

## Komunitas Film Online Sebagai Pembentuk Identitas Bersama Berbasis Instagram

Chrisdina, Chrisdina<sup>1</sup>, Siti Nurhaliza<sup>2</sup>, dan Adinda Gadis Christi Bramundita<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR

### ABSTRAK

Setiap individu memiliki ketertarikan yang sangat beragam. Ketertarikan akan hal yang sama menggiring terbentuknya komunitas. Seiring berjalannya waktu, komunitas dapat bertumbuh menjadi sangat besar dengan jumlah anggota yang banyak. Saat ini teknologi menjadi salah satu pendukung komunitas untuk dapat mengekspresikan dirinya lebih mudah dan murah. Secara fungsi komunitas hanya memenuhi keinginan pribadi seseorang untuk mendapatkan lingkaran pertemanan yang sama, tetapi kemudian berkembang menjadi sebuah kumpulan yang sangat solid berbasis loyalitas. Salah satu yang menarik adalah komunitas film online yang mampu membentuk sebuah identitas bersama. Para anggota dengan sukarela memberikan beragam ulasan pada film yang saat ini sedang tayang. Kerelaan menonton dan memberikan review tidak mendapatkan keuntungan secara finansial, tetapi membentuk sebuah identitas bersama. Melalui model Identitas Sosial Efek Deindividuasi, yang lebih dikenal sebagai model SIDE penelitian ini menggali perilaku bebas individu yang tergabung dalam komunitas di platform sosial media. Netnografi dilakukan untuk menemukan beragam percakapan yang terbentuk secara bebas pada dunia digital. Hasil yang didapatkan adalah prinsip *Common-Bond and Common-Identity Groups* dalam *Computer Mediated Communication (CMC)* dan SIDE terdapat pembentukan identitas bersama melalui komunikasi antar anggota komunitas karena adanya ketertarikan yang sama.

**Kata kunci:** Netnografi, media sosial, identitas bersama, komunitas, SIDE

## Online Film Community as a Formation of Shared Identity through Instagram

### ABSTRACT

*Each individual has a very diverse interest. Interest in the same thing led to the formation of a community. Over time the community can grow to be enormous with many members. Nowadays technology has become one of the community's supporters to express itself easier and cheaper. Functionally, the community only fulfils one's desire to gain the same circle of friendship but then develops into a solid group based on loyalty. One of the interesting ones is the online film community that is capable of forming a shared identity. Members volunteered to give a variety of reviews on the film that is currently on the screen. The reluctance to watch and give reviews doesn't gain financially but forms a shared identity. Through the Social Identity Effect Deindividuation model, better known as the SIDE model, this research digs into the independent behaviour of individuals who are integrated into communities on social media platforms. Netnography is done to find a variety of conversations that are freely formed in the digital world. The result is the principle of Common-Bond and Common-Identity Groups in Computer-Mediated Communication (CMC), where there is the formation of a shared identity through communication between community members because of the same interests.*

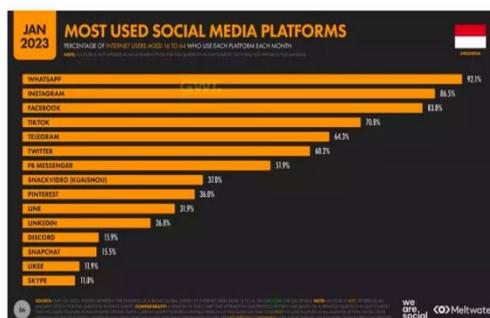
## PENDAHULUAN

Komunikasi melalui internet menjadi lebih populer sejak tahun 2014 mengikuti tingginya akses internet yang digunakan masyarakat luas, begitu pula dengan bertambahnya waktu yang masyarakat habiskan pada jejaring sosial atau pada laman *online* menurut kepentingannya. Pada hal ini sejalan dengan meningkatnya tren media sosial di Indonesia, yang tidak salah menjadi pilihan masyarakat untuk menghabiskan waktu menggunakan sosial media dan berselancar melakukan komunikasi online, baik pada seseorang yang sudah dikenal, ingin dikenal atau mengikuti tren dan mencari informasi pada laman yang bisa dituju melalui jejaring komunikasi online tersebut.

Perkembangan komunikasi yang didukung dengan teknologi menjadikan individu pengguna internet semakin meluas. Kenyamanan dalam penggunaan berbagai macam aplikasi membuat pengguna menghabiskan banyak waktu untuk berselancar tanpa khawatir akan ruang dan waktu Yasya et al., (2019). Alasan penggunaan pun beragam mulai dari berbisnis, berbelanja, mencari referensi, hingga menemukan lingkungan dengan ketertarikan yang sama. Bahkan tidak dapat dipungkiri internet dapat menjadi sebuah wadah untuk dapat membentuk sebuah identitas baru baik secara berkelompok maupun individu.

