



## **Menemukan Ruang Keramahtamahan Dalam Media Facebook**

### ***Finding A Hospitality Space In Facebook Media***

**Henderikus Nayuf**

Program Studi Teologi, Sekolah Tinggi Teologia INTIM Makassar, Indonesia

---

#### **Abstrak**

Fokus dalam penelitian ini adalah upaya menemukan ruang keramahtamahan dalam platform facebook. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan memberi ruang dialektika bagi perspektif etnografi digital. Penelitian dilakukan dengan cara mengobservasi dan memeriksa 25 akun pengguna facebook selama 60 hari. Hasil dari penelitian menunjukkan; 1) platform facebook digunakan sebagai ruang muka-belakang, 2) terbuka ruang bagi nilai-nilai keramahtamahan sebagai bagian dari aktualisasi diri pengguna facebook dalam menaburkan narasi-narasi kemanusiaan. Pada akhirnya, disimpulkan bahwa platform facebook menyediakan ruang yang sangat terbuka untuk kampanye kebaikan melalui salah satu nilai keutamaan manusia, yakni keramahtamahan.

**Kata kunci:** etnografi digital, facebook, media sosial, ruang keramahtamahan

#### **Abstract**

*The focus of this research is to find a space for hospitality on the Facebook platform. This study uses a phenomenological approach by providing a dialectic space for a digital ethnographic perspective. The research was conducted by observing and checking 25 Facebook user accounts for 60 days. The results of the research show; 1) the Facebook platform is used as a front-back space, 2) space is opened for hospitality values as part of Facebook users' self-actualization in spreading human narratives. In the end, it was concluded that the Facebook platform provides a very open space for good campaigns through one of the values of human virtue, namely hospitality.*

**Keywords:** digital ethnography, facebook, social media, hospitality space

**How to Cite:** Nayuf, Henderikus (2023). Menemukan Ruang Keramahtamahan Dalam Media Facebook. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial dan Budaya (Journal of Social and Cultural Anthropology)* 8 (2): 148 -161.

\*Corresponding author:

E-mail: [hendrikusnayuf@yahoo.com.sg](mailto:hendrikusnayuf@yahoo.com.sg)

ISSN 2549-1660 (Print)

ISSN 2550-1305 (Online)

## **PENDAHULUAN**

Sejak diluncurkan pada bulan Februari 2004, *facebook* menjadi situs yang merajai jagat digital. Facebook menjadi situs jejaring sosial paling favorit di dunia maya. Pada Juli 2016, Facebook memiliki lebih dari 1,71 miliar pengguna aktif per bulan, dengan 1,1 miliar login setiap hari. Diperkirakan bahwa rata-rata orang Amerika menghabiskan waktu sekitar 40 menit per hari di Facebook dan itu kira-kira 50% dari pengunjung berusia 18–24 tahun (Chakraborty, 2016) Dalam konteks Indonesia, Diah Ajeng Purwani (2021) mengatakan, facebook memiliki tingkat penetrasi yang cukup tinggi dari semua platform media sosial di Indonesia. Pengguna facebook di Indonesia melebihi 130 juta penggunanya. Data yang dilansir oleh Ajeng Purwani menunjukkan bahwa orang Indonesia biasanya mengunjungi facebook 5 sampai 7 kali dalam seminggu dibandingkan dengan aktivitas online maupun media tradisional lainnya. Dalam amatan Ajeng Purwani, hampir 50 % pengguna *update* berita melalui facebook. Bagi Ajeng Purwani, dominasi facebook dalam jagat maya di Indonesia dipengaruhi oleh munculnya beragam fitur yang memanjakan pengguna facebook. Misalnya, fitur *deep text*, sebagai mesin pembaca teks yang dapat

memahami ribuan konten yang diunggah setiap detik dengan keragaman bahasa. Fitur-fitur seperti *search, status, home, edit profile, language, news feed, message, event, pages, apps, photos, friends group, games, notification, chat, marketplace* menjadi daya tarik tersendiri bagi para peselancar jagat maya dalam reportasi personal maupun eksplorasi komunitas.

Dominasi ini didukung dengan kemajuan teknologi yang tampak dalam wujud yang memungkinkan pengguna facebook, membuat foto profile, menambahkan teman, berbagi informasi, berbagi foto, video dan beragam kegiatan lainnya dalam waktu yang relatif cepat. Facebook pun menyediakan fitur panggilan *video call* melalui *messenger*. Facebook memungkinkan munculnya berbagai komunitas virtual berbasis hobi, profesi, asal usul, dan komunitas sosial lainnya. Kemudahan-kemudahan yang disebutkan di atas, kemudian berimplikasi pada pilihan-pilihan pengguna facebook dalam mengunggah informasi, berbagi konten maupun aktivitas virtual lainnya secara hampir bersamaan. Maka, tidak heran, William Indick (2015) dalam catatannya tentang *The Digital God* memberi pengakuan bahwa media sosial menghadirkan berita tentang sebuah peristiwa dengan secara audio, visual, lisan dalam waktu yang bersamaan. Facebook

sebagai salah satu media sosial memungkinkan hal tersebut. Hal ini kemudian memudahkan pengguna facebook untuk memilih narasi tertentu sebagai isi konten yang hendak dibagikan. Pilihan-pilihan tersebut tidak melewati proses verifikasi (konfirmasi), filterisasi, apalagi proses editing sebagai salah satu syarat publikasi sebuah berita.

