Volume IV
Nomor 1
April 2015
ISSN 2301-9816

JURNAL
KOMUNIKASI
INDONESIA

# Identitas Budaya Orang Indonesia dalam Kota Virtual Jepang: Studi Etnografi Virtual Pengguna "Ameba Pigg"

Luh Gde Pratiwi Mayasari

**Abstrak/*Abstract***

Ameba Pigg adalah media sosial Jepang berbentuk dunia virtual. Walaupun diciptakan dengan basis budaya Jepang, terdapat orang-orang Indonesia yang tinggal di dalamnya. Dengan adanya perbedaan budaya tersebut, penelitian ini mencoba untuk memahami bagaimana identitas budaya yang ditunjukkan, bagaimana proses terbentuknya dan hal-hal apa yang berkontribusi dalam proses tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, dilakukan dengan metode etnografi virtual, didukung wawancara mendalam terhadap tiga orang informan yang telah tinggal bertahun-tahun di Ameba Pigg, serta menggunakan teknik analisis tematik. Hasil dari penelitian ini adalah terjadi hibriditas antara budaya Jepang dan Indonesia di dalam identitas budaya para informan yang tersebut terbentuk melalui proses adaptasi budaya. Dalam proses tersebut ada tiga hal yang paling berkontribusi: motivasi, makna Ameba Pigg bagi informan, serta konsumsi budaya populer Jepang informan.

*Ameba Pigg is a Japanese social media in the form of a virtual world. Although it was created based on Japanese culture, there are Indonesian people who live in it. Taking into account the cultural gap, this research aims to understand the cultural identity shown by informants, its process and what contributes to the process. This research is a qualitative one that uses a virtual ethnography method supported by in-depth interview of three informants who live in Ameba Pigg for years, and applies a thematic analysis method. The research discovers hybridity between Japanese and Indonesian cultures within informants' identity which is formed by a process of cultural adaptation. In the process, there are three things that contribute the most: motivation, the meaning of Ameba Pigg for informants, and consumption of Japanese popular culture by informants.*

**Kata kunci/*Keywords:***

Identitas budaya virtual, dunia virtual, Ameba Pigg, budaya populer Jepang, etnografi virtual

*Virtual cultural identity, virtual world, Ameba Pigg, Japanese popular culture, virtual ethnography*

*Luh Gde Pratiwi Mayasari*
*Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*
*Universitas Indonesia, Kampus UI Salemba 16424*

*pratiwi.mayasari@gmail.com*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi, terutama dengan kemunculan internet, membawa perubahan dalam berbagai bidang, mulai dari ekonomi, sosial, serta budaya. Salah satu perubahan di bidang sosial yang disebabkan oleh perkembangan teknologi adalah perubahan dalam cara manusia dalam berkomunikasi saat ini, yaitu menjadi termediasi dengan komputer atau yang dikenal dengan CMC (*Computer Mediated Communication*). Bentuk CMC yang

paling sering dibicarakan adalah komunikasi dalam media sosial. Media sosial menciptakan kesenangan tersendiri dengan kecepatan dan interaktivitas yang ditawarkannya, sehingga dengan mudah diterima dan disukai, terutama oleh kalangan muda.

Apabila dulu kita hanya mengenal media sosial berupa *online diary* atau blog dan aplikasi *chat* yang hanya bisa menampilkan teks dan gambar, kini semuanya bisa terintegrasi dengan suara, video, bahkan sebuah lingkungan simulasi virtual, yang dalam kategorisasi media sosial yang dibuat oleh Kaplan dan Haenlein (2010) sebagai *virtual worlds* di mana penggunanya "hidup" di dalam dunia simulasi tersebut dengan *avatar* berbentuk tiga dimensi yang bisa bergerak. Salah satu *virtual social worlds* yang populer di Jepang adalah Ameba Pigg.

Ameba Pigg diciptakan oleh perusahaan Jepang bernama CyberAgent dan merupakan salah satu bentuk media sosial yang menawarkan interaksi sesama pengguna dalam basis dunia virtual, di mana lahan interaksinya adalah sebuah "kota" dan penggunanya merupakan penduduk dari kota tersebut. Para penduduk kota Pigg bisa bergerak, berinteraksi, dan mengekspresikan dirinya dengan lebih bebas, sehingga disebut memiliki tingkat *self presentation/self disclosure* dan *social presence/media richness* yang sama-sama tinggi (Kaplan dan Heinlein, 2010: 61).

Ketika seseorang mulai masuk ke dunia virtual ini, orang tersebut akan mendapatkan seorang karakter yang penampilannya bisa dibuat sesuai keinginan si pemain. Selain karakter, pemain juga akan mendapatkan rumah yang bisa dikunjungi oleh pemain lainnya. Tidak hanya saling berkunjung, para pemain Ameba Pigg juga bisa "berjalan-jalan" (*odekake*) ke tempat-tempat umum untuk berinteraksi atau memainkan permainan. Tempat-tempat umum yang ditampilkan sebagian besar mengadaptasi dari tempat-tempat yang ada di Jepang sendiri, seperti taman, jalanan di daerah Shibuya, teater, ruang kelas, dan lainnya.

Gambar 1. Kondisi *Odekake* di "Shibuya"

Gambar 2. Karakter *Chibi* Avatar Ameba Pigg

Pamor Ameba Pigg sebagai sebuah *virtual social worlds* tidaklah sepopuler SecondLife, sebuah *virtual social world* ciptaan Linden Lab dari Amerika. Namun, Ameba Pigg memiliki karakteristiknya sendiri yang menarik orang-orang untuk "tinggal" di sana, termasuk orang-orang asing yang tidak bisa berbahasa Jepang sama sekali. Salah satu karakteristik yang paling menonjol adalah difusi elemen-elemen budaya populer Jepang ke setiap sudut dari dunia virtual tersebut. Misalnya, *avatar* di Ameba Pigg tidak didesain mengikuti proporsi tubuh manusia sebenarnya, melainkan berbentuk *chibi*. *Chibi* adalah istilah dalam bahasa slang Jepang yang sering digunakan dalam *manga* (komik Jepang) dan *anime* (kartun Jepang) untuk menunjukkan gambaran karakter (orang maupun binatang) dalam bentuk yang kecil dan imut.

Tidak hanya karakter, melainkan hampir setiap sudut kota virtual tersebut menampilan elemen-elemen budaya populer Jepang, seperti musik, tempat *hangout*, dan pakaian.

