

“KASKUS” – FORUM KOMUNITAS DALAM JARINGAN: SEBUAH REFLEKSI TEOLOGIS DAN BUDAYA

NATHANAEL D. B. J. PRATAMA

ABSTRAK

Kekristenan sebagai komunitas tubuh Kristus telah diperhadapkan dengan forum komunitas dalam jaringan (daring) yang merebak saat ini, termasuk “Kaskus,” forum komunitas daring terbesar di Indonesia. Berkat kemajuan teknologi, kebutuhan dan kehausan manusia untuk bisa terhubung satu dengan yang lain menjadi semakin tidak terbatas oleh jarak, ruang, dan waktu. Di satu sisi, hal ini merupakan sebuah kesempatan bagi kekristenan untuk mengambil bagian dalam memengaruhi dunia komunitas daring dengan nilai-nilai kristiani. Namun, di sisi lain, ini merupakan tantangan bagi kekristenan untuk menghadirkan sebuah relasi yang penuh dengan kehangatan, kasih dan kebenaran di dalam komunitas tubuh Kristus, melampaui apa yang ditawarkan oleh forum komunitas daring.

Kata-kata kunci: Kaskus, forum komunitas daring, komunitas Kristen

ABSTRACT

Online community forums have expanded in scale and significance throughout the world. This includes the immensely popular Kaskus forum, the largest of its kind in Indonesia. The need and desire of humanity to be interconnected one with another is enhanced by technological advancements and is no longer limited by distance, location, or time. On the one hand, this means that Christians are afforded the opportunity to influence the global online community with Christian perspectives and values. Whereas, on the other hand, such an interaction presents a significant challenge for the Christian community to interact with one another in a genuine manner by displaying the warmth, truth and love of the body of Christ in community beyond these online interactions.

Keywords: Kaskus, online community forum, Christian community

PENDAHULUAN

Kaskus: *The Largest Indonesian Community*. Ini adalah gelar yang masih dipegang oleh Kaskus sebagai situs forum terbesar di bumi Indonesia.¹ Gelar ini disematkan pada Kaskus karena sepek terjangnya di dunia daring yang menyedot perhatian khalayak masyarakat Indonesia di berbagai tempat. Mengapa Kaskus bisa sukses hari ini? Menurut buku *Ken dan Kaskus*, salah satu faktor kesuksesan Kaskus adalah kondisi Indonesia sendiri. Kaskus adalah tempat di mana setiap orang boleh bebas menjadi dirinya sendiri, yang dilihat banyak orang sebagai sebuah wahana yang nyaman untuk mengekspresikan diri apa adanya. Buat orang Indonesia, ini adalah sesuatu yang berbeda.²

Dari penggalan kisah sukses Kaskus di atas, nampak bahwa tren yang terjadi di Indonesia, terkait dengan dunia maya, bukan hanya pada posisi menggeliat, tetapi justru sudah bergiat. Indonesia telah memasuki sebuah tahapan baru di dalam peradaban masyarakat yang dikelilingi dan dikendalikan oleh internet selama dua puluh empat jam. Jikalau di dalam bukunya, yang diterbitkan tahun 1998, Roby I. Chandra mengatakan bahwa kaum muda dan internet di Indonesia ada di masa depan,³ saat ini hal itu sudah menjadi “masa kini.” Bisa dikatakan, khususnya di daerah perkotaan—dari metropolis sampai megapolis—internet sudah menjadi kebutuhan. Dengan demikian, masyarakat Indonesia bisa disebut sebagai penggiat-penggiat dunia maya. Dalam hal ini, tidak terkecuali, menjadi para penggiat Kaskus, komunitas daring terbesar se-Indonesia.

Berikut ini adalah tulisan yang akan mengupas hal-hal berkenaan dengan Kaskus dari segi teologis dan budaya, yaitu berbagai alat dan produk budaya, para pelaku di balik Kaskus, pola pikir yang menyekitarnya, serta perilaku budaya yang terbentuk di seputar Kaskus. Secara umum, hal-hal di atas ini akan dijabarkan hingga selanjutnya penulis akan memberikan refleksi teologis dan budaya mengenai tren komunitas daring ini, dan bagaimana kekristenan, khususnya gereja menyikapinya.

¹Alberthiene Endah, *Ken dan Kaskus: Cerita Sukses di Usia Muda* (Jakarta: Gramedia, 2013) 254-277.

²Ibid. 261-262.

³*Menatap Benturan Budaya: Budaya Kota Kawula Muda dan Media Modern* (Jakarta: Binawarga, 1998) 135-141.

KASKUS: FORUM KOMUNITAS DARING

Kaskus: "Kasak-kusuk" Daring

Nama "Kaskus" berasal dari kata "kasak-kusuk." Seorang bernama Andrew Darwis, yang kala itu berada di Seattle, Amerika Serikat, membuat situs komunikasi untuk bisa menjadi ajang *sharing* atau diskusi antarmahasiswa Indonesia yang ada di Seattle atau Amerika Serikat pada umumnya. Ia membuat situs ini karena tugas dari dosen pada waktu itu untuk membuat situs web pribadi yang harus dibuat semenarik mungkin dengan desain yang kreatif. Bukannya membuat situs web pribadi, Darwis justru membuat situs web komunitas, yaitu sebuah forum, sebagai ajang diskusi dan *mem-posting* berita. Hal ini terjadi pada November 1999.⁴ Sebagai sebuah forum, Kaskus berarti sebuah wadah atau tempat untuk dapat berbincang dan bertukar pikiran dengan bebas. Inilah sejatinya Kaskus, yaitu sebuah situs berbasis forum yang populer di kalangan anak muda Indonesia.

Pada waktu itu, Kaskus dikonsepsi sebagai situs yang memuat berita-berita mengenai Indonesia agar para mahasiswa tanah air yang menempuh ilmu di Amerika Serikat dapat berbagi apa pun tentang Indonesia melalui Kaskus. Situs forum ini dapat menampung berbagai isu, berita, dan diskusi menarik tentang Indonesia. Berita-berita yang dipasang kebanyakan mengenai hal-hal yang terjadi di Indonesia, untuk menggugah kepedulian atau sekadar *update* informasi. Darwis mengatakan waktu itu, "Di Indonesia, situs forum diskusi seperti ini sedang terkenal! Saya ingin membuat situs yang bisa mengakrabkan anak-anak muda asal Indonesia di Amerika."⁵

Berawal dari sebuah tugas kuliah, ternyata Kaskus telah menjelma menjadi sebuah forum yang terus mengalami kenaikan trafik.⁶ Beberapa tahun berjalan, sekitar tahun 2004, di saat Darwis menceritakan betapa menariknya Kaskus yang dibuatnya kepada Ken Dean Lawadinata, sepupunya, dalam sebuah apartemen di Seattle:

⁴Endah, *Ken dan Kaskus* 121-123.

