

KOMUNITAS VIRTUAL IIDN (IBU-IBU DOYAN NULIS)

Oleh: Vita Amelia

Staf pengajar Fakultas Ilmu Budaya , Universitas Lancang Kuning, Pekanbaru

Abstract

In cyber technology era, the existence of virtual community is unavoidable phenomenon. It has changed real world activities to cyber world. Consequently, everything done in the real world can be found in cyber world. Related to that idea, this writing deals with virtual community which involves women who interact in cyber world. They are encouraged and trained to write well. This phenomenon is interesting since women, particularly housewives are given chance to sharpen their writing ability so that they can write good writings and publish them.

Keywords: Virtual community, IIDN, writing

I. PENDAHULUAN

Secara filosofis, virtual menangkap kejadian dan objek alamiah yang ada namun tidak berwujud, tidak ‘konkret’. Istilah virtual bisa kita artikan sebagai ”sesuatu yang bersifat maya”, tetapi memungkinkan untuk menampilkan kualitas seperti nyata. Virtual¹ disini dapat berupa berbagai macam teknologi, seperti yang sangat banyak diminati adalah internet (interconnected network), yaitu suatu jaringan yang terdiri dari ribuan jaringan *independent* yang

dihubungkan satu dengan lainnya. Melalui internet semua orang dari negara manapun akan saling terhubung. Disinilah komunitas virtual biasa terbentuk.

Penggunaan *e-mail*, *website*, *chatting* dengan segala fasilitasnya dapat dikatakan termasuk dalam komunitas virtual. Karena pada dasarnya komunitas virtual adalah sekelompok manusia dalam dunia maya (*cyberspace*) yang mempunyai minat yang sama.². Dalam komunitas virtual manusia dapat berkomunikasi baik secara tatap muka atau tidak dengan orang baik yang sudah dikenal

¹ Shields, Rob. 2011. *Virtual; sebuah pengantar Komprehensif*. Jala Sutra; Jogjakarta

² Richardus Eko Indrajit , 2012. *Membangun Komunitas Virtual* temu kembali pada <http://referensi.dosen.narotama.ac.id/files/2012/01/MEMBANGUN-KOMUNITAS-VIRTUAL.pdf> Sabtu 10 januari 2015

atau tidak dalam tempat yang berbeda. Anggota komunitas ini dapat dengan bebas saling bertukar pikiran, pendapat, pandangan, dan informasi melalui berbagai media maya. Biasanya yang terjadi dalam komunitas virtual adalah anggotanya akan lebih tertarik melakukan hubungan atau komunikasi pada konteks atau minat atau hal-hal tertentu yang mempunyai kesamaan tujuan.

Ada 3 (tiga) hal yang dapat menjelaskan mengapa komunitas virtual akhir-akhir ini dapat menjadi komunitas pengontrol sekaligus juga dapat menjadi kelompok penekan³. Pertama, munculnya era kesadaran kelompok *public attentive* yang kian adaptif dengan kemajuan ICT terutama terkait dengan dunia virtual. Menurut data statistik yang dilansir oleh Bisnis.com⁴, tahun 2014 pengguna *facebook* di Indonesia masuk 10 besar jumlah pengguna *facebook* terbesar di dunia. Indonesia berada di peringkat empat setelah Amerika, Brasil dan India, mengalahkan Meksiko, Inggris, Turki, Filipina, Prancis dan Jerman. Peringkat

pertama dipegang Amerika Serikat (165 Juta), kemudian disusul Brazil (65,6 Juta) dan India (61,7 Juta). Dengan pengkases terbesar pada kitaran umur 18-24 tahun.

Pengguna internet di Indonesia pun semakin hari semakin banyak. Menurut data dari Tech in Asia⁵ tahun 2014, bahwa dari 30 juta remaja pengguna internet ini tinggal di daerah perkotaan seperti Jakarta, Yogyakarta, dan Banten. Sebagian besar penggerak jejaring sosial berasal dari generasi muda terdidik (*well-educated*). Mereka menjadikan perkembangan internet sebagai salah satu instrumen jejaring sosial termasuk untuk mengkritisi berbagai hal. Ada *trend* peningkatan signifikan dalam penggunaan situs jejaring sosial di masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin intensifnya penggunaan situs jajaring sosial yang kian beragam. Selain itu alasan mereka mengakses internet adalah mencari informasi, terhubung dengan teman lama dan teman baru serta untuk hiburan.⁶ Tak hanya *facebook* tapi juga ada 10 situs lain⁷ yang trend digunakan