Dalam tataran operatif, *facebook*, tidak lagi menjadi supremasi kemewahan, dan karenanya hanya dimiliki kalangan tertentu. *Facebook*, tampil menjangkau semua kalangan. *Facebook*, dapat diakses oleh kaum papa di daerah kumuh. *Facebook*, hadir dan menyapa serta merekatkan setiap individu yang berbeda tempat dalam waktu yang sama. Dalam konteks inilah *facebook* dapat menghadirkan imajinasi-imajinasi spekulatif bagi yang berorientasi pada kamufase tampilan. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Adrian Jacques H. Ambrose (2017) dijumpai bahwa facebook menghadirkan imajinasi-imajinasi yang berdampak secara psikologis. Ambrose kemudian menyimpulkan bahwa “...*the effect of Facebook on the mental health status of young adults could be influenced by many factors, such as the frequency of use (e.g., the number of hours spent on Facebook) and the nature of the activity; e.g., updating*

*a status versus arguing with a friend* (Pengaruh Facebook pada status kesehatan mental orang dewasa muda dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti frekuensi penggunaan. misalnya, jumlah jam yang dihabiskan di Facebook dan sifat aktivitas, misalnya, memperbarui status versus berdebat dengan seorang teman) (Ambrose, 2017:3). Laporan yang disampaikan oleh Ambrose adalah salah satu fakta terkait dengan facebook yang mampu menjangkau semua kalangan dan melakukan penetrasi terhadap kalangan tersebut.

Daya jangkau yang dimiliki oleh facebook sejatinya merupakan potensi untuk menyebarkan berita kebaikan yang memuliakan manusia melalui salah satu naluri kemanusiaan yakni keramahtamahan (*hospitality*). Ruang-ruang virtual yang dimiliki facebook selalu diorientasikan untuk menjawab pertanyaan: “Apa yang Anda pikirkan?” jawaban atas pertanyaan tersebut mesti dilihat sebagai *hospitality space* dalam facebook. Dalam perspektif ini, pertanyaan facebook berusaha membingkai kita dalam dua realitas sekaligus, yang material maupun immaterial. Kedua realitas tersebut membingkai kita dalam waktu yang hampir bersamaan. Bahkan, tanpa disadari kedua realitas ini berkelindan menawarkan imajinasi-imajinasi kreatif

yang bersifat multi tafsir. Di sinilah kemudian, celah imajinatif untuk melihat nilai-nilai spiritual dari kedua realitas tersebut dimungkinkan. Salah satunya adalah nilai hospitalitas (keramahan). Nilai dan makna dari hospitalitas yang menjadi fokus tulisan ini adalah keramahan. Ramah kepada sesama manusia. Ramah kepada alam. Ramah kepada kemanusiaan yang berdimensi ekologis.

Dalam kaitan dengan perspektif etnografi digital, Sarah Pink, et. All (2016), secara deskriptif memberikan beberapa pertimbangan terkait etnografi digital. (1) bagaimana hidup dan meneliti di lingkungan digital, material dan sensorik, yaitu dunia yang berkembang dan berubah, bukan dalam dunia atau lingkungan yang statis; (2) eksplorasi konsekuensi dari kehadiran media digital dalam membentuk teknik dan proses saat kita mempraktikkan etnografi, dan menjelaskan bagaimana dimensi digital, metodologis, praktis dan teoritis dari penelitian etnografi semakin terjalin; (3) pemahaman atas praktik pra-digital, media, dan lingkungan; (4) kemungkinan etnografi digital untuk meneliti dan mendefinisikan kembali konsep sentral dalam penelitian sosial dan budaya, bagaimana lingkungan digital, metode dan metodologi mendefinisikan ulang praktik

etnografi; (5) metode dan teori adalah dua aspek penelitian dan analisis etnografi yang berubah ketika dilakukan oleh peneliti yang berbeda. Pendekatan ini, bagi Pink, diaku 'yang tidak berwujud' sebagai bagian dari penelitian etnografi digital, dengan mempertimbangkan pertanyaan tentang 'tidak berwujud digital' dan hubungan antara elemen digital, sensorik, atmosfer, dan material dari dunia kita. Pink menyarankan cara-cara untuk mengakui dan memperhitungkan digital sebagai bagian dari dunia kita yang bersifat teoretis dan praktis, serta menawarkan kerangka kerja yang koheren untuk melakukan etnografi di seluruh situs dan pertanyaan tertentu. Karena itu, perlu memperhatikan prinsip utama untuk melakukan etnografi digital, yakni multiplisitas, non-digital-sentris, keterbukaan, reflektivitas, dan tidak ortodoks.

Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Ahmadi dan Adi (2018) mengemukakan bahwa Etnografi di dunia maya bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan Internet dan dinamai etnografi virtual. Dengan menelusuri pemikiran Hine dan Kozinet, Ahmadi dan Adi menjelaskan bahwa metode antropologi sosial budaya yang diterapkan dengan tepat, dapat

memberikan pemahaman teoritis dan membantu menentukan kelancaran dinamika hubungan di dunia online (daring). Etnografi di internet sebagai metode penelitian kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktek-praktek budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer.

Berdasarkan catatan di atas, maka pertanyaan-pertanyaan yang mengemuka dalam tulisan ini adalah: “Mengapa *hospitality space* dibutuhkan dalam rangka memaknai kedirian manusia di era ini?” Lanjutan pertanyaan ini adalah “Bagaimana manusia memanfaatkan platform *facebook* dalam mengampanyekan *hospitalitas* dalam kehidupan kekiniannya?” Kedua pertanyaan ini penting diajukan, sebab manusia di era ini sementara terdisrupsi oleh munculnya beragam “kemurah – hatian” dari platform *facebook*. Disrupsi yang berdampak pada migrasi berjemaah dari metode kerja yang bersifat analog ke metode kerja berbasis digital. Pergeseran inilah yang kemudian menempatkan manusia sebagai *Homo Digital*. Manusia tidak lagi terkungkung dalam ruang lingkup parsial, tetapi manusia telah terkoneksi ke santero jagad kemudian dapat diakses secara global. Sebuah

realitas yang membawa manusia untuk mengikis batasan dan mengatasi eksklusi. (Skinner, 2019) Dalam penetrasi demikian, maka keramahan dalam ruang virtual menjadi sebuah keharusan. Ia menjadi keharusan, oleh karena ruang *cyber (cyber space)* mesti diisi dengan narasi-narasi keramahan sebagai bagian dari penghargaan terhadap nilai kemanusiaan. Di sinilah kemudian pemaknaan *cyber space* yang menghadirkan *facebook* sebagai dalam alur komunikasi jaringan dilihat sebagai sebuah produk budaya yang tidak hanya berbicara untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi berbicara untuk dan demi kepentingan sang liyan. Pemaknaan *cyberspace* dari *facebook* berkontribusi bagi kemanusiaan dalam perspektif etnografi digital.

### **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini adalah bagian dari metode kualitatif yang memfokuskan diri pada pengalaman hidup manusia dalam kesehariannya. Merujuk pada istilah Inggris tentang arti dan makna fenomenologi, yakni *lived experience*, Riyanto (2020), maka fenomenologi dapat diterjemahkan sebagai pengalaman atau peristiwa atau tradisi yang dihidupi dalam praksis

sehari-hari. Fenomenologi memang terkait dengan fenomena, terjemahan yang benar bukan “itu yang nampak” melainkan “itu yang merupakan pengalaman hidup manusia. Karena pengalaman manusia selalu berada dalam konteks, fenomenologi mengurai pula keseharian (*every day life*) yang menjadi konteksnya. Tujuan dari fenomenologi ialah untuk menggapai *meaning* (makna) di balik peristiwa tersebut. Riset fenomenologi merupakan sebuah riset untuk menggali makna pengalaman (*lived experience*) yang *life word* nya dengan perspektif subjektivitas para informan ataupun pelaku (*from subjective point of view*). Karena itu, penelitian fenomenologi digunakan untuk menggali dan mengurai pengalaman kultural, religious-spiritual (pengalaman iman), konflik sosial-politis (Simon, 2021). Dengan memperhatikan penjelasan di atas, maka pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengalaman kultural, religious-spiritual dari pengguna Facebook. Melalui cara kerja demikian, maka melalui pendekatan fenomenologi dijumpai makna dari pengguna Facebook. Untuk memberikan spesifikasi atau novelty dalam penelitian ini, maka makna yang dijumpai sebagai

kekhasan fenomenologi diteropong dari perspektif etnografi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Media Facebook dan Realitas “Muka – Belakang”**