⁵Ibid. 123-124.

⁶Yang dimaksud dengan trafik adalah jumlah pengunjung yang semakin ramai mengunjungi situs tersebut, yang biasanya diikuti dengan meningkatnya jumlah anggota yang mendaftar resmi, serta secara otomatis menambah jumlah berita dan topik diskusi yang semakin bertambah banyak.

“Ya ntar lo lihat sendiri deh aktivitas gue tiap malam. Gue seru banget nejealanin Kaskus. Hidup gue unik. Bayangin aja, tiap malam gue sendirian di kamar, tapi rasanya gue kayak dikelilingi ratusan ribu penonton kalau lihat trafik Kaskus yang dahsyat banget. Memang di Indonesia banyak yang buka Kaskus?” Ken, langsung menjawab pertanyaan Andrew, sepupunya, “Bukan banyak lagi! Gila! Kaskus terkenal banget!”⁷

Grafik kepopuleran dan perkembangan Kaskus selama lima tahun pertama tidak hanya dari sisi kegiatan “dunia maya” di dalam situs ini, namun di tahun-tahun pertama pembuatannya, dengan menyisipkan iklan, maka Kaskus juga termasuk kumpulan situs komersial di mana setiap orang yang meng-klik situs ini, maka pemilik situs akan mendapatkan 25 sen secara otomatis.⁸ Jadi, Kaskus yang awalnya merupakan penggenapan dari sebuah tugas belajar, telah menjadi sebuah situs web komunitas mahasiswa Indonesia yang belajar di Amerika yang dikenal juga di Indonesia dan sudah bernapaskan komersial walaupun masih dalam skala kecil saat itu.⁹

Tahun 2006 adalah tahun yang tidak diduga di mana Kaskus mengawali sebuah petualangan baru yang walau belum jelas terlihat, namun sudah mulai nampak. Ini adalah tahun di mana Ken yang bertemu dengan Darwis mulai terlibat dan ingin berinovasi lebih melalui Kaskus. Pendeknya, ia ingin memiliki dan mengembangkan Kaskus bersama-sama dengan Darwis. Setahun berlalu hingga memasuki tahun 2007, ia terus meyakinkan Darwis bahwa Kaskus bisa jauh lebih berkembang, bukan berhenti hanya sampai kepada forum komunitas, namun bisa masuk menjadi sebuah bisnis daring yang sangat menjanjikan. Barulah di tahun 2008, Darwis sepatutnya bekerja sama dengan sepupunya itu untuk bersama-sama mengembangkan Kaskus. Perjalanan baru Kaskus dengan nyata dimulai pada 2008 di Jakarta, oleh dua orang muda, Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata.¹⁰

⁷Endah, *Ken dan Kaskus* 109.

⁸Di Amerika saat itu (kira-kira tahun 1999-2000) sudah berjalan sistem komersial internet di mana ada perusahaan Value-Click yang memantau jumlah trafik yang masuk dalam situs yang terdaftar di sana. Dari sinilah sedikit demi sedikit Darwis mengumpulkan uang guna “memelihara” kelangsungan Kaskus yang membutuhkan server untuk database, juga kelangsungan hidupnya sendiri di Seattle, meskipun ia juga bekerja sampingan yang lain. Sebagai informasi, Kaskus bermodalkan US\$ 3 (sekitar Rp 36.000,00 menurut kurs saat jurnal ini terbit) di awal pembuatannya (ibid. 124).

⁹Pada tahun 2000, secara komersial, Kaskus dapat memberikan penghasilan maksimal US\$ 90 per bulan. Pada tahun 2002 Kaskus dapat memberikan penghasilan sekitar US\$ 200 sampai US\$ 300 bagi pemiliknya (ibid. 126, 138).

¹⁰Pada 17 Agustus 2008 keberadaan Kaskus secara resmi diumumkan melalui *soft launching* di Indonesia, kemudian pada Desember 2008 Kaskus *grand launching* dilakukan di Hotel Kempinski (ibid. 161-189, 223, 232-233).

Sebagai forum komunitas daring Kaskus bernaung di bawah nama resmi PT Dart Media Indonesia.¹¹ Ternyata untuk bisa mengembangkan Kaskus di Indonesia bukanlah perkara yang mudah. Namun kegigihan dari dua pemuda ini—di mana Darwis yang mengurus “produk”-nya dan Ken yang mengurus “dagang”-nya—mulai menuai hasil yang positif. Berawal dari kantor yang sederhana dengan dua karyawan hingga pindah ke kantor yang lebih baik dengan adanya belasan karyawan, sampai akhirnya memiliki kantor sendiri dengan sebuah konsep yang berbeda, unik dan kreatif dengan dikelilingi ratusan karyawan.¹² Berawal dari modal yang sederhana kemudian memberikan pendapatan yang secukupnya hingga berkembang serta dilirik oleh investor ternama di Indonesia.¹³ Berawal dari sebuah komunitas kecil mahasiswa Indonesia di Amerika Serikat, hingga menjadi jutaan orang mengenal dan menjadi anggota resmi Kaskus, bukan saja di Indonesia, namun juga di berbagai belahan dunia.¹⁴ Berawal dari penghargaan seorang dosen kepada mahasiswa yang bisa menyelesaikan tugas belajarnya, Kaskus terus berkembang sampai menerima beberapa penghargaan.¹⁵ Di dalam

¹¹Nama “Darta” adalah singkatan dari Dar-wis dan Lawadina-ta.

¹²Pada awal kepindahannya ke Jakarta Kaskus berkantor di Gang Buni di belakang Glodok Plaza di daerah Kota. Pada waktu itu Kaskus baru beranggotakan dua karyawan yang rela digaji kecil, namun memiliki semangat juang dan mental pantang menyerah. Kantor kedua terletak di Jalan Melawai, Blok M, Jakarta Selatan, yaitu sebuah rumah tua yang cukup besar, namun dalam kondisi yang cukup parah. Kedua kantor di atas adalah pinjaman dari orang tua Ken. Baru pada tahun 2011, bekerja sama dengan salah satu anak perusahaan grup Djarum, Kaskus menempati kantor barunya di Menara Palma, Slipi, dengan ratusan jumlah karyawan. Beberapa foto dapat dilihat di buku *Ken dan Kaskus* pada lampiran belakang; atau kunjungi situs web www.kaskus.co.id.