³ The Policy Institute ,2012. Kampanye via Internet: Pencitraan atau Reputasi temu kembali pada <http://thepoliticalliteracy.blogspot.com/2012/10/kampanye-via-internet-pencitraan-vs.html> Sabtu, 10 Januari 2015

⁴ Sepudin Zuhri, 2014, 10 Negara Dengan Pengguna Facebook Terbesar Di Dunia, *Indonesia Peringkat Berapa?* Temu kembali pada <http://industri.bisnis.com/read/20140415/105/219583/10-negara-dengan-pengguna-facebook-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa> Sabtu, 10 Januari 2015

⁵ Steven Millward, 2014 *Statistik Pengguna Internet di Dunia* Temu kembali pada <http://id.techinasia.com/statistik-pengguna-internet-di-dunia-dan-indonesia-slideshow/> sabtu 10 Januari 2014

⁶ ibid

⁷ Sorav Jain, 2012 *40 Most Popular Social Networking Sites of the World* temu kembali pada <http://www.socialmediatoday.com/content/40-most-popular-social-networking-sites-world?page=1>

yakni : *MySpace, Twitter, LinkedIn, Bebo, Friendster, Hi5, Habbo, Ning, Classmates*. Meski yang paling populer tentu saja adalah *facebook*. Dengan meningkatnya jumlah *public attentive* atau komunitas yang memiliki perhatian terhadap berbagai isu politik yang berkembang, maka kian hari komunitas virtual ini semakin memiliki kekuatan signifikan.

Kedua, komunitas virtual itu tak terbatasi (*borderless*) oleh keterpisahan tempat, waktu, ideologi, status sosial ekonomi maupun pendidikan. Saat seseorang melakukan *interplay* dengan anggota lain di komunitas, maka hubungannya jauh lebih fleksibel karena bisa berhubungan kapan saja dan dari mana saja. Tak ada lagi zona proksemik seperti pernah digagas Edward Hall⁸, yang membagi antara jarak intim (0-18 inci/46 cm), jarak personal (46 cm-1,2 m), jarak sosial (1,2 m -3,6 m) jarak publik (melampaui 3,7 m). Dengan adanya *facebook*, terlihat bahwa komunikasi tak lagi berjarak fisik seperti itu. Setiap anggota komunitas bisa mengekspresikan berbagai kekesalan atas upaya kriminalisasi KPK, praktik arogansi oknum polisi dan oknum kejaksaaan secara lebih bebas, fleksibel dan bisa sangat personal,

sehingga ekspresi emosi masing-masing individu lebih terakomodasi dibanding hanya membaca hasil reportase jurnalis media massa. Banyak diantara anggota gerakan 1 juta *facebookers* pendukung seorang politisi misalnya, tidak saling mengenal dan tidak pernah bertemu secara *face-to-face*.

Ketiga, memungkinkan terbentuknya kesadaran kelompok berbagi (*shared group consciousness*). Setiap orang dapat berinteraksi, bertukar isu, menciptakan tema-tema fantasi dan visi retoris yang dapat membentuk kesadaran kelompok berbagi. Misalnya saja, tema cicak vs buaya, kriminalisasi KPK, pemberantasan korupsi dll., dengan sekejap menjadi tema-tema yang membangkitkan kesadaran. Pada saat media massa mempublikasikan tema-tema kesadaran itu, biasanya keterhubungan individu masih bersifat artifisial. Hal itu, akan diperteguh dan lebih personal pada saat dia terhubung dengan komunitas virtualnya

II. PROFIL IIDN- Interaktif (Ibu-ibu Doyan Nulis – interaktif)⁹

IIDN-Interaktif merupakan suatu grup komunitas di *facebook* yang berisi ibu-ibu yang memiliki keinginan

⁸ Kristina Inneke Sanjaya, 2014. *Stereotip Gender pada Iklan Kecap Sedaap Versi "Ayahku Jago Masak"* temu balik pada studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/1874/1679 minggu 11 januari 2015

⁹ Admin , 2010, Profil , temu kembali pada <https://www.facebook.com/groups/ibuibudoyannulis/>

untuk belajar menulis. Walaupun bernama Ibu-Ibu, namun tidak semuanya merupakan wanita yang sudah menjadi ibu, banyak juga yang masih gadis. IIDN-Interaktif berdiri pada bulan Mei 2010 oleh Indari Mastuti. Diawal berdirinya, IIDN-Interaktif bertujuan untuk melejitkan produktifitas para ibu di bidang penulisan dan mendukung produktifitas Indscript Creative.