Walaupun Ameba Pigg memiliki grafis yang sangat menarik, akibat dari rancangan konten Ameba Pigg yang spesifik ditujukan bagi orang-orang Jepang seperti itu, Ameba Pigg tidak begitu populer di luar Jepang. Hal tersebut terlihat wajar karena jangankan "hidup" di dalam kota virtual tersebut, membuat akun pun mereka akan kesulitan karena tidak bisa membaca tulisan Jepang yang ditampilkan. Tapi di luar keterbatasan itu, ada orang-orang dari luar Jepang yang masuk ke sana dan menjadi penghuni tetap Ameba Pigg, termasuk dari Indonesia. Orang-orang Indonesia tersebut adalah orang Indonesia asli (tanpa unsur keturunan Jepang), tinggal di Indonesia, namun secara virtual mereka menciptakan identitas mereka yang kedua untuk menjadi penduduk kota virtual Jepang tersebut.

Masuk ke dalam media sosial yang dirancang untuk budaya lain dan masuk sebagai seseorang dengan budaya minoritas adalah hal yang menarik. Hal tersebut disebabkan tidak hanya karena *cyberspace* memiliki karakteristik fluiditas dalam penciptaan identitasnya atau difusinya dengan elemen-elemen budaya populer Jepang, tapi juga karena gap budaya yang ada antara informan dan lingkungan Ameba Pigg memunculkan peran komunikasi antar budaya

dalam konstruksi identitas budaya virtual tersebut.

Dengan perbedaan budaya tersebut, yang paling menarik untuk kita lihat tentunya identitas budaya yang mereka tampilkan dalam kehidupan virtual mereka di Ameba Pigg. Identitas budaya mengandung *sense of belonging* seseorang terhadap suatu kelompok budaya tertentu, di mana di dalam *sense of belonging* tersebut terdapat aspek kognitif dan afektif.

Identitas budaya dalam kehidupan nyata dan kehidupan virtual memiliki sifat yang berbeda. Dalam kehidupan nyata (*offline*) identitas budaya mengalami proses sosialisasi yang panjang di berbagai lingkungan sosialnya, bahkan sejak seseorang baru lahir. Selain itu, identitas budaya cenderung bersifat *ascribed*, di mana seseorang tidak "mendaftarkan" dirinya untuk menjadi bagian budaya tertentu, tapi keanggotaannya sudah ia miliki sejak lahir (Gudykunst & Kim, 2003:86). Sehingga, tak heran jika identitas budaya bisa menempel sedemikian lekatnya di diri seseorang. Sedangkan identitas dalam dunia virtual bersifat sebaliknya: cair, mudah diciptakan, dan mudah berubah bentuk. Teknologi internet saat ini tidak hanya menembus batas ruang dan waktu, tapi juga batasan-batasan terhadap identitas, seperti apa yang dikatakan oleh Rheingold (1994).

Bagaimana identitas budaya yang pada akhirnya muncul dalam kasus ini pun menjadi dipertanyakan. Tarik menarik antara identitas budaya *offline* sebagai orang Indonesia yang telah melekat kuat, tekanan identitas budaya dominan Jepang yang berlaku di kota virtual Ameba Pigg, dan "tawaran" dari dunia virtual untuk menciptakan sebuah identitas alternatif secara instan, menciptakan berbagai kemungkinan: apakah mereka tetap menjadi orang Indonesia sebagai minoritas di kota virtual tersebut atau mereka memutuskan untuk melebur bersama identitas budaya dominan, yaitu budaya Jepang? Mungkin keduanya sehingga mereka memiliki identitas budaya ganda, atau mungkin juga tidak keduanya: ada identitas yang sama sekali baru tercipta di kota virtual tersebut. Hal berikutnya yang dipertanyakan adalah bagaimana proses pembentukannya dan hal-hal apa saja yang berkontribusi pada keputusan tersebut.

Peneliti memutuskan tidak hanya berhenti untuk mendapatkan jawaban pertanyaan pertama, namun berlanjut ke pertanyaan ke dua karena peneliti percaya bahwa identitas budaya terbentuk dari sebuah proses, bahkan Hall menyebutnya sebagai sebuah proses yang terus menerus (Hall, 1990: 222-224). Dengan melihat proses tersebut, kita akan lebih memahami mengapa identitas tersebut terbentuk.

*"Because the self exist in cyberspace as a result of purposeful choices, it is possible to trace those decisions back, to the person who chooses to represent herself in a particular way."* (Rybas & Gajjala, 2007: 7).

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam studi mengenai identitas budaya yang terbentuk dalam dunia virtual dalam ranah kajian Ilmu Komunikasi. Selama ini kajian mengenai identitas budaya dalam Ilmu Komunikasi masih berfokus pada proses komunikasi secara *offline*, sedangkan saat ini teknologi berkembang lebih cepat dari yang kita perkirakan sehingga kita harus mengejar perkembangan teknologi tersebut yang membawa perilaku komunikasi manusia ke *cyberspace*.

Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman kepada masyarakat bahwa di dalam dunia virtual, tidak hanya batas ruang dan waktu yang kabur, tapi juga batas-batas mengenai identitas, termasuk identitas budaya. Dunia virtual memungkinkan seseorang dengan mudahnya menciptakan diri mereka yang lain yang bisa jadi sangat berbeda dengan diri mereka yang sebenarnya.

Secara metodologi, peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi pada penggunaan metode etnografi virtual di dalam pendekatan kualitatif dalam ranah Ilmu Komunikasi. Metode ini bisa menjadi metode yang tepat untuk melakukan penelitian dalam *cyberspace* karena kita bisa mendapatkan gambaran yang utuh mengenai perilaku komunikasi seseorang di dalam *cyberspace* tersebut daripada hanya sekedar melakukan analisis teks atau wawancara.

## Identitas Budaya dan Diaspora dalam Dunia *Cyber*

Pemikiran Hall mengenai identitas budaya mengatakan bahwa identitas budaya berisi kesamaan budaya, sejarah, dan leluhur (Hall, 1990: 222-224). Tapi Hall memiliki satu lagi pemikiran yang tak kalah pentingnya dalam mendasari penelitian ini, yaitu identitas budaya bukanlah sesuatu yang statis, melainkan sesuatu yang dinamis. Identitas budaya merupakan hasil yang tidak akan pernah selesai, selalu dalam proses dan selalu disusun dalam gambaran atau representasi atas sesuatu (*identity as becoming*). Identitas tersebut akan terbentuk, dibentuk ulang, dan ditampilkan. Proses tersebut seperti sebuah siklus yang berputar terus menerus. Siklus ini terjadi melalui proses interaksi sosial dan proses komunikasi.