¹³Dari modal sebesar US\$ 3 kini Kaskus dapat menghasilkan omzet triliunan rupiah. Dimulai dari agensi Semut Api yang bekerja sama pada Agustus 2008, sampai investasi besar dari perusahaan Global Digital Prima, anak perusahaan grup Djarum pimpinan Martin Hartono.

¹⁴Sekitar tahun 2006-2007, anggota resmi Kaskus mencapai 300 ribu dengan jumlah pengunjung yang lebih besar dan *posting* hingga jutaan. Pada awal tahun 2008 anggota resmi bertambah sampai 350 ribu, jumlah rata-rata kunjungan per hari mencapai 700 ribu, dan *page views* mencapai ratusan juta. Sekitar tahun 2009-2010, anggota resmi Kaskus mencapai angka lebih dari 700 ribu diikuti ratusan juta jumlah *posting*. Di tahun yang sama Kaskus menduduki peringkat ke-7 sebagai situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, setelah Yahoo, Google Indonesia, Friendster, Google, Blogger, dan Youtube. Sementara di tataran dunia, Kaskus menempati urutan ke-290 untuk tingkatan trafik internet. Tahun 2012, Kaskus mencatat jumlah anggota resmi 5 juta dengan pengunjung sebanyak 27 juta per bulan dari berbagai latar belakang usia, sosial, ekonomi dan pendidikan. Di dalamnya ada 400 komunitas yang hidup dan terus bertumbuh dengan banyak kreativitas baru. Trafik di Kaskus mencapai 5000 *posting* per detik dengan 200 lebih forum dan subforum.

¹⁵Dosen Darwis sangat mengapresiasi tugas yang dikerjakan oleh mahasiswanya ini dengan membuat komunitas bernama Kaskus. Seiring berjalannya waktu, Kaskus menerima beberapa penghargaan, seperti: “Indonesia Innovative Top Website” dari Microsoft pada 2008, “The Online Inspiring Award,” dari Indosat pada 2009, dan pada

kurun waktu kurang lebih enam tahun, sejak diputuskan untuk berada di Jakarta (2008-2013), Kaskus menjelma menjadi forum komunitas daring terbesar di bumi pertiwi. Tak pelak, jargon “The Largest Indonesian Community” tersemat kepada Kaskus. Ia menjadi salah satu produk dan simbol budaya di masyarakat Indonesia.

Pertanyaan selanjutnya yang hendak dijawab adalah, apa saja yang sebenarnya ada di dalam Kaskus? Sebagai alat, produk dan simbol budaya, Kaskus berisi beberapa hal. Sebagai situs berbasis forum, maka forumlah yang menjadi warna utama di dalam Kaskus. *Pertama*, tiga forum yang menjadi ciri khas dan andalan Kaskus, yaitu forum *The Lounge*, *BB-17* dan *Fight Club*.¹⁶ Forum *The Lounge* (FTL) adalah forum untuk diskusi bebas. Orang dapat berdiskusi tentang apa saja tanpa ada batasan atau larangan. Karena itu, forum ini dengan cepat diminati. Topik pembicaraan di FTL beragam, mulai dari politik, gaya hidup, asmara, hingga olahraga. Diskusi-diskusi yang terjadi di dalam FTL yang tidak luput dari topik kontroversial pun menghangat, bahkan menjadi daya tarik.¹⁷ Berbeda dengan FTL, *BB-17*, alias *Buka-Bukaan 17* tahun adalah forum yang mendorong popularitas Kaskus secara sensasional. Forum ini berisi diskusi, posting dan gambar-gambar yang berunsur pornografi.¹⁸ Seiring berjalannya waktu, *BB-17* dihilangkan dari Kaskus. Hal ini terkait dengan diberlakukannya UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) di Indonesia. UU ITE ini menyeleksi berbagai isi di dalam situs-situs yang berkembang di Indonesia untuk dipertimbangkan kelayakannya. Yang masuk dalam kategori melanggar etika dan berbahaya dihapus. Dampaknya, forum *BB-17* yang berisi cerita dan gambar porno tersebut dihentikan.¹⁹ Forum ketiga yang menjadi andalan adalah *Fight Club* (FC). Forum ini memiliki konsep kebebasan mengemukakan pendapat yang lebih diwarnai dengan perdebatan yang tajam, frontal dan sering kali panas, diiringi dengan kata-kata yang kasar. Setiap pengguna dapat berdebat satu dengan yang lainnya tanpa ada batasan. Karena hal inilah, berdasar kepada UU ITE, forum FC juga diminta untuk direvisi. Revisi ini

tahun yang sama Kaskus tercatat sebagai situs di urutan pertama untuk kategori situs web komunitas, dan urutan ke-6 sebagai situs web yang paling sering dikunjungi versi Alexa, majalah marketing menghargai Kaskus sebagai “The Best Market Driving Company.”

¹⁶Endah, *Ken dan Kaskus* 195.

¹⁷Ibid. 127.

¹⁸Latar belakang kebebasan yang ada di Amerika memungkinkan adanya forum ini. Karena forum inilah pada satu kurun waktu Kaskus diidentikkan dengan situs pornografi. Bahkan, teretus dari seorang mahasiswa di Seattle sebutan “Andrew Porno” (ibid. 129-131).

¹⁹Ibid. 200.

harus dilakukan karena perdebatan yang muncul di FC berisi sesuatu yang sarkastik dan sering kali sarat dengan penghinaan yang berbau SARA. Akhirnya, forum debat yang sangat populer di Kaskus ini diganti dengan nama *Debate Club* di mana lalu lintas diskusi serta komentarnya dikontrol ketat oleh pihak Kaskus. Dengan bantuan para moderator—semacam pengawas dan editor—setiap *thread* yang masuk akan dipelajari terlebih dahulu, dan bila ditemukan ada sesuatu yang mengandung penghinaan dan berbau SARA, maka *thread* itu akan segera disensor.²⁰

Kedua, kemunculan Forum Jual Beli (FJB), yang kemudian menerapkan sistem pembayaran KasPay. FJB adalah forum yang dibentuk atas usulan dari anggota Kaskus sendiri yang kemudian ditampung dan dikelola oleh Kaskus. Forum ini bisa menjadi lahan “mata pencaharian” para *Kaskuser*.²¹ Di forum ini berkumpul segala elemen yang diperlukan agar sebuah bisnis berjalan hidup: pedagang, pembeli, beraneka ragam barang dengan daya jual tinggi, transaksi dan uang. Layaknya sebuah pasar yang sistem dan keramaiannya ditumbuhkan secara alami, para *Kaskuser* yang kreatif dan agresif membuat FJB menjadi arena dagang yang sangat aktif. Forum ini juga menyelamatkan keberlangsungan trafik Kaskus yang menurun saat BB-17 dihapus dan FC direvisi. Forum ini menjadi andalan utama dan makin melesat menjadi primadona. Di tahun 2010, saat minat dan kebutuhan masyarakat dalam berbelanja daring terus meningkat, FJB memiliki 2,3 juta pengunjung dengan anggota aktif 500 ribu orang, di mana kenaikan yang dialami dari tahun sebelumnya diperkirakan mencapai 400 persen. Dengan makin berkembangnya FJB, maka Kaskus pun meluncurkan program KasPay,²² sebagai sistem pembayaran daring, dengan cara yang mudah dan dijamin keamanannya. Hingga saat ini tercatat bahwa kekuatan konten terbesar Kaskus dipegang oleh forum dan FJB. Forum Jual Beli mencatat pengunjung sebanyak 23 juta orang setiap bulan, dengan jumlah pengunjung mencapai 195 juta setiap bulan.²³

