

# AKTIVITAS KOMUNIKASI LINGKAR GANJA NUSANTARA BANDUNG MELALUI *CYBERSPACE*

Abdul Azmi Fadillah<sup>1)</sup>,  
Eki baihaki<sup>2)</sup>,

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Politik, Universitas Komputer Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial Politik, Universitas Komputer Indonesia

email : [fadillah.azmi9@gmail.com](mailto:fadillah.azmi9@gmail.com)

email: [ekibaihaki@email.unikom.ac.id](mailto:ekibaihaki@email.unikom.ac.id)

## **Abstract**

*The rapid development of technology and the internet has provided many influences on communication interaction activities. The emergence of human social media can gather in a virtual world (cyberspace). This study aims to determine the forms of cultural artifacts generated from the communication activities of Lingkar Ganja Nusantara Bandung through cyberspace on Instagram @LGNBandung accounts. This study uses qualitative methods using virtual ethnographic designs. The results of the study show that the @LGNBandung account is an account formed by members of the Nusantara Cannabis Circle as a communication medium for the Lingkar Ganja Nusantara Bandung in cyberspace. Besides that, the @LGNBandung account is also a form of fanaticism or culture fan identity produced by Lingkar Ganja Nusantara Bandung from activities communication in cyberspace.*

*Key words : Communication activity, Cyberspace, Virtual Ethnography, Lingkar Ganja Nusantara Bandung*

## **Abstrak**

Pesatnya perkembangan teknologi dan internet telah memberikan banyak pengaruh pada kegiatan interaksi komunikasi. Dengan kemunculan media sosial manusia bisa berkumpul dalam sebuah dunia virtual (*cyberspace*) penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk artefak budaya yang dihasilkan dari bentuk aktivitas komunikasi Lingkar Ganja Nusantara Bandung melalui *cyberspace* pada akun Instagram @LGNBandung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan desain etnografi virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @LGNBandung merupakan akun yang dibentuk oleh anggota Lingkar Ganja Nusantara sebagai media komunikasi Lingkar Ganja Nusantara Bandung di *cyberspace*. Selain daripada itu juga akun @LGNBandung menjadi satu bentuk identitas fanatisme atau *culture fans* yang dihasilkan oleh Lingkar Ganja Nusantara Bandung dari aktivitas komunikasi dalam *cyberspace*.

Kata kunci : *Aktivitas Komunikasi, Cyberspace, Etnografi Virtual, Lingkar Ganja Nusantara Bandung*

## **1. Pendahuluan**

## 1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi dan kecanggihan internet saat ini, telah menjadi suatu bagian penting di kehidupan masyarakat. Dengan munculnya internet ini banyak yang berharap akan munculnya orang-orang cerdas, berani dan kreatif yang mampu memanfaatkan dunia maya sebagai wadah untuk membangun kesadaran publik untuk masa depan yang lebih baik. Bagi individu yang sadar diri, mereka menganggap dunia maya yang disediakan internet jelas bisa digunakan sebagai medan pertempuran virtual bahkan dapat menjadi sesuatu yang individu inginkan.

Semakin berkembang pesatnya bidang teknologi, semakin berkembang pula informasi-informasi baru yang bermunculan. Teknologi internet menyebabkan munculnya media-media sosial yang memudahkan khalayak dalam berinteraksi. Komunikasi yang biasanya secara tatap muka kini dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun. Williamson sebagaimana dikutip Widjajanto (2013: 143) menyatakan bahwa media sosial adalah media yang didesain untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

Popularitas media sosial telah mengubah lanskap industri media secara signifikan. Media sosial memungkinkan penggunanya menjadi produsen konten di berbagai topik, termasuk infotainment. Setiap media sosial mempunyai fenomena-fenomena. Baik dikalangan penggunanya itu sendiri maupun diluar pengguna media sosial tersebut.

Kelahiran netizen journalism sebagai media alternatif tidak lepas dari perkembangan teknologi komunikasi yang diadopsi masyarakat. Telepon genggam dan smartphone sebagai gawai personal

memungkinkan setiap individu mampu berperan sebagai jurnalis dengan cara memublikasikan kejadian yang terjadi di depan mata mereka (Rheingold, 2002). Berkaitan dengan hal ini, tingkat kecepatan mereka untuk menginformasikan kejadian tentunya akan jauh lebih andal dibandingkan jurnalis dari institusi media. Kecepatan penyampaian informasi inilah yang menjadi nilai unggul netizen journalism dibandingkan media mainstream.

Kehadiran internet pun menjadi kekuatan tersendiri untuk komunikasi virtual diantaranya sebagai kekuatan utama dalam perkembangan media sosial sebagai media yang memediasi komunikasi yang dilakukan secara virtual atau online. Dalam buku Nasrullah (2012:20), Wilbur shawn mengatakan bahwa the characteristic of virtual is that is able to produce effect or to produce itself as an effect in the absence of "real effect" (Wilbur, 1997:9-20). Ruang tersebut memberikan dampak yang luas didalam kultur manusia itu sendiri sehingga segala jenis kebutuhan bisa didapatkan melalui internet seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan sampai kebutuhan untuk berkomunikasi dalam ranah sosial pun bisa terpenuhi dengan internet

Instagram merupakan salah satu bentuk kontribusi dari perkembangan internet pada media komunikasi, melalui Instagram pengguna atau user bisa melakukan komunikasi secara langsung dengan user Instagram lainnya tanpa harus bertatap muka. Kecanggihan serta kemudahan media sosial Instagram menjadikan media sosial ini menjadi media paling unggul apabila dibandingkan dengan media sosial lainnya.

