seni pajang, bukan pada barang yang digunakan. Dengan demikian seni yang ditempatkan dalam orientasi instrumental ini tetap mengandung nilai yang dinikmati secara estetis.²⁵

Produk budaya massa dipengaruhi berbagai orientasi. Pengaruh yang bersifat struktural ini menjadi faktor imperatif dari muatan dan fungsinya di tengah masyarakat. Orientasi instrumental yang menggerakkan domain ekonomi akan menentukan pasokan suatu produk budaya dan penyelenggaraan media kreatif. Dengan kata lain, sisi produsen

²³ Baca Ashadi Siregar. 16.

²⁴ Dominic Strinati. *Popular Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya* (Yogyakarta: Ar-Rizz Media, 2010), 80.

²⁵ Baca Ashadi Siregar. 17.

dan fasilitator produk budaya internet dapat dijelaskan melalui konsep yang bersifat struktural ini. Sebaliknya, selain pandangan struktural dengan saling pengaruh antar domain sosial, keberadaan media rekreasi dapat dilihat dari sisi konsumen. Dengan cara lain keberadaan media rekreasi dapat dilihat dari fungsinya dalam masyarakat. Dari fungsi ini, setiap individu memiliki pola rekreasi yang khas, bertolak dari motivasinya. Biasa disebut fungsi media yang bertolak dari motivasi penggunaanya.

Pengalaman imajinatif merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam menggunakan media rekreasi. Sebagaimana konsumen internet di warnet, secara sosial dan emosional mendapatkan pengalaman imajinatif yang luas melalui berbagai fasilitas yang disediakan, terutama berbagai jenis game. Dengan demikian pola rekreasi dapat dibedakan dari tujuan yang ingin dicapai oleh masyarakat, sehingga pasokan produk budaya pun dapat diklasifikasikan atas dasar kecenderungan konsumennya. Secara umum tujuan yang ingin dicapai adalah kesenangan, karenanya setiap media rekreasi yang menggunakan produk budaya semacam ini akan menyentuh dunia subjektif masyarakat yang bersifat efektif. Fungsi rekreatif dari media ini (semacam internet) membedakannya dengan media massa yang dimaksudkan sebagai media sosial.

Namun fungsi-fungsi media di atas dapat saja bertumpang tindih dari suatu media. Kecenderungan masyarakat terhadap media dapat menjadi tidak proporsional akibat fungsi media yang juga tidak proporsional. Misalnya terhadap media rekreasi diharapkan terpenuhi satisfaksi berupa kemanfaatan sosial, atau sebaliknya media sosial digunakan sebagai pemenuhan satisfaksi pengalaman imajinatif. Seperti internet pada awalnya sangat diharapkan sebagai media yang mengusung kemanfaatan sosial, sebagai kemudahan mengakses informasi, namun dalam perkembangannya cenderung beralih kepada pemenuhan fungsi imajinatif, yang terutama di fasilitasi melalui warnet.

Penggunaan media tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan media belaka, sebab faktor kecenderungan dari khalayak masyarakat tidak kalah pentingnya. Dorongan untuk menggunakan atau tidak menggunakan media dapat dikelompokkan dalam dua kemungkinan: pertama, dorongan untuk mendapatkan kepuasan atau gratifikasi (*gratification*) atas media, karenanya mencari media untuk dikonsumsi (gratifikasi positif), atau pada ekstremitas lain yaitu menghindari penggunaan media (gratifikasi negatif). Namun dalam keberadaan warnet kedua faktor berpengaruh. Adakalanya keterediaan media oleh produsen atau fasilitator yang mengarahkan minat konsumen, dan sebaliknya bisa juga kecenderungan selera konsumen yang menentukan, akibat

informasi yang berkembang, yang menjadi pengetahuan konsumen, sehingga lahir keinginan dan permintaan konsumen.