Ketiga, semakin menjamurnya Forum Regional. Forum ini juga adalah bentukan dari para *Kaskuser* sendiri. Dengan aktif dan kreatif mereka mengelompokkannya berdasarkan wilayah mukim mulai dari setiap pulau di Indonesia, kemudian dipecah lagi berdasarkan wilayah provinsi, bahkan juga kota. Forum Regional juga berkembang sampai ke luar negeri seperti

²⁰Ibid. 200-201.

²¹“Kaskuser” adalah sebutan untuk para anggota dan pengguna Kaskus.

²²Dalam bertransaksi pengguna tinggal melakukan pendaftaran (*sign up*) di situs KasPay, kemudian melakukan sesuai dengan petunjuk yang ada dan sistem ini sudah langsung terintegrasi dengan FJB. Kaskus akan menahan pembayaran via KasPay hingga barang diterima pelanggan.

²³Endah, *Ken dan Kaskus* 195, 202, 264. Karena kuat dan berkembangnya FJB tidak jarang Kaskus diidentikkan dengan situs jual beli daring.

Australia, beberapa negara di Eropa, Amerika, Cina, Jepang, Korea Selatan, Malaysia, dan Singapura. Melalui forum ini, ada semacam gerakan yang berjalan dengan agresif.²⁴ Salah satu contohnya, forum sepeda regional Jakarta Pusat yang berawal dari forum diskusi, kopdar,²⁵ sampai kemudian melakukan aksi sosial ke salah satu panti asuhan di daerah Pejompongan, Jakarta Pusat.

Keempat, selain beberapa forum di atas yang menjadi ciri khas dan “nyawa” dari Kaskus, mereka masih terus secara komersial menjadi tempat untuk iklan baris maupun iklan yang lain, seperti layaknya media daring yang lain. Selain itu, Kaskus juga membuat Kaskus Radio, yang bekerja sama dengan beberapa radio juga sponsor yang ada. Ini adalah media *broadcasting* yang diberikan Kaskus dan yang juga bisa dinikmati dengan *live streaming*.²⁶

Inilah gambaran dari Kaskus sebagai alat, produk dan simbol budaya komunitas daring, secara khusus di Indonesia atau orang-orang Indonesia di luar negeri. Bagi para pengguna dan pengunjung, Kaskus adalah tempat yang sangat mawadahi kebutuhan mereka untuk berkomunitas di dunia maya, yang aktif, kreatif, dan hidup secara dinamis.²⁷

Kaskus: Dari Pelipur Kerinduan Hati hingga Kantor di Slipi

Dari penjelasan mengenai alat/produk budaya beserta pelaku budaya di atas, selanjutnya akan dijelaskan mengenai perilaku budaya komunitas daring, secara khusus melalui Kaskus. *Pertama*, Kaskus sebagai forum komunitas pelipur kerinduan hati. Sebagai situs dengan kategori situs web komunitas, Kaskus menjadi wadah di mana para pelajar Indonesia yang tinggal dan melanjutkan kuliah di Amerika Serikat, bahkan mereka yang akhirnya bekerja di luar negeri ini dapat meluapkan kerinduan mereka tentang Indonesia. Mereka bisa mendapat dan mengirim berita, berkomentar dan berdiskusi tentang banyak hal mengenai Indonesia melalui Kaskus. Ia menjadi magnet tersendiri bagi orang-orang Indonesia yang ada di Amerika Serikat karena, setidaknya, situs web ini dapat mengobati rasa rindu mereka kepada tanah air.

²⁴Ibid. 196-197.

²⁵“Kopdar” atau “Kopi Darat” adalah istilah yang digunakan sekitar tahun 70-an hingga 80-an di kalangan pendengar dan penyiar radio yang pada intinya adalah sebuah momen bertemu secara langsung untuk bisa berbincang, berdiskusi dan saling mengenal.

²⁶Untuk info lebih rinci lih. www.kaskus.co.id, klik pada bagian Kaskus Radio.

²⁷Endah, *Ken dan Kaskus* 155, 165, 197, 216, 246.

Ternyata, Kaskus yang muncul sebagai forum komunitas tidak berhenti di sini. Justru di Indonesialah, ia mulai berkembang pesat karena semakin banyak orang mengekspresikan segala sesuatu melaluinya. Dengan memakai *nickname* dan tanpa diketahui jatidiri masing-masing, orang-orang dapat dengan bebas menjadi diri mereka sendiri. Mereka tidak lagi merasa sendirian karena melalui Kaskus mereka seakan-akan "dikelilingi" oleh banyak orang lain. Melalui forum ini juga, sesuatu yang unik, aneh, bahkan kontroversial, bisa sangat cepat mendapatkan respons dan menjadi pembicaraan yang hangat. Pemikiran yang kreatif dan inovatif pun bisa dengan bebas disalurkan di sini. Bahkan melalui Kaskus orang juga dapat mencari "mata pencaharian" secara daring. Ada keterbukaan, ada kebebasan, karena Kaskus adalah "surga" ekspresi bagi mereka yang menggunakannya.²⁸

Kedua, kantor Kaskus di daerah Slipi. Jalan K. S. Tubun, Slipi, Jakarta Barat menjadi kantor utama Kaskus hari ini. Kantor ini dibangun dengan desain yang khusus dan unik, melalui, ide dari desainer interior, Raul Renanda. Kantor dengan ratusan karyawan itu dirancang dengan konsep *open office* di mana pimpinan dan karyawan bekerja sebagai sebuah tim tanpa adanya sekat. Berbagai ruangan kerja ditata dengan gaya yang bebas dan memiliki *playground* supaya suasana kerja jadi menyenangkan dan penuh dengan semangat. Ruang tunggu dilengkapi dengan lapangan golf mini dengan beberapa perlengkapan permainan yang lain yang ditata sedemikian rupa, dengan corak warna hijau yang segar sehingga tamu yang datang bisa langsung merasa tenang dan mengembalikan *mood* mereka. Kantor ini pun memiliki kafe sebagai tempat makan yang menyiapkan makanan gratis bagi para karyawan untuk melancarkan produktivitas kerja. Intinya, kantor ini dibangun untuk mendukung suasana kerja yang nyaman dengan memahami perasaan manusia. Di sinilah profesionalisme bisnis dan kehidupan pribadi dipertemukan. Hasilnya, ratusan karyawan Kaskus dapat bekerja sesuai dengan karakter mereka, namun tetap profesional.²⁹

