

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

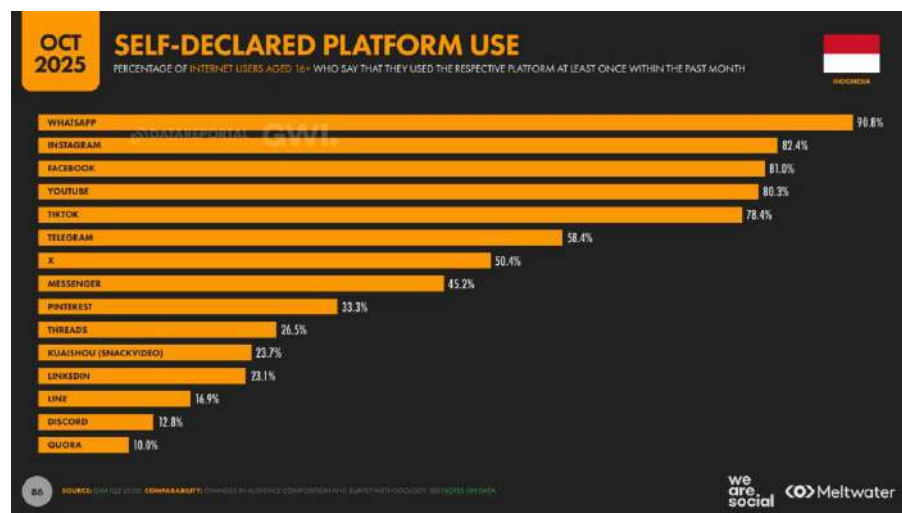
Perkembangan teknologi digital yang berlangsung pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama dalam cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi. Internet yang sebelumnya hanya digunakan sebagai sarana mencari informasi, kini telah berkembang menjadi ruang sosial baru yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, hingga membangun relasi tanpa batas geografis. Perubahan ini semakin diperkuat dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun (Fadilla Noorikhshan et al., 2023).

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia telah melampaui 215 juta jiwa atau sekitar 78% dari total penduduk. Data tersebut menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan internet tidak hanya terkonsentrasi di wilayah perkotaan, tetapi juga mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan di kawasan pedesaan. Hal ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi telah menjangkau hampir seluruh lapisan masyarakat (Hidayat, 2016). Kondisi tersebut membuka peluang bagi masyarakat pedesaan untuk terlibat aktif dalam ruang digital, baik sebagai konsumen maupun produsen informasi. Selain itu, akses internet yang semakin luas turut mendorong munculnya praktik-praktik baru dalam bidang sosial, budaya, dan ekonomi, termasuk pemanfaatan media sosial sebagai sarana ekspresi diri dan sumber pendapatan.

Berbeda dengan platform seperti TikTok atau Instagram yang cenderung populer di kalangan anak muda perkotaan, Facebook justru memiliki basis pengguna yang kuat di kalangan masyarakat pedesaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kemudahan penggunaan, kebutuhan kuota yang relatif lebih ringan, serta keberadaan fitur komunitas (grup) yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan lingkungan sosialnya secara lebih dekat (Jakariah & Hersusetiyati, 2021). Selain itu, Facebook telah lebih dahulu dikenal oleh masyarakat pedesaan sehingga tingkat literasi digital terhadap platform ini relatif lebih tinggi dibandingkan media sosial lainnya. Kondisi tersebut menjadikan Facebook tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk berbagi informasi, membangun jaringan sosial, serta mengembangkan aktivitas ekonomi berbasis komunitas.

Di Indonesia, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan dengan beragam platform yang digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social (2025), terlihat bahwa platform seperti WhatsApp (90,8%), Instagram (82,4%), dan Facebook (81,0%) masih mendominasi penggunaan media sosial di Indonesia, diikuti oleh YouTube dan TikTok. Data ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok cukup populer dengan angka 78,4%, Facebook tetap memiliki posisi yang sangat kuat dan bahkan berada di atas TikTok dalam hal penggunaan. Hal ini memperlihatkan bahwa Facebook masih menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh masyarakat Indonesia secara luas, tidak hanya di wilayah perkotaan tetapi juga di pedesaan.