Tetapi kecenderungan ini tidak semata-mata dorongan psikologis. Perlu diingat bahwa masyarakat bukanlah kesatuan individu yang terisolasi dan anonim. Setiap orang merupakan anggota kelompok sosial dan partisipan dalam lingkungan budaya. Dapat dicatat tiga faktor utama yang berasal dari lingkungan sosial dalam kecenderungan menggunakan media yaitu: (1) *normative influences, which give rise to certain requirements or expectation based on sex, life-cycle position, social roles, and so on*; (2) *socially distributed life chances, consisting of factors that "facilitate" a richer involvement with media content (for example, organizational affiliations, frequency of social contact) or that are sources of a "need to compensate" for the lack of various social opportunities (for example, lack of friends, telephone, or opportunities for leisure)*; and (3) *the subjective reaction or adjustment of the individual to his/ hersocial situation (for example, job or role satisfaction)* (Palmgreen, dalam Siregar).²⁶

Dapat diproyeksikan bahwa keberadaan media rekreasi tidak semata-mata ditentukan oleh pasokan produsen budaya, melainkan dari tarikan yang berasal dari kecenderungan masyarakat dan domain lain dalam kehidupan sosial. Selain faktor-faktor sosial, keberadaan media rekreasi dapat dibicarakan dengan melihat kedudukan pelaku, yaitu konsumen dan produsen. Sebagaimana pola kegiatan lainnya, pemilihan antara konsumen dan produsen dengan pola rekreasi pada dasarnya bermula dari karakteristik sosial yang menjadi latar kehidupan sosial. Jika kerangka pemikiran ini diterapkan khususnya terhadap masyarakat kota, setidaknya akan terlihat bahwa keberadaan media rekreasi sudah menggunakan kaidah-kaidah modern, tidak lagi dilakukan oleh komunitas sebagai kegiatan bersama. Penyediaan media rekreasi merupakan sistem ekonomi dimana produsen budaya pemasoknya bisa jadi berasal dari luar lingkungan masyarakat lokal. Pola ekonomi global, yaitu produksi dan distribusi produk secara mondial juga membentuk corak pasokan produk budaya dan media rekreasi.²⁷

Pola kehidupan warga masyarakat juga menjadi penyebab berubahnya cara penggunaan media rekreasi. Ini berkaitan dengan dinamika industrial yang mempengaruhi penggunaan waktu kerja (waktu sekolah/ belajar) dan waktu luang. sebagai ilustrasi, dengan pola lima hari kerja dengan sendirinya akan berbeda dalam

²⁶ Ashadi Siregar. 21.

²⁷ Baca Ashadi Siregar. 22-23

penggunaan waktu luang dengan pola enam hari kerja, atau dengan petani yang "libur" setelah panen. Domain ekonomi yang memformat penggunaan waktu kerja dan waktu luang akan mempengaruhi cara mengkonsumsi media rekreasi. Sehubungan dengan ini waktu konsumen remaja yang digunakannya untuk mengkonsumsi media rekreasi internet di warnet pada umumnya adalah pada sore dan malam hari, kecuali hari minggu dan hari libur yang bisa seharian.

Dapat dikatakan, globalisasi menandai proses pasokan produk budaya dan media rekreasi yang membentuk pola konsumsi global, dengan keseragaman selera dan cara menggunakan media, sebagaimana warnet yang berkembang sampai ke daerah pedesaan. Hal ini menyebabkan masyarakat kota semakin terbentuk dalam komunitas dunia yang tidak terintegrasi secara sosial, yang terbentuk dalam perilaku konsumerisme media secara semu atau virtual, seperti apa yang dirasakan oleh konsumen berbagai jenis game, seperti; Webkinz, Whyville, dan Habbo Hotel, dan lainnya.