Pada penelitian Iriansyah et al., (2022) diungkapkan bahwa anggota dalam komunitas bisa memiliki partisipasi yang tinggi dalam berekspresi pada ruang media sosial yang luas, meskipun dengan perbedaan latar belakang dan memiliki *common* atau *interest* yang sama dalam komunitas daring karena sifatnya yang tidak lekang oleh ruang dan waktu. Pada keadaannya penolakan yang dilakukan komunitas keagamaan tersebut pada kolom komentar kemenag RI sebagai partisipasi yang beberapa memberatkan keputusan penetapan idul adha di tanah air. Hal ini juga yang muncul pada dinamika komunitas berbasis internet.

Adanya sosial media dianggap memudahkan masyarakat mendapatkan akses dan menghubungkan sesuatu dengan sesuatu juga seseorang dengan orang lainnya, banyaknya platform yang menyediakan layanan komunikasi menjadikan sosial media menjadi pilihan favorit baik dari segi komunikasi antar individu atau mengekspresikan pendapat baik melalui foto, video dan tulisan Cahyono, (2016) salah satunya adalah Instagram. Platform yang menduduki peringkat kedua sebagai media sosial yang sering digunakan masyarakat Indonesia Gustiandi et al., (2022) yang menjadikan beberapa akun berinisiasi membagikan sesuatu yang menjadi hobi atau *interest* kebanyakan orang dan pada data terbaru (We Are Social, 2023) tercatat 86,5% populasi Indonesia yang menggunakan platform instagram, yang penggunanya tidak hanya dapat berkomunikasi, tetapi juga merepresentasikan diri, berkolaborasi bahkan berbagi informasi kepada sesama pengguna sosial media, yang mana sering juga menjadi adanya ikatan sosial secara virtual, sehingga di dapati adanya komunitas *online* dalam Instagram (Ratih & Udi, 2022).



**Gambar 1. Pengguna Media Sosial di Indonesia**

Sumber: We Are Social (2023)

Berdasarkan data di atas nampak kebiasaan masyarakat Indonesia dalam menggunakan sosial media Instagram cukup tinggi. Penggunaan tersebut tersebar berdasarkan beragam kebutuhan, tidak terkecuali pembentukan komunitas. Platform Instagram yang memiliki tujuan dan fungsi utama sebagai media berinteraksi antar pengguna, baik itu berbagi foto, video pendek, hingga mengirimkan pesan. Fitur yang tergolong lengkap tentunya memudahkan para penggunanya untuk terus beraktivitas secara daring. Hal itulah yang menjadikan Instagram tidak hanya digunakan secara individu tetapi juga dianggap dapat berfungsi pada kegiatan berkelompok. Pertemuan komunitas yang terjadi secara fisik lambat laun bertambah menjadi berbasis internet dan dapat memiliki anggota yang sangat luas.

Kenyaman dalam menggunakan media sosial menjadi nyaman karena identitas individu dapat tersamarkan. Legitimasi sebuah akun juga menjadi perhatian para pengikutnya. Akun yang dianggap tidak memiliki legitimasi atau kurang jelas pengagasnya tidak menjadi pilihan bagi calon pengikut. Seperti dalam sebuah penelitian ditemukan bahwa individu dengan nama pengguna yang disamarkan atau anonim lebih banyak ditemukan pada laman berita yang tidak memiliki *legitimacy* atau akun gosip dibandingkan dengan akun berita gosip yang memiliki lisensi (Wicaksono et al., 2017)

Berkomunitas secara online menjadi trend di Indonesia, terlebih sejak terjadinya perubahan sosial akibat pandemi COVID-19 juga bertumbuhnya antusias masyarakat pada kelompok dan *needs* tertentu membuat tren berkomunitas secara *online* terjadi dan diminati (Sjoraida et al., 2021). Pertumbuhan komunitas online terus muncul bukan mulai dari yang berbasis ketertarikan politik, hobi, gaya hidup, hingga akademis. Hal yang menarik dari fenomena tersebut adalah bagaimana komunitas yang dibangun berbasis kebersamaan ketertarikan dengan dukungan teknologi internet dapat membuat para anggotanya memiliki identitas bersama yang solid.

Salah satu komunitas *online* yang didapati adalah Catatan Film, salah satu akun Instagram komunitas film dengan jumlah pengikut 2,6 juta. Kegiatan yang dilakukan adalah kolaborasi konten atau wiki. Terbagi menjadi beberapa genre seperti drama, horror, aksi, dan *superhero*. Anggota dari komunitas ini secara konsisten melakukan review film –film terkini secara

sukarela. Dijalankan oleh admin yang aktif, menjadikan akun Instagram komunitas ini terus terisi dan konsisten dengan topik. Jumlah pengikut yang cukup banyak juga mendukung konten yang disajikan dapat dibaca bahkan dilakukan unggahan ulang (*repost*) yang cukup sering.