Fitur yang lengkap membuat Instagram lebih diminati oleh masyarakat urban dibanding aplikasi-aplikasi serupa lainnya. Instagram menawarkan fitur-fitur seperti audio visual, instagram live, instagram story, chatting. Sebenarnya fitur – fitur

tambahan yang ada di Instagram sebelumnya sama saja dengan fitur yang dimiliki media sosial sebelumnya/ atau pencetus fitur tersebut, namun beberapa faktor membuat fitur – fitur tersebut lebih diminati pada Instagram dibandingkan dengan media sosial yang mengeluarkan fitur tersebut. Bisa dibilang Instagram menjiplak fitur – fitur yang sedang hangat di masyarakat untuk keeksistensian Instagram sendiri di kalangan khalayak.

Komunikasi antar user ini di dalam dunia maya atau cyberspace pada akhirnya menjadi sebuah bagian dari budaya yang dihasilkan oleh internet atau yang disebut dengan cyberculture. Cyberculture atau budaya siber adalah praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antar manusia-teknologi ataupun antara manusia-manusia dengan perantara teknologi, yang kemudian budaya tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui jaringan internet yang terbentuk di antara pengguna (dalam Nasrullah, 2015:78)

Salah satu bentuk artefak dari cyberculture atau budaya siber adalah komunitas virtual. Komunitas virtual merupakan komunitas yang berada dalam ruang siber dan setiap anggotanya kembali dan hadir di sana dalam ruang informasional yang sama (dalam Nasrullah, 2012:109) secara konteks komunitas virtual dengan komunitas yang ada pada dunia secara nyata merupakan satu bentuk komunitas yang memang terbentuk atas aspek-aspek yang sama, yang berbeda dalam hal ini adalah tempat dari komunitas itu terbentuk

Dengan kemudahan mengakses informasi saat ini, setiap masyarakat yang menggunakan media sosial bisa dengan mudahnya mengakses informasi hanya dalam hitungan menit, pengguna media sosial bisa mengakses informasi apa saja termasuk tentang penelitian pemanfaatan ganja, penelitian tentang pemanfaatan ganja ini

telah memberi banyak pengaruh pada banyak kalangan terkecuali termasuk di Indonesia itu sendiri. Informasi-informasi itu diolah dan dipublikasikan, informasi tersebut bisa didapatkan dari organisasi-organisasi, perguruan tinggi maupun institusi pemerintah di negara lain.

@LGNBandung merupakan akun yang terbentuk pada tanggal 23 Maret 2018, akun yang dibentuk atas dasar beberapa orang yang ingin melegalkan ganja dalam hal ini Lingkar Ganja Nusantara merupakan bentuk dari komunitas yang ada secara real atau nyata. Lingkar Ganja Nusantara LGN adalah aktivis Lingkar Ganja Nusantara, sebuah komunitas yang berusaha mengadvokasi dan mengedukasi tanaman ganja. Kata ‘lingkar’ sengaja dipakai untuk menggambarkan kebiasaan melingkar saat para pemakai berdiskusi atau menggunakan ganja.

LGN mengangkat isu kontroversial, legalisasi ganja. Beragam souvenir yang menunjukkan semangat advokasi legalisasi ganja tersedia di Rumah Hijau LGN. Tugas advokasi dan edukasi yang diusung LGN memang tidak mudah. Bahkan bisa dianggap melawan arus. Bayangkan, ketika hukum positif memasukkan ganja sebagai barang haram (narkotika), para aktivis LGN justru ingin melakukan sebaliknya

Hingga akhirnya lingkaran ganja nusantara menyebar ke beberapa kota besar seperti Bandung, Surabaya, Jakarta, Bekasi dan beberapa kota lainnya dengan tujuan yang sama, yaitu pelegalan ganja. Melalui media sosial Instagram, akun ini menyebarkan konten-konten tentang manfaat ganja, info-info mengenai ganja, yang dimana akun ini menyuarakan untuk melegalkan ganja khususnya di Indonesia. Fikri salah satu admin dari @lgnBandung mengatakan penggunaan media sosial Instagram dipilih karena orang-orang yang main Facebook atau Twitter sekarang sudah jarang, kami lebih memilih

Instagram karena fitur nya lebih lengkap dibanding media sosial yang lain.

Seiring perkembangan media sosial Instagram sebagai media komunikasi virtual lingkaran ganja nusantara Bandung, pada perangkat Instagram mengalami banyak pembaharuan atau yang dikenal dengan istilah update. Sehingga pada fitur dan fasilitas yang ditawarkan pun semakin hari semakin berkembang. Hal ini yang dimanfaatkan oleh akun @LGNBandung untuk media komunikasi lingkaran ganja dalam cyberspace. Melalui fasilitas seperti instastory, Instagram live, dan Q & A mereka melakukan komunikasi secara virtual antara lingkaran ganja nusantara dan lingkaran ganja-lingkaran ganja Nusantara lainnya yang ada pada cyberspace.

Hal yang harus kita cermati adalah bahwa berhubungan dengan cyberculture, aktivitas komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung dalam cyberspace merupakan salah satu bentuk dari budaya siber atau cyberculture. Yang dimana bahwa setiap budaya akan menghasilkan artefak dari budaya itu sendiri. Dan hal ini pula yang berlaku dari bentuk budaya yang dihasilkan oleh Lingkaran Ganja Nusantara Bandung dari aktivitas komunikasi yang mereka lakukan dalam cyberspace melalui akun media sosial Instagram @LGNBandung.

Peneliti dalam hal ini ingin lebih mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana aktivitas komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung dalam berupaya melegalkan ganja, karena pada zaman sekarang kita semua berada dalam era modernisasi dengan segala aspek negatif maupun positifnya, tetapi masih ada sekelompok orang yang ingin berusaha melegalkan ganja yang dianggap sebagian orang cara-caranya bertentangan dengan ajaran agama, yaitu agama Islam.

Dalam komunitas virtual, siapa pun tidak bisa memastikan bahwa identitas

individu yang terbaca dalam teks online adalah identitas atau penggambaran seutuhnya dalam kehidupan nyata.