C. IMPLIKASI KEBERADAAN WARUNG INTERNET DI MEDAN

Warung internet atau warnet telah menjadi gerbang dunia virtual bagi remaja di Kota Medan, yang membius kesadaran sehari-hari remaja, mengalihkan perhatiannya dari yang seharusnya belajar demi membangun cita-cita dan masa depannya, untuk akhirnya dihabiskan berjam-jam di warnet. Dari beberapa tulisan dan informasi dapat disimpulkan bahwa anak remaja cenderung menggunakan internet hanya untuk bermain game. Seperti dikatakan Wood, Chaplin, dan Salomo 2009 bahwa; evolusi masyarakat virtual yang lebih tajam adalah ketika kita melihat proliferasi situs pemuda berorientasi seperti Webkinz, Whyville, dan Habbo Hotel.²⁸ Sehubungan dengan itu, pada bagian ini akan dianalisis implikasi keberadaan warnet dalam kaitannya dengan keterlibatan remaja sebagai konsumennya di Kota Medan. Tentu keberadaan warung internet sebagai hasil dari perkembangan teknologi komunikasi dan *cyberspace* mempunyai dua sisi pertimbangan dan pemahaman. Pastilah ada sisi positif-konstruktif dan ada sisi negatif-destruktifnya yang bisa kita analisis, yang keduanya mengandung konsekwensi perkembangan dan perubahan sosial.

²⁸ Michael R. Solomon dan Natalie T. Wood. ix.

²⁸Baca Leila El Kamel. 20-21.

Berdasarkan hasil penelitian para Ahli, dinyatakan ada beberapa keuntungan positif yang bisa diperoleh dari keberadaan warnet, yang tentunya bisa kita aplikasikan dalam pemahaman warnet di Kota Medan:

1. Keuntungan pertama didasarkan pada alasan psikologis untuk memperoleh hiburan dan *refreshing*, misalnya melalui berbagai permainan, seperti game online, dan juga merupakan wahana untuk menghilangkan kejenuhan atau stress dari remaja. Alasan ini sudah diakui secara mendunia. Sebagaimana disebutkan Wang dkk, bahwa; ...game online telah menarik konsumen di seluruh dunia, termasuk di Cina. Hal ini telah menjadi ajang hiburan penting dan merupakan bisnis utama. Berbagai macam game online diperkenalkan ke Cina selama tahun 2000, dan dengan cepat mendapatkan momentum di kalangan gamer muda.²⁹ Di Medan setiap hari dan setiap malam warnet dipenuhi pengunjung, yang diantaranya adalah kalangan remaja yang tidak lain adalah remaja yang menginginkan hiburan, menghilangkan kejenuhan dan stress. Tentunya hal ini bisa dinilai positif kalau tidak sampai mengganggu jam belajar dan waktu bersekolah.
2. Warnet yang banyak menyediakan fasilitas permainan online bisa menjadi wahana kreativitas bagi remaja. Ada banyak permainan yang menuntut kreativitas pemain untuk mengolah dan menentukan strategi permainan. Apalagi permainan yang harus didesain melalui penciptaan representasi tokoh dunia virtual, misalnya apa yang dikenal sebagai avatar. Penciptaan avatar melalui tiga tahap, yaitu; desain dasar elemen, renovasi menurut kelompok, dan individualistis yang tergantung pada kepribadian pemainnya.³⁰ Anak remaja sangat membutuhkan wahana kreativitas ini untuk bisa memupuk dan mengembangkan kreativitasnya dengan baik, diantaranya tentu bisa melalui permainan game online yang disediakan di warnet. Sejalan dengan pengembangan kreativitas, juga meningkatkan kerja saraf motorik seperti tangan dan mata, serta insting seseorang.
3. Bagi seorang petualang atau yang menyukai adegan berbahaya, yang tidak mudah dilakukan di dunia nyata, tentunya di dunia virtual *second life* bisa dilakukan dengan keamanan dan keselamatan yang tidak perlu diragukan. Hirsch (2009) mengatakan; dunia virtual second life menawarkan keselamatan dalam hal baik fisik dan emosional.

²⁹ Jeff Wang, Xin Zhao, and Gary J. Bamossy. *The Sacred and the Profane in Online Gaming: A Netnographic Inquiry of Chinese Gamers* dalam Virtual social identity and consumer behavior (New York: M.E. Sharpe, 2009), 111.

³⁰ Leila El Kamel. 26.