Dari beberapa gambaran di atas, maka dapat ditarik beberapa hal yang merupakan perilaku budaya yang terjadi di dalam dan seputar Kaskus. Pertama, keterbukaan dan kebebasan. Dengan semakin majunya teknologi (*high tech*) maka terbentuklah suatu perilaku budaya yang terbuka dan bebas. Setiap orang ingin mengungkapkan pendapatnya, setiap orang ingin

²⁸Ibid. 255-267.

²⁹Ibid. 274-277. Darwis dan Ken mengatakan, "Kami ingin menciptakan surga bekerja, bukan kantor yang *stressful*. Khayalan kami, para karyawan akan sangat mencintai dan merindukan kantor ini. Yang bisa membuat mereka bahkan di hari libur pun tetap merindukan ada di sana. Sebuah tempat yang mampu menggugah kreativitas, menyuburkan lahirnya ide dan memahami emosi mereka sebagai manusia."

menjadi dirinya sendiri, setiap orang dapat dengan terbuka menyatakan isi hatinya dan setiap orang bebas untuk berekspresi. Meskipun demikian, sebenarnya mereka yang terbuka dan bebas di dunia maya ini, belum tentu saling mengenal secara pribadi. *Kedua*, kebutuhan akan adanya sebuah wadah yang dinamakan komunitas. Melalui Kaskus dapat dilihat bahwa sebetulnya manusia memiliki kehausan untuk berkomunitas. Mereka rindu mencari dan mendapatkan orang-orang yang tepat untuk bisa bergaul dan berteman lebih dekat lagi. Melalui komunitas mereka mendapatkan kesamaan, penerimaan, dan rasa memiliki satu dengan yang lain. Tidak sedikit para Kaskuser yang memiliki kelompok sendiri, baik dari segi kesenangan atau regional, kemudian mengadakan pertemuan rutin ataupun insidental untuk saling mengenal satu dengan yang lainnya dan untuk melakukan berbagai kegiatan yang lain bersama-sama sebagai sebuah komunitas. *Ketiga*, menghargai berbagai perbedaan demi bekerja bersama sebagai sebuah tim. Di Kaskus, setiap perbedaan dihargai dan setiap orang diperlakukan sebagaimana mestinya sehingga berbagai keunikan yang dimiliki bisa tetap terjaga, dan segala perbedaan yang ada disatukan untuk menjalin kerja sama yang baik. Sejarah yang dilalui Darwis dan Ken untuk bisa terhubung dengan banyak orang dengan banyak perbedaan telah membantu mereka untuk bisa menyusun tim kerja yang solid walaupun ada banyak keunikan. Mereka berdua yang sebenarnya juga memiliki pribadi dengan karakter yang berbeda sanggup membangun dan mengelola perbedaan yang ada dan menjadikannya kekuatan kinerja tim. *Keempat*, dorongan untuk terus berkembang. Ide, pendapat, kreativitas, usulan, masukan, inovasi dan berbagai hal lain dikelola dengan baik di dalam Kaskus yang kemudian membuat mereka memiliki dorongan untuk terus berkembang. Tantangan dan ujian yang dihadapi oleh Darwis dan Ken, yang akhirnya dapat dilewati telah melecutkan semangat mereka untuk bisa terus berkembang. Inilah yang juga diterapkan kepada seluruh karyawan yang bekerja di Kaskus. Tidak ketinggalan, para *Kaskuser* juga telah banyak memberikan berbagai ide, masukan dan kreativitas yang mendukung perkembangan serta kemajuan Kaskus. *Kelima*, semangat *entrepreneurship* di dunia daring. Jiwa bisnis dan Kaskus tidak bisa dipisahkan dengan mudah. Kaskus dapat berkembang sampai hari ini karena ada semangat wirausaha yang kuat yang secara khusus ada di dalam diri Ken yang juga kemudian nampak pada pihak-pihak yang lain. Global Digital Prima, misalnya, adalah investor Kaskus yang memikirkan Kaskus dari segi komersial yang dapat memberikan keuntungan. Itu sebabnya para *Kaskuser* yang melakukan transaksi jual beli melalui FJB juga bisa merasakan dampak bisnis yang signifikan. Sejalan dengan Kaskus yang terus berkembang, nama Darwis dan Ken pun masuk kategori pengusaha muda yang sukses di Indonesia.

REFLEKSI TEOLOGIS DAN BUDAYA

Spiritualitas Digital-Virtual dan Spiritualitas Kristen

Kemunculan Kaskus dan perkembangannya hanyalah salah satu contoh nyata adanya forum komunitas daring. Dengan basis internet dua puluh empat jam setiap orang dapat bergabung dan melibatkan diri. Ini adalah era baru dengan pola baru di dalam masyarakat modern-pascamodern. Fenomena ini tampaknya juga berdampak kepada pemahaman teologi dan kehidupan spiritualitas seseorang. Saat ini adalah era "*entertainment theology*" di mana segala sesuatu disaring melalui media (elektronik); segala sesuatu mengandung unsur pertunjukan, yang sampai kepada seseorang melalui teknologi dan media yang interaktif.³⁰ Menurut pengakuan Darwis sendiri, melalui Kaskus ia merasa mendapatkan "keramaian" yang mengelilingi dan menghiburnya, walaupun pada kenyataannya semua itu dilewatinya di dalam kesendirian di sebuah apartemen.³¹ Ada semacam "hiburan" yang didapat oleh Darwis dan juga pengguna serta pengunjung Kaskus, saat mereka memasuki situs ini. Ada yang dihibur dan ada yang menghibur, ada yang memberi dampak dan ada yang terkena dampak. Hal-hal ini cukup membuat mereka merasa senang dan puas.