Kebebasan berekspresi di media sosial tentu banyak sekali jenisnya. Pada roleplayers, para pelakunya lebih pada memberikan informasi tentang idolanya karena yang mereka gunakan (username, foto profile, keterangan profilnya) berkaitan dengan idola mereka atau artis. Sehingga, yang mereka update setiap harinya yaitu kegiatan idola mereka, bukan kegiatan mereka di dunia nyata.

Sampai saat ini akun @LGNBandung telah berhasil menjaring 17.000 followers lebih dan sampai saat ini terus bertambah. Dengan jumlah pengikut atau followers pada akun ini dan juga beragam interaksi yang ada, peneliti melihat bahwa akun ini seakan menjadi ruang bagi mereka berkumpul seperti penjelasan komunitas virtual diatas, seakan akun ini menjadi second of life dari Lingkaran Ganja Nusantara dalam artian merupakan bagian dari kehidupan Lingkaran Ganja Nusantara selain berkomunikasi secara nyata. Pada akun ini mereka dapat mengeluarkan pendapat mereka, keluhan mereka, sampai perjuangan yang mereka lakukan untuk mendukung pelegalan ganja di Indonesia yang mereka banggakan lewat akun @LGNBandung.

muncul pertanyaan bahwa bagaimana aktivitas komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara melalui cyberspace pada akun media sosial Instagram @LGNBandung sehingga mampu menjadi satu kebudayaan bagi Lingkaran Ganja Nusantara sendiri merujuk pada fenomena yang ada dan diciptakan oleh Lingkaran Ganja Nusantara itu sendiri dengan menggunakan internet atau dunia siber sebagai media komunikasi tersebut.

Dengan demikian peneliti menggunakan desain penelitian Etnografi virtual untuk meneliti fenomena Lingkaran Ganja

Nusantara di media sosial terutama media siber atau internet. Metode yang paling tepat menurut peneliti adalah design etnografi virtual karena etnografi virtual merupakan design penelitian yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial dan/ atau kultur pengguna di ruang siber.

Bell (2011) dalam Nasrullah (2014:171), menyatakan bahwa metode etnografi ini merupakan metode utama dan penting untuk melihat fenomena budaya siber di internet. Hal ini seiring dengan munculnya fenomena bahwa internet sudah merupakan bagian dari budaya manusia. Maksudnya adalah bahwa internet merupakan konteks institusional maupun domestik di mana teknologi ini juga menggunakan simbol – simbol yang memiliki makna tersendiri, dan sebagai sebuah bentuk “metaphorical” yang melibatkan konsep – konsep baru terhadap teknologi dan hubungannya dengan kehidupan sosial (Nasrullah, 2012: 52 ).

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan yaitu :

1. Bagaimana Ruang media dari akun media sosial Instagram @LGNBandung ??
2. Bagaimana Dokumen media dari akun media sosial Instagram @LGNBandung ??
3. Bagaimana Objek Media akun media sosial Instagram @LGNBandung ?
4. Bagaimana Pengalaman Media akun media sosial Instagram @LGNBandung ?
5. Bagaimana **aktivitas komunikasi** Lingkaran Ganja Nusantara Bandung

## 1.3. Maksud dan Tujuan

Pada penelitian inipun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah kedepannya, adapun maksud dan tujuan sebagai berikut

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan secara mendalam tentang “Bagaimana Aktivitas Komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung melalui Cyber Space pada akun media sosial Instagram @LGNBandung.”.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui artefak budaya yang dihasilkan dari aktivitas komunikasi lingkaran Ganja Nusantara Bandung melalui cyberspace pada akun media sosial Instagram @LGNBandung dengan mengungkap :

1. **Ruang media** Akun Media Sosial instagram @LGNBandung sebagai media aktivitas Komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung pada Dunia Siber (cyberspace).
2. **Dokumen media** Akun Media Sosial instagram @LGNBandung sebagai media aktivitas Komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung pada Dunia Siber (cyberspace).
3. **Objek media** Akun Media Sosial instagram @LGNBandung sebagai media aktivitas Komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung pada Dunia Siber (cyberspace).
4. **Pengalaman media** Akun Media Sosial instagram @LGNBandung sebagai media aktivitas Komunikasi Lingkaran Ganja Nusantara Bandung pada Dunia Siber (cyberspace).

## 1.4. Kegunaan Penelitian

1. Aspek teoritis adalah hasil penelitian ini dapat mengungkap fenomena kajian

budaya dan media Hasil penelitian ini diharapkan jadi sumbangan pemikiran bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum dan secara khusus, dalam suatu etnografi komunikasi terutama berkenaan dengan Aktivitas Komunikasi LGN Bandung melalui cyber space pada media sosial Instagram.

2. Aspek praktis adalah hasil penelitian ini mampu menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya bagi penelitian sejenis yang ingin mengungkap fenomena sosial di dalam dunia virtual secara lebih dalam.

## 2. Kajian Pustaka

### 2.1. Budaya siber atau *Cyberculture*

Dalam buku *Computer Mediated Communication-Social Interaction And The Internet* bahwa budaya cyber atau *cyberculture* adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis ( dalam Tomic, A., & Lengel, L. T., 2004: 30).

*Cyberculture* juga mencakup tentang studi berbagai fenomena sosial yang berkaitan dengan internet dan bentuk-bentuk baru komunikasi jaringan lainnya seperti komunitas *online*, *game multiplayer online*, jejaring sosial, *texting*, dan segala hal yang berkaitan dengan identitas, privasi, dan pembentukan jaringan. budaya yang muncul pada komunitas yang terhubung dengan media elektronik komputer seperti internet, salah satu ciri *cyberculture* adalah budaya yang terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam *cyberculture* berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer. Seperti budaya pada

umumnya, bertujuan membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat.