Pemikiran Hall mengenai *identity as becoming* juga terkait erat dengan konsep diaspora. Diaspora dapat berarti populasi yang tersebar dan memiliki kesamaan asal dalam wilayah geografis yang lebih kecil. Pembentukan identitas masyarakat diaspora tidak bisa dilihat begitu saja karena sangat kompleks. Identitas budaya mereka mengalami dinamika yang unik di mana mereka mengalami apa yang disebut dengan deteritorialisasi identitas, yaitu keadaan saat terlepas dari suatu tempat spesifik tempat berkembangnya identitas budaya mereka. Selanjutnya, mer-

eka menegosiasikan identitas budaya mereka untuk mengambil keputusan di mana *sense of belonging* mereka berada; antara *continuity* dan *change*.

Tidak seperti masyarakat non diaspora, *sense of belonging* masyarakat diaspora dikonstruksi oleh kondisi budaya tempat yang baru dan nostalgia dengan tempat yang lama (De Leeuw dan Rydin, 2007: 175-177). Proses negosiasi tersebut adalah sebuah proses yang penting dan terjadi secara terus menerus, seperti apa yang disebut oleh Hall sebagai *identity as becoming*.

Mengetahui dan menyadari identitas kita, termasuk identitas budaya, adalah hal yang sangat penting. Identitas akan membentuk kerangka perilaku seseorang dan ekspektasi ketika berkomunikasi. Terutama pada masyarakat diaspora, ketika seseorang tidak berhasil mendapatkan identitas yang pasti, ia akan mengalami apa yang disebut *identity confusion* atau kebingungan identitas (Samovar, 2009: 153). *Identity confusion* ini akan menyebabkan orang tersebut tidak memiliki kejelasan tentang siapa dirinya, peran apa yang seharusnya ia jalani dalam kehidupannya, dan bagaimana ia harus bertindak ketika berkomunikasi.

Pada awal ia memasuki lingkungan tersebut, identitas budayanya akan mengalami sebuah proses adaptasi budaya. Menurut Oberg (1960) yang mengembangkan pemikiran Lysgaard (1955) tentang adaptasi budaya pada *sojourner*, bagaimanapun prosesnya, ada empat tahap yang akan dilewati oleh individu dalam proses adaptasi budaya mereka. Pertama, *Honeymoon Stage* yang merupakan tahap di mana seorang pendatang masih terkagum-kagum terhadap lingkungan baru mereka dan ingin mencoba segala sesuatu yang baru mereka temui di sana. Kedua, *Crisis/Culture Shock Stage* yang merupakan tahap di mana individu merasa tekanan akibat perlunya beradaptasi dengan budaya yang baru dalam keseharian mereka di sana.

Ketiga, *Recovery Stage* yang merupakan tahap di mana seseorang mulai menyesuaikan diri dengan budaya yang baru dan belajar bagaimana berperilaku yang layak di sana. Keempat, *Adjustment Stage* yang merupakan tahap di mana seseorang sudah benar-benar nyaman dan berfungsi secara efektif dalam budaya yang baru tersebut

Menurut Berry (1997), ada empat jenis hasil dari proses adaptasi budaya tersebut terhadap identitas budaya seseorang, yaitu:

**Integrasi**, yaitu kondisi identitas budaya di mana identitas budaya awal individu berkombinasi dengan identitas budaya di tempat yang baru. Individu tetap memegang budaya aslinya namun ingin tetap ikut berpartisipasi dan menjadi bagian jaringan sosial yang lebih besar.

**Asimilasi,** yaitu kondisi di mana individu lebih memilih budaya di tempat barunya di atas budaya lamanya.

**Separasi,** yaitu kondisi di mana individu menutup diri terhadap budaya di tempat baru dan hanya berinteraksi dengan budaya lamanya.

**Marjinalisasi,** yaitu kondisi ekstrim di mana individu tidak melakukan kontak, baik itu terhadap budaya awal maupun budaya di tempat barunya.

Saat ini kita tidak bisa melihat identitas budaya masyarakat diaspora dengan berpatokan pada satu wilayah geografis tertentu. *Cyberspace* menjadi sebuah arena baru dalam pembentukan yang bersifat kolektif dan hibrida seperti diaspora virtual yang menantang gagasan kita mengenai *home* dan *belonging* (Diamandaki, 2003). Dengan kemampuannya menghilangkan dan menciptakan tempat secara sekaligus, *cyberspace* dapat menjadi suatu konteks dalam konstruksi identitas budaya masyarakat diaspora.

Anderson memiliki sebuah gagasan mengenai *cyberspace* sebagai suatu konteks yang baru dan unik dalam pembentukan identitas karena internet menyusutkan konteks ruang dan waktu secara fisik dan geografis tetapi sekaligus menciptakan sebuah tempat baru bagi pembentukan berbagai macam identitas, termasuk identitas budaya.

Dengan kemampuan internet yang bisa mengeliminasi batasan-batasan geografis, banyak orang-orang di *cyberspace* yang menciptakan lokalisme tertrentu, seperti membentuk suatu komunitas diaspora digital (Diamandaki, 2003). Dalam *Cyberspace,* konteks sosio-kultural dengan berbagai dinamikanya direproduksi oleh para partisipannya sehingga mereka bisa merasakan transformasi sosial dan afektif dalam komunitas global multikultural seperti diaspora (Gajjala, 2010: 518).

Walaupun pengalaman diaspora digital berbeda dengan diaspora *offline*, tapi tidak semua yang terjadi pada diaspora digital adalah semu. Pada dasarnya diaspora digital terjadi pada persimpangan dunia *online* dan *offline* sehingga dalam meneliti diaspora virtual, penting bagi peneliti untuk juga mempelajari konteks budaya *offline* mereka (Gajjala, 2010; de Leeuw & Rydin, 2007).