Hal unik yang juga dibetuk oleh komunitas Catatan Film adalah membentuk sebuah tim yang beri nama 'Sobat Review' yang berisikan para anggota yang secara sukarela memberikan ulasan pada film yang telah ditonton. Ulasan dari anggota tim tersebut akan diunggah pada lama Catatan Film yang mencantumkan nama serta akun Instagram penulisnya. Selain itu komunitas juga akan *tag* akun Instagram penulis. Mekanisme tersebut menjadikan anggota semangat untuk terus menuliskan ulasan karena dapat memperluas jaringan melalui internet.

Setiap komunitas memiliki aturan yang harus dijalankan sehingga fungsinya tidak akan melenceng dari tujuan ketika diresmikan. Pada Catatan Film tidak semua ulasan dapat diunggah, melainkan melewati proses seleksi yang dilakukan oleh tim yang telah ditentukan. Poin-poin yang menjadi perhatian adalah cara penulisan yang sopan, tidak menyinggung SARA, tidak bermuatan politik, dan tidak mengandung konten agama tertentu. Pembahasan dilakukan melihat dari sudut pandang naskah, teknik cinematografi, dan pemeran. Seleksi dilakukan agar isi, cara penulisan, dan image yang ditayangkan dapat mencerminkan ciri khusus dari komunitas. Kekhususan tersebut menjadi sebuah identitas bersama bagi para anggotanya.

Keunikan berkembangnya sebuah identitas kelompok melalui komunitas yang terbentuk berbasis media sosial Instagram menjadi menarik untuk dikaji lebih dalam. Pertanyaan penelitian yang muncul adalah bagaimana komunitas Catatan Film melalui Instagram dapat membentuk identitas bersama pesertanya. Sehingga penelitian ini menjawab tujuan penelitian yaitu mengidentifikasi terciptanya identitas bersama melalui komunitas film *online* yang ditelaah melalui tahapan pemikiran yang dimunculkan pada kelompok studi *Computer Mediated Communication. Social Identity model Deindividuation Effects (SIDE)* menjadi model dalam penelitian ini sehingga dapat memberikan penjabaran secara terstruktur dan mudah dipahami. Berbasis studi sosiologi, SIDE mampu digunakan dalam penelitian yang memahami gejala perilaku secara kelompok dalam kehidupan sosial.

Akar model ini dapat ditelusuri lebih dari dua abad ke belakang hingga akarnya dalam konsep deindividuasi. Adanya deindividualisasi pada individu di social media beberapa kasusnya diawali dengan terbentuknya identitas anonym agar dapat melebur pada kelompok tertentu. Bentuk anonym juga membuat seseorang dapat menuliskan komentar berlandaskan kebebasan berekspresi. Identitas asli yang tidak dimunculkan menimbulkan kenyamanan dan rasa percaya diri.

*Computer Mediated Communication* atau CMC diketahui sebagai komunikasi manusia yang terjadi melalui komputer dan teknologi berbasis internet. CMC mencakup berbagai bentuk komunikasi, termasuk email, pesan instan, obrolan *online*, media sosial, konferensi video, dan lainnya. Dalam CMC, orang berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain dengan menggunakan perantara teknologi digital. Dijelaskan bahwa *CMC can be considered as a subdiscipline situated within the broader field of communication. Like interpersonal*

*communication, group communication, organizational communication, and other areas within communication science, CMC focuses on a specific of questions, variables, and theories of human communication* (Carr, 2021). Artinya CMC merupakan pemikiran yang dasari beragam kegiatan komunikasi yang banyak dilakukan oleh manusia melalui perangkat atau teknologi.

CMC menjadi sebuah gaya komunikasi yang terjadi pada dunia modern dan banyak berkembang ketika diimplementasikan pada berbagai macam fenomena komunikasi. Salah satu pengembangan dari studi CMC adalah dimunculkan *Social Identity model Deindividuation Effects* (SIDE). CMC memiliki model bernama SIDE, atau Model Identitas Sosial Efek Deindividuasi yang menjelaskan bagaimana individu mungkin bertindak dan berkelompok dengan orang lain ketika individu mengalami deindividuasi. Akar model ini dapat ditelusuri lebih dari dua abad ke belakang hingga akhirnya dalam konsep deindividuasi. adanya deindividualisasi pada individu di social media beberapa kasusnya diawali dibentuknya identitas anonim untuk melebur dan menulis komentar berlandaskan kebebasan berekspresi tanpa perlu diketahui siapa individu tersebut pada dunia nyata.