Facebook yang awalnya didesain untuk kepentingan personal mampu melampaui ekspektasi dari desainernya, Mark Zuckerberg. Facebook pun menjelma menjadi “penanya” yang tidak pernah bosan menerima jawaban atas pertanyaan: “Apa yang Anda pikirkan.” Facebook lalu menjadi tempat curahan hati (curhat) bagi para peziarah yang gundah gulana. Ia pun menjadi altar tempat narasi syukur dimadahkan. Bahkan, wall Facebook tidak pernah sepi dari tulisan-tulisan yang sifatnya personal sampai kepada propaganda ideologis, kampanye perdamaian, iklan produk, iklan politik. Dalam setiap detik, Facebook mampu menyampaikan berita sukacita dan dukacita secara bersamaan. Melalui Facebook, seseorang dapat disanjung, dihargai, dipresiasi. Pada saat yang bersamaan, Facebook menjadi tempat caci maki, saling fitnah, saling serang. Maka tidak berlebihan jika saya menyebut media Facebook sebagai realitas “muka-belakang.”

Dalam kurun waktu 60 hari, (tanggal 1 Oktober – 1 Desember 2021),

saya memeriksa 25 akun facebook untuk melihat fenomena sebagaimana digambarkan di atas. Akun-akun yang saya fokuskan kepada 25 akun facebook yang dalam observasi saya, setiap hari menjawab pertanyaan facebook: “Apa yang Anda pikirkan.” Melalui cara kerja seperti ini, dijumpai realitas “muka – belakang” dari pengguna facebook tersebut. Saat membuka facebook dalam rentang waktu pukul 06.00 – 10.00 akan dijumpai informasi seputar hari ulang tahun, persiapan berangkat ke tempat kerja, berolah raga, atau sementara berada di suatu tempat, informasi dari sahabat yang sakit, informasi dari keluarga yang meninggal bahkan perang, bencana alam dan lainnya. Di lain pihan, ada akun tertentu yang setiap hari menyampaikan informasi tentang keagungan karya Allah, relasi antar sesama, renungan bahkan video-video yang berisi tentang kisah-kisah inspiratif lainnya. Pada rentang waktu pukul 11.00 – 13.00 informasi dari akun-akun tersebut berkisar pada beragam kegiatan formal dan persiapan makan siang bahkan postingan menu makan siang. Dalam kurun waktu tersebut, dari 25 akun yang diteliti tak satu pun yang *memposting* konten yang berisi tentang refleksi, renungan dan hal-hal bersifat religious. Pada pukul 14.00 – 16.00 konten yang dimunculkan melalui

*wall* facebook bersifat humor, cerita-cerita komedi, bahkan kiriman video yang berisi tentang kisah-kisah lucu dari realitas sosial – kemasyarakatan. Hal ini terus berlangsung hingga pukul 19.00. Melewati kurun waktu tersebut, dijumpai konten-konten yang bersifat profokatif, berita hoaks, baik yang diproduksi sendiri maupun yang diteruskan dari akun teman facebook. Ketika memasuki pergantian hari, konten yang dimunculkan bersifat reflektif, ungkapan syukur dan harapan-harapan yang visioner. Begitu juga ketika memasuki hari yang baru informasi yang dijumpai dalam akun-akun facebook adalah ungkapan syukur, doa dan harapan. Walau demikian, di antara narasi ungkapan syukur, doa dan harapan terselip juga berita-berita hoaks, profokatif, nada-nada kebencian bahkan renungan-renungan apologetik yang sektarian.

Dari hasil penelusuran tersebut, dijumpai tiga varian yang muncul hampir bersamaan setiap hari dari akun facebook. Pertama, varian informatif. varian ini dominan dalam keseharian pengguna facebook. Informasi yang disampaikan kepada khalayak mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Mulai dari informasi kehidupan, sakit-penyakit, bencana alam, kematian, harapan, kecemasan, dan realitas kisah hidup lainnya. Varian ini

bersifat ontologis. Varian kedua adalah hasil elaborasi dari pengguna facebook. Dalam varian ini dijumpai hasil permenungan pengguna facebook atas kisah hidup, pengalaman, dan realitas yang dijalani pengguna facebook. Varian ini berisi tafsiran, analisis, refleksi dan keputusan-keputusan personal atas realitas yang ia jumpai. Pada varian inilah terjadi reproduksi berita dari pengguna facebook. Pengguna facebook menggandakan berita yang dielaborasi dari pengalamannya kemudian didistribusikan melalui akun facebooknya. Dari sinilah kemudian muncul berita-berita yang bervariasi. Ada berita yang baik, menyenangkan, apresiatif, memotivasi. Tetapi ada juga berita-berita yang profokatif, saling mencela bahkan kampanye anti kelompok tertentu yang bersifat ideologis. Varian ketiga adalah tindakan atau aksi yang lahir dari produksi pengguna akun facebook. Varian ini bersifat aksiologis. Dalam varian ini, berita yang disampaikan adalah kegiatan-kegiatan yang terjadi dalam realitas sosial kemasyarakatan. Semua kegiatan yang mewarnai aktifitas manusia menjadi objek reportase. Dalam bagian ini, aspek filterisasi sebagai indikator kelayakan berita bagi publik tidak terjadi. Dampaknya adalah pengguna facebook disuguhkan dua wajah sekaligus: kebaikan

atau kejahatan, pengharapan atau kekuatiran, optimism atau pesimisme, mengapresiasi orang lain atau menghina orang lain, dan seterusnya.