Selain itu visi IIDN ialah mencerdaskan Perempuan Indonesia dan misinya yakni menerbitkan minimal 1 buku untuk setiap anggota IIDN, meningkatkan produktifitas anggota di berbagai media di Indonesia, meningkatkan kemampuan anggota dalam bidang penulisan, mempererat kolaborasi positif antar anggota di berbagai bidang. Informasi tentang komunitas ini juga bisa dilihat pada halaman blog: <http://www.ibu-ibudoyannulis1.blogspot.com/...>

Anggota IIDN yang kebanyakan ibu rumah tangga itu diajari bagaimana cara membuat outline yang baik agar dapat menembus dan menarik hati penerbit, bagaimana cara menghasilkan tulisan yang baik dari ide-ide sederhana yang ada di sekitar mereka. Di IIDN, anggotanya juga diberikan pelatihan-pelatihan menulis secara berkala baik secara online, maupun offline. Secara nasional maupun per wilayah masing-masing. Karena semakin bertambahnya anggota Grup IIDN dari hari ke hari

yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia bahkan hingga ke mancanegara, maka diputuskanlah untuk membagi IIDN ke dalam wilayah-wilayah yang masing-masing dipimpin oleh Koordinator Wilayah (KORWIL) yang telah ditunjuk. Kini sudah ada sekitar 22 Kordinator Wilayah di berbagai wilayah Indonesia serta luar negeri yang berpusat di Jepang. Masing-masing korwil bertugas untuk mengatur arus informasi yang berasal dari Pusat ke Wilayah ataupun sebaliknya.

Kegiatan umum GRUP IIDN selain mengadakan pelatihan-pelatihan kepenulisan untuk umum dan anggota, juga mengadakan *event-event* seperti :

1. Mengikuti *event-event* bazar, selain untuk mensosialisasikan komunitas, juga untuk menjual buku-buku hasil karya anggota Grup IIDN.
2. Kopdar (Kopi Darat) pertemuan tidak rutin antar anggota IIDN baik yang ada dalam wilayah yang sama ataupun secara nasional.
3. Mengadakan kegiatan bakti sosial dan kegiatan-kegiatan lain yang bermanfaat.

Pada akhirnya, Indscript Creative selaku Perusahaan Agensi Penerbitan Naskah dengan Indari Mastuti sebagai CEO nya, yang membawahi Grup IIDN yang lahir pada bulan Mei 2010, mencoba mengeluarkan potensi kaum ibu rumah tangga yang selama ini selalu

dianggap tak memiliki kemampuan lebih, menjadi ibu-ibu dan wanita yang produktif di mana mereka tidak hanya menghasilkan karya yang dapat dibaca orang banyak, melainkan juga dapat menghasilkan materi yang akan membantu perekonomian keluarga.

Tata tertib IIDN

1. Semua postingan hanya terkait dengan dunia tulis menulis
2. Pertanyaan yang diajukan hanya seputar kepenulisan
3. Tidak diperkenankan promo produk—apapun jenisnya
4. Tidak diperkenankan promo buku, diluar buku kerjasama dengan IIDN, kecuali hari minggu
5. Untuk pengiriman proposal atau ajakan pada anggota sebaiknya didiskusikan dengan tim IIDN
6. Posting artikel dan tips menulis sangat dianjurkan bahkan tidak terbatas postingannya.
7. Untuk posting blog, sebaiknya diberikan prolog di awal dan juga dianjurkan terkait dengan tema menulis
8. Pertanyaan yang tidak terkait dengan tema menulis akan diabaikan
9. Untuk postingan yang panjang atau latihan menulis disarankan di dokumen grup
10. Tidak diperkenankan menggunakan nama toko *online*

11. Postingan yang akan *disapprove* adalah postingan dengan menggunakan bahasa yang tidak disingkat dan tidak berlebihan.