Tingkat keamanan memungkinkan pengguna untuk beraksi dan berinteraksi dengan cara-cara mereka yang tidak mungkin mampu dalam kehidupan nyata.³¹

4. Berintegrasi di dunia virtual dapat membangun hubungan sosial baru dalam keakraban dan solidaritas yang tinggi dengan sesama pemain dari berbagai belahan dunia. Beberapa peneliti percaya bahwa game online, terutama dalam lingkungan intensif, menghasilkan hubungan sosial. Yee (2006) berpendapat bahwa ada karakteristik yang unik dan khusus dalam game online multiplayer yang memfasilitasi hubungan sosial.³² Kondisi ini sebetulnya bisa dimanfaatkan oleh remaja yang mengalami keterbatasan kemampuan untuk berintegrasi dan bersosialisasi di dunia nyata, misalnya kurang percaya diri, pemalu, penakut, dan penyakit psikologis lainnya untuk belajar melalui hubungan sosial dunia virtual.
5. Dalam permainan game juga dapat dibangun sikap dan kepribadian yang diinginkan oleh pemain, yang tidak mudah dilakukannya dalam kehidupan nyata sehari-hari. Pemain bisa merancang karakter dan kepribadian yang diinginkan, dan hal ini tidak sulit, apalagi melalui rekayasa avatar. Kamel mengatakan; ...remaja dapat bereksperimen melalui avatar mereka, dengan kepribadian yang berbeda dan membangun identitas mereka pada model virtual tanpa takut adanya akibat signifikan, dan tanpa takut salah karena kegagalan di dunia maya diterima.³³
6. Gangguan mental tertentu yang berkaitan dengan kepribadian dan masalah keintiman juga menurut Seys dalam Kamel (2009) bisa diatasi melalui permainan games online.³⁴ Karena dalam hal ini pemain bisa bereksperimen melakukan terapi berkaitan dengan keterbasan atau permasalahan mental yang dialaminya tanpa malu-malu, karena tidak akan diketahui oleh orang lain sebagaimana kondisi di dunia nyata. Dia bisa bersahabat secara virtual dengan orang yang lebih tua, dengan lawan jenisnya, dengan orang yang memiliki karakteristik dan profesi yang dikaguminya di kehidupan nyata, dan sebagainya.
7. Berdasarkan studi literatur yang dilakukan, keberadaan warnet dalam pengertian positif bagi remaja dapat mendukung proses belajarnya, karena di internet tersedia kemudahan untuk memperoleh berbagai data dan informasi. Secara praktis juga akan

³¹ Christian Hinsch and Peter H. Bloch. *Interaction Seeking in Second Life and Implications for Consumer Behavior* dalam Virtual social identity and consumer behavior (New York: M.E. Sharpe, 2009), 58.

³² Leila El Kamel. 26.

³³ Leila El Kamel. 28.

³⁴ Leila El Kamel. 28.

membiasakan seseorang untuk familiar dengan bahasa Inggris, yang merupakan bahasa komunikasi di internet, termasuk dalam permainan games.

Disamping adanya keuntungan atau nilai positif keberadaan warnet bagi remaja, tentunya juga ada aspek-aspek negatif yang bisa merugikan, kalau aktivitas di warnet dilakukan tanpa batas perhitungan. Beberapa hal yang bersifat negatif diantaranya:

1. Kamel (2009) menyatakan bahwa efek negatif dari permainan game online digolongkan pada kategori isu subversif. Isu subversif ini sering digunakan oleh publik dan pers untuk mendiskreditkan industri yang memfasilitasi permainan online, yaitu; kecanduan, kekerasan, dan kebingungan antara dunia virtual dan dunia nyata. Terkait dengan kecanduan, memang beberapa pemain atau gamer bisa menghabiskan waktunya berjam-jam untuk bermain game. Hal ini tentunya sudah bisa dinyatakan sebagai kondisi yang sudah berada pada taraf kecanduan yang dialami seseorang, sehingga melahirkan ketergantungan. Pemain game bisa menghabiskan waktunya seharian di warnet. Biasanya efek kecanduan juga didukung oleh aktivitas perjudian. Celakanya, bagi yang kalah memungkinkan untuk berusaha mendapatkan uang dengan cara apa saja, termasuk mencuri untuk mengobati kecanduannya itu. Kalau seorang pelajar remaja secara rutin bisa menghabiskan waktunya berjam-jam setiap hari bermain game, tentunya pelajaran sekolahnya akan terganggu. Kalau banyak remaja di lingkungan warnet melakukan hal yang sama tentunya pendidikan remaja di sekitar itu akan terganggu. Secara ekstrim bisa dilihat, banyak remaja Kota Medan yang menghabiskan waktunya seharian bermain game di warnet, dan malah ada yang mau begadang semalaman.
2. Dengan mengonsumsi permainan game yang umumnya difasilitasi melalui warnet dapat menimbulkan agresifitas remaja, karena beberapa jenis game berkarakter kekerasan, seperti perkelahian dan peperangan. Kekerasan adalah juga bagian aspek subversif, dimana dunia maya telah mewariskannya melalui video game. Lin dan Sun dalam Kamel (2009) menyatakan kekerasan dan kematian menjadi bagian integral pada masyarakat, yang selain dari permainan game juga dipengaruhi oleh produksi cerita fiksi, lukisan, film dan sejenisnya yang mengakibatkan agresifitas masyarakat secara psikologis.³⁵ Agresifitas yang dilakoni para remaja dalam game ini dikhawatirkan akan terbawa dalam sikap kesehariannya, yang bisa memotivasi perkelahian dan tauran.

³⁵ Baca Leila El Kamel. 27.

3. Kebingungan antara dunia virtual dan dunia nyata dimana pemain sehari-hari eksis. Dalam kesehariannya pemain bisa melarikan diri dari kenyataan dan masalah yang dihadapinya melalui persembunyian dengan atribut identitas dan kepribadian yang diinginkan di dunia virtual. Sejalan dengan ini, Yee dalam Kamel (2009) menyatakan bahwa game online dapat memberikan ruang yang aman bagi kaum muda untuk bereksperimen dengan identitas dan kepribadian yang berbeda tanpa risiko konsekuensi serius.³⁶ Namun pelarian pemain game di dunia virtual tentunya bersifat semu, karena permasalahan yang sesungguhnya di dunia nyata tidak akan terselesaikan. Dengan seringnya pemain game menjadikan arena permainan game sebagai tempat pelarian yang aman, tentunya aktivitas kehidupan yang nyata akan terabaikan. Bagi remaja pelajar hal ini tentunya sangat merusak aktivitas belajarnya.
4. Bagaimana gambaran percintaan di dunia virtual, Wang dkk (2009) menggambarkan; ...pemain wanita melaporkan mengalami emosi cinta yang dianggap sangat mirip dengan perasaan cinta di dunia nyata. Dalam konteks virtual CMEs, kehidupan avatar menyediakan gamer pria dan wanita kebebasan untuk lebih mudah membuat hubungan struktural, seperti pernikahan di dunia nyata. Di kehidupan nyata, pernikahan dan keluarga biasanya stabil, dalam dunia game, gamer laki-laki mungkin juga berusaha untuk mengalami hidup dengan banyak istri.³⁷ Gambaran hasil penelitian di atas memungkinkan terwujud dalam kehidupan nyata, kalau gamer secara intens eksis dalam game percintaan, bisa saja bagi yang sudah berkeluarga keluarganya di dunia nyata terabaikan. Sedangkan kalau yang melakukannya adalah kalangan remaja bisa mengarah keperilaku pornografi atau *cybersex*, tentunya efeknya sangat tidak baik bagi masa depannya.
5. Wang dan Benbasat dalam Brown (2009) mengatakan perilaku masyarakat terhadap kehidupan virtual melalui komputer menunjukkan bahwa orang sering memperlakukan komputer mereka seolah-olah adalah manusia dan menerapkan aturan-aturan sosial kepadanya. Namun, perilaku ini tidak disadari oleh individu.³⁸ Karena mendewakan komputer, dikhawatirkan akan mengurangi perhatian gamer terhadap lingkungan sosial yang sesungguhnya, akan bersikap masabodoh dengan

³⁶ Leila El Kamel. 28.

³⁷ Jeff Wang, Xin Zhao, and Gary J. Bamossy. 117.

³⁸ Baca James E. Brown and Tracy L. Tuten. *I Don't Know You, But I Trust You: A Comparative Study of Consumer Perceptions in Real-life and Virtual Worlds* dalam Virtual social identity and consumer behavior (New York: M.E. Sharpe, 2009), 65.

lingkungannya, dan lebih jauh yang bersangkutan bisa menjadi teralienasi dalam lingkungan nyatanya.

6. Berdasarkan studi literatur lainnya juga dijelaskan bahwa keberadaan remaja yang menghabiskan waktunya terlalu lama di warnet, apalagi semata untuk bermain game melahirkan sikap boros uang dan waktu. Disamping itu juga menyebabkan terganggunya kesehatan, karena cenderung tidak memperhatikan pola makan dan tidur atau istirahat yang baik.

Agar implikasi keberadaan internet sebagai gerbang dunia virtual bagi remaja di Kota Medan bernilai positif dalam perubahan dan perkembangan sosial tentunya peranan dan keterlibatan berbagai pihak terkait sangat dituntut, misalnya; orang tua, guru, masyarakat, pengusaha warung internet, dan pemerintah. Orang tua seyogianya mengetahui kegiatan yang dilakukan anaknya di warnet. Guru dan sekolah hendaknya juga mengarahkan siswanya untuk mengakses informasi dan pengetahuan yang mendidik. Pengusaha Internet diminta untuk tidak hanya mementingkan keuntungan saja, tetapi juga tanggung jawab moral dan sosialnya terhadap perkembangan remaja dan generasi muda di lingkungan usahanya, dan masyarakat juga diminta peran sertanya untuk mengawasi keberadaan warnet di lingkungannya. Sebagai pihak yang memberi izin usaha, pemerintah hendaknya juga mengawasi dan memberikan sanksi kepada pengusaha warnet yang menyalahi aturan,

D. DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie, Nicholas, dkk. *Kamus Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Brown, James E. dan Tuten, Tracy L. *I Don't Know You, But I Trust You: A Comparative Study of Consumer Perceptions in Real-life and Virtual Worlds* dalam *Virtual Social Identity and Consumer Behavior*. New York: M.E. Sharpe, 2009.
- Hinsch, Christian dan Bloch, Peter H. *Interaction Seeking in Second Life and Implications for Consumer Behavior* dalam *Virtual Social Identity and Consumer Behavior*. New York: M.E. Sharpe, 2009.
- Kamel, Leila El. *For a Better Exploration of Metaverses as Consumer Experiences*, dalam *Virtual Social Identity and Consumer Behavior*. New York: M.E. Sharpe, 2009.
- Kayam, Umar. *Budaya Massa Indonesia*, dalam *Lifestyle Ecstasy*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Kozinets, Robert V. dan Kedzior, Richard. *I, Avatar: Auto-netnographic Research in Virtual Worlds*, dalam *Virtual social identity and consumer behavior*. New York: M.E. Sharpe, 2009.
- Piliang, Yasraf Amir. *Sebuah Dunia yang Dilipat, Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium ke Tiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan, 1999.

Siregar, Ashadi. *Budaya Massa: Catatan Konseptual tentang Produk Budaya dan Hiburan Massa*, dalam Lifestyle Ecstasy. Yogyakarta: Jalasutra.

Solomon, Michael R. dan Wood, Natalie T. *Introduction, Virtual Social Identity: Welcome to the Metaverse* dalam Virtual social identity and consumer behavior. New York: M.E. Sharpe, 2009.

Strinati, Dominic. *Popular Culture, Pengantar Menuju Teori Budaya*. Yogyakarta: Ar-Rizz Media, 2010.

Wang, Jeff dan Zhao, Xin and Bamossy, Gary J. *The Sacred and the Profane in Online Gaming: A Netnographic Inquiry of Chinese Gamers* dalam Virtual Social Identity and Consumer Behavior. New York: M.E. Sharpe, 2009.

<http://balitbang.kominfo.go.id/balitbang/aptika-ikp/files/2013/02/Internet-dan-Budaya-Informasi.pdf>, diakses 12 Mei 2013.

<http://rahmamia.wordpress.com/2012/05/20/53/>, diakses 21 Mei 2013.