Menurut Blackbyrn (2023), SIDE memiliki 4 komponen yaitu 1) identitas sosial, mengacu pada identifikasi individu dengan kelompok tertentu. Identifikasi ini didasarkan pada karakteristik, keyakinan, nilai, dan norma yang dimiliki bersama. Identitas sosial membentuk perilaku individu dalam suatu kelompok dan mempengaruhi sikap, pendapat, dan tindakannya; 2) anonimitas, mengacu pada keadaan anonim atau tidak dapat diidentifikasi sebagai individu dalam suatu kelompok. Anonimitas mengurangi rasa tanggung jawab dan akuntabilitas pribadi seseorang. Hal ini juga dapat menyebabkan hilangnya kesadaran diri dan kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan norma dan nilai kelompok; dan 3) akuntabilitas, mengacu pada sejauh mana individu bertanggung jawab atas tindakan mereka. Ketika individu dimintai pertanggungjawaban atas perilakunya, mereka cenderung bertindak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial. Dalam lingkungan kelompok, akuntabilitas dapat memoderasi dampak anonimitas dan deindividuasi.

*Ingroup and Outgroup* adalah bagaimana komunitas mendahulukan kepentingan komunitas dan menjadikan identitas komunitas seragam dan memiliki kesamaan signifikan dalam komunitas, sedangkan *outgroup* bagaimana komunitas melihat individu lain diluar daripada komunitas yang diikuti Carr (2021) sering ditemukan cara melihat seseorang yang menjadi terlihat diluar daripada kelompoknya sebagai musuh dan biasa ditemukan pada komunitas yang memahami sesuatu dengan menutup pendapat selain daripada bagian komunitas didalamnya (Norwanto & Risdianto, 2022). *Common-Bond and Common-Identity Groups* diketahui sebagai perkumpulan individu yang disatukan dan memelihara hubungannya karena ikatan individu satu dengan yang lainnya. Ikatan ini didasari dengan kesamaan dalam ketertarikan dan persatuan pada hobi yang sama, biasanya ikatan kelompok ini tetap memiliki ikatan bersama karena mereka memiliki *common interest* pada satu hal. Biasanya kelompok ini berbasis hubungan (termasuk persaudaraan/perkumpulan mahasiswa, pemain peran live-action [LARPer], dan keluarga) sering disebut sebagai contoh kelompok yang memiliki ikatan yang sama.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Moleong (2016) memberi makna penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena penelitian yang berkaitan dengan fenomena yang dapat di deskripsikan secara bahasa dan kata-kata. Netnografi sebagai metode riset yang digunakan untuk mengungkap kebiasaan dan interaksi yang dilakukan melalui media teknologi komunikasi. Dengan penelitian ini peneliti mempelajari pola interaksi dari kelompok daring.

Pada observasi dalam netnografi awal tujuannya adalah untuk perencanaan untuk memilih komunitas *online*. Pada langkah selanjutnya mengidentifikasi dan seleksi mengacu pada menentukan dan menganalisis komunitas *online* yang dipilih. Pada penelitian ini @Catatanfilm ketiga jenis pengumpulan data adalah ekstraksi data. Langkah pertama dalam analisis dan interpretasi adalah menelusuri data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Hasil akhirnya adalah ringkasan temuan penelitian (Kozinets, 2015).

Teknik observasi daring mengumpulkan data melakukan pengamatan komentar pada unggahan @Catatanfilm. Observasi dilakukan dengan mengamati kolom komentar pada beberapa postingan yang mendapatkan *likes* lebih dari 1.000. Reaksi dari anggota komunitas atau pengikut dari @Catatanfilm juga menjadi objek observasi dalam penelitian ini. Seluruh unggahan yang dipilih kemudian dikelompokkan berdasarkan keempat komponen daei SIDE. Data yang berada diluar komponen-komponen tersebut kemudian direduksi. Pada proses analisis hasil penelitian dituliskan secara deskriptif menjelaskan bagaimana identitas bersama pada pengikut @Catatanfilm terbentuk.

Selanjutnya peneliti melakukan pengujian dengan konfirmabilitas yaitu mengkonfirmasi dari penulis atau beberapa sumber (Sofyan, 2022). Sumbae yang digunakan adalah pembuat konten Sobat Review dengan unggahan yang terdapat *tag* dari @Catatanfilm. Melalui metode ini peneliti dapat melihat bagaimana sebuah komunitas berbasis Instagram dapat berfungsi sebagai pembentuk identitas kelompok.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai komunitas, @Catatanfilm menyediakan ruang untuk anggota komunitas berpartisipasi dalam memberikan konten. Melalui *content writer team internal* penulisan ulasan oleh pengikut akun diatur agar sesuai dengan tujuan serta karakteristik @catatanfilm. Pengikut akun dapat memilih berperan sebagai penulis atau relawan yang melakukan kurasi pada tulisan yang dikirimkan. Ulasan yang ditulis dilakukan oleh para pengikut, sedangkan relawan harus bergabung terlebih dahulu pada bagian dari komunitas yang diberi nama Sobat Review. Setelah bergabung relawan akan diberikan tuntunan untuk melakukan kurasi berdasarkan gaya penulisan, penggunaan bahasa, dan urutan penulisan agar muncul keseragaman yang menghasilkan ciri khas komunitas. Melalui Instagram secara konsisten admin mengunggah mekanisme pengiriman tulisan yang dilengkapi dengan format yang telah ditentukan.