Facebook dengan realitas muka – belakangnya tanpa disadari menjadi semacam *silent readers* bagi penggunanya dalam menghadirkan *free online culture*. Facebook menunggangi penggunanya untuk menyampaikan pesan-pesan yang “muka-belakang.” Ia tidak memerdulikan siapa pun yang membaca pesan-pesan tersebut. Karena itu, tidak heran jika Sudibyo dengan sangat baik menyampaikan catatan-catatan kritis terkait dampak *free online culture* yang dihasilkan oleh gegap gempita jagad digital. Sudibyo, dengan mengangkat fenomena Pokemon Go dengan tegas menyampaikan bahwa lahirnya Pokemon Go merupakan representasi kapitalisme yang baik hati. Menurut Sudibyo, bermain Pokemon Go memberikan kegembiraan dan hiburan yang gratis, namun perlu diklarifikasi bahwa Pokemon Go telah mengondisikan kita oleh bujuk rayu publikasi dan distribusi yang terjadi secara viral tanpa terlebih dahulu memahami sisi-sisi negatifnya. Hal ini pun dijumpai dalam facebook. Wajah ganda yang dihadirkan secara bersamaan tidak saja menghadirkan kegembiraan berbagai fitur yang gratis, melainkan justru

menghadirkan berbagai ketimpangan – ketimpangan yang tanpa disadari oleh pengguna facebook. Sudibyo mempersoalkan pengelolaan data pengguna internet (*internet user behavior*) sebagai praktek barter yang timpang.

Menurut Sudibyo (2021), Google, Facebook, Twiter, Instagram, Alibaba, Amazon dan platform lainnya menggratiskan mayoritas layanan mereka. Namun, sebaliknya, para pengguna internet juga tidak dibayar atas kontribusinya dalam memasok data setiap hari ke perusahaan platform digital. Pasokan data-data tersebut, diagregasi dan ditata untuk untuk menghasilkan big data. Big data inilah Rahim dari pengembangan system iklan digital tertarget, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dan *machine learning*. Tanpa big data, atau tanpa agregat data perilaku pengguna internet, perusahaan platform digital tidak dapat mengembangkan layanan iklan digital tertarget (*targeted digital advertising*) dan akan kesulitan mengembangkan kecerdasan buatan yang makin mendekati kapasitas nyata manusia. Dalam konteks ini pengguna facebook mengalami apa yang disebut oleh Fransisco Budiman Hardiman sebagai ambivalensi antara perluasan kemampuan perseptual dan reduksi pengalaman perseptual itu sendiri. Beragam

pengalaman yang dinarasikan melalui *wall* facebook tereduksi oleh penetrasi global yang cenderung menghadirkan pendangkalan makna bagi pengalaman yang dinarasikan tersebut. Budiman memberi contoh, pendangkalan pengalaman estetis menjadi sekedar perolehan informasi.

### **Ruang Keramahtaman (*Hospitality Space*) dalam Facebook**

Tidak bisa dinafikan bahwa platform facebook merupakan bagian dari dekapan globalisasi yang ditandainya dengan dominasi jaringan internet sebagai fenomena digitalisasi memberikan penetrasi bagi warga masyarakat, secara umum pengguna facebook untuk menentukan pilihan-pilihan etik moralnya. Sebagai bagian dari peradaban baru, facebook menghadirkan dirinya dalam ruang ruang siber (*cyber space*) sebagai implementasi interaksi berbasis jaringan (*networking*) dalam realitas integrasi komunikasi. Dalam perspektif antropologi, terintegrasinya computer, telepon, internet, dan multimedia tidak sebatas platform (desain dasar) perangkat teknologi tetapi mencakup terintegrasinya manusia di dalam jaringan tersebut. Di sinilah kemudian, teknologi yang berkembang cepat, mestinya diikuti penyesuaian (adaptasi) dengan

perkembangan aspek sosial, budaya, humanisme. Sebab, perkembangan budaya adalah berkembangnya nilai-nilai di masyarakat, baik secara tradisional, maupun bersumber dari ajaran agama (Purwa Yunita & Indrajit, 2020:7). Dalam konteks inilah perlu penyelarasan dengan nilai-nilai yang ada dalam budaya dan agama. Salah satu nilai tersebut adalah keramahtamahan (*hospitality*).