Disadari atau tidak, hal ini dapat berdampak kepada spiritualitas Kristen. Spiritualitas adalah realitas kehidupan orang percaya yang di dalamnya orang tersebut memahami, mengenali, dan mengalami Allah sehingga ia menjadi dewasa serta dinamika hidupnya senantiasa mengarah kepada keserupaan Kristus.³² Ini adalah spiritualitas sejati di mana orang percaya mendapatkan dukungan dan kekuatan dalam mengarungi kehidupan. Pemaknaan spiritualitas secara real dalam hal ini tetap tidak dapat digantikan dengan yang bersifat virtual. Allah tidak dapat dipahami, dikenali dan dialami sepenuhnya di dalam sekat dunia digital. Internet dan segala sesuatu yang ada di dalamnya, termasuk situs forum komunitas pada batas tertentu bisa saja membantu seseorang untuk bertumbuh di dalam spiritualitas. Namun, media elektronik-digital tetap tidak dapat mewakili dan menggantikan setiap pengalaman rohani seseorang yang harus dijalani

³⁰Barry Taylor, *Entertainment Theology: New-Edge Spirituality in A Digital Democracy* (Grand Rapids: Baker, 2008) 85-86.

³¹Endah, *Ken dan Kaskus* 111.

³²Adolf Heuken, *Spiritualitas Kristiani: Pemekaran Hidup Rohani Selama Dua Puluh Abad* (Jakarta: Cipta Loka Caraka, 2002) 12. Heuken mengatakan bahwa spiritualitas dapat disebut cara mengamalkan seluruh kehidupan sebagai seorang beriman yang berusaha merancang dan menjalankan hidup ini semata-mata seperti Tuhan menghendaki.

secara nyata di tengah-tengah dunia. Misalnya, seseorang yang belajar memahami tentang Allah melalui keindahan alam ciptaan-Nya lewat media digital-elektronik dengan basis internet, tetap tidak akan dapat menggantikan pengalaman langsung berada di tengah-tengah alam yang indah ciptaan Allah, melihatnya secara kasatmata dan bersyukur atasnya. Bagaimanapun juga, media (elektronik) daring berpotensi untuk mengaburkan batas antara realitas dan dunia fantasi.³³ Orang percaya mesti sadar dan berhati-hati, jangan sampai berbagai kemudahan yang diberikan oleh layanan internet kemudian menciptakan sebuah spiritualitas yang semu, yaitu spiritualitas digital-virtual, yang tidak akan pernah menggantikan spiritualitas Kristen yang sejati yang membawa kepada kesempurnaan Kristus.

Kaskus sebagai Komunitas Daring dan Komunitas Kristen

Kaskus yang termasuk kategori forum daring memang telah menjadi sebuah magnet tersendiri. Melaluinya telah terbentuk sebuah tren masyarakat, khususnya anak muda, untuk membangun komunitas dalam dunia maya. Sebagai forum komunitas, dapat dikatakan Kaskus memiliki dampak dan kekuatan yang signifikan di tengah masyarakat Indonesia, khususnya mereka yang memandang internet dan komunitas daring sebagai suatu kebutuhan dan keharusan. Melalui forum di Kaskus setiap orang dapat berekspresi sesuai kemauan mereka. Meskipun ada batasan yang diberlakukan, namun kebebasan, keterbukaan, dan keterlibatan masing-masing pengguna atau pengunjung Kaskus terus meningkat setiap waktu. Hal ini disebabkan karena para penggunanya mendapatkan manfaat darinya. Indikasi yang paling sederhana adalah munculnya berbagai bahasa komunikasi yang unik dan khas di dalam Kaskus, yang kemudian menjadi tren di dalam media komunikasi daring lainnya. Selain itu, komunitas dunia maya yang terbangun di dalam Kaskus bisa dikatakan memiliki soliditas dan cukup teruji oleh berbagai tantangan dan waktu. Tidak berhenti hanya pada aktivitas di dunia maya, para *Kaskuser* dan anggota forum atau grup yang ada di Kaskus juga mengadakan pertemuan langsung, untuk hanya sekedar saling mengenal lebih dalam, bahkan sampai mengadakan berbagai kegiatan sosial-kemanusiaan. Selain itu ada juga kegiatan besar yang dilakukan bersama-sama dari masing-masing forum kepada Kaskus, misalnya dalam rangka ulang tahun Kaskus ke-13. Singkatnya, komunitas daring Kaskus memiliki keunikan tersendiri, yang juga dapat menjelma menjadi sebuah komunitas nyata dengan berbagai dampak yang bisa dirasakan di sekitarnya.

³³Allan Harkness, "The Media: Help or Hindrance for Christian Faith Formation," *Church & Society* 4/2 (August 2001) 71.

Pertanyaannya adalah, apakah yang dapat dan tidak dapat dilakukan oleh media daring, yang membentuk komunitas daring seperti Kaskus? Yang dapat dilakukan, di antaranya adalah, *pertama*, bahwa komunitas daring yang terbangun melalui berbagai media daring, dengan situs-situs yang ada dapat menjadi "bahan bakar" untuk sebuah perjalanan, namun tidak dapat memberikan "makanan utama" demi berlangsungnya sebuah komunitas.³⁴ Berbagai media daring hanya mengizinkan seseorang untuk "eat on the run."³⁵ *Kedua*, komunitas daring menawarkan *community-like connection* bagi mereka yang memiliki persamaan "selera,"³⁶ sehingga mereka bersama-sama bisa mendapatkan tempat dengan ketertarikan dan kesukaan di wilayah yang sama. Namun, pada prinsipnya, komunitas di dalam realitas kehidupan di dunia tidak akan pernah bisa digantikan oleh komunitas di dunia maya. Seperti kata Tod Bolsinger, "'Microvawe Connection' can never replace the long, slow process of building deeply rooted, enduring relationship."³⁷ Orang percaya yang hendak menggunakan media untuk membangun sebuah komunitas, harus memiliki komitmen yang kuat kepada komunitas itu sendiri, seperti dikatakan oleh Boldinger, "*building community through new media requires more commitment to community than to new media.*"³⁸

Kalau demikian, pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana dengan keberadaan komunitas Kristen? Apakah yang harus dikerjakan oleh komunitas Kristen di tengah-tengah munculnya berbagai komunitas yang ada di masyarakat, khususnya melalui komunitas daring? Secara positif, situs yang berbasis forum komunitas seperti Kaskus dan yang lainnya, yang menggunakan media elektronik, dapat berperan positif untuk membangun sebuah komunitas. Dalam forum semacam ini dapat ditemukan berbagai macam orang yang terhubung satu dengan yang lain, dan hal ini baik adanya, seperti yang dikatakan oleh Quentin J. Schultze dan Robert H. Woods Jr.:

³⁴"Blog as Microvawe Community" dalam *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging and Podcasting for Christ* (eds. John Mark Reynolds dan Roger Overton; Wheaton Crossway, 2008) 117.

³⁵Ibid.

³⁶Ibid. 118.

³⁷Ibid. 122.

³⁸Ibid.