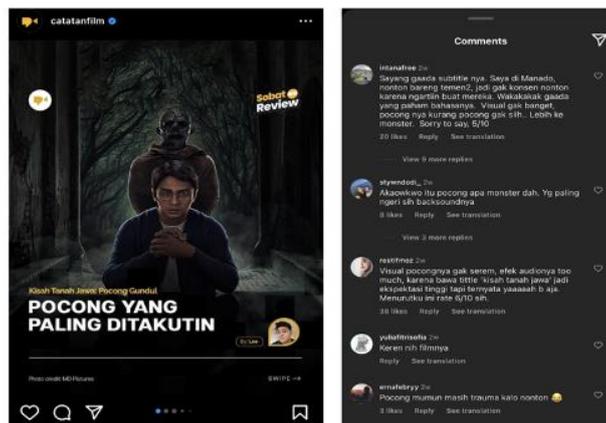
**Gambar 2. Unggahan Penawaran Mengirimkan Ulasan**

Sumber: @catatanfilm

Pada unggahan di atas nampak @catatanfilm sudah menentukan bagaimana ciri yang harus dimunculkan agar tidak terdapat kesamaan dengan komunitas film lainnya. Mengamati berbagai macam unggahan nampak tidak ada pengikut yang kelkuar dari format yang diminta. Secara sukarela para pengikut menuliskan ulasan dengan bahasa yang santun serta tidak menjelek-jelekan film yang diulas. Perilaku ini tentunya terkait erat dengan 'aturan' yang sejak awal dibangun oleh @catatanfilm melalui Sobat Review. Penulisan yang tidak agresif tentunya menjadikan akun ini semakin banyak memiliki pengikut, dan semakin banyak ulasan dari berbagai macam film.

Hal yang juga menarik adalah membaca beragam reaksi dari pengikut dan pembaca konten. Ulasan yang bernuansa santun serta tidak memojokan film yang diulas, menjadikan komentar yang bermunculan juga bernada positif. Hingga akhir pengamatan tidak ditemukan ujaran kebencian yang dituliskan pada kolom komentar. Reaksi yang muncul mengarah pada masukan atau alternatif bagaimana seharusnya film tersebut digarap.

Ulasan yang muncul pada @catatanfilm lebih fokus pada berita seputar film, actor, cinematografi, hingga pembahasan yang dikaitkan dengan teori tertentu. Para pengikut tidak jarang diakhir ulasan memebrikan saran atau ajakan untuk menonton film tersebut. Para pembaca unggahan @catatanfilm juga bisa mendapatkan gambaran film yang akan datang. Pembaca tidak merasa terganggu dengan ulasan yang diberikan, justru mereka merasa terbantu sehingga tidak akan salah dalam memilih film apa yang akan ditonton. Sebagai bentuk terimakasih pembaca unggahan tidak ragu untuk memberikan ucapan terima kasih atau memuji si pembuat ulasan.



Gambar 3. Unggahan Ulasan Film

Sumber: @catatanfilm



Gambar 4. Unggahan Trivia

Sumber: @Catatanfilm

Unggahan lain adalah trivia, yaitu pengumpulan fakta yang disajikan berdasarkan film tertentu atau bisa juga diartikan sebagai sebuah permainan. Topik yang dipilih merupakan kewenangan dari @catatanfilm. Para pengikut atau orang yang membaca unggahan dapat dengan bebas memberikan komentar dan saling menjawab satu dengan lainnya. Dari pengamatan peneliti cukup banyak akun yang merespon dengan positif dan pembicaraan melalui fitur komen tidak menyerang satu dengan lainnya. Perilaku ini dapat dikategorikan deindividuasi, yaitu rasa nyaman yang muncul dalam bentuk memberikan komentar sesuai dengan norma yang dibentuk oleh komunitas.

Salah satu percakapan yang cukup panjang terjadi pada trivia film dokumenter *Ice Cold*. Pada kolom komentar terlihat pengikut akun memberikan tanggapan berdasarkan sudut pandang masing-masing. Diskusi panjang terjadi dengan pembahasan yang bergulir dari satu topik ke topik lainnya. Isi percakapan yang diawali dengan bagaimana teknik film dokumenter yang dibuat dengan menyuguhkan efek dramatisasi hingga diskusi hukum mengalir dengan baik tanpa ada yang disudutkan atau menimbulkan ujaran kebencian. Opini kritis dari anggota komunitas juga terjadi berdasarkan stimulus yang diberikan oleh @catatanfilm.