### 2.2. *Computer Mediated Communications (CMC)*

**CMC** atau Computer mediated communicatins adalah teori yang menekankan bagaimana komputer memediasi proses komunikasi. Holmes dalam Nasrullah (2012;94) menegaskan bahwa ada empat poin penting mengenai perspektif CMC, yaitu *pertama*, memfokuskan pada keunikan komunikasi yang terjadi di *cyberspace*.

Dalam buku Nasrullah (2015: 112), *Media sosial*, mengatakan bahwa Pembahasan komunitas virtual tidak bisa dilepaskan dari aturan dasar sebuah komunitas sebagai bentuk dari masyarakat. Aturan dasar itu adalah relasi sosial atau relasi yang ada dan dibentuk oleh setiap individu sebagai makhluk sosial. Relasi ini memiliki dampak – dampak tersendiri, apakah itu medium komunitasnya *offline* maupun *online*.

1. Faktor eksternal,
2. Struktur yang temporal,
3. Infrastruktur dari sistem komputer,
4. Tujuan dalam penggunaan komunikasi termediasi komputer (CMC), dan
5. Karakteristik dari grup dan anggotanya.

Term yang diciptakan oleh Baudrillard (dalam Nasrullah, 2015: 29) ini terjadi melalui empat tahap proses: *Pertama*, tanda (*sign*) merupakan presentasi realitas; *Kedua*, tanda mendistorsi; *Ketiga*, realitas semakin kabur, bahkan hilang, malah tanda merupakan representasi dari representasi itu sendiri; *Keempat*, tanda bukan lagi berhubungan dengan realitas – imaji telah mengganti dari realitas itu sendiri. Inilah yang menurut Bell terjadi di dalam *cyberspace* dimana proses simulasi itu terjadi dan perkembangan teknologi komunikasi serta kemunculan media

baru menyebabkan individu semakin menjauhkan realitas, menciptakan sebuah dunia baru, yaitu dunia virtual (Bell dalam Nasrullah, 2015: 29).

### 3. Objek dan Metode Penelitian

Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). Metode ini disebut juga dengan metode artistik sebab proses penelitian ini lebih bersifat seni (kurang terpol), dan disebut juga sebagai metode interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang di temukan di lapangan (dalam Sugiyono, 2015: 13). Dengan desain penelitian yaitu *Etnografi virtual*.

Dalam Nasrullah (2017: 3) etnografi virtual merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk melihat lebih dalam pengkonstruksian dari sebuah budaya virtual yang diciptakan oleh entitas/ anggota dalam dunia virtual, yang dimana nilai – nilai yang diciptakan dari budaya internet tersebut merupakan apa yang mereka ciptakan dari apa yang mereka rasakan sehingga *pertama*, metode ini mengkonstruksi ulang (*deconstructs*) pemikiran tentang komunitas yang selama ini telah menjadi sangat populer dikalangan peneliti sosial atau antropologi. *Kedua*, metode ini mampu mengilustrasikan bagaimana komunitas virtual bersifat sementara, tidak tetap, temporal, dan terfragmentasi dibanding dengan komunitas *offline*.

Sehingga dalam hal ini peneliti melihat bahwa akun *@LGNBandung* merupakan bentuk dari komunitas virtual yang berasal dari komunitas sosial yang terbentuk di dunia nyata (*offline*). Melalui akun in anggota Lingkar Ganja Nusantara Bandung melakukan interaksi dalam *cyberspace* atau dunia siber dengan anggota lainnya tanpa harus bertatap

muka secara langsung dalam proses komunikasi yang berlangsung.

Melalui etnografi virtual, penelitian ini melakukan pencatatan dan menganalisis fenomena atau peristiwa yang terjadi dalam *cyberspace* yang di mana peristiwa atau fenomena tersebut mampu menjadi satu bagian dari bentuk artefak budaya yang dihasilkan dalam aktivitas komunikasi dalam *cyberspace* yang dilakukan Lingkar Ganja Nusantara Bandung melalui akun *@LGNBandung*. Data penelitian didapatkan dari proses pengumpulan data yang dilakukan dari aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh Lingkar Ganja Nusantara Bandung pada *cyberspace* pada akun media sosial *@LGNBandung*, melalui dokumen serta keterangan dari informan yang merupakan *owner/ founder* serta admin akun didapat melalui pengambilan data yang akan diteliti lalu dicek dan akan menjadi sumber data utama.

### 4. Hasil dan Pembahasan

Menurut pengamatan peneliti Akun *@LGNBandung* ialah akun yang dibentuk oleh komunitas nyata (*offline*) yang di tarik kedalam dunia maya (*online*) sehingga memungkinkan para anggota komunitas untuk terus terhubung antara ssatu dengan yang lainnya. akun Instagram yang dibuat pada tanggal 23 Maret 2018. Akun ini merupakan akun yang mewadahi orang-orang yang pro terhadap pelegalan ganja di Indonesia.

Akun yang dikelola oleh 2 orang ini,1 sebagai admin tetap, dan beberapa orang “*cabutan*” untuk membantu kegiatan dari akun ini seperti sebagai *content creator, fotografer, dan editor* (untuk video), *uptodate* tentang peristiwa yang aktual sedang terjadi.

#### 4.1. Ruang Media

Ruang media merupakan level dimana level ini mengungkapkan bagaimana struktur yang ada dari medium yang merupakan lokasi atau tempat budaya terjadi dan komunitas berinteraksi dalam hal ini Lingkar Ganja Nusantara Bandung di cyberspace atau internet. Secara khusus media sosial yang digunakan oleh akun @LGNBandung adalah Instagram. Akun ini merupakan jenis akun bertipe *Personal account* pada media sosial Instagram. Terdapat perbedaan yang mendasar pada kedua jenis tipe akun ini, pada akun *business account* maka pengguna atau pemilik akun tidak harus memiliki akun Instagram dalam hal ini karena Instagram berada di bawah naungan *Facebook* maka untuk menjalankan akun bisnis pada instagram pengguna hanya dituntut untuk memiliki akun *Facebook* saja, sedangkan untuk *Personal Account*, sistematisnya masih sama dengan akun Instagram personal lainnya.