*On the good side, it (media) equips us to form communities that share particular values and beliefs. We don't have to interpret and evaluate culture by ourselves, without the wisdom and experience of others. God created us as social rather than instinct-driven creatures. We are free to affiliate with other tribes—unique, reality-defining groups within larger societies and communities.*³⁹

Namun di sisi yang lain, Schultze dan Woods Jr., juga memberikan sebuah keseimbangan agar orang-orang percaya. Di satu sisi media daring dapat diterima secara positif sebagai pembentuk komunitas. Namun di sisi yang lain, orang percaya juga seharusnya memiliki “tribal community”-nya sendiri sebagai sebuah wadah yang membantunya untuk bisa melihat segala sesuatu yang berkembang dengan lebih objektif.⁴⁰ Komunitas Kristen, yang dipandang sebagai tribal community, di tengah-tengah kemunculan berbagai komunitas daring di masyarakat semestinya memainkan peran untuk merelasikan Kristus dan budaya yang sedang berkembang. Sebagai pengikut Kristus, komunitas Kristen sebagai tribal community seyogianya dapat hidup di tengah-tengah dunia yang dipenuhi dengan berbagai komunitas yang bermunculan, tanpa harus serupa dengan dunia. Tujuannya adalah menjadi sebuah komunitas Kristen yang dapat menjadi tempat untuk memahami, menyelidiki bahkan menghasilkan berbagai hal yang justru memengaruhi dunia. Komunitas Kristen seharusnya dapat berkomunikasi dan terhubung dengan baik dengan budaya yang sedang berkembang, namun tetap hidup di dalam iman yang benar sesuai dengan firman Tuhan.⁴¹ Dengan demikian setiap individu yang ada di dalam komunitas Kristen dapat menjadi penata layanan media yang setia kepada Allah, yaitu para penata layanan yang memerhatikan media sebagai bentuk pemberian dari Allah, namun juga dapat menggunakannya sebagai kesempatan untuk memuliakan Allah dan menyatakan kasih kepada orang lain yang belum percaya.⁴²

³⁹“Getting the Conversation Going about Media and Culture” dalam *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication* (eds. Quentin J. Schultze dan Robert H. Woods Jr.; Downers Grove: InterVarsity, 2008) 20.

⁴⁰Ibid. 20-22. *Tribal community* dalam hal ini dilihat secara antropologi, budaya atau subbudaya. Misalnya, kaum injili dianggap sebagai salah satu tribe di dalam kekristenan (komunitas yang lebih luas). Di dalam tribal community ini, seseorang mempunyai tempat untuk bertahan, menemukan nilai-nilai hidup yang alkitabiah, mengevaluasi yang terjadi dan membangun sebuah persahabatan yang kristiani.

⁴¹Ibid. 22-23.

⁴²Ibid. 28-29. Menjadi penata layanan media artinya yang dapat membangun *public communication* dengan baik dan benar yang meliputi unsur *teaching* (mengajarkan nilai-nilai kebenaran), *delighting* (tidak mengesampingkan hal-hal yang menarik dan kreatif), dan *persuading* (dapat menggunakannya untuk meyakinkan dan menggerakkan seseorang ke arah yang lebih baik dan benar).

Tubuh Kristus: Menjadi Komunitas Kristen Sejati di Tengah Tantangan Zaman Ini

Gambaran Paulus mengenai komunitas orang percaya, yaitu tubuh Kristus, sejatinya memberikan pengertian yang cukup tentang bagaimana sebenarnya komunitas Kristen itu berada. Surat 1 Korintus 12:12-31 memberikan pengertian bagaimana kehidupan yang seharusnya ada di dalam tubuh Kristus. Dalam tubuh Kristus seharusnya ada kasih, pengertian, kepedulian, dan perhatian kepada bagian yang dianggap lemah dan hina. Setiap bagian dalam tubuh Kristus seharusnya terlibat untuk bisa memberikan pelayanan satu dengan yang lain sesuai dengan fungsinya, demi kepentingan bersama.⁴³ Kepada jemaat di Roma, Paulus juga menekankan perlunya penerimaan yang tulus di dalam sebuah komunitas orang percaya, sama seperti Kristus telah menerima seorang yang berdosa.⁴⁴ Tidak berhenti sampai kepada sebuah penerimaan, komunitas orang percaya juga harus mencerminkan kebenaran, ada teguran dan pembimbingan, dan tiap orang di dalamnya senantiasa berlomba-lomba untuk berbuat baik, satu dengan yang lain.⁴⁵

Dalam surat Efesus 2:11-22, Paulus juga memberikan penekanan bahwa umat Allah telah dipersatukan di dalam sebuah komunitas melalui darah Yesus. Inilah yang menjadikan nilai dari komunitas itu begitu berharga. Dalam komunitas orang percaya, para anggotanya yang dahulu merupakan orang asing dan "jauh," sekarang, melalui Kristus menjadi saudara yang diikat menjadi satu komunitas orang percaya. Karena itu, sudah semestinya tiap-tiap orang di dalam komunitas menjaga kesatuan melalui kasih dan kebenaran. Yesus Kristus menjadi satu-satunya Kepala dari tubuh-Nya, sehingga pada akhirnya apa pun yang dipikirkan, dikatakan dan dilakukan oleh masing-masing bagian dari tubuh Kristus ini, harus sesuai dengan apa yang ada pada Kepala dan bagi kemuliaan Yesus Kristus, Sang Kepala itu. Lalu, bagaimana komunitas orang percaya, sebagai tubuh Kristus dapat hidup di tengah-tengah budaya masa kini yang gemar mendiskusikan, mengatakan, dan menuliskan segala sesuatunya dalam dunia maya dan yang melaluinya membentuk sebuah komunitas daring?

⁴³1 Korintus 12:1-31; Roma 12:6-8; Efesus 4:11-16.

⁴⁴Roma 15:1-7.

⁴⁵Galatia 6:1-10.