III. PEMBAHASAN

Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam komunitas ini adalah bahasa indonesia, walaupun anggotanya berasal dari berbagai penjuru Indonesia dan memiliki perwakilan di luar negeri.

Walaupun kadang-kadang dalam pembicaraan ada yang *keceplosan* menggunakan bahasa daerah namun tidak ada yang menunjukkan keberatan, mereka menanggapinya secara positif dengan melihatnya sebagai sarana belajar bahasa daerah gratis. Bahasa daerah akan terasa jika kita memasuki grup kecil yang masih berada di bawah koordinator grup IIDN, yakni grup perwakilan tiap daerah, seperti IIDN-Riau, Semarang, Jogja, Solo, kalimantan dll

Interaksi

Interaksi sebetulnya tidak berubah, sejak awal berdiri, suasana yang diciptakan adalah persahabatan dan kenyamanan, maka semakin berkembangnya komunitas jumlah sahabat semakin banyak. Ketika ada yang membuat postingan, respon yang paling minim didapat adalah ‘like this’ dari anggota yang lainnya.

Interaksi didalam grup ini sangat interaktif, apalagi dimalam hari dimana ibu-ibu sudah mulai sedikit lega dengan kegiatan sehari-hari maka kebanyakan mereka akan *online* hingga tengah malam.

Pengakuan dari ibu-ibu di dalam grup ini mengatakan bahwa IIDN seperti memiliki keluarga kedua. Mereka juga rata-rata mengungkapkan bahwa dengan bergabung di IIDN ini, ilmu tentang kepenulisan makin bertambah. Belum pernah terdengar keluhan yang dikeluarkan oleh anggota terkait dengan komunitas ini, baik dari pribadi anggota maupun dari keluarga seperti anak atau suami dari ibu-ibu tersebut. Bahkan tak sedikit yang mengatakan suami mereka sangat mendukung, karena dengan bergabung dengan komunitas ini, mereka tak lagi menjadi ibu rumah tangga biasa, namun menjadi sangat luar biasa.

Konsistensi

Dalam komunitas ini, konsistensi terletak pada kegigihan ibu-ibu untuk terus belajar tentang dunia tulis menulis. Kelompok ini terdiri dari penulis yang aktif menerbitkan buku dan juga ibu-ibu yang hanya menulis untuk konsumsi sendiri, namun tetap memiliki keinginan untuk terus bisa berkarya. Sudah banyak karya yang dihasilkan oleh ibu-ibu setelah dengan tekun belajar pada grup ini.

Grup ini juga memiliki lini kecil seperti grup penulis kamus, grup ibu-ibu doyan bisnis. Selain itu grup juga ini memiliki jadwal kegiatan yang sudah tetap sehingga memudahkan proses belajar, walau terkadang masih banyak yang ketinggalan karena tidak adanya kecocokan waktu. Namun di akhir kelas, penanggung jawab (PJ) akan membuat rangkuman diskusi agar yang tidak bisa mengikuti secara langsung bisa membaca dan belajar tentang apa yang didiskusikan sebelumnya.

Beberapa jadwal IIDN

SENIN

1. Managemen Bisnis, PJ : Ari Kurnia, Tri Wahyuni Rahmat, Dewi Muliyawan
2. Kelas Penerbitan: Indari Mastuti
3. Melek Pajak: Zeti Arina

SELASA :

1. Mengatasi Malas Nulis : Sri Rahayu
2. Mendadak Kuis : Para Penulis IIDN

RABU :

1. Bedah Karya : Nina Kirana
2. Promo Buku IIDN : Kiki Handriyani

KAMIS :

1. Jurnalistik : Rika Tjahyani
2. Kelas EYD : Anna Farida
3. Travelling: Arini Tathagati - Minggu Pertama

4. Parenting, : Abyz Wigati

JUMAT : BEBAS

SABTU

1. NgeBLOG: Rinny Ermiyatii

MINGGU :

1. Bedah DUit, PJ: Rina Dewi Lina
2. Bedah Buku & Promo (BeBeP),
PJ : Lygia Pecanduhujan & Eka
Natassa (19.00-21.00).

Kualitas Tulisan

Kualitas tulisan ibu-ibu pada grup ini pada awalnya masih banyak yang kurang baik, walau tak sedikit yang sudah bagus. Jika tulisan tersebut ingin dimuat ke penerbit, maka tulisan-tulisan tetap melalui proses seleksi yang ketat.