Dalam hal ini Instagram menyediakan kotak informasi atau dikenal dengan istilah “bio”, hal ini memungkinkan pemilik akun untuk menuliskan informasi tentang dirinya atau tentang akun yang dimilikinya. Dalam hal ini @LGNBandung menuliskan informasi pada kotak “bio” yaitu, jika memanfaatkan alam dianggap illegal,kebebasan hanya retorika semata”

Maksud dari tulisan tersebut adalah penekanan bahwa akun Instagram ini merupakan sebuah pergerakan dari Lingkar Ganja Nusantara Bandung.

**Gambar 4.1 Akun Instagram @LGNBandung**



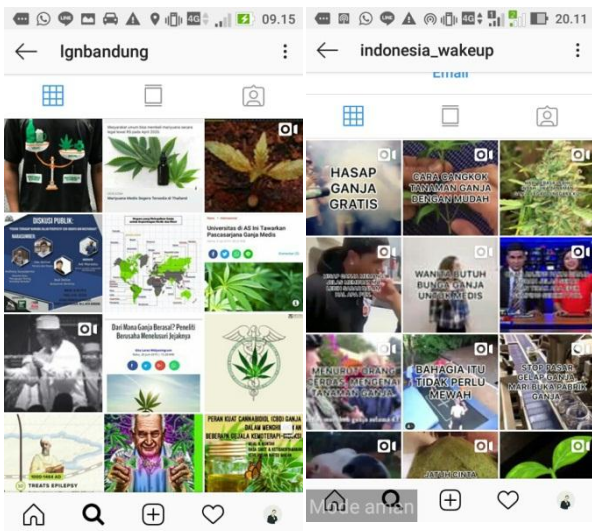
Sumber : <https://www.instagram.com/lgnbandung/>  
(22 juli 2019)

Dari informasi ini dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap konten yang terdapat pada akun @LGNBandung maka didapatkan tujuan dari akun ini ialah murni yaitu sebagai wadah anggota Lingkar Ganja Nusantara dalam dunia maya untuk perwujudan bentuk perjuangan terhadap legalisasi ganja, sehingga apa yang ditampilkan pada akun ini pada dasarnya tentang pelegalan seperti pemanfaatan dari tanaman ganja,kesehatan dan kebijakan pemerintah, baik itu yang bersumber dari pencarian pribadi akun @LGNBandung ataupun mengambil atau *merepost* dari akun orang lain, atau juga perorangan yang mengirimkan kepada akun @LGNBandung.

akun ini menggunakan fitur *upload* gambar ataupun video untuk menampilkan konten yang memang menunjukkan tujuan dari akun ini, yaitu sebagai wadah perjuangan atau yang bisa diartikan sikap seseorang terhadap pelegalan ganja.

**Gambar 4.2 Perbedaan Akun @LGNBandung dan Akun Lain**







Sumber : Screen Capture peneliti 2019

Hasil dilapangan menunjukan bahwa Banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan Instagram dan disebabkan kemudahan yang ditawarkan oleh instagram untuk berkomunikasi, baik secara perorangan ataupun banyak orang.

Peneliti lihat ada yang unik pada akun Instagram ini yang digunakan sebagai media aktivitas komunikasi suatu komunitas yaitu adalah fasilitas *likes* atau *loves* yang artinya “suka/ menyukai” pada instagram itu sendiri. Fitur ini akan ada disetiap konten yang di unggah oleh penggunaannya. *Loves* atau *likes* merupakan bahasa yang hanya dimiliki oleh instagram.

Sebenarnya fitur ini sudah ada pada media sosial lain terdahulunya yaitu *facebook* dimana menggunakan lambang  sebagai wujud bahasa lain untuk penggunaannya. Namun dalam instagram, lambang tersebut berbeda yaitu dengan menggunakan lambang  sebagai bahasa lain ketika menggambarkan perasaan atau tanggapan pada suatu konten yang diunggah.

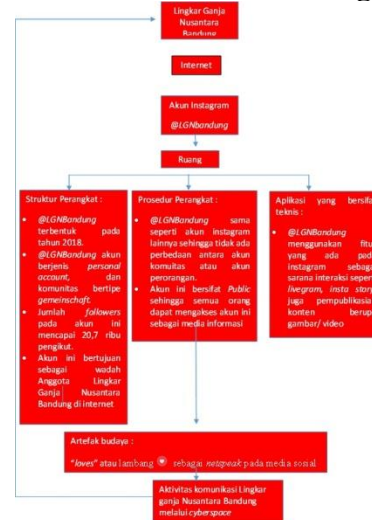
Istilah “*loves*” atau “suka” dalam media Instagram pada akun @LGNBandung merupakan hasil dari penelitian yang didapatkan oleh peneliti sebagai bagian artefak

budaya dari ruang media bagi media sosial Instagram juga dari akun @LGNBandung.

Dalam Nasrullah (2014: 100) makna “*loves*” sendiri pada dasarnya tergantung dari bagaimana membaca memaknainya. Analisis peneliti ini sesuai dengan teori dalam Nasrullah (2014: 99) sebuah tombol “*loves*” secara imajiner merupakan perwakilan perasaan pengunjung lain terhadap teks atau konten yang diunggah/ diciptakan oleh suatu akun atau pengguna pada media sosial Instagram.

Fitur “*loves*” ini dalam media siber dikenal dengan *Netspeak*, dalam Nasrullah (2014: 83) istilah ini berasal dari pendapat David Crystal dimana *netspeak* terjadi tatkala pengguna menggunakan interaksi langsung dengan menggunakan teks atau simbol – simbol yang membuat seolah – olah orang tersebut sedang berbicara.