Jika dikaitkan dengan konteks masyarakat pedesaan, dominasi Facebook menjadi semakin relevan. Berbeda dengan Instagram dan TikTok yang lebih menekankan pada konten visual yang kompleks dan berbasis tren, Facebook cenderung lebih sederhana, mudah digunakan, serta memiliki fitur komunitas seperti grup yang sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa. Selain itu, Facebook juga lebih sering dimanfaatkan sebagai media komunikasi sehari-hari, berbagi informasi lokal, hingga aktivitas ekonomi berbasis komunitas.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2025 menurut We Are Social

Dalam konteks ini, keberadaan Facebook Pro menjadi nilai tambah karena memungkinkan pengguna untuk memonetisasi konten tanpa harus beralih ke platform lain. Oleh karena itu, meskipun TikTok dan Instagram memiliki tingkat popularitas yang tinggi, Facebook tetap menjadi platform yang lebih kontekstual dan relevan untuk diteliti, khususnya dalam melihat dinamika budaya, perilaku, serta peluang ekonomi digital di Komunitas Cibaliung.

Dalam perkembangannya, Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga mulai menghadirkan fitur yang mendukung aktivitas ekonomi digital. Salah satu fitur tersebut adalah Facebook Pro (*Professional Mode*), yang memungkinkan pengguna untuk memonetisasi konten yang mereka buat. Melalui fitur ini, pengguna dapat memperoleh penghasilan dari interaksi, jumlah penonton, maupun aktivitas lainnya di platform tersebut (Setiawan & Widyadari, 2025).

Popularitas Facebook Pro di kalangan masyarakat pedesaan tidak terlepas dari kondisi sosial dan ekonomi yang mereka hadapi. Pendapatan masyarakat pedesaan yang masih cenderung lebih rendah dibandingkan dengan masyarakat perkotaan, serta peluang kerja formal yang terbatas. Kondisi ini mendorong masyarakat untuk mencari alternatif sumber penghasilan yang lebih fleksibel.

Dalam konteks ini, Facebook Pro dianggap sebagai solusi yang mudah diakses. Tanpa memerlukan modal besar maupun keterampilan teknis yang kompleks, masyarakat dapat mulai membuat konten dan berpotensi mendapatkan penghasilan. Bahkan, beberapa studi menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sarana ekonomi informal yang berkembang pesat di era digital, terutama bagi kelompok masyarakat dengan keterbatasan akses ekonomi (Sutopo, 2025).

Selain sebagai sumber ekonomi, Facebook Pro juga berfungsi sebagai ruang ekspresi. Pengguna dapat membagikan berbagai aktivitas sehari-hari, seperti memasak, berkebun, berdagang, hingga berbagi cerita personal. Konten-konten tersebut sering kali bersifat sederhana, namun justru memiliki daya tarik tersendiri karena dianggap autentik dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat.

Dalam konteks ini, muncul fenomena menarik pada sebuah grup Facebook bernama Komunitas Cibaliung. Grup ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang berbagi informasi, tetapi juga berkembang menjadi ruang interaksi sosial yang aktif, di mana anggota saling berkomunikasi, berbagi pengalaman, serta memproduksi berbagai bentuk konten digital. Aktivitas dalam grup ini menunjukkan adanya dinamika sosial yang kompleks, mulai dari percakapan sehari-hari, humor lokal, hingga praktik ekonomi digital yang dilakukan oleh para anggotanya.

Komunitas Cibaliung sebagai grup Facebook memperlihatkan bahwa ruang digital tidak hanya menjadi tempat interaksi semata, tetapi juga menjadi arena terbentuknya budaya. Budaya dalam konteks ini tidak hanya dipahami sebagai nilai atau norma yang diwariskan secara turun-temurun, tetapi juga sebagai praktik sehari-hari yang terus diproduksi dan direproduksi melalui interaksi digital. Unggahan, komentar, serta bentuk komunikasi lain yang terjadi di dalam grup menjadi bagian dari praktik budaya digital yang khas.

Selain itu, perilaku anggota dalam komunitas ini juga menunjukkan pola yang menarik untuk dikaji. Setiap anggota memiliki cara tersendiri dalam menampilkan diri, berinteraksi dengan anggota lain, serta merespons berbagai isu yang muncul dalam grup. Hal ini mencerminkan bagaimana identitas digital dibangun dan dinegosiasikan dalam ruang komunitas virtual (Rusli & Fatra Emil, 2025). Interaksi yang terjadi tidak hanya bersifat individual, tetapi juga membentuk pola kolektif yang mencerminkan karakter komunitas tersebut.