## Dunia Virtual sebagai Media Sosial

Pada tahun 2010, Kaplan dan Haenlein membuat suatu definisi mengenai apa itu media sosial, yaitu sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dari dasar ideologi dan teknologi dari Web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaan *User Generated Content.*

Dalam mengklasifikasikan tipe-tipe sosial media, Kaplan dan Haenlein menggunakan indikator *social presence/media richness* dan *self-presentation/self-disclosure. Social presence* adalah kontak akustik, visual, dan fisik yang bisa dicapai. *Media richness* adalah jumlah informasi yang dimungkinkan untuk ditransmisikan dalam interval waktu tertentu. *Self presentation* adalah segala jenis interaksi sosial di mana orang ingin mengontrol kesan yang dibentuk orang lain terhadap diri mereka. Sedangkan, *self*

Tabel 1. Klasifikasi Media Sosial

| | | ***Social presence / media richness*** | | |
|---|---|---|---|---|
| | | **Rendah** | **Sedang** | **Tinggi** |
| ***Self presentation / self disclosure*** | **Tinggi** | Blog | *Social Networking Site* | *Virtual social worlds* |
| | **Rendah** | *Collaborative project* | *Content Communities* | *Virtual game worlds* |

*disclosure* adalah pembukaan informasi pribadi baik secara sadar maupun tidak sadar. Berikut ini adalah klasifikasi media sosial menurut Kaplan dan Haenlein:

Dari tabel di atas, kita dapat melihat bahwa Kaplan dan Haenlein memberi skor lebih tinggi dalam hal *self presentation* dan *self disclosure* pada tipe *Virtual Social Words,* seperti Ameba Pigg.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Strategi penelitian yang digunakan adalah etnografi virtual atau yang juga disebut oleh beberapa orang sebagai etnografi internet atau etnografi siber. Secara sederhana, etnografi virtual bisa dipahami sebagai sebuah metode di mana peneliti terjun ke lapangan, membangun sebuah hubungan yang baik, beraktivitas dan memahami latar belakang dan subjek tersebut (Hine, 2000: 5). Hine juga berkata bahwa konteks dalam metode ini sangatlah penting sehingga perlu diperhatikan dengan baik.

Peneliti merasa perlu melakukan pendekatan awal dalam penelitian ini sebelum benar-benar menggali data secara intensif. Pendekatan awal ini dilakukan untuk membuat peneliti memahami lingkungan dunia virtual yang diteliti serta membangun hubungan yang baik dan *trust* dengan calon subjek penelitian. Pendekatan awal ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan.

Harus diakui bahwa strategi penelitian etnografi virtual memiliki keterbatasan apabila dibandingkan dengan etnografi konvensional. Salah satunya adalah sifat internet itu sendiri yang sangat kompleks dan sangat dinamis. Sade-Beck (2004: 6-7) mengemukakan situs internet atau aplikasi online. Situs atau aplikasi online memiliki pergerakan yang sangat "cair" dan dapat berubah setiap saat sehingga terkadang sulit bagi kita untuk menangkap gambaran detailnya hanya dalam satu waktu. Sade-Beck juga menambahkan bahwa dalam etnografi virtual kita dapat kehilangan aspek-aspek seperti ekspresi wajah, intonasi suara, bahasa tubuh, dan juga terdapat ruang bagi informan untuk memikirkan dan mengonstruksikan jawabannya sedemikian rupa, di mana hal tersebut akan lebih sulit dilakukan dalam wawancara secara tatap muka. Untuk meminimalisir keterbatasan tersebut, dalam penelitian ini, peneliti memadukan etnografi virtual dengan *in-depth interview* secara *offline* dalam mengumpulkan data yang diperlukan.

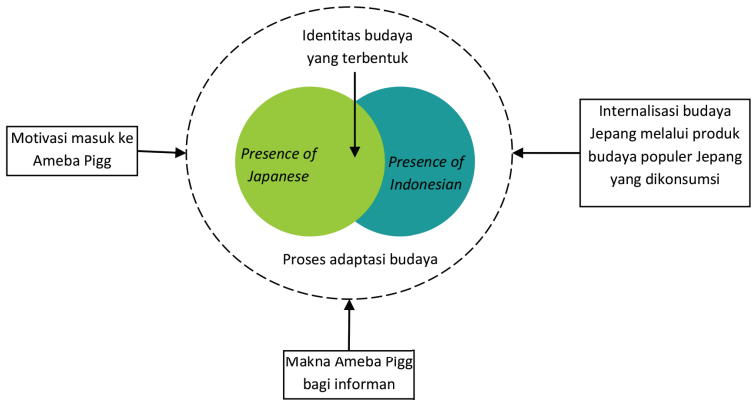
Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode pemilihan subjek yang bersifat *purposeful.* Secara lebih spesifik, peneliti menggunakan metode penarikan *sample* yaitu *snowball sampling.*

Dalam memilih subjek penelitian, peneliti menerapkan beberapa kriteria, antara lain: usia 19-25 tahun, berkebangsaan Indonesia, tinggal di Jabodetabek, dan enjadi pengguna Ameba Pigg selama lebih dari satu tahun. Dari kriteria tersebut, terpilihlah tiga orang informan, yaitu RB, AF, dan TH. Salah satu alasan yang kuat ketika memilih ketiga informan tersebut adalah mereka termasuk orang-orang Indonesia yang paling lama tinggal di Ameba Pigg, dari masa-masa awal Ameba Pigg tercipta hingga saat ini, sehingga peneliti mengasumsikan ketiga informan menyaksikan berbagai dinamika sosial yang terjadi di dunia virtual tersebut. Data yang diperoleh dari ketiga informan tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode analisis data tematik.

## Hasil Penelitian

*Identitas Budaya: Sebuah Proses yang Terus Menerus*

Pemikiran *identity as becoming* dari Hall tergambar dalam penelitian ini. Identitas yang mereka tunjukkan saat ini bukanlah sesuatu yang konstan dari lahir. Tiap kali seseorang bertemu dengan sebuah budaya baru, identitasnya akan




Gambar 3. Pembentukan Identitas Budaya dalam Penelitian

mendapatkan sebuah tantangan, sebuah negosiasi ulang yang dapat menyebabkan perubahan di dalam identitas budayanya.

Negosiasi ulang identitas budaya individu ternyata juga terjadi di dunia *online*, tepatnya di dunia virtual Ameba Pigg dalam penelitian ini. Ketika ketiga informan memasuki dunia virtual tersebut sebagai pendatang dan menemukan perbedaan budaya yang ada, mereka pun mulai mempertanyakan diri mereka mengenai identitas yang harus mereka bentuk di dunia tersebut, termasuk identitas budaya yang menyangkut *sense of belonging* mereka terhadap kelompok budaya tertentu. Pada akhirnya, ketiga informan mengalami hibriditas identitas di mana mereka bisa merasakan kehadiran budaya Indonesia (*presence of Indonesian)* dan budaya Jepang (*presence of Japanese)* di dalam diri mereka, seperti apa yang terjadi pada masyarakat diaspora di kehidupan *offline*. Percampuran identitas tersebut memiliki komposisi yang berbeda-beda untuk masing-masing informan dan muncul dari sebuah proses adaptasi budaya (*cultural adaptation)* yang mereka alami ketika pertama kali "menjejakkan kaki" di dunia virtual tersebut.

