



**Komunitas *Plane Spotter* – Kajian Netnografi Terhadap
Komunitas *Cyber* di Media Sosial Instagram
@indonesianspotters untuk Meningkatkan Eksistensi
Komunitas**

***Plane Spotter Community – A Netnographic Study of Cyber Communities
on Instagram @indonesianspotters to Increase Community Existence***

Ira Purwitasari¹, A Judhie Setiawan²

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. E-mail: ira_purwitasari@mercubuana.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana. E-mail: a.judhiesetiawan@mercubuana.ac.id

ABSTRAK

How to cite:
Purwitasari, Ira.
Setiawan, A Judhie
(2021). *Plane Spotter
Community-a
Netnographic Study
of Cyber
Communities on
Instagram
@indonesianspotters
to Increase
Community
Existence.*

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dampak teknologi internet dalam berbagai bidang kehidupan manusia, termasuk aktivitas komunitas *cyber*. Melihat fenomena munculnya keunikan komunitas *cyber* dengan berbagai aktivitas virtualnya penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Komunitas *cyber Plane Spotters* Indonesia dan melihat bagaimana aktivitas mereka yang mereka lakukan muncul di media sosial Instagram @indonesianspotters. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode netnografi. Kajian netnografi ini berfokus pada komunitas *cyber* yang melakukan aktivitasnya di dunia maya. Penelitian ini menyoroti kontribusi anggota komunitas *cyber* dalam memproduksi foto hobi penerbangan sekaligus bagaimana media instagram @indonesianspotters digunakan sebagai sarana eksistensi komunitas *cyber* dan distribusi informasi mengenai dunia penerbangan. Pesan-pesan instagram tersebut menjadi media sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat eksistensi komunitas virtual mereka sebagai fotografer aviasi Indonesia.

ABSTRACT

CONNECTED: Jurnal
Ilmu Komunikasi,
Vol.2, 2021.

This research is motivated by the impact of internet technology in various fields of human life, including cyber community activity. Seeing the phenomenon of the emergence of uniqueness cyber community with a variety of virtual activities the authors are interested in conducting research on Indonesian Plane Spotters Cyber Community and seeing how their activity that they implement on social media Instagram @indonesianspotters. This research uses qualitative approaches and netnography method. The present ethnographic study is being confronted with a cyber community that is conducting its activities in the virtual world. This research highlighted the importance of community members to take part in producing aviation photo in line with the messages they have sent on the instgram @indonesianspotters. The instagram messages were medium as part of efforts to strengthen their existence as Indonesian Plane Spotters.

Key Words: *Cyber Community, Digital Communication, Netnography, Indonesian Plane Spotters.*

1. Pendahuluan

Komunitas atau *community* merupakan sekelompok orang-orang memiliki minat, ketertarikan atau hobi yang sama. Komunitas adalah sekumpulan orang yang terus menerus melakukan berbagai hal secara bersamaan. Biasanya mereka melakukan ini untuk membangun hubungan pertemanan dengan orang lain secara *online* maupun *offline*, dengan berbasiskan pada hobi. Secara umum, setiap komunitas yang ada itu terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari siapapun karena komunitas muncul berdasarkan tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena beberapa individu memiliki hobi yang sama dan mempunyai ketertarikan yang sama dalam beberapa hal.

Komunitas berasal dari bahasa Latin "*communitas*" yang terdiri dari kata "*communis*" artinya masyarakat, publik, milik bersama atau banyak orang. Di zaman yang serba canggih, komunitas tidak hanya dilakukan melalui pertemuan nyata. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih makin mempermudah suatu kelompok untuk bertukar informasi hanya melalui media *online* atau *virtual*. Hal tersebut memberikan kemudahan bagi suatu kelompok untuk melakukan interaksi digital dengan memberikan informasi, opini dan *feedback* perihal suatu masalah tertentu, menembus batas-batas geografis. Manusia dapat berkirim pesan informasi meski dalam jarak ruang yang cukup jauh namun dengan waktu yang relatif cepat.

Manusia sebagai makhluk sosial melakukan berbagai interaksi dan komunikasi dengan makhluk hidup lainnya dengan cara berkumpul. Perkumpulan manusia yang melakukan aktivitas dengan tujuan yang sama disebut berkelompok. Seiring dengan perkembangan zaman, proses sosialisasi manusia menjadi hal yang lazim dilakukan untuk hal-hal yang positif. Misalnya, setiap hari Minggu pagi atau sore kita sering melihat komunitas-komunitas yang berkumpul di taman untuk membicarakan hal yang menjadi hobi atau kebiasaan yang sama. Komunitas merupakan proses interaksi manusia yang memiliki tujuan tertentu dan mengharapkan berbagai informasi yang menguntungkan.