Secara etimologis, keramahtamahan (*hospitality*) dapat dilacak dari arti kata Latin *hospes* yang berarti tamu dan sekaligus tuan rumah. Di dalam Bahasa Yunani, kata *hospitalitas* diterjemahkan sebagai *philoxenia* (*philos* – *philia* = kasih persaudaraan) dan *xenos* = orang asing. Jadi, secara sederhana *hospitalitas* berarti mengasihi orang asing sebagai sahabat. Rivo Wakulu (2021), mengutip teori *hospitalitas* yang dikembangkan oleh Jacques Derrida menjelaskan bahwa *hospitality* atau keramahtamahan adalah sebuah sikap keterbukaan secara absolut terhadap kedatangan yang lain dalam keberlainannya tanpa mendevaluasi, mereduksi, dan menyamakan yang lain. *Hospitality* tidak pernah menempatkan yang lain sebagai alter-ego, melainkan sebagai sesuatu yang sepenuhnya lain. Sejauh yang lain dipahami di luar batas-batas konseptualisasi, maka *hospitality*

menuntut kepada setiap orang untuk menjadi tuan rumah (*host*) yang secara terbuka menyambut kedatangan yang lain, bahkan bila yang lain tersebut menakutkan, atau membahayakan dirinya sekalipun (Wakulu, 2021). Pelacakan arti kata ini menolong kita untuk memahami bahwa ruang virtual yang disediakan oleh facebook memberi kemungkinan untuk mengampanyekan nilai-nilai keramahtamahan sebagai bentuk penghargaan atas nilai-nilai kemanusiaan. Di sinilah kemudian, keramahtamahan dimaknai melampaui etika. Dalam catatannya terhadap gagasan Derrida tentang *hospitalitas*, Westmoreland (2008) mengatakan, *like ethics, there is no culture without hospitalit. Hospitality... is culture itself and not simply one ethic among others*. Dalam konteks ini, keramahtamahan tidak sekedar berbicara pada asas kepantasan (etis – moral), tetapi lebih kepada sebuah kewajiban yang mesti dihidupi. Ciri otonomisasi yang kita jumpai dalam akselerasi virtual melalui facebook mesti ditafsirkan dalam ranah aksiologi demi kemaslahatan orang banyak. *Hospitality* menjadi acuan operatif dalam distribusi informasi melalui facebook.

Ruang keramahtamahan dalam facebook tidak hanya berbicara tentang kepentingan menuliskan jawaban atas

pertanyaan saban hari dari akun facebook, tetapi bagaimana pengguna facebook menempatkan nilai-nilai kemanusiaan yang ramah, solider, berbagi pengharapan, menebarkan aroma kebajikan dan meminimalisir penetrasi facebook yang menyita cukup banyak waktu bersama dalam keluarga dan komunitas. Hardiman (2020) secara kritis telah mewanti-wanti para pengguna internet, di dalamnya pengguna facebook, bahwa manusia, makhluk yang rentan dan terbatas itu, telah dilampaui oleh mesin-mesin dan system-sistem canggih yang dikoneksikan ke manusia, seperti: kecerdasan buatan, *internet of things*, cetak tiga dimensi, *cyborg*, hologram, *tele-tangibility*, *kissenger*. Karena itu, saran Hardiman, dan hal ini sangat terkait dengan keramahtamahan, adalah menyingkap kemegahan martabat manusia di atas alat-alat tersebut dan bagaimana digitalisasi memungkinkan manusia mencapai fungsi-fungsi luhurnya, antara lain fungsi keramahtamahan.

### **Keramahtamahan Kolektif melalui Facebook: Sebuah Proposal Etnografi Digital**

Dalam bagian ini, kita akan fokuskan pada nilai keramahtamahan yang tersedia melalui *wall* facebook

sebagai sebuah landskap penelitian etnografi digital. Melalui landskap ini, kita kemudian diajak untuk mengakui bahwa area penelitian etnografis telah bergeser dari area naik turun - gunung, masuk keluar desa dan kota menuju jagat *cyberspace*. Embrio pergeseran ini telah menjadi diskusi menarik di kalangan para pemikir postmodernitas. Dua tokoh penting dalam diskursus tersebut adalah J. Baudrillard dan McLuhan. Baudrillard misalnya, dimahkotai sebagai “guru” dan “imam besar” teori postmodern ketika meluncurkan proposisi yang betul-betul berpengaruh mengenai teori kultural dan diskusi tentang media, seni dan masyarakat kontemporer. Bagi Baudrillard, perubahan cepat yang memberi stimulasi dalam media merupakan pintu masuk kita mengenal pengetahuan tentang masyarakat kontemporer (Sumakul, 2012:85). Istilah-istilah kunci yang digunakan dalam teori Baudrillard sebagai pintu masuk bagi kita dalam pembahasan ini adalah simulasi (*simulacra*), implosi, hiperrealitas, teknologi dan media. Istilah-istilah ini selaras dengan dictum dari McLuhan *media is the messege* (media adalah berita itu sendiri) dengan ciri utamanya *cyberblitz* yang membangun ruang baru pengalaman, tahapan baru sejarah dan tipe kemasyarakatan (Sumakul, 2012:85).