Kontribusi

Kontribusi yang dapat dirasakan dengan jelas ialah semakin banyaknya sumbangan tulisan-tulisan di media massa yang ditulis oleh ibu-ibu (kaum wanita). Selain berbentuk tulisan, kontribusi langsung yang dirasakan oleh ibu-ibu sebagai penulis adalah honor yang didapat ketika tulisan dimuat.

Manajemen

Manajemen IIDN dilaksanakan secara professional, yang terdiri dari sukarelawan yang memiliki tujuan sama yakni membela IIDN.

Dalam komunitas ini tidak ada sistem penggajian karena IIDN itu bukan berorientasi bisnis tetapi komunitas. Namun, dalam mempertahankan eksistensinya, IIDN juga dibantu oleh Indscript untuk terus berkembang.

Sebagai pendiri, Indari mastuti mendelegasikan tugas-tugas kepada penanggung jawab kelas disetiap harinya. Untuk kelancaran informasi, IIDN dibagi lagi berdasarkan daerah/ provinsi untuk memudahkan arus informasi .Tiap daerah memiliki penanggung jawab atas grup kecil tersebut atas kegiatan-kegiatan yang berlangsung dimasing-masing daerah.

Selain itu, jika penerbit akan menerbitkan buku, maka akan ada penanggung jawab khusus akan suatu event kepenulisan. Sehingga mempermudah dalam koordinasi tulisan dan pembayaran *fee* ketika tulisan berhasil diterbitkan.

III. SIMPULAN

Komunitas virtual IIDN-interaktif yang dipimpin oleh Indari Mastuti, dalam berkomunikasi dengan para anggota menggunakan Bahasa Indonesia. Interaksi yang tercipta dalam komunitas virtual ini selalu hangat dalam setiap forum diskusi yang dibuka oleh penanggung jawab kelas diskusi. Konsistensi para anggota komunitas virtual terlihat dengan semakin hari , keinginan dan kemampuan belajar dalam bidang kepenulisan terus bertambah dan

ditunjukkan dengan hasil dimana beberapa dari mereka sudah berhasil menghasilkan sebuah buku yang dicetak oleh penerbit besar dan di media massa.



Datar Pustaka

Admin , 2010 profil , temu kembali pada <https://www.facebook.com/groups/ibuibudoyannulis/>

Indrajit, Richardus Eko , 2012. *Membangun Komunitas Virtual* temu kembali pada <http://referensi.dosen.narotama.ac.id/files/2012/01/MEMBANGUN-KOMUNITAS-VIRTUAL.pdf> Sabtu 10 januari 2015

Jain, Sorav, 2012 *40 Most Popular Social Networking Sites of the World* temu kembali pada <http://www.socialmediatoday.com/content/40-most-popular-social-networking-sites-world?page=1>

Millward, Steven, 2014 *Statistik Pengguna Internet di Dunia* Temu kembali pada <http://id.techinasia.com/statistik-Januari-2014>

The Policy Institute ,2012. *Kampanye via Internet: Pencitraan atau Reputasitemu* kembali pada <http://thepoliticalliteracy.blogspot.com/2012/10/kampanye-via-internet-pencitraan-vs.htm> Sabtu,10 Januari 2015

Sanjaya, Kristina Inneke, 2014. *Stereotip Gender pada Iklan Kecap Sedaap Versi " Ayahku Jago Masak"*temu balik pada studentjournal.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/1874/1679 Minggu 11 januari 2015

Shields, Rob. 2011. *Virtual; sebuah pengantar Komprehensif*. Jala Sutra; Jogjakarta

Zuhri, Sepudin, 2014, *10 Negara Dengan Pengguna Facebook Terbesar Di Dunia, Indonesia Peringkat Berapa?* Temu kembali pada <http://industri.bisnis.com/read/20140415/105/219583/10-negara-dengan-pengguna-facebook-terbesar-di-dunia-indonesia-peringkat-berapa> Sabtu, 10 Januari 2015