Interaksi digital yang terjadi di internet tidak bisa dilepaskan dalam *social network*, karena dasar dari interaksi yang terjadi di media *online* tersebut merupakan refleksi dari interaksi yang terjadi di dunia nyata, tetapi dengan medium dan bentuk yang lebih bebas, kadang tidak terstruktur, hingga melepaskan identitas-identitas sosial yang selama ini ada di dunia nyata. Pada saat suatu komunitas tidak pernah bertemu secara intens, bahkan tidak saling mengenal antara satu dengan yang lainnya namun dapat memiliki tujuan yang sama, hal ini menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Sebagaimana dikemukakan oleh Rhiengold (2000:10) bahwa *the virtual community* berisikan orang-orang yang memiliki ikatan sosial yang sangat cair, batas ruang waktu dan tatap muka bukanlah hal yang utama.

Sebuah komunitas bila ditilik dari medianya dikategorikan menjadi dua bagian, yaitu komunitas *online* dan komunitas *offline*. Komunitas *online* merupakan komunitas yang aktivitas virtualnya tidak terbatas karena menggunakan media *online* sebagai saluran komunikasinya. Komunitas *online* lebih banyak memberikan pesan berupa informasi ke publik baik dalam negeri maupun luar negeri. Sedangkan komunitas *offline* adalah komunitas yang

proses sosialisasinya tidak menggunakan media *online* sebagai sarana penyaluran informasi, melainkan menggunakan tatap muka sebagai sarana untuk menyebarkan informasinya. Komunitas *online* atau *cyber community* biasanya digunakan untuk keperluan berbagi informasi yang bersifat positif, seperti pendidikan, pekerjaan, sosial, atau tujuan lainnya.

Ruang publik adalah tempat berkumpulnya masyarakat untuk menyatakan opini, kebutuhan, dan kepentingannya secara terbuka dan bebas. Komunitas *cyber* bermanfaat untuk menciptakan ruang publik baru di masyarakat tanpa batasan apapun. Masyarakat secara demokrasi dapat menyampaikan aspirasinya baik untuk anggota komunitas, maupun anggota komunitas lain. Komunitas *cyber* memberikan manfaat untuk menjalin silaturahmi dengan sesama anggota komunitas. Dengan menggunakan internet sebagai media *online* komunikasi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, sehingga komunikasi lebih *intens* dan menciptakan keakraban antara anggotanya.

Sebuah komunitas *cyber* biasanya terdiri dari anggota-anggota yang berbeda-beda ilmu dan pengalamannya. Komunitas *cyber* menjadi wadah masyarakat untuk bertukar informasi secara cepat dan menjalin silaturahmi. Hal ini dapat menguntungkan anggota komunitas karena komunitas *cyber* memberikan manfaat untuk memperluas jaringan atau koneksi pertemanan. Semakin banyak jaringan maka semakin memudahkan seseorang untuk mendapatkan teman baru dan pengetahuan baru. Masyarakat memanfaatkan komunitas *cyber* sebagai sarana untuk berbagi pengalaman. Komunitas yang merupakan perkumpulan dari berbagai kalangan tentu terdiri atas orang-orang yang memiliki pengalaman yang berbeda. Komunitas *cyber* memudahkan seseorang untuk berbagi pengalaman, sehingga seseorang dapat menjadikan pengalaman tersebut sebagai ilmu yang baru.

Di era digital sekarang ini, internet telah membentuk suatu kelompok baru yang disebut sebagai *cyber community* (komunitas maya). Rheingold dalam bukunya *The Virtual Community* (2000:11) menyebut komunitas maya ini sebagai *the virtual community* yaitu komunitas yang sangat cair, tanpa batas dan berada dalam ruang maya (*cyber space*). *Cyberspace* adalah ruang imajiner dimana aktivitas sehari-hari yang nyata bisa dilakukan di dalamnya tanpa harus melakukan komunikasi yang *face to face*.

Komunitas virtual terbentuk karena adanya individu yang memiliki kesamaan minat dan sering berinteraksi satu sama lain. Komunitas virtual memfokuskan diri dalam komunikasi dan interaksi yang dibentuk oleh partisipasi dan mengkhususkan pada hubungan antara anggota di dalam komunitas virtual dan peran dari teknologi informasi (Eid & Trueman, 2002:12). Internet menciptakan perubahan besar secara teoritis maupun praktis dalam bidang komunikasi. Secara akademis internet mengubah pemahaman kita mengenai media massa dan budaya komunikasi. Dari sisi praktis, internet menciptakan media baru dan memfasilitasi terbentuknya komunitas *cyber*. Hadirnya internet memberikan begitu banyak peluang yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk berbagi pesan berupa informasi positif dengan membentuk komunitas virtual. Seperti halnya komunitas *cyber plane spotter* Indonesia yang awalnya terbentuk di tahun 2010.