#### Gambar 4.3 Model Ruang Media



sumber : Penelitian, 2019

## 4.2. Dokumen Media

Dari sisi **dokumen media** peneliti melakukan observasi dengan melihat pada apa saja konten yang ada pada akun @LGNBandung serta penggunaan *hashtag* apa saja yang digunakan pada setiap postingan akun ini dalam aktivitas komunikasinya dengan anggota Lingkar Ganja Nusantara Bandung yang ada di *cyberspace*. Terdapat konten – konten yang diunggah oleh admin @lgnbandung yaitu berupa gambar dan video. Kedua format konten di atas mengikuti kepada fitur yang diberikan oleh media sosial Instagram itu sendiri. Namun demikian, akun @LGNBadnung sangat menggunakan fitur tersebut sebagai bahan pesan dalam interaksi yang dilakukan oleh anggota dalam dunia maya atau *cyberspace*.

Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada konten yang ada dalam akun @LGNBandung maka didapatkan tujuan akun ini adalah untuk mewadahi orang-orang yang pro terhadap legalisasi ganja. Dalam Nasrullah (2017: 51) mengatakan bahwa teks tidak sekedar mewakili pendapat atau opini anggota atau komunitas di internet, tetapi juga menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas dari khalayak.

Selain daripada itu, dengan mengobservasi semua konten yang ada dalam akun @LGNBandung, peneliti melihat bahwa melalui foto dan video yang diunggah, akun ini mencoba menyampaikan pesan kedalam dua kategori yaitu secara langsung dan secara tidak langsung

Peneliti melihat bahwa ada *hashtag* yang menjadikan hal tersebut sebagai artefak dari kebudayaan. Dari semua konten yang ada dalam akun ini, *hashtag* bisa menjadi artefak disebabkan hal tersebut menjadikan pembeda antara satu konten dengan konten lainnya ataupun diikuti oleh konten lainnya.

**Gambar 4.4 Perpedaan konten akun @LGNBandung dengan akun lain**

Hal ini menjadi artefak menarik bagi peneliti disebabkan karena pada dasarnya hal inilah yang menjadikan satu bukti bahwa akun @LGNBandung menciptakan bukti dari budaya internet dari aktivitas komunikasi yang dilakukan dalam *cyberspace*.

Pada akun @LGNBandung terdapat *hashtag* yang menjadikannya hal tersebut sebagai artefak budaya yaitu #lgnbandung, #standupcannabis, #membacaalam dan #stopphobiaganja. Dalam hal ini admin menggunakan tagar tersebut bertujuan supaya semua konten pada akun @LGNBandung mampu dicari dengan mudah pada kolom pencarian pada Instagram. Dengan mengetikkan #lgnbandung atau #standupcannabis, #membacaalam dan #stopphobiaganja secara tidak langsung tagar tersebut otomatis akan langsung terhubung pada seluruh konten baik itu gambar atau video yang menggunakan tagar tersebut pada kolom caption, dan hal tersebut secara langsung mengarahkan pada akun yang menggunakan tagar tersebut.

### 4.3. Objek Media

Berdasarkan hasil data temuan mengenai objek media yang peneliti temukan di akun @LGNBandung dan berdasarkan hasil wawancara, bahwa dalam akun Instagram tersebut terjadi sebuah komunikasi. Proses komunikasi dalam @LGNBandung terjadi

ketika admin (selaku komunikator) memposting sesuatu (pesan) baik berupa tulisan, gambar, ataupun video, dan postingan tersebut dilihat dan dibaca oleh pengikut atau pengunjung (komunikator). Dalam akun Instagram @LGNBandung juga terjadi interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan, karena model komunikasi yang terjadi dalam akun ini bersifat dua arah, dimana pengikut atau pengunjung bisa langsung

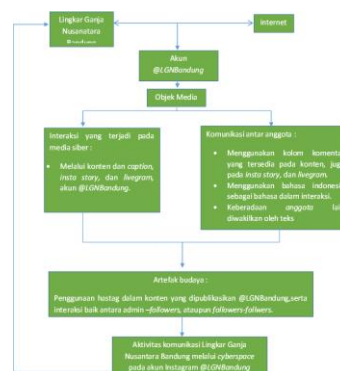
memberikan respon terhadap postingan yang ada.

Dari sisi lebih melihat pada interaksi yang dilakukan oleh Lingkar Ganja Nusantara Bandung terkait konten yang ada di akun @LGNBandung, peneliti melihat bahwa terdapat 2 jenis interaksi yang peneliti masukan kedalam klasifikasi Pro dan Kontra, kontra dalam artian bahwa interaksi tersebut bermakna negatif, dan pro dalam artian bahwa interaksi tersebut bermakna positif, dan. Biasanya konten ini menentukan bentuk interaksi apakah positif atau negatif tergantung dari Konten yang di unggah.

Selain daripada itu juga *followers* melakukan interaksi pada akun Instagram @LGNBandung di kolom komentar. Pada kolom tersebut tidak terbatas jumlah user atau pengguna yang berkomentar, sehingga peneliti melihat bahwa setiap konten adalah suatu ruang yang terpisah – pisah yang dimana didalam ruangan tersebut seluruh *followers* atau pengunjung akun Instagram @LGNBandung mampu berinteraksi satu dengan yang lainnya.

Dari interaksi tersebut peneliti melihat bahwa ada hastag – hastag baru yang diciptakan oleh bobotoh. #salamlegalisasi, atau #ganjabukannarkotika seringkali menghiasi kolom komentar dimana kolom tersebut merupakan arena dari interaksi yang

#### Gambar 4.6 Model Objek Media



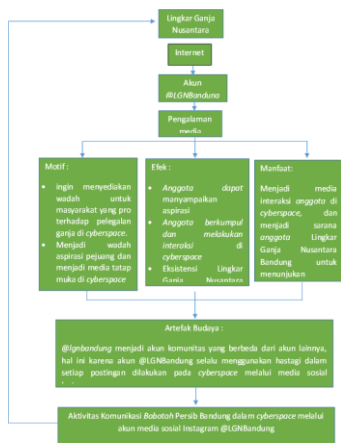
sumber : Penelitian, 2019

#### 4.4. Pengalaman Media

Menurut pengamatan peneliti Akun @LGNBandung pada dasarnya ialah akun yang dibentuk oleh komunitas nyata (offline) yang di tarik kedalam dunia maya (online) sehingga memungkinkan terjadi para anggota komunitas untuk bisa terus terhubung antara yang satu dengan lainnya. Hal ini disebabkan dari perkembangan teknologi dan internet yang semakin hari semakin berkembang. Tidak dipungkiri dengan hal ini ternyata sebuah perangkat bisa menjadi sebuah mediator proses komunikasi tatap muka meski sesama anggota komunitas dalam hal ini pengguna perangkat/ atau dikenal dengan istilah user dalam dunia virtual.