**Gambar 5.** Unggahan Selain Film  
Sumber: @Catatanfilm

Hal lain yang juga menarik bagi peneliti adalah munculnya unggahan yang tidak terkait dengan film tertentu. Seperti pada contoh diatas mengenai lomba membuat video pendek dengan hadiah uang tunai. Komentar yang muncul tidak mengarah pada diskusi tertentu, tetapi fokus pada lomba yang diumumkan. Peneliti tidak melihat adanya komentar yang bernada negatif atau hujatan atas unggahan tersebut. Ini memperlihatkan bahwa melalui komunitas @catatanfilm ini terbentuk perilaku ayng sntun serta mendukung berbagai amcam kegiatan ayng terkait dengan film. *Outgroup Community* yang muncul dalam unggahan tertentu tidak dinggap sebagai sebuah gangguan. @catatanfilm tidak membatasi unggahan yang dimunculkan oleh pihak lain selama masih memilik kaitan dengan kegiatan perfileman.

Sebagai pembentukan *Social Identity* @catatanfilm berfokus pada pembentukan dan penguatan komunitas dengan menyeragamkan teknik penulisan yang disertai dengan editorial prosedur yang jelas. Dengan demikian penyajian konten akan memiliki cri khas serta itu yang memebentuk identitas bersama para anggota komunitas. Ulasan yang dituliskan bukan hanya bentuk dari pemikiran seseorang saja tetapi juga merepresentasikan @catatanfilm sebagai sebuah komunitas berbasis internet. Penggunaan akun Instagram dan WhatsApp menjadi sebuah kombinasi yang baik dalam menerapkan 'identitas' komunitas yang harus dipatuhi oleh anggotanya.

Pemikiran melalui model SIDE juga memunculkan kondisi *Anonymity*. Pada @catatanfilm ini terjadi diantara para relawan Sobat Review yang tidak mengenal satu dengan lainnya identitas sesungguhnya. Para anggota menjadi satu kesatuan berdasarkan ketertarikan yang sama tanpa mempermasalahkan latar belakang yang ada. Seluruh interkasi berjalan karena memiliki fokus yang sama dan saling mengisi satu dengan lainnya dengan pengetahuan yang dimiliki. Kenyamanan akan kondisi *Anonymity* menjadikan percakapan melalui media sosial ini berjalan dengan lancar. Pemahaman akan karateristik masing-masing anggota terbentuk dari percakapan seputar film yang merupakan ketertarikan bersama.

Pada *Common-Bond and Common-Identity Groups* peneliti menemukan bahwa kesamaan yang didapati sama adalah ketika anggota @catatanfilm memiliki kesamaan cara pandang yang sama dan keteratiran yang sama pada film. Hal ini menjadikan setiap anggota memiliki keteriakatan satu dengan lainnya. Perasaan yang sama yaitu keinginan untuk berbagi pendapat mengenai sebuah film menimbulkan kenyamanan. 'Bahasa' yang digunakan juga menjadi sama dan terbentuk menjadi sebuah identitas bersama. Artinya ketika terjadi percakapan maka tidak jarang terma yang muncul sangat khas dan dapat dipahami bersama. Begitu juga dengan susuna kalimat yang dimunculkan. Seperti diungkapkan oleh Claudian salah satu anggota komunitas @catatanfilm "Jadi karena aku suka banget nonton, entah itu film, drama, series, anime, pokoknya apapun yang bisa ditonton. dan karena aku seneng nulis, seneng mengulas sesuatu. dan dari dua alasan itu, menurutku kegiatan yg dilakukan sebagai Volunteer itu relate sama aku, jadi atas dasar itu aku memutuskan untuk daftar menjadi sobat review di catatanfilm".

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa anggota komunitas memerlukan tempat untuk dapat mengekspresikan dirinya. Ekspresi pada komunitas @catatanfilm adalah bagaimana ulasan dapat diwadahi. Dengan karakteristik media sosial tentunya anggota komunitas ini juga berharap akan mendapatkan reaksi yang baik yang dapat berkemabgn menjadi sebuah percakapan.

Pendapat lain dari Harky yang juga anggota komunitas @catatanfilm "Karena memang suka nonton film dan suka menulis. Jadi seneng aja bisa gabung sama orang yang kesukaannya sama". Sedangkan Ziza mengatakan bahwa "Karena aku suka nonton film dan merekomendasikan film di akun pribadi aku, dan aku juga suka menulis juga ikut kegiatan ini untuk menambah portofolio." Nampak dari keduanya bahwa kegemaran menonton film bukan hanya sebagai penonton tetapi juga ingin memberikan pendapat yang dapat diterima oleh orang lain. Komunitas berbasis internet ini dianggap sebagai media yang dapat mewadahi keinginan tersebut.