Dikaitkan dengan apa yang dikatakan oleh Berry (1997), hibriditas tersebut menggambarkan sebuah integrasi, di mana ketiga informan tetap memegang identitas budaya awalnya sebagai orang Indonesia, namun juga ingin berpartisipasi dalam jaringan sosial yang lebih luas di dalam lingkungan barunya yang mereka lakukan dengan menunjukkan kehadiran budaya Jepang dalam identitas budaya virtual mereka yang baru.

Selain proses adaptasi budaya yang mereka alami ketika pertama kali memasuki Ameba Pigg, ada banyak hal yang berkontribusi pada pembentukan identitas tersebut. Tapi di dalam penelitian ini, bisa dikatakan ada tiga hal yang berkontribusi paling besar, yaitu seberapa besar motivasi mereka untuk memasuki dunia virtual tersebut, arti dunia virtual tersebut bagi mereka, dan bagaimana internalisasi budaya Jepang yang mereka dapatkan dari produk-produk budaya populer Jepang yang mereka konsumsi sebelumnya. Dalam hal ini terlihat besarnya peran institusi media dalam hibriditas yang terjadi. Melalui produk-produk budaya populer Jepang yang ada di TV-TV swasta, internet, buku, majalah, dan media lainnya, informan menjadi dekat dengan Jepang dan budayanya. Tidak hanya dekat, tapi juga mengalami internalisasi.

AF memiliki motivasi yang sangat besar untuk memasuki dunia virtual tersebut karena Ameba Pigg merepresentasikan mimpinya untuk ke Jepang dan menjadi bagian di dalam masyarakat tersebut. Selain itu, AF juga telah mengalami internalisasi budaya Jepang yang paling dalam di antara ketiga informan tersebut dari produk-produk budaya populer yang ia konsumsi sebelumnya. Oleh karena itu, Ameba Pigg sangat berarti baginya: tidak hanya sebagai sebuah media sosial untuk berteman dengan orang-orang Jepang, tapi juga sebuah kehidupan alternatif di mana ia bisa merealisasikan citra dirinya sebagai seorang *ikemen* (istilah pria tampan dalam bahasa Jepang) dan menjalani hidup lepas dari permasalahan-permasalahan yang ia hadapi di dunia *offline*. Berbaur dengan lingkungan mayoritas di Ameba Pigg menjadi prioritas baginya. Ia bahkan sampai menciptakan satu identitas baru sebagai orang Jepang untuk dapat diterima sebelum akhirnya dikembalikan pada identitas budaya aslinya oleh komunitas diaspora virtual Indonesia yang ditemuinya.

Sedangkan RB lebih melihat Ameba Pigg sebagai dunia virtual untuk kumpulan orang-orang Indonesia penggemar budaya populer Jepang, sehingga apa yang ia rasakan dan ia lakukan di sana terkait dengan kegemarannya terhadap budaya populer tersebut. Ini membuat percampuran identitas yang terjadi pada RB hanyalah sebatas pada penampilan dan terjadi pada bagian dirinya yang merupakan seorang penggemar budaya populer Jepang. Motivasinya memasuki dunia virtual tersebut adalah untuk bertemu dengan sesama penggemar Visual Kei

dan bertemu artis-artis Visual Kei. Ia memang merasakan kesulitan ketika beradaptasi dengan bahasa dominan di dunia virtual tersebut, tapi ia segera bisa mengatasinya tanpa perlu melakukan perubahan identitas drastis seperti yang dilakukan AF. Ia juga mengonsumsi budaya populer Jepang dengan intensitas yang tinggi seperti AF, tapi apa yang masuk ke dirinya adalah sebatas yang terkait dengan kegemarannya, seperti gaya penampilan.

Percampuran budaya yang terjadi pada TH bisa dikatakan sangat dangkal. TH memiliki motivasi yang sangat rendah ketika memasuki dunia virtual tersebut. Ia hanya ikut-ikutan temannya dan penasaran dengan Ameba Pigg. Bagi TH, Ameba Pigg hanyalah sekedar media sosial seperti media sosial-media sosial lainnya. Perbedaan budaya yang ada, menurut TH, dapat diatasi dengan instan dan kehidupan tersebut hanya sementara sehingga ia tidak merasakan krisis yang berarti terhadap perbedaan budaya yang ada. Walaupun ia juga mengonsumsi produk-produk budaya populer Jepang sebanyak AF dan RB, tapi TH tak pernah menyerap budaya-budaya Jepang yang ditampilkan secara mendalam. Hal tersebut membuat TH konsisten dengan identitas budayanya dari awal ia masuk ke Ameba Pigg hingga saat ini.