Selaras dengan catatan di atas, maka menarik untuk merefleksikan pengakuan Saifuddin (2006) bahwa citra antropologi sebagai suatu disiplin yang hingga kini tampaknya masih terikat dengan hal-hal eksotik, masyarakat berskala kecil, dan masyarakat yang sedang dalam proses punah harus dilengkapi dengan perhatian yang lebih besar terhadap “dunia yang terus berkembang”. Metode-metode kajian lapangan tradisional harus diperbaharui dan dilengkapi dengan pemikiran, strategi dan teknik-teknik baru agar relevan dengan masalah-masalah sosial yang baru dalam masyarakat lokal maupun global. Jauh sebelumnya, Koentjaraningrat telah menubuatkan melalui klasifikasinya unsur-unsur kebudayaan yang menempatkan system teknologi sebagai salah satu dari unsur-unsur tersebut. Walau dalam klasifikasi tersebut, Koentjaraningrat tidak menyebut secara spesifik unsur teknologi yang dimaksudkan. Tetapi, paling tidak, penyebutan system teknologi bermakna progresitas dari kehidupan manusia itu sendiri. Artinya, manusia tidak hidup dalam sebuah ruangan yang statis, melainkan ia hidup dalam ruang yang dinamis, progresif dan inovatif. Hal utama dalam pemahaman system teknologi adalah seperangkat media yang selalu

digunakan manusia untuk merobah alam sesuai dengan cita-cita dan hasrat serta harapannya. Gregor Neonbasu (2020) mengatakan, kehidupan manusia menjadi makin beradab dan dengan demikian kehidupan manusia yang sama menjadi makin bermartabat, ketika kegiatan manusia sehari-hari didukung oleh peralatan-peralatan yang sesuai dengan perubahan dan perkembangan zaman. Penegasan Neonbasu difokuskan pada pemaknaan dan apresiasi atas kemajuan teknologi tersebut. Apresiasi yang dimaksudkan di sini adalah bagaimana memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memajukan kualitas hidup manusia. Sebab, bagi Neonbasu, pola hidup manusia membutuhkan system teknologi agar cita-cita yang tercetus dalam hati dan sanubari (pribadi) yang diusahakan secara bersama-sama dalam satu ruang lingkup hidup bersama, semua dapat berjalan dengan baik.

Ketersediaan ruang dalam facebook yang dilengkapi dengan pertanyaan yang bersifat ajakan untuk berbagi narasi kehidupan dan pengalaman lainnya menjadi momentum bagi penggunanya untuk mengaktualisasikan diri dalam spirit catatan Neonbasu di atas. Apresiasi dan pemanfaatan teknologi komunikasi merupakan bagian dari keramahaman terhadap kemajuan teknologi itu sendiri

sekaligus memanfaatkannya untuk membagikan nilai-nilai keramahtamahan dalam realitas kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan ruang yang disiapkan oleh facebook, kita dapat melakukan kerja-kerja etnografis melalui catatan-catatan yang direkam secara digital yang kemudian dikenal sebagai jejak digital. Dalam kaitan dengan etnografi digital, maka jejak digital sebagai basis data pengguna facebook, tidak hanya berbicara tentang media yang digunakan dan model komunikasi yang dipilih dalam menyampaikan narasi-narasi tersebut, tetapi lebih kepada di mana posisi manusia dalam distribusi narasi tersebut. apakah manusia adalah objek dari narasi yang disebar, ataukah manusia adalah subjek yang mengelola system komunikasi itu. Jika manusia adalah objek, maka tugas etnografi digital adalah menawarkan pendekatan yang bersifat humanis – spiritual. Tetapi jika manusia adalah subjek, maka perlu apresiasi dan berbagai upaya perbaikan demi menjaga keseimbangan antara manusia sebagai perancang, penata, pengguna, penerima manfaat dan bahkan berpotensi sebagai korban dari teknologi tersebut. Di sinilah etnografi digital bermanfaat untuk merefleksikan serta memberi makna baru bagi manusia dalam memanfaatkan

teknologi demi perbaikan kualitas hidupnya.