Barry Taylor setidaknya memberikan tiga pendekatan teologis, yaitu *participatory*, *prophetic*, dan *practical theology*.⁴⁶ Pertama, orang percaya di dalam komunitas Kristen hendaknya memiliki partisipasi di dalam kebudayaan yang terus ada di dalam sejarah manusia. Tidak dapat disangkal bahwa kekristenan dengan komunitasnya masing-masing ada di tengah-tengah zaman yang terus melaju ini. Karena itu, sudah seharusnya gereja membangun sebuah teologi partisipatoris, yaitu untuk menilik apa yang sedang terjadi di dunia luar dan melibatkan diri di dalam diskusi yang ada. Seperti dikatakan oleh Taylor,

*This (participatory theology) is the outward function of theology. . . . Not in the sense of trying to bring everything back under the roof of the church, attempting to take over the conversation, but in the sense of acknowledging that in the present situation theology is being done outside the church. A participatory theology seeks to visit those sites where theology is at work and to join the conversation. This is theological dialogue in and with the present situation; it is theology done in a missional posture.*⁴⁷

Di samping melibatkan diri ke luar, berinteraksi dengan apa yang sedang terjadi dan berkaca dari tren membangun komunitas daring oleh Kaskus dan juga berbagai media sosial yang lain, gereja di dalam komunitasnya hendaknya membangun sebuah suasana yang lebih melibatkan partisipasi anggota dan menerima setiap keunikan pribadi di dalam berekspresi. Kalau tidak, komunitas di dalam gereja akan terlihat semakin “usang” dimakan zaman dan apa yang berkembang di sekitarnya. Dengan adanya teologi partisipatoris diharapkan komunitas orang percaya dapat terus beradaptasi dengan baik di bawah terang firman Allah dan di tengah-tengah budaya yang terus berkembang. Diharapkan orang percaya dapat semakin membangun kehangatan di dalam komunitas Kristen yang sejati karena melalui teologi partisipatoris, komunitas akan sampai kepada tantangan bagaimana agar tidak hanya menciptakan *virtual intimacy*, namun sampai kepada *actual intimacy*.⁴⁸

⁴⁶*Entertainment Theology* 200-205.

⁴⁷*Ibid.* 201.

⁴⁸Justin A. Bailey, “Welcome to the Blogosphere” dalam *Everyday Theology: How to Read Cultural Texts and Interpret Trends* (eds. Kevin J. Vanhoozer, Charles A. Anderson dan Michael J. Slesman; Grand Rapids: Baker, 2007) 187.

Kedua, kekristenan seharusnya membangun sebuah teologi profetis, yaitu suatu usaha untuk merelasikan kebangkitan budaya yang ada dengan kesempatan untuk bersaksi di tengah situasi budaya tersebut. Sebagai hasilnya, komunitas orang percaya dapat membawa suara baru, di tengah-tengah banyaknya suara yang ada pada zaman ini. Dengan memahami hal ini maka gereja akan terus berusaha memikirkan bagaimana firman Allah dapat menjadi benih yang kemudian dapat ditaburkan di tengah-tengah dunia melalui berbagai macam bentuk ekspresi.⁴⁹

Ketiga, komunitas orang percaya seharusnya dapat membangun sebuah teologi praktika dengan segala risikonya. Bukan semata-mata mempraktikkan teologi dan menarik aplikasinya pada situasi tertentu, namun teologi yang kemudian hidup di dalam praktik keseharian, di tengah-tengah zaman yang terus bergulir. Dampaknya, misi kekristenan melalui sebuah komunitas dapat dilihat sebagai suatu perjalanan hidup orang-orang percaya di dalam dunia untuk menemukan apa yang dikehendaki Allah, melewati setiap liku kehidupan dengan kreativitas dan risiko yang ada demi terjadinya transformasi Ilahi di dalam dunia.⁵⁰

PENUTUP

Semakin getolnya budaya zaman yang memperlihatkan bagaimana setiap orang ingin berbicara, ingin mengungkapkan sesuatu dan berekspresi dengan bebas, sangat terbantu dengan fasilitas yang dapat disediakan oleh internet. Internet, yang dapat digunakan selama dua puluh empat jam, menjadi sebuah kesempatan bagi masyarakat untuk bisa membangun sesuatu. Salah satu yang muncul adalah situs-situs yang menawarkan wadah untuk berkomunikasi dan membangun komunitas; yang terbesar di Indonesia adalah Kaskus. Kemunculan Kaskus dan media sosial lain yang berbasis komunitas mencerminkan pola komunikasi dan terbangunnya komunitas di zaman ini. Peran situs-situs forum komunitas ini terbilang cukup signifikan untuk dapat membentuk dan menggerakkan suatu komunitas. Hal ini semestinya mendapat perhatian yang khusus dari gereja sebagai komunitas orang percaya. Kekristenan seharusnya dapat menilik dan belajar dari apa yang sedang berkembang di dunia, namun di sisi yang lain terus berusaha membangun komunitas Kristen yang sejati. Orang-orang percaya hendaknya menjadi penata-layan-penata-layan budaya, khususnya media daring yang sedang berkembang. Dengan mengambil sikap mau berpartisipasi dan

⁴⁹Taylor, *Entertainment Theology* 202-203.

⁵⁰Ibid. 204.

membangun dialog, orang percaya memiliki kesempatan untuk melihat berbagai perkembangan yang terjadi dan menjalani setiap petualangan kehidupan di dalam balutan sebuah budaya yang sedang berkembang. Di waktu yang sama, orang-orang percaya di dalam tubuh Kristus juga menjalankan misi profetis yang transformatif sebagai pembawa nama Kristus di tengah-tengah budaya yang ada. Dengan demikian komunitas orang percaya dapat hidup di tengah-tengah dunia, memberikan sumbangsih dan kiprah yang nyata, sambil tetap menjaga identitas keunikannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailey, Justin A. "Welcome to the Blogosphere." Dalam *Everyday Theology: How to Read Cultural Texts and Interpret Trends*. Eds. Kevin J. Vanhoozer, Charles A. Anderson, dan Michael J. Sleasman. Grand Rapids: Baker, 2007.
- Bolsinger, Tod. "Blog as Microvawe Community." Dalam *The New Media Frontier: Blogging, Vlogging and Podcasting for Christ*. Eds. John Mark Reynolds dan Roger Overton. Wheaton Crossway, 2008.
- Chandra, Robby I. *Menatap Benturan Budaya: Budaya Kota Kawula Muda dan Media Modern*. Jakarta: Binawarga, 1998.
- Endah, Alberthiene. *Ken dan Kaskus: Cerita Sukses di Usia Muda*. Jakarta: Gramedia, 2013.
- Harkness, Allan. "The Media: Help or Hindrance for Christian Faith Formation." *Church & Society* 4/2 (August 2001): 67-80.
- Heuken, Adolf. *Spiritualitas Kristiani: Pemekaran Hidup Rohani Selama Dua Puluh Abad*. Jakarta: Cipta Loka Caraka, 2002.
- Schultze, Quentin J. dan Robert H. Woods Jr., "Getting the Conversation Going about Media and Culture." Dalam *Understanding Evangelical Media: The Changing Face of Christian Communication*. Eds. Quentin J. Schultze dan Robert H. Woods Jr. Downers Grove: InterVarsity, 2008.
- Taylor, Barry. *Entertainment Theology: New-Edge Spirituality in A Digital Democracy*. Grand Rapids: Baker, 2008.