Tabel 2. Ringkasan Axial Coding Ketiga Informan

| | **RB** | **AF** | **TH** |
|---|---|---|---|
| Motivasi masuk ke Ameba Pigg | **Tinggi**, untuk bertemu artis-artis Visual Kei | **Tinggi,** untuk bersosialisasi dengan orang-orang Jepang | **Rendah,** sekedar ikut teman dan penasaran |
| Makna Ameba Pigg bagi informan | Tempat berkumpulnya penggemar budaya pop Jepang | Sebuah kehidupan alternatif | Tidak lebih dari sebuah media sosial |
| ***Konsumsi Produk Budaya Pop Jepang*** | | | |
| Tingkat konsumsi produk budaya pop Jepang | **Tinggi,** mengenal budaya populer lebih dari 10 tahun, paling sering mengonsumsi musik (terutama Visual Kei) dan majalah fashion & make up Jepang | **Tinggi,** mengenal budaya populer lebih dari 10 tahun, mengonsumsi hampir semua jenis: *anime,* komik, *dorama,* film, musik (termasuk musik pop Jepang era 80-an) | **Tinggi,** mengenal budaya populer lebih dari 10 tahun, paling sering mengonsumsi musik (J-Rock) dan terkadang *anime* |
| Internalisasi budaya dari produk budaya pop Jepang yang dikonsumsi | Menyerap gaya penampilan dan sedikit bahasa | Menyerap berbagai unsur budaya Jepang yang ditampilkan dan sering memproyeksikan diri sebagai orang Jepang | Sebatas menyerap beberapa istilah dalam bahasa Jepang dari lirik lagu yang didengarkan |
| ***Proses Adaptasi Budaya ketika Memasuki Ameba Pigg*** | | | |
| Tahap *honeymoon* | Mengalami *excitement* yang tinggi karena bisa bertemu dengan artis-artis Visual Kei | Mengalami *excitement* yang tinggi karena akhirnya bisa bersosialisasi dengan orang-orang Jepang | *Excitement* yang dirasakan rendah karena hanya tertarik dengan format media sosial yang ditawarkan |
| Tahap *crisis* | Merasakan *culture shock* karena perbedaan bahasa tapi hanya sebentar | Merasakan *culture shock* yang lebih lama dari RB & TH karena menemukan bahwa orang Jepang tidak begitu terbuka terhadap orang asing | Tidak begitu merasakan *culture shock* karena tidak memusingkan perbedaan budaya. Hanya sedikit bingung untuk hal-hal teknis |
| Tahap *recovery* | Cepat, menggunakan bantuan *Google Translate* dan orang-orang yang bisa berbahasa Inggris | Agak lama karena sempat melakukan *switching on/off* terhadap identitas aslinya sebagai orang Indonesia dan identitas buatannya sebagai orang Jepang | Sangat cepat dengan bantuan tutorial online berbahasa Inggris yang tersebar di berbagai situs |
| Tahap *adjustment* | Setelah bertemu dengan kelompok diaspora virtual Indonesia, menjadi lebih percaya diri sebagai orang Indonesia | Setelah bertemu dengan kelompok diaspora virtual Indonesia, kembali pada identitas aslinya sebagai orang Indonesia hingga saat ini | Setelah bertemu dengan kelompok diaspora virtual Indonesia, menjadi semakin nyaman dan semakin tertarik untuk tinggal di Ameba Pigg hingga saat ini |
| ***Identitas Budaya yang Terbentuk*** | | | |
| *Presence of Indonesian* | memperkenalkan diri sebagai orang Indonesia, menggunakan *nickname* Indonesia, menggunakan bahasa utama bahasa Indonesia, dan memiliki sifat yang terbuka dan berkelompok | Bisa terlihat dari *nickname* yang digunakan dan sifatnya yang terbuka dan komunal. Selain itu, AF masih menggunakan bahasa Indonesia walaupun sering dicampur dengan bahasa Jepang | memperkenalkan diri sebagai orang Indonesia, menggunakan *nickname* Indonesia, menggunakan bahasa utama bahasa Indonesia, dan memiliki sifat yang terbuka dan berkelompok |
| *Presence of Japanese* | Terlihat dari gaya penampilan dan munculnya beberapa istilah bahasa Jepang dalam percakapan | Terlihat dari seringnya menggunakan bahasa Jepang dalam kalimat-kalimat penuh dan penulisan blognya yang menggunakan bahasa Jepang. Selain itu, AF juga sering menunjukkan kebanggaannya mengenai Jepang dan budayanya. | Sesekali terlihat penggunaan istilah bahasa Jepang di dalam ucapannya |

**Diaspora Virtual dan Adaptasi Budaya**

Dalam penelitian ini, kondisi diaspora virtual terjadi justru pada mereka yang tidak terdiaspora dalam kehidupan *offline* mereka, tetapi menjadi masyarakat diaspora virtual dalam dunia virtual Ameba Pigg yang mereka tinggali tersebut. Perbedaan budaya yang ada antara informan dan Ameba Pigg sebagai media sosial yang mereka gunakan menciptakan kondisi unik pada diri para informan. Walaupun dunia yang mereka masuki hanyalah sebuah dunia virtual buatan manusia, tapi mereka bisa merasakan kondisi yang mirip dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat diaspora di dunia *offline* yaitu adanya deteritorialisasi identitas tiap kali mereka *online* di dunia virtual tersebut.

Pada kenyataannya ketiga informan hanya duduk di depan layar komputer mereka, namun diri mereka, melalui representasi *avatar*, seakan-akan terlepas dari suatu tempat spesifik berkembangnya identitas budaya mereka dan masuk ke dalam suatu lingkungan baru dengan budaya yang baru. Selanjutnya, mereka menegosiasikan identitas budaya mereka untuk mengambil keputusan di mana *sense of belonging* mereka berada; antara *continuity* dan *change*.

Ameba Pigg memang memiliki keunikan karena dunia virtual tersebut menggunakan budaya Jepang sebagai basis sosialnya sehingga terbentuk suatu strata sosial tersendiri di mana para penduduknya yang mayoritas orang Jepang memposisikan diri mereka, tidak hanya sebagai kaum mayoritas, tapi juga penduduk *native* atau asli dari dunia virtual itu. Orang-orang non-Jepang yang masuk ke sana langsung dipandang sebagai penduduk pendatang, termasuk orang-orang Indonesia. Ketiga informan pun merasakan kondisi mereka sebagai penduduk pendatang di Ameba Pigg. Jika kita melihat kategorisasi penduduk pendatang yang dikemukakan oleh Matsaganis et al (2011:52), kondisi RB, AF, dan TH lebih mendekati kategori *sojourner,* yang meninggalkan negara asal mereka untuk tinggal di negara yang baru dalam jangka waktu tertentu.

Ketiga informan sebagai seorang *sojourner* virtual juga mengalami keempat tahapan proses adaptasi budaya tersebut:

- *Honeymoon*
  *Honeymoon* adalah masa-masa ketika ketiga informan baru memasuki Ameba Pigg dan merasa sangat tertarik dengan dunia baru mereka. Mereka berkeliling dan mencoba segala fitur-fitur di dalam dunia virtual tersebut yang belum pernah mereka lihat sebelumnya pada media sosial lainnya. Ketertarikan mereka bertambah ketika melihat fitur-fitur yang mereka temui tersebut berkaitan dengan kesukaan mereka, yaitu budaya populer Jepang.
- *Crisis/culture shock*
  Tahap ini adalah tahap ketika mereka mulai merasakan perbedaan budaya yang ada antara ketiga informan dengan budaya mayoritas di dunia virtual tersebut sebagai sebuah masalah sehingga menurunkan *mood* mereka untuk tetap berada di dunia virtual tersebut. Krisis yang dirasakan RB adalah krisis penggunaan bahasa. Baginya yang tidak bisa berbahasa Jepang sama sekali, berada di dalam sebuah dunia yang segala fungsinya dan hampir semua orang-orang di dalamnya menggunakan bahasa Jepang adalah sebuah tekanan. Tapi tidak demikian dengan AF, bahasa bukanlah permasalahan utama baginya. AF justru lebih tertekan ketika mengetahui kenyataan bahwa ternyata tidak semua orang-orang Jepang di sana mau menerima dan membuka diri untuk dirinya yang notabene merupakan *stranger* bagi mereka. Beberapa pengusiran yang ia alami semakin menurunkan *mood*-nya untuk bertahan di Ameba Pigg.

  *"Lo orang asing ngapain ada di sini! Ini kan cuma buat orang Jepang!"* (AF menceritakan saat orang-orang Jepang di sana mengusirnya).

  Sangat berbeda dengan RB yang menganggap pengusiran itu sebagai angin lalu.