Akuntabilitas adalah salah satu poin yang ada pada model SIDE, yaitu bagaimana individu bertanggung jawab akan perbuatannya. Dalam konteks komunitas online @catatanfilm, setiap anggota memiliki tanggung jawab yang terbentuk berdasarkan bentuk yang dirancang oleh pengurus. Melalui batasan-batasan yang telah ditentukan, dengan sukaela dipatuhi oleh setiap anggota. Hal ini terjadi karena setiap anggota merasa terwakili oleh jenis komunitas ini dan merasa memiliki identitas yang sama yaitu memberikan ulasan pada film dengan tujuan berkontribusi. Kurasi yang dilakukan sebelum ulasan diunggah juga menjadi sebuah proses akuntabilitas yang terjadi. Para anggota tidak merasa keberatan dengan proses tersebut karena ada rasa kepuasan tersendiri ketika pendapatnya disetujui.

Bentuk lain yang membuat kesamaan identitas tersebut semakin kuat adalah bentuk penghargaan yang diberikan ketika menjadi relawan pada Sobat Review. Apresiasi yang diberikan bukan dalam bentuk materi tetapi dalam bentuk penerbitan sertifikat serta terbukanya kemungkinan untuk berdiskusi dan memperkaya diri dengan berbagai macam pandangan-pandangan yang didapatkan saat berdiskusi. Seperti diungkapkan Claudia "Meskipun tidak

berbayar (unpaid), aku tetap bisa mendapatkan benefit, misalnya aku bisa bertemu sama temen-temen yg satu frekuensi, sama-sama suka nonton dan diskusiin tontonannya. selain itu, aku bisa dapetin benefit datang ke screening atau premiere film, jadi aku bisa nonton duluan gitu, plus bisa dapet merchandise”

Berbeda dengan Claudia yang merasa senang bertemu dengan teman yang dirasa memiliki ketertarikan dan frekuensi yang sama serta merasa bangga dapat menghadiri premiere film yang akan tayang, Harky berpendapat lain. “Merasa menjadi bagian dari komunitas, karena aku menulis dengan cara aku, mengikuti aturan dan SOP yang dibuat oleh editorial @catatanfilm untuk akun CF atau komunitas ini dan aku mendapat apresiasi berupa tag akun pada konten yang aku tulis dan juga sertifikat”. Nampak bahwa penentuan aturan yang baku membuat anggota menjadi nyaman dan tidak memperlakukan hal tersebut. Artinya rasa diakui dan terpilih menjadi penting.

Selanjutnya dalam pernyataan Ziza, “Aku ada keterikatan, karena sebelumnya hanya seorang penulis artikel untuk website, sekarang jadi reviewer aktif untuk konten khusus di media sosial, buat aku selain melihat dari sisi apresiasinya, ada benefit lain dengan menjadi bagian dari community CF, yaitu bisa ngebuat aku untuk memperluas relasi dengan kol perfilman dan disiplin dalam persiapan konten yang akan didistribusikan”. Pada pernyataan ini terlihat ada latar belakang yang berbeda lagi ketika bergabung dengan komunitas @catatanfilm. Memperluas jaringan pertemanan yang dianggap akan memberikan benefit tersendiri. Tentunya hal itu akan menjadikan seseorang lebih percaya diri dan bangga dengan identitas kelompok yang terbentuk.

## SIMPULAN

Identitas bersama yang terbentuk melalui komunitas dapat terjadi apabila terdapat aturan yang disepakai bersama oleh para anggotanya. Melalui rancangan peraturan maka keseragaman identitas yang dibentuk oleh sebuah komunitas akan berjalan dengan lancar. Setiap anggota akan secara sukarela menjadi perwakilan dari komunitas tanpa mengaitkan latar belakang masing-masing anggotanya. Seluruh kegiatan yang sifat sukarela dapat terus terjaga, bahkan tidak tertutup kemungkinan melalui komunitas akan muncul identitas baru bagi anggotanya. Tidak adalagi perilaku yang mewakili diri sendiri, melainkan representasi kelompok.

Media sosial dalam hal ini Instagram berperan cukup besar dalam memberikan keleluasaan anggota komunitas untuk mengekspresikan dirinya. Penggunaan identitas lain yang masuk dalam *Common-Bond and Common-Identity Groups* terbentuk karena muncul rasa diterima, memiliki ketertarikan yang sama, dan mewakili kelompok yang sama. *Social Identity* terbentuk ketika anggota diakui pemikirannya sehingga dengan sukarela menerima pembentukan identitas yang seragam bagi seluruh anggotanya. Keseragaman tersebut membentuk rasa bangga karena menjadi bagian dari @catatanfilm.