Plane spotter adalah orang yang melakukan aktivitas *plane spotting*. *Plane spotting* merupakan kegiatan melihat atau mengamati pergerakan

pesawat terbang baik sedang proses mendarat (*prepare for landing*), lepas landas (*take-off*) atau pergerakan pesawat terbang di apron, namun seiring dengan perkembangan jaman dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, orang juga mendokumentasikan pergerakan pesawat terbang tersebut dalam bentuk foto. Aktivitas *plane spotting* bisa berupa memonitor pesawat terbang dengan alat bantu, misal dengan kamera atau teleskop, mencatat nomor registrasi pesawat terbang dengan memonitor aplikasi *flight radar* di *smartphone*, memfoto pesawat terbang dan membuat video tentang pergerakan pesawat terbang. Semua aktivitas tersebut dinamakan *plane spotting*. Orang yang melakukan *plane spotting* disebut fotografer aviasi (*plane spotter*).

Salah satu aktivitas *plane spotting* yang saat ini populer adalah memfoto pesawat terbang yang bisa dilakukan di luar bandara, biasanya di daerah sekitar landasan pacu pesawat terbang, atau ketika sedang menunggu pesawat terbang berada di dalam terminal bandara. Para *plane spotter* biasanya juga merupakan seorang '*aviation geek*' – sering disingkat dengan sebutan *avgeek* - yakni orang yang memang sangat antusias dan menyukai dunia penerbangan, terutama sangat hobi dengan pesawat terbang. Seorang *plane spotter* atau *avgeek* tidak harus orang yang berlatar belakang pendidikan atau profesi di bidang penerbangan.

Aktivitas *plane spotting* dewasa ini sudah menjadi hobi unik terutama dikaitkan dengan salah satu genre fotografi yakni fotografi aviasi. Fotografi aviasi merupakan aktivitas fotografi dengan obyek fotonya adalah semua yang berkaitan dengan dunia penerbangan, bisa berupa pesawat terbang dan aktivitas apron di suatu bandara. Fotografi aviasi memiliki tantangan tersendiri bagi *plane spotter* (fotografer aviasi), yakni obyek foto berupa pesawat terbang sebagai 'model'nya adalah model yang tidak bisa diarahkan oleh sang fotografer dan hasil foto sangat dipengaruhi oleh faktor cuaca yang tidak bisa diprediksi karena sangat tergantung dengan cahaya alami (*natural light*).

Dari waktu ke waktu orang yang menyukai hobi unik ini semakin banyak di Indonesia, baik kalangan anak muda sampai dewasa. Dari hobi unik ini akhirnya muncullah satu komunitas unik *plane spotter* Indonesia yang berbasis pada media *cyber*. Komunitas *cyber* ini dinamakan *Indonesian Spotters*.

Manusia adalah makhluk sosial yang memiliki rasa ingin diakui di lingkungannya, terutama dalam sebuah kelompok. Pada dasarnya sebuah kelompok atau komunitas merupakan wadah bagi anggota untuk salah satunya menyalurkan hobi mereka. Realitas yang terjadi adalah banyak para *planes spotter* di Indonesia bergabung dengan komunitas bukan hanya untuk kepentingan menyalurkan hobi saja, namun ada keinginan dan motif lain yakni menegaskan keberadaan hobi *plane spotting* dan memperkuat eksistensi keberadaan mereka melalui sebuah komunitas.

Sementara itu, beberapa isu permasalahan yang sering dihadapi oleh para *plane spotter* di Indonesia pada saat melakukan hobi *plane spotting* adalah berkembangnya pendapat masyarakat umum bahwa kegiatan memoto pesawat terbang adalah kegiatan yang dianggap sebagai 'kurang kerjaan'. Hambatan yang cukup berat dihadapi oleh *plane spotter* Indonesia pada saat mereka melakukan *plane spotting* di kawasan luar sekitar bandara adalah

bahwa kegiatan mereka dianggap membahayakan dunia penerbangan oleh *Aviation Security (AvSec)*. Sehingga tidak jarang para *plane spotter* Indonesia tersebut di halau oleh Avsec karena dianggap kegiatan foto pesawat terbang tersebut membahayakan bagi dunia penerbangan.

Komunitas *cyber Indonesian Spotters* memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah media untuk mengangkat eksistensi keberadaan komunitas tersebut di Indonesia dan mancanegara melalui akunnya yakni *@indonesianspotters*. Keberadaan akun instagram tersebut diharapkan dapat menjadi media komunikasi *online* yang dapat mengkomunikasikan bahwa *plane spotting* adalah aman, karya foto aviasi yang positif sekaligus sebagai media untuk memperkokoh keberadaan atau eksistensi komunitas tersebut. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Saat ini instagram menjadi identitas personal ataupun komunitas untuk menampilkan jati diri mereka sebagai sekelompok orang yang memiliki kesamaan penilaian dan keinginan untuk mencapai satu tujuan bersama.

Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia bulan Januari tahun 2020 (*We are social & Hootsuite*) dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1: Ringkasan Pengguna Instagram di Indonesia (*We Are Social & Hootsuite, 2020*)

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), saat ini sudah 3,8 miliar penduduk dunia telah menggunakan media sosial. Jumlah ini lebih banyak orang daripada jumlah manusia di seluruh planet bumi pada tahun 1971. Pada tahun 2020, 3,8 miliar hampir setengah dari populasi dunia. Angka ini berasal dari laporan Digital 2020 dari *We Are Social*, yang melacak tren digital dan media sosial di seluruh dunia. Ada 321 juta orang baru bergabung dengan media sosial pada tahun 2019, yang menjadikan totalnya dari 3,48 miliar menjadi 3,8 miliar pengguna media sosial (meningkat 9%) pada tahun 2020. Sejalan dengan peningkatan penggunaan internet dan media sosial, jumlah populasi yang menggunakan berbagai perangkat teknologi komunikasi yang semakin canggih dan jumlah komunitas *online* yang terbentuk terus meningkat.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif lebih tepat apabila digunakan untuk

meneliti masalah-masalah yang membutuhkan studi mendalam (Bungin, 2007:69). Sedangkan metode yang digunakan adalah netnografi. *Netnography is a participant-observational research based in online fieldwork which uses computer-mediated communications as a source of data to arrive at the ethnographic understanding and representation of a cultural or communal phenomenon* (Kozinets, 2013:61). Netnografi adalah penelitian observasional partisipan yang berbasis di ranah *online* yang menggunakan komunikasi yang dimediasi oleh komputer sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi fenomena budaya atau komunal.

Menurut Bakry (2017:23) pengumpulan data dalam netnografi mencakup tiga jenis data yang berbeda, yaitu data arsip (peneliti meng-*capture* percakapan dalam kedua komunitas), data elisitasi (wawancara dengan *plane spotters* dan pengelola akun instagram @indonesianspotters melalui pesan *direct message* instagram).

Metode netnografi mencari *insight*, mencari tahu *why do people do what they do*, tidak hanya bersumber dari perkataan responden, melainkan diperkaya pula dengan hasil pengamatan baik dalam bentuk aktivitas maupun foto, gambar dan simbol yang berhubungan dengan hobi fotografi aviasi.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik-teknik dalam kajian netnografi seperti hadir dalam dunia maya atau akun media sosial Instagram @indonesianspotters yang menjadi wadah bagi komunitas tersebut untuk melangsungkan eksistensi keberadaannya. Beberapa wawancara dilakukan dengan menggunakan media internet (*chatting* dengan menggunakan fasilitas *Direct Message* di Instagram). Peneliti menilai aktivitas *online* saja belum cukup, karena ada beberapa hal yang tidak bisa peneliti dapatkan dalam aktivitas *online* seperti memahami alur produksi pesan foto di Instagram yang diunggah oleh pengelola akun Instagram @indonesianspotters. Meskipun komunitas *cyber* itu adalah sesuatu yang maya, namun para anggotanya merupakan orang-orang yang nyata. Dunia maya adalah dampak dari teknologi, dan secanggih apapun teknologi itu digerakkan oleh sesuatu yang nyata (manusia), oleh karenanya hadir untuk melihat bagaimana orang-orang yang nyata itu berperilaku di dunia maya menjadi hal yang menarik.

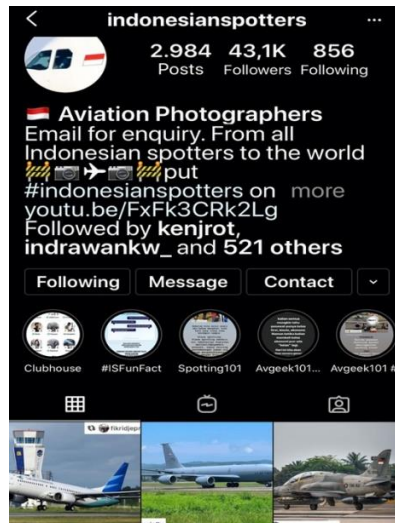
Prosedur berikutnya adalah mengumpulkan dan menganalisis data. Pada tahap ini, peneliti mengolah data berupa teks yang diambil dari akun instagram komunitas *cyber* @indonesianspotters. Kemudian peneliti juga dapat membuat catatan hasil pengamatan lapangan yang telah dilakukan terhadap akun tersebut.

Subjek penelitian ini adalah Komunitas *cyber* 'Indonesian Spotters'. Objek penelitian ini adalah akun media sosial Instagram @indonesianspotters yang merupakan *platform* yang digunakan sebagai media komunikasi untuk menunjukkan eksistensi komunal dan kontennya atau informasi yang di-*posting* (diunggah) untuk mencapai tujuan atau kepentingan grup komunitas.

3. Hasil dan Pembahasan

Indonesian Spotters merupakan komunitas *cyber* yang diinisiasi oleh beberapa *plane spotters* di Indonesia. Dengan slogan di ranah virtualnya adalah "*From all Indonesian Spotters to The World*", pada perkembangannya

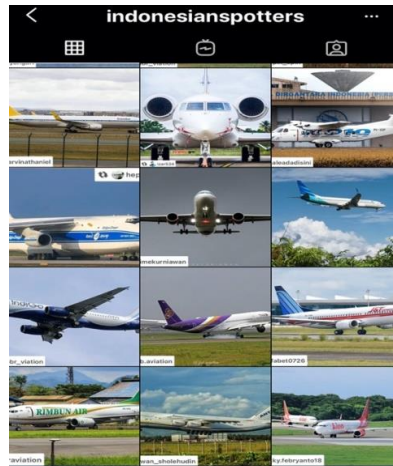
komunitas ini menarik minat bagi pecinta aviasi dari berbagai daerah di Indonesia. Komunitas ini berupaya merangkul *plane spotters* di Indonesia dengan membuka akun Instagram @indonesianspotters sebagai media komunikasi untuk mengakomodir para pecinta aviasi yang mengabadikan pesawat terbang dalam bentuk foto serta mempublikasikan karya *plane spotters* Indonesia (*repost content*) yang layak sebagai bentuk apresiasi, informasi aviasi dan eksistensi positif komunitas ini.



Gambar 2: Halaman Profil akun Instagram @indonesianspotters

Komunitas *cyber Indonesian spotters* pada dasarnya menyerupai *fanbase*, dengan berbagai aktivitas seperti mengadakan kegiatan *online* seperti literasi dan edukasi dunia aviasi serta menjalin relasi antar sesama pecinta aviasi. Komunitas *Indonesian spotters* bertujuan memberi sejumlah manfaat bagi para *plane spotters* di Indonesia. Kegiatan komunitas *cyber Indonesian Spotters* menggunakan media sosial instagram untuk mengkomunikasikan berbagai kegiatan *fanbase* yang memungkinkan mereka menginformasikan posting foto aviasi milik *plane spotters* Indonesia yang layak di-*repost* sebagai tanda apresiasi dan membagikan informasi *up-to-date* tentang dunia aviasi bagi para pecinta aviasi di Indonesia.

Perkembangan media internet dan media sosial di Indonesia membuat interaksi tidak hanya terjadi dalam aktivitas *offline* namun juga aktivitas di dunia maya atau *online*. Sama halnya dengan interaksi pada umumnya yang sudah menggunakan media sosial, interaksi di dalam komunitas *cyber Indonesian spotters* juga menggunakan media sosial dalam berinteraksi. Aktivitas *social networking* adalah aktivitas atau praktik di dalam komunitas *cyber* yang melibatkan anggota komunitas serta tujuannya untuk menciptakan dan meningkatkan ikatan antar pecinta aviasi (*plane spotters*). Ikatan antar pecinta aviasi memiliki peran penting dalam terciptanya interaksi yang berkelanjutan serta membangun suasana yang lebih homogen di dalam komunitas. Dalam aktivitas tersebut terbentuk hubungan sosial pertemanan. Para *plane spotters* tidak lagi canggung untuk bertanya dan mencari informasi terkait dunia aviasi kepada anggota lain yang berada di komunitas termasuk kepada pengelola akun instagram @indonesianspotters.



Gambar 3: Repost foto aviasi dari anggota sebagai salah satu bentuk interaksi digital dalam akun *Instagram @indonesianspotters*

Anggota komunitas ini tidak dibatasi usia. Keuntungan jika bergabung dengan komunitas ini adalah para *plane spotters* dapat menambah wawasan mereka tentang cara-cara melakukan *plane spotting*, jenis-jenis pesawat terbang komersial maupun versi militer yang memiliki fasilitas yang mumpuni dan kecanggihan teknologi transportasi udara masa kini sekaligus menambah pertemanan yang memiliki hobi yang sama. Bagi *plane spotters* Indonesia diharapkan untuk mencantumkan tagar #indonesianspotters (#IS) setiap memposting foto aviasi mereka di Instagramnya masing-masing – bagi foto yang layak dan sesuai kriteria - akan memperoleh kesempatan untuk dipilih dan di-repost oleh akun Instagram *@indonesianspotters*. Inilah bentuk partisipasi dan relasi antara komunitas plane spotters melalui akun media sosial Instagram *@indonesianspotters*.

Beberapa konten Instagram yang dirumuskan oleh pengelola akun Instagram *@indonesianspotters* adalah memanfaatkan fitur-fitur dalam media sosial Instagram, bersikap hati-hati dalam pengelolaannya, membuat *repost* konten yang bersifat apresiatif terhadap *plane spotters* Indonesia dan mengedukasi tetapi tetap menggunakan unsur-unsur yang dapat menarik perhatian khalayak penggemar dunia aviasi, serta penentuan waktu penyebarluasan informasi melalui media sosial Instagram.

Strategi yang pertama adalah mengatur tampilan profil akun Instagram *@indonesianspotters* sehingga semua *plane spotters* Indonesia yang menggunakan Instagram dapat melihat informasi yang diunggah dan juga mereka dapat terhubung langsung lebih jauh dengan akun dan pengelola akunnya.

Dari sisi komunitas *Indonesian Spotters*, biasanya untuk menunjukkan identitas sebagai *fandom*, penggemar aviasi akan menggunakan atribut yang berkenaan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia aviasi. Di mana kebanyakan dari mereka menggunakan *profile picture* bukan dari foto mereka sendiri, melainkan foto pesawat terbang hasil karya foto mereka atau foto diri mereka dengan latar belakang bertema aviasi, dan menggunakan nama modifikasi yang berkaitan dengan aviasi, sebagai contoh *@ahmad_aviation* - sebagai nama akunnya.

Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Sari (2012:10), di mana identitas dalam kelompok *cyberspace* atau identitas yang ada di media sosial bisa saja berbeda dengan identitas asli di dunia nyata. Hal tersebut dapat dilihat dari *avatar* akun Instagram seorang *plane spotters*, serta konten-konten yang ada di dalam sebuah akun di media sosial juga bahasa yang digunakan. Akun Instagram *@indonesianspotters* pun juga menggunakan identitas foto profilnya berupa bagian depan pesawat terbang, seperti yang bisa dilihat di gambar 2, serta penamaan akun yang juga relevan dengan perilakunya sebagai *aviation geek*.

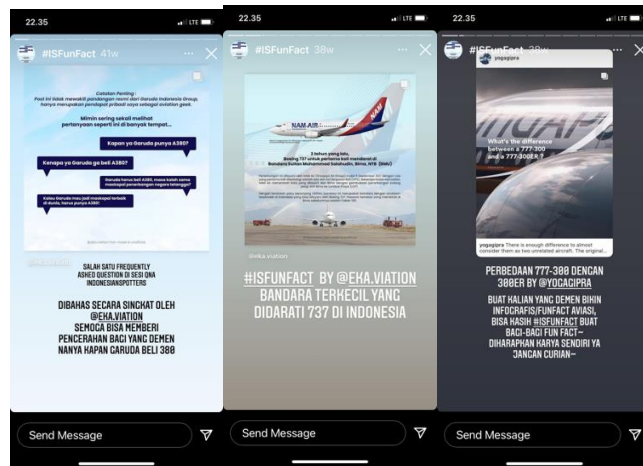
Setelah mengatur tampilan profil akun Instagram, pengelola akun Instagram *@indonesianspotters* membuat konten-konten yang sifatnya dapat menarik perhatian para pecinta aviasi lainnya tetapi tetap mengutamakan fungsi dan tujuan utamanya yaitu memberikan informasi aviasi. Konten Instagram yang dibuat sangat beragam dan mengedukasi para pecinta aviasi, diantaranya dalam bentuk posting hasil *repost* karya *plane spotters* Indonesia yang layak dan sesuai ketentuan akun *@indonesianspotters* serta dengan mencantumkan kredit nama akun pemilik sah foto. Inilah bentuk interaksi digital dengan anggota komunitas, apresiasi dan sekaligus eksistensi dari komunitas *cyber plane spotters* ini (gambar 3). Dari konten *repost* foto aviasi, banyak kalangan *plane spotters* Indonesia yang merasa bangga bahwa karya foto aviasinya diapresiasi dalam bentuk publikasi oleh akun Instagram *@indonesianspotters* dan memberikan peluang bagi *plane spotters* untuk memperoleh tambahan *followers* di akun Instagram miliknya sendiri dari publikasi tersebut.

Berikutnya adalah memproduksi konten Instagram televisi (IGTV) yang mengkomunikasikan keberadaan komunitas *plane spotter* di Indonesia seperti di gambar 4 berikut ini:



Gambar 4: Anggota komunitas *@indonesianspotters* ada yang berasal dari profesi pilot.

Fitur Instagram yang juga dimanfaatkan oleh akun *@indonesianspotters* adalah Instagram *Story* (IG *Story*) untuk komunikasi sekaligus berinteraksi *online* dengan sesama anggota *plane spotters* Indonesia, misal seperti membuat *frequently asked questions* berkaitan dengan dunia aviasi, seperti di gambar 5 berikut ini:



Gambar 5: Instagram story akun @indonesianspotters dengan memanfaatkan tagar #IS

Dalam melangsungkan komunikasi dan interaksi digital, penggemar aviasi memiliki bahasa *avgeek* yang dibuat dan hanya dipahami oleh anggota *fandom*, hal ini biasa disebut dengan *fan speak*, misal (1) *rare traffic* adalah sebutan untuk jenis atau tipe pesawat terbang yang jarang ditemui di bandara Indonesia, (2) *special livery* merupakan sebutan untuk pesawat terbang yang di badan luar pesawat terdapat *livery* atau *sticker* tertentu yang menjadikan pesawat terbang tersebut sebagai model objek foto yang menarik dan unik untuk difoto, (3) jenis pesawat *narrow body* atau *wide body*, (4) pesawat terbang *twin-engines* yang dilengkapi dengan dua mesin jet atau *quad engines* untuk pesawat terbang yang dilengkapi dengan empat mesin jet, (5) memahami 'rego' (sebutan registrasi asal negara pesawat terbang komersial), dan (6) mampu membedakan pesawat terbang buatan Airbus dan Boeing berikut karakteristiknya masing-masing.

Pengelolaan konten dalam media sosial Instagram dijaga agar *followers* yang saat ini tergolong banyak tetap menjadi bukti dari adanya kepercayaan para pecinta aviasi di Indonesia melalui media sosial Instagram. Selain itu dengan mengutamakan prinsip *pontificating* (sikap kehati-hatian sebelum *posting* sesuatu di media sosial) memberikan informasi dengan apa adanya tanpa ada yang dibuat-buat sedikitpun. Ini dilakukan untuk menjaga kestabilan kepercayaan para pecinta aviasi yang sudah dibentuk sebelumnya.

Di bidang pengetahuan, akun *fanbase* Instagram @indonesianspotters menjadi akun yang bertanggung jawab atas ketersediaan informasi terbaru mengenai dunia pesawat terbang. Sehingga terlihat sangat jelas bahwa *fandom* melalui akun *fanbase* di media sosial memenuhi kebutuhan informasi penggemar aviasi. Sesuai dengan apa yang disampaikan Benneth (2014:4) *fandom* biasanya memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan *sharing* secara beramai-ramai melalui *fanbase* di media sosial.

Bentuk strategi komunikasi lainnya yang dirumuskan oleh pengelola akun yaitu menetapkan waktu yang tepat (*prime time*) untuk melakukan unggah konten informasi di media sosial Instagram @indonesianspotters. Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial karena tidak seperti media-

media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya sebagai bagian dari eksistensinya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru istilah, seperti *informational* (Nasrullah, 2016:19). Pemenuhan informasi aviasi yang dijadikan tujuan dari pengelolaan media sosial Instagram *@indonesianspotters* ini sejalan dengan penjelasan tersebut.

Pengelolaan akun media sosial Instagram *@indonesianspotters* diukur menggunakan teknik evaluasi untuk mengetahui keberhasilan pencapaian tujuan. Beberapa aspek diukur dan dilihat sesuai indikatornya masing-masing seperti jumlah konten yang diunggah, total jumlah *likers* keseluruhan, grafik penambahan *followers*, serta respon pengguna media sosial Instagram terhadap setiap unggahan yang pada media sosial Instagram *@indonesianspotters*.

4. Kesimpulan

Komunitas *cyber* merupakan sekelompok orang yang mempunyai tujuan, ide dan gagasan yang sama untuk mencapai tujuan yang sama. Komunitas *plane spotters* Indonesia sebagai komunitas yang menyukai dunia aviasi dalam perkembangannya tampil dengan pesan-pesan informasi berupa foto aviasi hasil dari aktivitas mereka melakukan *plane spotting* dan publikasi *repost* oleh akun media sosial Instagram *@indonesianspotters* sebagai salah satu kegiatan komunitas tersebut.

Pengalaman komunikasi digital para fotografer aviasi atau *plane spotters* dalam komunitas *cyber* melalui akun instagram *@indonesianspotters* merupakan ajang silaturahmi dan rumah kedua bagi sesama *avgeek* dalam menuangkan hobinya. Dengan demikian eksistensi merupakan cara untuk menunjukkan keberadaan hobi positif dan bersosialisasi untuk bertukar informasi seputar dunia aviasi dengan sesama *planes spotters*, baik itu mengenai foto pesawat, jenis pesawat, sekaligus menambah pertemanan. Eksistensi *plane spotters* Indonesia dalam membangun solidaritas dilandasi adanya kesamaan hobi dan tujuan yang sama.

Komunitas *cyber* berkaitan dengan tiga hal utama: pertama, aktor yakni individu itu sendiri sebagai subyek yang secara personal maupun komunal melakukan kegiatan interaksi. Kedua, teknologi internet dan *platform* yang digunakan dalam interaksi. Ketiga, berkaitan dengan konten yakni pesan dan informasi yang disampaikan untuk mencapai tujuan atau kepentingan individu dan group komunitas. Terintegrasinya ketiga elemen tersebut mendorong terjadinya pergerakan personal (*self-mobile* dan *self-organizing*) hingga terjadinya interaksi di ruang maya. Integrasi tersebut yang mendorong munculnya eksistensi komunitas *plane spotters* di Indonesia. Keberadaan komunitas *cyber Indonesian Spotters* ini selanjutnya dimaknai secara beragam oleh anggotanya dengan beragam kepentingan. Sebagian anggota komunitas merasa berkepentingan untuk meningkatkan karya hasil *plane spotting*, memperoleh apresiasi dari sesama *plane spotters* dan eksistensi positif keberadaan komunitas *plane spotters* di Indonesia.

5. Daftar Pustaka

- Adipradana, I & Shihab, M. S. (2013, March). Pengaruh Dimensi Karakteristik Komunitas Virtual Terhadap Community Commitment dan Loyalitas Pengguna Kamera DSLR Merek Canon. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. 11 (21), 13-32.
- Andriawati, M. R. (2016, January-June). Jaringan Komunikasi Perantau Etnis Jawa Asal Banyuwangi di Kota Makassar terhadap Daya Tarik Daerah Tujuan dan Daerah Asal. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(1), 225-245.
- Balasubramanian, S., & Mahajan, V. (2001). *The Economic Leverage of the Virtual Community*. *International Journal of Electronic Commerce* 5 (3). 103-138
- Benneth, Lucy. 2014. *Tracing Textual Poachers: reflections on the development of fan studies and digital fandom*.
- Bowler Jr, Gary M. (2010). Netnography: A Method Specically Designed to Study Cultures and Communities Online. Diakses pada 29 Agustus 2018 dari <https://nsuworks.nova.edu/tqr/vol15/iss5/13/>
- Bungin, B. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Dijk, V. 2006. *The Network of Society Social Aspects of New Media*. London: SAGE Publication.
- Eid, R., dan Myfanwy Trueman, 2002. The Internet: New International Marketing Issues. *Management Research News*, 25 (12):5-67.
- Hine, Cristine. M. 2015. *Ethnography for The Internet: Embedded, Embodied, and Everyday*. *Bloomsbury Publishing Plc*. Diakses dari Libgen.io
- Jonathan, H. Turner (1988). *Theory of Social Interaction*. Riverside: University of California.
- Kozinets, Robert V. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. (February 2002). *Journal of Marketing Research* volume 39, No. 1. pp. 61-72. ^[L]_[SEP]
- Kozinets, R.V. 2013. *Netnography Doing Etnographic Research Online*. Washington DC: Sage Publication Ltd.
- Koh, J., & Kim, Y. G. (2004). *Sense of Virtual Community: A Conceptual Framework and Empirical Validation*. *International Journal of Electronic Commerce* 8 (2), 75-93
- Marlina. (2016). Daya Tarik Media Sosial sebagai Media Komunikasi Alternatif. *Al-Balagh*, 1(1), 105-125.

- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sari, Permata Ratna. 2012. *Fandom dan Konsumsi Media: Studi Etnografi Kelompok Penggemar Super Junior, ELF Jogja*. Jurnal Komunikasi Vol.6 No.2
- Republika.co.id. (2016, Februari 10). Pentingnya Memahami Netnografi di Era Digital. Retrieved February 8, 2018, from <http://www.republika.co.id/berita/trendtek/internet/16/02/10/o2bz1w361-pentingnya-memahami-netnografi-di-era-digital>
- Rheingold, H., 2000. *The Virtual Community: Homesteading on The Electronic Frontier*. Rev. Edition. MIT Press. United State of America.
- Zaphiris, P. & Ang, C.S. 2010. *Social Computing and Virtual Communities*. Florida: a Chapman & Hall Book.