Mengutip perkataan David Bell bahwa ada 2 jenis komunitas yang terbentuk secara virtual yaitu komunitas virtual bertipe *Gemeinschaft* dan *Gesellschaft*. Perbedaan kedua jenis komunitas ini terlihat dari bagaimana komunitas tersebut dibentuk oleh masing – masing individunya. Akun @LGNBandung merupakan akun yang memang dibentuk atas dasar rasa fanatisme bentuk perjuangan terhadap legalisasi Ganja di Indonesia.

#### Gambar 4.7 Model Pengalaman Media



sumber : Penelitian, 2019

#### 4.5. Aktivitas Komunikasi Lingkar Ganja Nusantara Bandung melalui Cyberspace

Dari model diatas peneliti dapat menjelaskan bagaimana aktivitas komunikasi *LGN Bandung* melalui *Cyberspace* pada akun media sosial Instagram *@LGNBandung* bahwa secara latar belakang kenapa Fikri membuat akun *@LGNBandung* ialah sebagai wadah bagi para pejuang yang ada di Instagram untuk saling berbagi, berinteraksi, didalam dunia internet atau *cyberspace*, juga sebagai wadah silaturahmi antar anggota

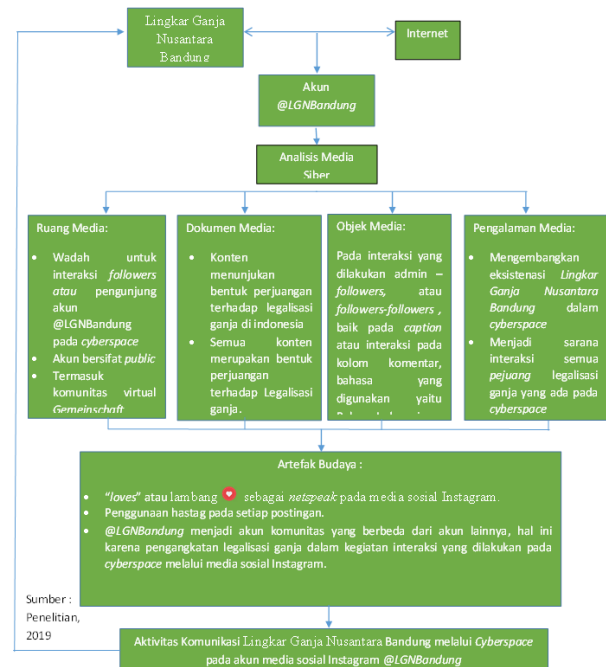
peneliti melihat bahwa komunitas virtual pada akun *@LGNBandung* merupakan komunitas yang terbentuk dari sekelompok orang (2 orang) yang saling berinteraksi secara sosial dengan anggota kelompok (admin – followers, followers - followers) dimana berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau di antara anggota kelompok yang lain, dan adanya wilayah – wilayah individu yang terbuka untuk kelompok lain (akun *@LGNBandung* bersifat public).

Cara akun *@LGNBandung* dalam menggunakan media Instagram sebagai media interaksi komunikasi bersama followers atau pengunjung akun Instagram *@LGNBandung* yang ada di *cyberspace* baik melalui teks, insta story, maupun livegram, menjadikan bentuk

interaksi tersebut sebagai artefak dari budaya interaksi komunikasi virtual.

Dari pembahasan diatas peneliti melihat bahwa semua aktivitas komunikasi yang dilakukan pada *cyberspace* pada akun *@LGNBandung* semua dapat terjadi dengan syarat bahwa followers tersebut menggunakan perangkat yang termediasi dengan internet. Dengan internet jarak dalam proses komunikasi bukan menjadi satu syarat terjadinya proses interaksi komunikasi secara langsung atau face – to – face namun keberadaan orang tersebut dapat diwakilkan meskipun melalui text.

Gambar 4.8 Model Makro



sumber : Penelitian, 2019

### 5. Kesimpulan dan Saran

#### 5.1. Kesimpulan

Akun Instagram @LGNBandung adalah akun yang bersifat public, tujuan dari akun ini untuk mewadahi orang-orang yang pro terhadap pelegalan Ganja di Indonesia. Peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut :

#### 1. Ruang media dari akun Media Sosial instagram @LGNBandung

“Loves” yang ada pada Instagram akun @LGNBandung menjadikan artefak budaya dari Bahasa internet atau *netspeak*. Akun Instagram @LGNBandung merupakan akun berjenis personal account baik komunitas ataupun perorangan sehingga fitur yang diberikan pun sama dengan akun yang diterima oleh akun @LGNBandung. Akun ini juga menjadi komunitas bagi Lingkar Ganja Nusantara Bandung dalam *cyberspace*.