Anggota komunitas menjaga akuntabilitas tanpa ada paksaan. Ketertarikan yang sama pada film menjadikan anggota bertanggung jawab akan setiap tidakannya ketika berada dalam

komunitas. Berdasarkan berbagai macam unggahan terlihat bahwa percakapan yang terjadi sangat terjaga. Perilaku yang sama pada setiap anggota muncul sebagai sebuah identitas kelompok yang sangat terlihat cirinya.

Penggunaan media sosial tidak dapat dipungkiri membantu pembentukan identitas bersama menjadi nyaman bagi anggotanya. Tidak ada paksaan untuk memunculkan identitas diri sesungguhnya. Setiap anggota dapat bergabung menjadi individu berdasarkan ketertarikan yang sama bukan latar belakang yang sama. Hal ini menjadikan identitas bersama terbentuk dan membuat komunitas dapat semakin terus berkembang. Tentunya akan banyak hal positif yang bisa terus dilakukan tanpa mengubah format komunitas daring.

## DAFTAR PUSTAKA

- Blackbyrn, Sai. (2023, September 16). *Social identity model of Deindividuation effects: A comprehensive guide*. Coach Foundation. <https://coachfoundation.com/blog/social-identity-model-of-deindividuation-effects/#4-components-of-side->
- Cahyono, S. A. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Carr, C. T. (2021). *Computer-mediated communication: a theoretical and practical introduction to online human communication*. The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc.
- Farid, M., Farhah, E., & Budaya, K. (2021). Pemanfaatan Algoritma Instagram dalam Meningkatkan Promosi ODTW Budaya (Studi Kasus di @KampungbudayaPijiWetan). *Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 22(1).
- Fatma Sjoraida MSi, D., Padjadjaran, U., Raya Bandung Sumedang, J. K., Sumedang, K., Barat, J., Fatma Sjoraida, D., Dewi, R., Noorlistyanto Adi, A., & Kirana Dipa, A. (2021). Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat. *PRofesi Humas*, 6 (1), 89–110.
- Gustiandi, S., Kurniadi, T., Lubis, A. R., Aas, N., & Rohmah, F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga. *KAMPRET Journal*, 1(2), 17–23. [www.plus62.isha.or.id/index.php/kampret](http://www.plus62.isha.or.id/index.php/kampret)
- Hartanti, F., Santi, I. N., Zahara, Z., & Wirastuti, W. (2024). Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Sofie Localfood. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(1), 76–80. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i1.919>
- Iriansyah, A., Gafallo, Y. F. M., & Adiansyah. (2022). Budaya Partisipasi Dan Resistensi Komunitas Keagamaan Di Media Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 26(1), 1–16. <https://doi.org/10.17933/jskm.2022.4780>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography : redefined* (Vol. 2).
- Norwanto, N., & Risdianto, F. (2022). The Norm Establishment in WhatsApp Group Conversations. *Journal of Language and Literature*, 22(2), 504–516. <https://doi.org/10.24071/joll.v22i2.4810>
- Ratih, P., & Udi, R. (2022). Karakteristik Komunitas Hong di Media Sosial Instagram pada Web 2.0. *Cakrawala-Jurnal Humanioran Dan Sosial*, 22(2), 84–88. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>

- Siregar, A. A., Zahra, M., Rambe, R., & Marpaung, Z. N. (2023). Studi Masyarakat Sosial dalam Perspektif Kelompok Sosial dan Stratifikasi Sosial. *Jurnal Faidatuna*, 4(2), 135–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.53958/ft.v4i2.223>
- Sofyan, S. (2022). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Penerbit Lindan Bestari.
- Syaharul, M. R., & Aestetika, N. M. (2022). Efektifitas Penggunaan Aplikasi Discord Dalam Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Pecinta Film. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 10 (1).
- Trisnani. (2018). Analisis Akses dan Penggunaan Media Sosial oleh Rumah Tangga dan Individu di Kota Batu Jawa Timur. *Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31504/komunika.v7i2.1627>
- Wicaksono, A., Irwansyah, Ilmu Komunikasi, M., & Pascasarjana UPH Jakarta, P. (2017). Fenomena Deindividuasi Dalam Akun Anonim Berita Gosip Selebriti Di Media Sosial Instagram. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 10(02). <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/pjk.v10i2.1335>
- Yasya, W., Muljono, P., Boro Seminar, K., Pascasarjana, S., Pertanian Bogor, I., Ekologi Manusia, F., Teknologi Pertanian, F., & Pertanian Bogor Jalan Raya Dramaga, I. (2019). *Effects Of Facebook Social Media Use And Online Social Support On Breastfeeding Behavior*.