  *"Yaelah, nggak temenan juga sama mereka. Besok juga paling nggak ketemu,"* ujar RB dengan ekspresi tertawa.

  TH malah tidak merasakan krisis secara budaya. Permasalahan yang ia rasakan hanyalah sebatas belum terbiasanya ia dengan fitur-fitur di dunia virtual tersebut. Ia tidak begitu memusingkan perbedaan budaya yang ada.
- *Recovery*
  Proses *recovery* RB dan TH berjalan sangat cepat dengan bantuan teknologi dan globalisasi saat ini. RB dan TH menggunakan *online tutorial* berbahasa Inggris yang banyak tersebar di berbagai situs untuk belajar tentang fungsi fitur-fitur berbahasa Jepang di Ameba Pigg. Dalam proses *recovery* ini baik TH maupun RB tetap menjadi diri mereka sebagai orang Indonesia. RB yang awalnya agak ragu-ragu dengan keterbatasannya sebagai *stranger* mulai merasa percaya diri setelah melihat semakin banyak orang non-Jepang masuk ke Ameba Pigg. Ia justru menggunakan identitasnya sebagai orang Indonesia untuk menarik perhatian orang-orang Jepang yang ingin tahu tentang Indonesia. Namun, hal yang berbeda terjadi pada AF. Ia mencoba mengatasi krisis yang ia rasakan dengan memanfaatkan sifat fluid identitas di *cyberspace*. Ia menciptakan identitas kedua sebagai seorang Jepang tampan yang tinggal di Shibuya, Tokyo agar lebih mudah diterima dalam pembicaraan. Identitas ini ia gunakan bergantian dengan identitas aslinya tergantung dari lawan bicara yang ia hadapi, hingga akhirnya ia bertemu dengan komunitas diaspora Indonesia.

- *Adjustment*
  Pada tahap ini, ketiga informan telah secara penuh menerima fungsi mereka sebagai *sojourner* Indonesia dalam dunia virtual tersebut. Mereka berbicara menggunakan bahasa Indonesia dan melakukan aktivitas-aktivitas lainnya juga sebagai orang Indonesia yang terbuka dan komunal. Walaupun demikian, adanya interaksi yang sering antara mereka dengan budaya Jepang di dunia virtual tersebut menciptakan hibriditas di dalam identitas budaya, yaitu hibriditas antara budaya Indonesia dan budaya Indonesia, dengan kadar yang berbeda-beda di masing-masing informan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Dari penjelasan di atas, kita dapat melihat bahwa walaupun hanya berada di sebuah dunia virtual, ketiga informan juga mengalami proses yang digambarkan seperti halnya pada masyarakat diaspora di dunia *offline*. Namun, yang menarik di sini adalah adanya perbedaan antara proses adaptasi budaya yang terjadi di dunia virtual dalam penelitian ini dengan proses-proses adaptasi budaya yang terjadi di dunia *offline*. Pertama, dalam dunia *offline,* tahap *crisis* atau *culture shock* bisa membuat penurunan *mood* yang sangat signifikan, bahkan fatal akibatnya pada kelangsungan individu di lingkungan baru tersebut. Sedangkan di dunia *online*, *crisis* atau *culture shock* tidak memiliki dampak sesignifikan itu.

Walaupun menurunkan *mood*, namun individu bisa melakukan *recovery* dengan sangat cepat. Hal ini dikarenakan beberapa sebab berikut. Pertama, di dunia *offline* adaptasi budaya seperti sebuah mandatori untuk dapat diterima oleh sistem sosial yang ada, seperti dalam pemerintahan, pergaulan, dan fungsi-fungsi lainnya. Ketika seseorang tidak bisa beradaptasi dengan nilai-nilai budaya yang berlaku, seseorang bisa mendapatkan *punishment* baik secara sosial maupun secara hukum. Hukuman dari pihak administrator hanyalah bagi pelanggaran aturan yang sifatnya universal, seperti *hack* dan hukuman yang paling parahpun biasanya sebatas *banned* IP *address* si pelaku.

Kedua, di dunia *offline* ada lebih banyak hal-hal yang memerlukan adaptasi, mulai dari pakaian, cara berbicara, cara makan, cara menyapa, bahasa tubuh, dan tata cara hidup lainnya. Sedangkan di *online* yang dunianya berbasis grafis dan teks, adaptasi yang diperlukan lebih sedikit dan yang paling utama adalah pada ucapan.

Ketiga, dunia *online* memiliki kemampuan yang disebut sebagai kemampuan untuk menyusutkan konteks ruang dan waktu secara fisik dan geografis. Seseorang bisa memutuskan untuk pergi kapan saja dari dunia tersebut, baik itu untuk 'pindah' ke dunia yang baru maupun kembali 'pulang' ke kehidupan *offline*-nya sehingga tidak ada tekanan untuk tinggal secara permanen di dunia tersebut.

## Diskusi

Kini dengan perkembangan teknologi, *cyberspace* telah menjadi sebuah arena baru dalam pembentukan identitas manusia. *Cyberspace* seperti dunia virtual juga memberikan tantangan baru bagi proses tersebut yang tidak mungkin ditemui dalam dunia *offline*, seperti sifat fluid identitas yang terbentuk dalam *cyberspace*. Seperti apa yang dikatakan oleh Rheingold, bahwa teknologi internet saat ini tidak hanya menembus batas ruang dan waktu, tapi juga batasan-batasan terhadap identitas (Rheingold, 1995: 147). Seseorang bisa menjadi orang yang sama sekali berbeda dari identitas aslinya, memanipulasi tampilan fisik avatarnya, dan bahkan menjadi lebih dari satu orang.

Yang menarik dari hal ini adalah semua orang yang masuk ke *cyberspace* seperti telah menerima fluiditas ini sebagai sebuah konsekuensi dari dunia yang mereka masuki tersebut, termasuk ketiga informan dalam penelitian ini. Mereka memandang bahwa dalam *cyberspace*, siapapun berhak memilih identitas yang mereka inginkan dan perbedaan identitas *online* dengan *offline* adalah hal yang wajar terjadi dalam *cyberspace*. Tidak ada yang memprotes ketika seseorang yang berkulit gelap membuat avatar dengan warna kulit putih atau ketika seorang laki-laki menggunakan avatar berjenis kelamin perempuan. Menerima kebebasan pembentukan identitas tersebut seperti menjadi sebuah peraturan tak tertulis yang harus mereka patuhi sebelum memasuki sebuah dunia virtual. Hidup dalam dunia virtual adalah "*pseudonymous*" (Akyazi, 2005: 4).

Hal tersebut terkait dengan apa yang Stone (1991 dalam Silver, 2000:31) katakan sebagai definisi ulang apa yang disebut dengan *meet* dan *face* dalam *cyberspace*. Interaksi dalam dunia virtual sebenarnya masih merupakan interaksi tatap muka namun dengan definisi yang berbeda. Tatap muka terjadi dalam Ameba Pigg adalah tatap muka antara *avatar* sehingga bagi mereka yang terpenting adalah apa yang ditunjukkan oleh *avatar* lawan bicara mereka kepada *avatar* mereka.

Namun begitu, apabila kita mengingat pemikiran Castells, kita tidak bisa benar-benar memisahkan dunia *online* dan *offline* sebagai dua hal yang terlepas. Castells mengatakan bahwa hal yang spesifik bagi teknologi komunikasi yang baru ini bukanlah *virtual reality* namun *real virtuality* (Castells, 2010). Segala sesuatu yang terjadi di dunia virtual menjadi salah satu aspek kenyataan yang dihadapi oleh individu. Pemikiran Castells tersebut menunjukkan adanya konvergensi antara kehidupan di dunia *online* dan *offline*. Ameba Pigg, bukanlah sekedar dunia khayalan melainkan sebuah kehidupan nyata bagi para informan yang hanya saja bukan berada di *space of place and time* melainkan berada di *space of flows and timeless time*. Karena itulah para informan mampu menciptakan sebuah lokalitas dan mereproduksi nilai-nilai sosial-bu-

daya lainnya di dunia virtual tersebut. Segala sesuatu yang dilakukan oleh para informan terkait dengan kondisi informan di kehidupan *offline*. Namun karena adanya perbedaan kondisi ruang dalam dunia virtual yang disebut Castells sebagai *space of flows and timeless time,* fluiditas identitas tidak dapat dihindarkan. Segala kompleksitas yang telah dipaparkan di ataslah yang menyebabkan konstruksi identitas di *cyberspace* menjadi sesuatu yang selalu menarik untuk diteliti.

## Kesimpulan

Seluruh informan menunjukkan adanya hibriditas identitas budaya, antara identitas budaya Indonesia dan Jepang, dengan kadar yang berbeda-beda untuk masing-masing individu. Identitas tersebut terbentuk melalui sebuah proses adaptasi budaya dan ada tiga hal yang paling berkontribusi dalam proses tersebut yaitu: motivasi memasuki dunia virtual Ameba Pigg, makna Ameba Pigg bagi mereka, dan internalisasi budaya Jepang dari konsumsi produk-produk budaya populer Jepang yang mereka lakukan.

Perbedaan budaya yang ada antara informan dan Ameba Pigg sebagai media sosial yang mereka gunakan menciptakan kondisi unik pada diri para informan, yaitu sebuah kondisi diaspora virtual di mana mereka merasakan deteritorialisasi identitas budaya setiap kali mereka *online* di dunia virtual tersebut. Melalui representasi *avatar*, diri mereka seakan-akan terlepas dari tempat berkembangnya identitas budaya mereka dan masuk ke dalam suatu lingkungan baru dengan budaya yang baru.

Kondisi sosial budaya yang terbentuk di Ameba Pigg memposisikan orang-orang non-Jepang seperti *sojourner,* termasuk ketiga informan. Seperti di dunia *offline*, ketiga informan pun melalui tahapan-tahapan adaptasi budaya, yaitu tahap *honeymoon, crisis, recovery,* dan *adjustment*. Lamanya proses adaptasi budaya ini berbeda-beda untuk masing-masing informan dengan melihat seberapa besar motivasi mereka saat memasuki Ameba Pigg, seberapa penting makna dunia virtual tersebut bagi mereka, dan seberapa dalam internalisasi budaya Jepang yang mereka dapatkan dari budaya populer Jepang yang mereka konsumsi sebelumnya.

Dunia virtual memungkinkan direproduksinya nilai-nilai sosial budaya yang tercipta di dunia *offline* karena dunia virtual tidak sepenuhnya merupakan sebuah dunia yang semu, melainkan konvergensi antara dunia *online* dan dunia *offline*. Namun, dunia virtual juga memberikan tantangan baru untuk pembentukan identitas, yaitu sifat fluid dari identitas yang tercipta di dunia tersebut. Fluiditas identitas membuat individu bisa menjadi orang yang sama sekali berbeda atau memiliki lebih dari satu identitas dalam satu waktu.

## Daftar Pustaka


Akyazi, E. (2005). Cyberculture and Interactivity. Makalah pada 3rd International Symposium of Interactive Media Design.

Berry, J.W. (1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation. ***Applied Psychology: An International Review***, 46 (1), 5-68.

Castells, M. (2010). ***The Rise of Network Society.*** Second Edition. Cambridge: Blackwell Publishers.

De Leeuw, S., & Rydin, I. (2007). Diasporic Mediated Spaces**.** Dalam O. G. Bailey, M. Georgiu, & R. Harindranath (Eds.), ***Transnational Lives and The Media: Re-Imagining Diaspora*** (p. 175-194)**.** New York: Palgrave Macmillan.

Diamandaki, K. (2003). Virtual Ethnicity and Digital Diasporas: Identity Construction in Cyberspace. ***Global Media Journal***, 2(2), 1-14.

Gajjala, R. (2010). Placing South Asian Digital Diasporas in Second Life. Dalam T. K. Nakayama & R. T. Halualani (Eds.), ***The Handbook of Critical Intercultural Communication***, (p. 517-533). Oxford: Blackwell Publishing.

Gudykunst, W.B. & Kim, Y.Y. (2003) ***Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication***. Boston: McGraw Hill.

Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. Dalam J. Rutherford (Ed.), ***Identity: Community, Culture, Difference*** (p. 222-237). London: Lawrence & Wishart.

Hine, C. (2000). ***Virtual Ethnography***. London: Sage Publications.

Kaplan, A.M & Haenlein, M. (2010). ***Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media***. Indiana: Kelley School of Business.

Matsaganis, M.D., Katz, V.D, & Ball-Rokeach, S.J. (2011). ***Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies.*** California: Sage Publications.

Rheingold, H. (1995). ***The Virtual Community***. London: Minerva.

Sade-Beck. (2004). Internet Ethnography: Online and Offline. ***International Journal of Qualitative Methods***, ***3*** (2), 45-51.

Samovar, L.A. & Porter, R.E. (2004). ***Communication Between Cultures.*** California: Wadsworth/Thomson Learning.

Silver, D. (2000). ***Looking Backwards, Looking Forward: Cyberculture Studies 1990-2000***. Oxford: Oxford University Press.