## SIMPULAN

Facebook sebagai salah satu platform media sosial telah menjadi bagian dari keseharian umat manusia. Ia telah mencengkram umat manusia dengan jari-jari globalisasi hingga menggurita dalam pengalaman hidup manusia. Ia telah menghadirkan penetrasi yang massif bagi manusia dalam menjalani kesehariannya. Facebook kemudian menghadirkan dua wajah sekaligus: damai – kekacauan, harmoni - ketidakseimbangan, keindahan – kekacauan, keajaiban – caci maki, ramah tamah – hoaks, solidaritas – pementingan diri sendiri.

Wajah ganda yang ditampilkan facebook memberi peluang bagi terciptanya ruang-ruang humanitas melalui penetrasi nilai kemanusiaan seperti keramahtamahan (*hospitality*). Nilai ini kemudian memberi makna baru bagi manusia dalam mengampanyekan makna keramahtamahan (*hoslitality*) dengan menggunakan ruang virtual (*cyber space*) sebagai bagian dari peran manusia mentransformasi nilai-nilai humanitas dalam ruang virtual. Peran transformasi inilah yang kemudian menjadi point penting dalam perspektif etnografi digital. Manusia dilihat sebagai *homo digitalis*

yang memberi makna transformatif – emansipatif, baik buat dirinya maupun bagi sesamanya. Pemaknaan ini sejalan dengan ide besar dari penelitian ini yakni bahwa manusia sebagai *homo digitalis*, tidak serta merta dilihat sebagai objek dari kemajuan teknologi komunikasi, melainkan manusia yang diberi keistimewaan untuk menata kemajuan teknologi komunikasi sehingga nilai dan makna manusia tidak tergerus oleh era digitalisasi. Manusia dalam perspektif ini mesti dilihat sebagai subjek dari digitalisasi itu sendiri. Ia yang “menguasai” dan karena itu mesti memahami diri dalam distribusi informasi, komunikasi dan nilai-nilai kehidupan melalui facebook.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Zainal Abidin, Rachma Ida, 2018. Etnografi Virtual sebagai Teknik Pengumpulan Data dan Metode Penelitian. *The Joournal of Society & Media*, Vol. 2(2), 2018, 130-145. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jism/index>
- Ambrose, Adrian Jacques H., 2016. *The Virtual Blues: Facebook and Depression in Young Adults*, M.D.10 Mar 2017 <https://doi.org/10.1176/appi.aip-ri.2016.111202>
- Chakraborty, Anindita, 2016. *Facebook Addiction: An Emerging Problem* M.D. <https://aip.psychiatryonline.org/doi/pdf/10.1176/appi.aip-ri.2016.111203>
- Hardiman, Fransisco Budi, 2020. Aura dalam Reproduksi Digital: Membaca Ulang Walter Benjamin. *JURNAL LEDALERO*, Vol. 19, No. 2, Desember 2020
- Indick, William, 2015. *The Digital God, How Technology Will Reshape Spirituality*. Jefferson, North Caroline:McFarland & Company, Inc., Publishers.
- Kasali, Rhenald. 2019. *Disruption*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Neonbasu, Gregor, 2020. *Sketsa Dasar: Mengenal Manusia dan Masyarakat (Pintu Masuk Ilmu Antropologi)*, Jakarta : Penerbit Buku Kompas.
- Neonbasu, Gregor, 2021. *Etnologi: Gerbang Memahami Kosmos*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia
- Pink, Sarah, et.all., 2016. *Digital Ethnography: Principles and Practic*. Los Angeles : SAGE Publications Ltd.
- Purwa Yunita, Noralia, Richardus Eko Indrajit, 2020. *Digital Mindset, Menyiapkan Generasi Muda Indonesia Menghadapi Disrupsi Teknologi*, Yogyakarta : ANDI OFFSET.
- Purwani, Diah Ajeng,2021. *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta : Adipura Books.
- Saifuddin, Achmad Fedyani. 2006. *Antropologi Kontemporer: Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Riyanto, FX. E. Armada, 2020. *Metodologi: Pemantik dan Anatomi Riset Filosofis Teologis*, Malang:Widya Sasana Publication.
- Skinner, Cris, 2019. *Manusia Digital, Revolusi 4.0 Melibatkan Semua Manusia (terjemahan Kezia Alaia)*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Sudibyo, Agus, 2021. *Jagad Digital, Pembebasan dan Penguasaan*.
- Sumakul, H. W. B, 2012. *Postmodernitas, Memaknai Masyarakat Plural Abad Ke-21*. Jakarta : Libri.
- Wakulu, Rivo, Mutualitas Si Tou Timou Tumou Tou: Hospitalitas Kultural Toleransi Komunitas Jawa Muslim dan Minahasa Kristen di Tondano, dalam *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS) ISSN 2622-3740 (Online) Vol 4, No 2, November 2021: 1175-1185, DOI: 10.34007/jehss.v4i2.870*