Lebih jauh, keberadaan Facebook Pro turut memberikan dimensi baru dalam aktivitas komunitas ini. Fitur tersebut memungkinkan anggota tidak hanya mengekspresikan diri, tetapi juga memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas digital yang mereka lakukan. Konten yang diunggah tidak lagi sekadar bentuk ekspresi, tetapi juga memiliki potensi untuk dimonetisasi. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang yang menggabungkan antara ekspresi diri dan aktivitas ekonomi dalam satu platform.

Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi media sosial, dari sekadar alat komunikasi menjadi ruang yang memiliki nilai sosial, budaya, dan ekonomi sekaligus (Agustinus Gulo, 2023). Komunitas Cibaliung menjadi contoh konkret bagaimana sebuah grup Facebook dapat berkembang menjadi ekosistem digital yang dinamis, di mana interaksi sosial, produksi budaya, dan aktivitas ekonomi berlangsung secara bersamaan. Dalam kajian ilmu komunikasi, fenomena ini relevan dengan konsep budaya partisipatif, di mana pengguna tidak lagi pasif, melainkan aktif terlibat dalam produksi dan distribusi konten. Selain itu, fenomena ini juga berkaitan dengan konsep digital

empowerment, di mana teknologi memberikan peluang bagi individu untuk memperoleh manfaat ekonomi dan memperluas ruang sosialnya.

Namun demikian, meskipun fenomena ini semakin berkembang, kajian akademik yang secara khusus meneliti komunitas Facebook, terutama yang dikaitkan dengan pemanfaatan Facebook Pro di kalangan masyarakat pedesaan, masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada individu sebagai pengguna media sosial, bukan pada komunitas sebagai ruang sosial yang memiliki dinamika budaya tersendiri. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian sebelumnya umumnya masih bersifat deskriptif, sehingga belum banyak yang menggali secara mendalam aspek budaya dan perilaku melalui pendekatan etnografi virtual. Padahal, pendekatan ini penting untuk memahami bagaimana interaksi digital membentuk makna sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya karena tidak hanya mengkaji penggunaan Facebook sebagai media komunikasi atau sarana ekonomi, tetapi secara khusus memfokuskan kajian pada pemanfaatan Facebook Pro dalam komunitas digital masyarakat pedesaan melalui pendekatan etnografi virtual. Penelitian ini juga melihat bagaimana budaya partisipatif, pembentukan identitas digital, ruang ekspresi, serta praktik monetisasi konten berlangsung secara bersamaan dalam Komunitas Cibaliung. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru mengenai Facebook Pro sebagai ruang sosial yang mengintegrasikan aspek budaya, komunikasi, dan ekonomi dalam kehidupan masyarakat pedesaan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana dinamika budaya dan perilaku anggota Komunitas Cibaliung dalam memanfaatkan Facebook Pro sebagai ruang ekspresi diri dan sumber ekonomi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana budaya dan perilaku terbentuk dalam Komunitas Cibaliung sebagai sebuah komunitas digital yang aktif memanfaatkan Facebook Pro. Secara khusus, penelitian ini ingin melihat bagaimana anggota komunitas mengekspresikan diri melalui konten yang mereka buat, bagaimana pola interaksi sosial terjadi di dalam grup, serta bagaimana aktivitas tersebut berkembang menjadi peluang ekonomi melalui fitur monetisasi yang tersedia. Dengan menggunakan pendekatan etnografi virtual, penelitian ini juga bertujuan untuk menggali makna di balik praktik-praktik digital yang dilakukan anggota komunitas, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika sosial, budaya, dan ekonomi dalam ruang digital.

1.4 Manfaat Penelitian

Sejalan dengan tujuan penelitian yang dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat yang diharapkan adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan media sosial, budaya digital, dan etnografi virtual. Penelitian ini juga dapat memperkaya perspektif mengenai bagaimana komunitas digital membentuk budaya dan perilaku melalui interaksi yang berlangsung secara *online*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji fenomena serupa, terutama yang berfokus pada hubungan antara media sosial, ekspresi diri, dan aktivitas ekonomi dalam konteks masyarakat pedesaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi masyarakat, khususnya komunitas digital di wilayah pedesaan, dalam memahami potensi media sosial sebagai ruang yang tidak hanya digunakan untuk berinteraksi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi dan sumber ekonomi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para pengguna Facebook Pro, terutama pemula, dalam mengoptimalkan fitur yang tersedia untuk menghasilkan konten yang lebih produktif dan bernilai ekonomi. Bagi pihak lain seperti pemerintah atau lembaga terkait, penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pemberdayaan masyarakat berbasis digital, khususnya dalam meningkatkan literasi digital dan ekonomi kreatif di daerah pedesaan.