#### 2. Dokumen Media dari akun Media Sosial instagram @LGNBandung

Penggunaan hastag #lgnbandung, #membacaalam, dan #standupcannabis hal tersebut menjadikan akun ini yang membedakan dengan akun lain yang bergerak dibidang yang sama, hal ini menjadi artefak dari budaya internet yang dihasilkan oleh akun ini

#### 3. Objek media dari akun Media Sosial instagram @LGNBandung

Aktivitas yang dilakukan *followers* baik itu pengunjung Instagram @LGNBandung atau anggota Lingkar Ganja Nusantara Bandung adalah dengan memberikan tombol “Like” pada postingan, memberikan tanggapan di kolom komentar, atau membagikan konten yang ada pada postingan akun Instagram tersebut. Peneliti menemukan adanya aktivitas serta interaksi yang dilakukan oleh *followers* atau pengunjung akun Instagram @LGNBandung tersebut.

Peneliti melihat pada interaksinya pun bahwa terdapat 2 jenis interaksi yang peneliti masukan kedalam klasifikasi Pro dan Kontra,

pro dalam artian bahwa interaksi tersebut bermakna positif, dan kontra dalam artian bahwa interaksi tersebut bermakna negatif. Sehingga konten tersebut menentukan bentuk interaksi yang terjadi apakah positif atau negatif tergantung Konten apa yang di upload.

Dari interaksi tersebut peneliti melihat bahwa ada *hashtag – hashtag* baru yang diciptakan oleh anggota. #salamlegalisasi, atau #ganjabukannarkotika seringkali menghiasi kolom komentar yang dimana kolom tersebut merupakan wadah dari interaksi yang dilakukan oleh anggota Lingkar Ganja Nusantara Bandung atau pengunjung akun Instagram @LGNBandung

#### 4. Pengalaman media dari akun Media Sosial instagram @LGNBandung

Selain untuk interaksi akun ini juga digunakan untuk mengangkat eksistensi dari anggota Lingkar Ganja Nusantara di *cyberspace*. Akun yang dibentuk dengan motif ingin menyediakan wadah bagi para pejuang yang pro terhadap legalisasi ganja pada *cyberspace*. Selain itu akun ini pun menjadi wadah aspirasi anggota serta menjadi media tatap muka anggota Lingkar Ganja Nusantara Bandung di *cyberspace*, yang pada akhirnya akun ini pun menghasilkan efek tersendiri bagi anggota atau pun menghasilkan artefak budaya dari budaya internet yang dilakukan oleh anggota dan akun @LGNBandung. Selain dari pada itu @LGNBandung menjadikan akun ini menjadi suatu simbol dari rasa fanatis pada suatu hal yang disebut dengan *culture fans*.

#### 5. Aktivitas Komunikasi Lingkar Ganja Nusantara Bandung Melalui Dunia Siber (cyberspace) pada Akun Media Sosial @LGNBandung

menghasilkan budaya sebagai artefak budaya internet yang mereka lakukan. Akun yang dibentuk dengan motif ingin menyediakan

wadah untuk para pejuang yang *pro* terhadap legalisasi ganja di *cyberspace*. Akun ini berjenis akun *Gemeinschaft* yang diakibatkan dari kegiatan interaksi yang dilakukan, akun Instagram @LGNBandung mampu mengkontruksi menjadi sebuah sarana pada komunitas nyata (*offline*) menjadi sebuah ruang di dunia siber atau *cyberspace* untuk komunitas.

### 5.1. Saran

Dari penelitian yang peneliti lakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu :

1. Kepada peneliti yang akan melakukan penelitian dengan kajian sejenis dengan apa yang peneliti lakukan, khususnya bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia jurusan Ilmu Komunikasi, maka harus terlebih dahulu ikut terjun kedalam seluruh kegiatan subjek penelitian, agar nantinya bisa mendapatkan beberapa artefak budaya yang dapat dikaji lebih mendalam, dengan begitu budaya internet yang diteliti pun bisa lebih menjadi spesifik dan mendalam.
2. Kepada Universitas Komputer Indonesia khususnya bagi prodi Ilmu komunikasi diharapkan untuk memberikan studi – studi lain sebagai kajian suatu penelitian, sehingga para mahasiswa akan terus menggali dan menghasilkan penelitian – penelitian dengan metode terbaru. Ilmu komunikasi merupakan ilmu yang multidisiplin sehingga banyak metode penelitian yang akan dihasilkan, seperti etnografi virtual yang menjadi salah satu kajian yang dihasilkan dari ilmu komunikasi dalam memandang fenomena budaya internet.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

Ardianto, E. (2010). *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis

Cangara, Hafied. 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Effendy, O. U. (2010). *Ilmu Teori dan. Filsafat. Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya Bandung.

Effendy, O. U. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, O. U. (2010). *Ilmu Teori dan. Filsafat. Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya Bandung.

Hikmat, M.M. (2010). *Komunikasi Politik: Teori dan Praktek Dalam Pilkada Langsung*. Bandung: Simbiosis.

Hine, C. (2001). *Etnography virtual*. E-book : google.com.

Holmes, D. (2012). *teori komunikasi media, teknologi, dan masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hine, C. (2001). *Etnography virtual*. E-book : google.com.

Holmes, D. (2012). *teori komunikasi media, teknologi, dan masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kuswarno, E. (2008). *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran

Kuswarno, E. (2008). *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.

Liliwari, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana

Mulyana, Deddy, 2007. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Rosdakarya

Moleong, L. J. (2007). *Metodelogi Penelitian Kualitatif (edisi revisi)*. Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.

Mulyana, D. (2001). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosda Karya Bandung.

Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Rosda karya Bandung.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi antar budaya di era budaya siber*. Bandung: Simbiosia.

Nasrullah, R. (2014). *Teknik dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.

Nasrullah, R. (2015). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosia.

Nasrullah, R. (2017). *etnografi virtual*. Bandung: Simbiosia.

Prof Dr.H.M Burhan Bungin,S.Sos.,  
M.Si.2009.*Metodelogi Peneliian Kuantitatif:Komunikasi,Ekonomi,dan Kebijakan Publik serta ilmu-ilmu lainnya Jakarta:kencana*

Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2009.

Soedarsono, D. K. (2009). *Sistem Manajemen Komunikasi*. Bandung: Simbiosia.

Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (mix methods)*. Bandung: