

Taaruf Digital (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer Pada Rumah Taaruf Myquran)

Digital Taaruf (Virtual Ethnographic Study of Computer-Mediated Communication at Myquran Taaruf House)

Novita Intan Sari¹, Nabila Sekar Arum Hasanah²
Ilmu Komunikasi, Ilmu Komunikasi, dan Universitas Pamulang
intansobok@gmail.com

Abstract

The emergence of social networking platforms has opened new opportunities for various services, including online matchmaking or commonly known as online dating. Rumah Taaruf myQuran is one such platform that offers Islamic-style matchmaking, known as taaruf. This online community facilitates users in finding a partner through an online taaruf process. This study focuses on how computer-mediated communication (CMC) operates during online taaruf through virtual ethnographic research. It explores interaction patterns at the media space level, privacy settings at the media document level, technological influence at the media object level, and the impact of the online community at the experience level. Participation in online taaruf via social media reflects a form of cyberculture, though it also resembles digital socialities—social interactions mediated by the internet. CMC serves as the main theoretical framework, referring to human communication through computers involving individuals, specific situations, and media to achieve various goals. This research employs a qualitative method with data collected through interviews, using a cyberculture paradigm. Through virtual ethnography and cyber media level analysis, this study investigates cultural artifacts and values within computer-mediated communication. The findings reveal that email is the primary medium for online taaruf communication, representing an ideal reality for users in conveying messages effectively and privately.

Tanya ChatGPT

Keywords: *Computer-Mediated Communication, Virtual Ethnography, Digital Taaruf.*

Abstrak

Munculnya jejaring sosial memunculkan peluang bagi layanan biro jodoh online, termasuk Rumah Taaruf myQuran, yang menawarkan proses taaruf Islami secara daring. Penelitian ini memfokuskan pada komunikasi termediasi komputer (CMC) dalam proses taaruf online menggunakan pendekatan etnografi virtual. Penelitian mengkaji bagaimana pola interaksi di ruang media, pengaturan privasi pada dokumen media, pengaruh teknologi dari level objek media, serta pengaruh komunitas dari level pengalaman. Fenomena taaruf online menunjukkan gejala budaya siber, meskipun lebih mendekati digital socialities, yaitu pergaulan digital yang dimediasi internet. Dalam konteks ini, CMC digunakan sebagai teori utama, di mana komunikasi manusia berlangsung melalui media komputer untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik wawancara, serta paradigma cyberculture untuk memahami nilai-nilai budaya dalam komunikasi daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa email menjadi medium utama dalam proses taaruf online, mencerminkan realitas ideal bagi pengguna dalam menyampaikan pesan secara efektif dan privat. Penelitian ini menelusuri komunikasi sebagai artefak budaya dalam era digital, menyoroti bagaimana teknologi membentuk interaksi sosial yang baru dalam konteks pencarian jodoh Islami.

Kata kunci: Komunikasi Termediasi Komputer, Etnografi Virtual, Taaruf Digital.

1. Pendahuluan

Kemunculan media baru membuka peluang baru bagi situs-situs yang menawarkan beberapa layanan, salah satunya biro jodoh secara *online*. Rumah Taaruf myQuran merupakan salah satu biro jodoh *online* secara Islami atau disebut taaruf secara digital. Website ini menggunakan prinsip Islami kepada para penggunanya.

Rumah Taaruf myQuran didirikan oleh Tri Wahyu Nugroho sejak 2001. Keberadaan Rumah Taaruf myQuran diawali dari lahirnya forum diskusi Islam *online* myQuran. Rumah Taaruf myQuran adalah sebuah media Islam yang memiliki spesialisasi bidang taaruf pranikah dan memfasilitasi kaum muslim untuk menemukan jodohnya melalui taaruf *online* hingga ke jenjang pernikahan.

Untuk memfokuskan pembahasan, subforum tersebut dibagi menjadi subforum Bina Keluarga yang berfokus pada diskusi seputar pernikahan dan rumah tangga serta subforum proses taaruf sebagai sarana taaruf dan pencarian jodoh anggota forum. Pada 2011 hingga 2013 subforum proses taaruf berubah nama menjadi subforum taaruf dan jodoh hingga akhirnya pada Januari 2014 berdirilah Rumah Taaruf myQuran dengan alamat domain situs www.rumahtaaruf.com untuk lebih meningkatkan kemanfaatan bagi umat.

Website Rumah Taaruf myQuran menampilkan mekanisme kerja yang menuruti kaidah-kaidah informasi taaruf sesuai syariat Islam. Visi Rumah Taaruf myQuran adalah Ikhtiar Syar'i Dalam Merajut Sakinah. Misi Rumah Taaruf myQuran adalah Memasyarakatkan Taaruf dan Menaarufkan Masyarakat. Struktur Rumah Taaruf myQuran antara lain pelindung adalah Allah, penasihat adalah Isnan Santoso (Presiden Komunitas myQuran) dan tim mediator terdiri dari anggota komunitas myQuran dan pasangan sesama anggota RumahTaaruf.com yang telah menikah.¹

Para pengguna yang menggunakan website Rumah Taaruf.com harus melewati proses taaruf *online* dan taaruf *offline* yang melibatkan mediator. Tentunya para pengguna Rumah Taaruf myQuran memiliki perbedaan dengan para pasangan biro jodoh *online* pada umumnya karena mereka tidak diizinkan berkomunikasi secara langsung sebelum proses lamaran. Kemudian Rumah Taaruf myQuran hanya memfasilitasi anggota taaruf yang sudah mampu menikah.

Untuk bisa mengakses program taaruf *online*, para pengguna website Rumah Taaruf myQuran harus mengirimkan biodata yang disertai foto ke alamat yang tertera dalam website tersebut sebagai syarat untuk menjadi anggota Rumah Taaruf myQuran. Nantinya dalam menjalani interaksi dengan calon pasangan harus memiliki kecocokan dari salah satu anggota lainnya. Rumah Taaruf myQuran bersifat netral, tidak berafiliasi ke jamaah manapun. Rumah Taaruf myQuran terbuka bagi semua jamaah, asalkan tidak termasuk yang difatwakan sesat atau menyimpang oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pendapat mayoritas ulama Indonesia. Ada beberapa tahapan komunikasi yang harus dijalani dan dipatuhi oleh para anggota Rumah Taaruf myQuran diantaranya tahap *online*, tahap mediasi dan tahap *offline*.²

Mediator pusat bertugas untuk mengkoordinasikan secara terpusat semua proses taaruf *online*, sedangkan proses taaruf *offline* akan dimediasi oleh mediator wilayah yang lokasinya dekat dengan tempat taaruf pihak perempuan. Apabila tidak

¹ Dokumen Rumah Taaruf myQuran, diakses melalui website www.rumahtaaruf.com pada 29 Februari 2020, pukul 22.11 WIB.

² Dokumen Rumah Taaruf myQuran, diakses melalui website www.rumahtaaruf.com pada 29 Februari 2020, pukul 22.11 WIB.

ada mediator di wilayah tersebut atau mediator wilayah berhalangan maka proses taaruf *offline* akan didampingi langsung oleh mahram atau rekan pihak-pihak yang bertaaruf dengan tetap dipandu oleh mediator pusat.

Alat-alat media baru berbasiskan komputer seperti *smartphone, tablet, personal computer*, dan sejenisnya disebut dengan media baru komunikasi. Alat-alat ini menjadi komunikasi yang diperantarakan oleh komputer atau komunikasi termediasi komputer atau *Computer Mediated Communication (CMC)*. Penggunaan teknologi dalam CMC memfasilitasi pertukaran isi semantik melalui jaringan telekomunikasi yang diproses lewat satu atau lebih komputer antar individu dan antar kelompok.³

Perspektif komunikasi termediasi komputer memberikan semacam informasi dengan cara berkomunikasi dengan komputer yang didasarkan dalam proses informasi dan ditemukan oleh sejumlah interaksi yang dimediasi oleh komputer. Perspektif komunikasi termediasi komputer juga menjadi kelanjutan dari model-model saluran komunikasi yang pertama kali dibahas pada 1950.⁴ Salah satu aspek yang muncul dari perkembangan media baru dan semakin eksisnya ruang siber yang mempertemukan individu atau kelompok pada area virtual dalam berkomunikasi adalah komunikasi yang termediasi komputer.

Penelitian ini mengeksplorasi dunia digital atau biasa disebut etnografi virtual. Etnografi virtual bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan internet. Etnografi pada internet sebagai metode kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktik- praktik budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer.⁵

Etnografi virtual dapat dikatakan sebuah metode etnografi yang digunakan untuk mengungkapkan realitas yang tampak maupun tidak, dari komunikasi dengan basis media komputer antara anggota suatu komunitas virtual yang ada pada internet.⁶ Etnografi virtual adalah metode etnografi yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang ada pada ruang siber. Etnografi virtual merupakan metode yang paling cocok untuk melihat semua fenomena yang terjadi pada ruang internet.

Internet telah membawa level baru dalam penelitian etnografi. Kolaborasi antara teknologi, perangkat, entitas, dan bahasa yang ada di dunia virtual dalam konteks tertentu. Prinsip-prinsip maupun praktik perlu diperbarui seiring dengan realitas sosial siber yang semakin berbeda. Setidaknya ada beberapa implikasi yang muncul dari kehadiran internet dan saat di lapangan penelitian.⁷

Etnografi virtual merupakan pendekatan metode baru dalam melihat budaya dan artefak budaya di dunia virtual. Sebagai sebuah metode dan bisa dipergunakan sebagai level-level dalam melihat realitas di dunia virtual. Etnografi virtual mengungkap bagaimana budaya siber diproduksi, makna yang muncul, relasi, dan pola hingga bagaimana hal tersebut berfungsi melalui medium internet. Sebuah realitas budaya melalui etnografi virtual setidaknya bisa mendeskripsikan perangkat

³ Dian Budiargo, *Berkomunikasi Ala Net Generation* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), hal 9.

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Siber* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014) hal 40.

⁵ Kozinets R V, *The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*, *Journal of Marketing Research*, 39 (1), p. 61–72. doi: 10.1509/jmkr.39.1.61.18935.

⁶ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) hal 76.

⁷ Rulli Nasrullah, *Media Siber* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014) hal 45.

dan konten yang dibangun, juga melihat bentuk media pada internet, apa yang membawa dan yang tampak dari disampaikan.⁸

Website Rumah Taaruf myQuran merupakan artefak budaya siber yang dalam ranah ini masuk ke dalam kajian budaya atau *cultural studies*. Kajian budaya menempatkan realitas pada media tidak sekedar menggambarkan apa yang tampak pada permukaan, melainkan ada nilai-nilai yang terkandung di dalam teks media itu sendiri. Oleh karena itu realitas taaruf digital memerlukan pendekatan multidisiplin sekaligus metode baru yang bisa mengupas fenomena siber.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti memilih rumusan masalah mengenai Metode Analisis Media Siber (AMS) merupakan perpaduan dan memandu proses menganalisis etnografi virtual. Setiap level dalam AMS memberikan gambaran bagaimana komunitas virtual yang ada pada internet. Peneliti juga ingin mengkaji level-level dalam analisis media siber seperti level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman.

Level ruang media merupakan struktur perangkat media dan penampilan terkait prosedur perangkat atau aplikasi yang bersifat teknis. Level dokumen media adalah isi, aspek pemaknaan teks atau grafis sebagai artefak budaya. Level objek media merupakan interaksi yang terjadi pada media siber, komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas. Level pengalaman adalah motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara *offline* maupun *online* termasuk mitos.¹⁰

2. Tinjauan Pustaka

Komunikasi Termediasi Komputer

Komunikasi termediasi komputer merupakan proses komunikasi yang terjadi melalui internet. Pada dasarnya tidak ada definisi yang baku mengenai komunikasi termediasi komputer. John December (1997) menyatakan komunikasi termediasi komputer sebagai sebuah proses komunikasi manusia melalui komputer yang melibatkan individu, situasi tertentu yang melibatkan media dalam mencapai berbagai tujuan.

Komunikasi Media Siber

Istilah mediamorfosis pertama kali diperkenalkan Roger Fidler dalam bukunya *Mediamorfosis: Memahami Media Baru* (2003). Ia mendefinisikan mediamorfosis sebagai transformasi media dari satu bentuk ke bentuk lainnya sebagai akibat dari kombinasi perubahan budaya dan kedatangan teknologi baru.

Komunitas Virtual

Perkembangan media komunikasi baru terutama internet telah mentransformasikan interaksi antara individu sebagai entitas yang pada kenyataannya membawa fenomena sosial yang baru dan berbeda dari yang selama ini dipahami. Internet menjadi tempat virtual, para individu bekerja sama dan berinteraksi sampai pada pelibatan terhadap emosi secara virtual.¹¹

⁸ Rulli Nasrullah, *Media Siber* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hal 43.

⁹ Foot, K, *Web Sphere Analysis and Cybercultural Studies*, In D Silver & A Massanari (Eds.), *Critical Cybercultural Studies* (New York: New York University Press, 2006) hal 88-96.

¹⁰ Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017) hal 45.

¹¹ Rulli Nasrullah, *Media Siber* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014) hal 148.

Cyber Religion

Internet telah mengubah wajah agama di dunia. Hal ini bukan pendapat gegabah sebab klaim ini terlampau sederhana namun sangat penting mengingat apa yang telah dilakukan internet dalam mengubah fenomena kehidupan manusia termasuk agama.¹²

Otoritas Keagamaan Masyarakat Jejaring

Internet telah mengubah wajah agama di dunia. Kehidupan sehari-hari telah berkontribusi pada munculnya generasi yang disebut *digital natives*.¹³ Bagi generasi ini internet adalah teman, hiburan, taman bermain, guru, dan tempat yang bisa mendapatkan pesan agama.

Ekspresi Dakwah pada Internet

Aktivitas dakwah meliputi konteks komunikasi keagamaan yang dimediasi oleh fitur-fitur internet sebagai medium komunikasi, gerakan-gerakan sosial keagamaan yang muncul komunitas- komunitas pada internet dan upaya-upaya sistematis untuk memfasilitasi interaksi dakwah yang dilakukan secara *online*.

Etnografi Virtual

Etnografi merupakan desain penelitian kualitatif, seorang peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasi pola-pola yang saling dipertukarkan dan dipelajari dari kelompok budaya tentang nilai-nilai, kebiasaan, kepercayaan maupun bahasa.¹⁴

3. Metode

Paradigma Penelitian

Pada sebuah riset para peneliti membutuhkan pilihan paradigma agar penelitian yang dilakukan menemukan solusi yang tepat. Paradigma sebagai serangkaian keyakinan dasar yang membimbing tindakan. Paradigma berurusan dengan prinsip-prinsip pertama atau dasar.¹⁵

Paradigma juga memiliki arti yaitu suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata.¹⁶ Sementara paradigma menurut Bogdan dan Biklen sebagaimana dikutip oleh Moleong adalah sekumpulan sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau propose yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian.¹⁷

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma *post positivisme* atau realitas nyata. Paradigma ini bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian yang memungkinkan untuk memprediksi dan mengendalikan fenomena,

¹² Dawson dan Cowan, *Religion Online: Finding Faith on the Internet* (London: Routledge, 2004) hal 1.

¹³ Istilah *Digital Natives* diperkenalkan oleh Marc Prensky pada 2001 untuk menggambarkan generasi yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital seperti komputer, internet, dan handphone. Generasi ini terbiasa berselancar di dunia maya tanpa batas sejak kecil. (Jakarta: Kencana, 2014) hal 49.

¹⁴ ohn W Creswell, *Research Design, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010) hal 33.

¹⁵ Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (Eds), *Handbook Of Qualitative Research* diterjemahkan oleh Dariyatno (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) hal 123.

¹⁶ Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) hal 12.

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007) hal 49-50.

apakah itu benda fisik atau manusia.¹⁸ Paradigma ini peneliti gunakan untuk melihat realitas yang ada pada proses komunikasi termediasi komputer pada Rumah Taaruf myQuran melalui studi etnografi virtual.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif memfokuskan beragam metode yang mencakup pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap subjek kajiannya¹⁹. Lexy J Moleong dalam bukunya menyatakan pendekatan kualitatif merupakan sebuah pendekatan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan dari orang atau perilaku yang dapat diamati.²⁰

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah studi etnografi virtual secara mendalam hanya pada satu kelompok atau peristiwa, teknik ini hanyalah sebuah deskripsi tentang individu.²¹ Studi ini bisa menjadi pendekatan keilmuan untuk mengkaji refleksi tentang pengalaman manusia.

Studi etnografi virtual yang dikaji peneliti adalah pengalaman para anggota taaruf Rumah Taaruf myQuran terhadap kemanfaatan komunikasi untuk mencari pasangan hidup melalui taaruf digital. Adapun langkah-langkah dari penelitian ini dimulai dari akar masalah, menentukan jenis informasi yang diperlukan, menentukan prosedur pengumpulan data melalui wawancara, analisis data, dan kesimpulan penelitian.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah kualitatif sebagai perangkat penelitian. Pandangan Barrey Glaser dan Anselm Strauss mendapatkan sebuah teori dengan menggunakan tahap-tahap ganda pengumpulan data dan perbaikan hubungan timbal balik kategori-kategori informasi. Karakter utamanya adalah perbandingan tetap data dengan kategori yang muncul dan pengambilan contoh teoritis dari kelompok-kelompok berbeda untuk memaksimalkan persamaan dan perbedaan informasi.²²

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian kualitatif adalah subjek atau informan yang memahami objek penelitian.²³ Subjek pada penelitian ini adalah para anggota taaruf yang mengakses Rumah Taaruf myQuran.

Objek penelitian kualitatif menjelaskan sasaran penelitian tak bergantung pada judul dan topik penelitian tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan

¹⁸ Metodologi dalam paradigma ini bertujuan untuk memecahkan sebagian persoalan yang dipaparkan di muka dengan melakukan penelitian dalam setting yang lebih alami, mengumpulkan informasi yang lebih situasional, dan mengenalkan kembali penemuan sebagai satu elemen dalam penelitian terutama dalam ilmu ilmu sosial, menentukan makna dan tujuan yang dilekatkan manusia kepada tindakan-tindakan mereka. Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (Eds), *Handbook Of Qualitative Research* diterjemahkan oleh Dariyatno (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) hal 139.

¹⁹ Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (Eds), *Handbook Of Qualitative Research* diterjemahkan oleh Dariyatno (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) hal 2.

²⁰ Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1989) hal 3.

²¹ Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2007) hal 132.

²² Creswell John, *Qualitative Inquiry and Research Design* (London: Sage, 2007) hal 60.

²³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik dan Ilmu Sosial Lainnya) Edisi Kedua* (Jakarta: Kencana, 2007) hal 78.

masalah penelitian.²⁴ Objek penelitian ini adalah Rumah Taaruf myQuran sebagai medianya.

4. Hasil Dan Pembahasan

Analisis Temuan Data

Website Rumah Taaruf myQuran menjadi salah satu media sosial yang memfasilitasi taaruf dan pencarian jodoh sekaligus sebagai saran diskusi seputar pernikahan dan rumah tangga. Informasi pada website Rumah Taaruf myQuran didefinisikan sebagai pesan komunikasi yang disampaikan melalui media sosial website, *twitter* dan *facebook* yang menerpa *followers* (pengikut akun Rumah Taaruf myQuran), sehingga mereka dapat menerima atau memperoleh informasi mengenai proses taaruf secara syariat Islam yang dapat menginspirasi dan mengubah masyarakat ke arah yang lebih baik.

Media sosial memberikan kemudahan bagi seseorang untuk mendapatkan informasi. Namun perlu diperhatikan pula kredibilitas dari sumber informasi yang digunakan. Media sosial menggunakan teknologi berbasis *web* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif dan sekarang ini media sosial menjadi perhatian masyarakat di dunia termasuk di Indonesia. Zaman yang sudah berubah ini membuat segala bentuk kegiatan yang mereka lakukan sah-sah saja ditunjukkan ke media sosial. Hal yang diketahui media sosial tidak ada batasannya bahkan jika membagikan informasi apa pun, masyarakat seluruh dunia bisa mengetahui apa yang sedang dilakukan orang-orang yang bergelut di dunia media sosial.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan di atas, penelitian ini menggambarkan suatu fenomena yaitu budaya siber pengguna website Rumah Taaruf myQuran dalam memahami konsep taaruf digital dengan menggunakan metode etnografi virtual. Website Rumah Taaruf myQuran menjadi objek penelitian dan para pengguna atau anggota taaruf menjadi subjek penelitian.

Etnografi virtual dapat dikatakan sebuah metode yang digunakan untuk mengungkapkan realitas yang tampak maupun tidak dari komunikasi berbasis media komputer di antara anggota komunitas virtual yang ada pada internet. Etnografi virtual adalah metode yang dilakukan untuk melihat fenomena sosial ataupun kultur yang ada pada ruang siber. Etnografi virtual merupakan metode yang paling cocok untuk melihat fenomena yang terjadi pada ruang internet.

Rumah Taaruf myQuran merupakan media Islam nonprofit yang memiliki spesialisasi bidang taaruf pranikah. Keberadaan Rumah Taaruf myQuran tak lepas dari lahirnya forum diskusi Islam *online* myQuran. Pada awal 2001 dengan nama subforum Perkenalan dan Perjodohan yang merupakan salah satu bagian dari forum. Kemudian pada 2004 berubah nama menjadi subforum Taaruf, Pernikahan dan Jalin Rumah Tangga (Tahan Jaga) yang dijadikan sebagai fasilitas taaruf dan pencarian jodoh oleh anggota forum sekaligus sebagai sarana diskusi seputar pernikahan dan rumah tangga.²⁵

Untuk memfokuskan pembahasan, subforum tersebut dibagi menjadi subforum Bina Keluarga yang berfokus pada diskusi seputar pernikahan dan rumah tangga, serta subforum Proses Taaruf sebagai sarana taaruf dan pencarian jodoh anggota

²⁴ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif (Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya)* Edisi Kedua (Jakarta: Kencana, 2007) hal 79.

²⁵ Dokumen website Rumah Taaruf myQuran diakses melalui website www.RumahTaaruf.com pada 29 Februari 2020 pukul 09.19 WIB

forum. Pada 2011 hingga akhir 2013 subforum Proses Taaruf berubah nama menjadi subforum Taaruf dan Jodoh, sehingga pada akhir Januari 2014 berdirilah Rumah Taaruf myQuran dengan alamat domain situs www.RumahTaaruf.com untuk lebih meningkatkan kemanfaatan bagi umat.²⁶

Rumah Taaruf myQuran lebih tepat bila disebut sebagai media taaruf daripada biro jodoh. Hal ini dikarenakan jodoh atau tidaknya anggota yang berproses taaruf tetaplah kuasa Allah SWT. Setidaknya ada tiga prinsip mendasar yang membedakan media taaruf Rumah Taaruf myQuran dengan biro jodoh lainnya antara lain pertama Rumah Taaruf myQuran hanya memfasilitasi anggota taaruf yang sudah mampu menikah yaitu yang sudah siap menikah dan sudah boleh menikah oleh orang tua atau walinya. Sementara yang belum mampu menikah dipersilahkan untuk memampukan diri terlebih dulu sebelum berproses taaruf.

Kedua Rumah Taaruf myQuran tidak menampilkan data-data pribadi secara terbuka pada halaman website. Tak ada tampilan nama, foto, nomor kontak, dan data-data privasi lain demi menjaga kerahasiaan anggota taaruf. Ketiga Rumah Taaruf myQuran tidak memperkenankan komunikasi secara langsung antar anggota taaruf, kecuali bila proses taaruf sudah masuk tahap yang serius ke keluarga. Proses taaruf dijalani dengan pendampingan orang ketiga, sehingga proses lebih terjaga, menghindari khilaf yang sangat mungkin terjadi karena aktivitas berduaan atau khalwat.

Kehadiran teknologi internet tidak hanya membawa perubahan salah satunya terhadap budaya di antara penggunanya, tetapi juga perubahan itu menjadi objek kajian yang menarik untuk dieksplorasi. Kemudian bersamaan dengan kehadiran media baru (internet) ada fenomena baru yang tidak bisa dijangkau oleh metode-metode yang selama ini ada. Sebab ada realitas *online* yang sama sekali berbeda dengan realitas *offline*. Metode penelitian yang selama ini digunakan cenderung sekadar melihat pada permukaan dan yang lebih penting media yang hanya diletakkan sebagai medium dalam arti saluran untuk membawa pesan. Kini medium itu membawa peranan penting yang menyusun realitas-realitas di antara penggunaannya. Artinya ketika meneliti pengguna internet dan budaya yang muncul, harus juga melibatkan bagaimana medium itu sebagai bagian yang tak terpisahkan dari si pengguna.

Komunikasi misalnya menjadi termediasi dengan perantara perangkat teknologi. Uniknya antara pengguna (*users*) dan perangkat (*software* maupun *hardware*) tidak bisa dipisahkan dalam membentuk sebuah realitas. Pada media sosial seperti website sebagai pengguna *offline* bisa saja tidur di rumah dan tidak terkoneksi dengan internet (*sign out*) tetapi sebagai pengguna *online* keberadaannya tetap hidup di dunia virtual serta pengguna lain tetap berinteraksi. Kehidupan virtual muncul dan secara otomatis beraktivitas dengan menggunakan logika perangkat lunak (*software*) website tersebut. Interaksi yang terjadi secara *online* dibatasi dan dimediasi oleh medium yang menjadi sumber referensi pengguna.

Hal ini yang menyebabkan realitas *online* merupakan salah satu realitas baru yang bisa dijadikan salah satu sandaran. Diperlukan metode penelitian baru untuk bisa mendekati dunia virtual dan aspek-aspek yang menyertainya. Etnografi virtual merupakan salah satu cara untuk mendekati fenomena di internet. Metode penelitian

²⁶ Dokumen website Rumah Taaruf myQuran diakses melalui website www.RumahTaaruf.com pada 29 Februari 2020 pukul 09.19 WIB

ini mencoba merekam bagaimana budaya, interaksi maupun struktur yang membuat realitas sosial siber. Aspek komunikasi *offline* menjadi berbeda bahkan menghasilkan fenomena baru pada *online*. Komunikasi tidak sekedar melibatkan antar pengguna tetapi kehadiran teknologi juga memberikan pengaruh terhadap terbentuknya realitas sosial siber sebagai sebuah (artefak) budaya.

Melalui medium internet pembentukan budaya siber berlangsung secara global dan universal. Budaya siber bisa dipandang sebagai objek sekaligus subjek dalam kajian antropologi, sosiologi maupun kajian media dan budaya siber. Pada awalnya model komunikasi yang terjadi pada internet adalah model komunikasi yang sederhana bila dibandingkan model komunikasi secara langsung. Hal ini terjadi karena generasi awal internet yang hanya digunakan pesan- pesan menggunakan teks atau simbol dan secara langsung dapat dipahami oleh kedua belah pihak.

Berbeda dengan perkembangan internet dan ruang siber pada saat ini, komunikasi terjadi juga melibatkan teks secara lebih luas, suara, visual, dan komunikasi termediasi komputer telah menggabungkan semua aspek tersebut. Internet juga merupakan konteks institusional maupun domestik, teknologi 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. Sebagai artefak kebudayaan, internet tidak hanya bisa dipahami sebagai sekumpulan komputer yang berinteraksi dengan bahasa komputer. Bentuk-bentuk sosial dari objek internet berimplikasi pada bagaimana teknologi menjadi sebagai bagian akhir dari negosiasi atas proses sosial, setiap pengguna yang mengakses internet memiliki pandangan yang berbeda. Kehadiran teknologi memiliki hubungan erat dengan masyarakat dan kebudayaan.

Teknologi memiliki kontribusi terhadap perubahan sosial budaya masyarakat dan sebaliknya. Bahkan pengaruh teknologi berdampak pada perubahan nilai yang dalam perspektif institusi atau kelompok. Nilai bisa diartikan sebagai ide-ide tentang apa yang baik, benar, dan adil. Nilai merupakan salah satu unsur dasar pembentukan orientasi budaya, melibatkan konsep budaya yang menganggap sesuatu itu sebagai baik atau buruk, benar dan salah, sampai adil dan tidak adil. Meskipun tidak selalu menggambarkan perilaku individu atau kelompok dalam suatu budaya, nilai bisa menjelaskan untuk apa realitas budaya itu dilakukan. Dalam pengertian sebagai produk budaya taaruf digital Rumah Taaruf myQuran tidak sekedar ilustrasi atau visualisasi proses taaruf tetapi juga mengandung nilai-nilai yang dibentuk dari anggota taaruf di dalam internet. Ada faktor sejarah, evolusi sosial budaya, pesan-pesan pernikahan, agama, dan sebagainya. Salah satu fenomena perkembangan media baru (internet) mampu melahirkan media Islam Rumah Taaruf myQuran. Menurut Juan Carlos Jeminez sebagaimana dikutip oleh Alo Liliweri menjelaskan beberapa tipe nilai yang masuk ke dalam pencarian informasi berupa website yang merupakan salah satu pengelompokan dari media baru.

Pembahasan

Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer pada Rumah Taaruf myQuran

Peneliti menganalisis studi etnografi virtual komunikasi termediasi komputer dari anggota taaruf Rumah Taaruf myQuran. Proses komunikasi termediasi komputer adalah salah satu aspek yang muncul dari perkembangan media baru (internet) dan semakin eksisnya ruang siber yang mempertemukan individu dan atau kelompok

virtual dalam berkomunikasi. Komunikasi pada media siber lebih banyak tergantung pada teks, baik teks dalam pengertian sesungguhnya maupun simbol, ikon atau penanda lain yang mewakili maksud dari pesan.

Secara terminologi komunikasi melalui media komputer atau *Computer Mediated Communication* (CMC) merupakan proses komunikasi yang melibatkan khalayak tersituasi dalam konteks tertentu, sehingga proses itu memanfaatkan media untuk tujuan tertentu. Pola komunikasi termediasi komputer memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan menggunakan alat komunikasi berbasis komputer didukung perangkat internet dan aplikasi yang memungkinkan berdiskusi dengan seseorang di mana pun berada, bahkan menggunakan media jejaring sosial seperti *facebook, twitter, instagram*, dan lain sebagainya.

Saat ini komunikasi menjadi sebuah kemutakhiran perangkat komputer yang mampu memediasi aktivitas komunikasi setiap orang. Semisal pencarian informasi melalui website pencarian jodoh. *Cyberspace* menjadi ruang konseptual, semuanya dimanifestasikan oleh setiap orang melalui teknologi komunikasi yang termediasi komputer.

Website menjadi bagian dari internet. Website merupakan sistem dari server komputer yang terkoneksi melalui jaringan internet dan dapat dilakukan pertukaran data namun website berbeda dengan internet. Pada praktiknya keberadaan website lebih mendominasi internet.



Gambar 1. Konvergensi Internet dengan Website

Sumber: Rulli Nasrullah (2014) Teori dan Riset Cybermedia

Penelitian ini mengeksplorasi dunia digital diberi istilah etnografi virtual. Etnografi virtual bertujuan untuk memberikan pemahaman yang khas dari signifikansi dan implikasi dari penggunaan internet. Etnografi pada internet sebagai metode kualitatif yang baru dengan melakukan adaptasi beberapa fitur pada etnografi tradisional untuk mempelajari budaya dan praktik-praktik budaya yang muncul dalam komunikasi berbasis teks melalui media komputer.

Penelitian ini juga menggambarkan sebuah fenomena budaya siber pengguna website Rumah Taaruf myQuran dalam memahami konsep taaruf dengan menggunakan metode etnografi virtual. Website Rumah Taaruf myQuran menjadi objek penelitian ini dan sebanyak tiga pasangan yang berhasil melewati proses taaruf dijadikan objek pengamatan penelitian.

Etnografi virtual dapat dikatakan sebuah metode etnografi yang digunakan untuk mengungkapkan realitas yang tampak maupun tidak, dari komunikasi dengan basis media komputer di antara anggota suatu komunitas virtual yang ada pada internet.

Website Rumah Taaruf myQuran merupakan artefak budaya siber yang dalam ranah ini masuk ke dalam kajian budaya atau *cultural studies*. Kajian budaya menempatkan realitas pada media tidak sekedar menggambarkan apa yang tampak pada permukaan, melainkan ada nilai-nilai yang terkandung di dalam teks media itu sendiri. Oleh karena itu realitas taaruf digital memerlukan pendekatan multidisplin sekaligus metode baru yang bisa mengupas fenomena siber.

Penelitian ini melalui level-level analisis media siber (AMS). Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk menyelidiki internet dan melakukan eksplorasi terhadap entitas penggunaannya. Pengalaman etnografis virtual ini juga untuk merefleksikan implikasi-implikasi komunikasi termediasi di internet. Sementara level AMS memberikan panduan dalam mengurai realitas baik *online* maupun *offline* serta bagaimana perangkat teknologi media siber itu digunakan atau memberi pengaruh.²⁷ Ada empat level unit analisis metode ini, yakni ruang media, dokumen media, objek media, dan pengalaman.

Secara garis besar, level-level dalam Analisis Media Siber memiliki keterkaitan dan apa yang tampak dalam konteks pada dasarnya berasal dari teks dan teks itu diolah terlebih dahulu melalui prosedur teknologi pada media siber. Jika level teks bisa dianalisis dan dijadikan laporan penelitian, dalam level konteks objek media dan pengalaman harus melibatkan data-data yang ada pada ruang media dan dokumen media juga.

Tabel 1. Analisis Media Siber

Level	Objek
Ruang Media	Bahasa verbal disampaikan melalui email oleh anggota taaruf Rumah Taaruf myQuran.
Dokumen Media	Teks yang dibangun oleh anggota taaruf (<i>encoding</i>) menjadi sorotan penting pada level ini untuk diterjemahkan (<i>decoding</i>).
Objek Media	Nilai-nilai yang ada di tengah masyarakat diuraikan pesan komunikasi melalui email admin Rumah Taaruf myQuran dan anggota taaruf.
Pengalaman	Realitas yang terjadi di dunia virtual dan dunia nyata.

Berdasarkan analisis media siber di atas sebagai sarana informasi seputar proses taaruf yang dilalui oleh para anggota taaruf Rumah Taaruf myQuran, dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Level Ruang Media

Pada level ruang media, peneliti mempelajari bagaimana struktur dan prosedur teknis dalam media siber membentuk interaksi budaya digital. Peneliti bertindak sebagai pengamat dan partisipan untuk memahami tidak hanya tampilan media, tetapi juga proses di baliknya, seperti pembuatan akun dan alur komunikasi. Contohnya, situs Rumah Taaruf myQuran memuat informasi lengkap tentang prosedur taaruf *online* dan *offline*, mulai dari pendaftaran, pertukaran biodata, komunikasi lewat email, hingga pertemuan keluarga.

Media siber berbeda dari media massa karena memerlukan keterlibatan aktif pengguna dan selalu terhubung dengan internet. Komunikasi bisa bersifat

²⁷ Rulli Nasrullah, *Media Siber* (Jakarta: Prenamedia Group, 2014) hal 203-209.

asinkron, seperti melalui email. Jenis media siber meliputi situs web, email, forum, blog, wiki, aplikasi pesan, media sosial, *peer-to-peer*, RSS, MUD's, dan platform siaran langsung. Semua ini memiliki struktur dan fungsi yang mendukung komunikasi dan interaksi dalam budaya digital.

b. Level Dokumen Media

Level dokumen media berfokus pada analisis isi teks dan makna yang diproduksi serta disebarakan melalui internet sebagai artefak budaya dalam etnografi virtual. Teks yang dibuat pengguna mencerminkan ideologi, identitas, dan nilai-nilai komunitas digital, serta menjadi bukti adanya konteks sosial dan interaksi dalam dunia maya. Dalam konteks Rumah Taaruf myQuran, privasi anggota dijaga ketat. Saat proses pertukaran biodata, tidak semua informasi disampaikan secara lengkap. Data pribadi seperti nama lengkap, alamat, dan kontak hanya diketahui oleh mediator, bukan oleh pihak yang sedang taaruf. Hal ini bertujuan menjaga privasi dan mencegah komunikasi langsung sebelum waktunya. Level ini membantu etnografer memahami bagaimana teks digital tidak hanya berisi informasi, tetapi juga merepresentasikan budaya dan sistem nilai dalam komunitas daring.

c. Level Objek Media

Level objek media menyoroti interaksi pengguna pada media siber, termasuk bagaimana teks ditanggapi dan digunakan dalam komunitas daring. Peneliti mengamati aktivitas ini layaknya etnografi komunikasi, melalui observasi, wawancara, dan partisipasi, namun terbatas pada ruang digital. Fokus utamanya adalah memahami kebiasaan komunikasi baru yang muncul akibat teknologi, yang berbeda dari komunikasi tatap muka. Berbeda dari level dokumen yang hanya melihat isi teks, level ini menekankan respons dan dinamika sosial yang terjadi antar pengguna dalam media yang dimediasi komputer.

d. Level Pengalaman

Level pengalaman menggambarkan hubungan antara dunia *online* dan realitas *offline* komunitas. Peneliti menelusuri makna di balik teks yang dibuat pengguna, termasuk motivasi dan dampaknya. Pada level ini, realitas virtual dihubungkan dengan kondisi nyata di dunia fisik, sehingga penelitian tidak hanya fokus pada interaksi digital, tetapi juga bagaimana pengalaman *online* mencerminkan dan memengaruhi kehidupan nyata anggota komunitas.

Implikasi dari penggunaan Taaruf Digital pada Rumah Taaruf myQuran

Internet telah mengubah wajah agama di dunia. Hal ini bukan pendapat gegabah karena meski klaim ini terlampau sederhana namun sangat penting mengingat apa yang telah dilakukan internet dalam mengubah fenomena kehidupan manusia termasuk agama.

Aktivitas *online* dan *offline* semakin sulit dipisahkan. Pemisahan aktivitas keagamaan antara dunia maya dan dunia nyata semakin sulit dipertahankan. Memang benar bahwa ada banyak elemen ruang sosial dan masyarakat muslim yang tidak *online*. Namun sekarang internet menjadi lokasi penting dapat berkomunikasi, pengembangan identitas dan pengembangan jaringan komunitas untuk semakin banyak muslim pada abad ke 21.

Agama tidak lagi dipahami seperti dahulu, ritual keagamaan adalah sesuatu yang tidak layak dipertanyakan, dibantah dan dijalankan di luar pakem. Namun, kini dalam kehidupan masyarakat industri dan modern merupakan tuntutan masyarakat

menghendaki pada hal-hal yang instan praktis dan cepat, tak terkecuali dalam beragama.

Rumah Taaruf myQuran yang berbasis website adalah bentuk platform yang menyediakan informasi seputar proses taaruf melalui internet. Keberadaan website ini telah membentuk perubahan dalam kehidupan sehari-hari para anggota taaruf terutama yang menjadi bagian dari kehidupan pencarian jodoh secara Islami.

Setiap orang bisa dengan mudah mengakses informasi menurut selera dan kebutuhan masing-masing tanpa bertanya langsung kepada pemilik Rumah Taaruf myQuran. Sebab informasi-informasi seputar taaruf hingga pernikahan sangat lengkap di dalam website tersebut.

Berdasarkan temuan peneliti sebagian informan menganggap website ini memberikan ketenangan kepada para anggota taaruf, sehingga mereka beranggapan website ini menjadi sumber alternatif utama. Pernyataan ini seperti yang disampaikan oleh informan 1 (Ali nama samaran) berikut ini:

“Pertama saya agak takut juga, Rumah Taaruf ini kerja ikhlas tapi terkonsep, tidak kena biaya, semua datanya kita privasi. Proses sampai kita lamaran keren banget, soalnya sekarang banyak Instagram ada biayanya terus mengobrol nama dan foto kita. Tapi Rumah Taaruf dibuat privasi sekali dan bisa mencocokkan yang satu dengan lain bisa saling klik saja,”²⁸

Salah satu alasan website Rumah Taaruf myQuran mengandung kepercayaan dari para anggota taaruf adalah menjaga kerahasiaan. Hal ini berbeda dengan biro jodoh lainnya, karena Rumah Taaruf myQuran lebih tepat disebut sebagai sebuah media taaruf. Hal ini menekankan tiga prinsip mendasar yang membedakan media taaruf dengan biro jodoh lainnya antara lain pertama Rumah Taaruf myQuran hanya memfasilitasi anggota taaruf yang sudah mampu menikah yaitu sudah siap menikah dan sudah boleh menikah oleh orang tua atau walinya sedangkan yang belum mampu menikah dipersilahkan untuk memampukan diri terlebih dahulu sebelum berproses taaruf.

Kedua Rumah Taaruf myQuran tidak menampilkan data-data pribadi secara terbuka pada halaman website, tidak ada tampilan nama, foto, nomor kontak, dan data-data privasi lain demi menjaga kerahasiaan anggota taaruf. Ketiga Rumah Taaruf myQuran tidak memperkenankan komunikasi secara langsung antar anggota taaruf kecuali bila proses taaruf sudah masuk tahap yang serius ke keluarga.

“Proses taaruf dijalani dengan pendampingan orang ketiga, sehingga proses lebih terjaga, menghindari khilaf yang sangat mungkin terjadi karena aktivitas berduaan atau khalwat,”²⁹

Rumah Taaruf myQuran dipahami sebagai fenomena *religion online* yang ditemukan dalam lingkungan *online* yang terdapat informasi dikendalikan oleh pengguna hanya dapat menerima atau menolak secara pasif informasi ini. *Religion online* menjelaskan ketentuan informasi atau layanan mengenai kelompok-kelompok dan tradisi-tradisi agama.

Religion online dibuat untuk menyajikan agama sedemikian rupa, sehingga kontrol vertikal dipertahankan dan otoritas tradisional juga dipertahankan. Informasi yang disajikan dikendalikan oleh organisasi keagamaan resmi yang dapat didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan dan praktik yang ditentukan, diatur, dan

²⁸ Hasil wawancara dengan informan 1 melalui sambungan telepon pada 26 Januari 2020 pukul 13.12 WIB.

²⁹ Hasil wawancara dengan pendiri website Rumah Taaruf myQuran, Tri Wahyu Nugroho pada 19 Januari 2020 pukul 10.38 WIB

disosialisasikan oleh kelompok-kelompok agama yang terorganisir. Hal ini seperti website Rumah Taaruf myQuran yang berisikan informasi seputar proses taaruf secara Islami.

Singkatnya mengenai *religion online* menyediakan informasi tentang agama: doktrin, aturan-aturan, perintah-perintah, organisasi dan kepercayaan; layanan dan kesempatan-kesempatan pelayanan; buku dan artikel agama; juga berbagai perlengkapan yang berkaitan dengan tradisi keagamaan tertentu.

Oleh karena itu secara sederhana *religion online* mungkin dapat disejajarkan dengan informasi agama yang disajikan secara *online* dan lebih menitikberatkan pada agama sebagai sebuah informasi atau pengetahuan yang dapat diakses secara *online*. Ketika menggunakan internet melalui situs, *blog* ataupun aplikasi sebagai sarana untuk mengakses informasi keagamaan, apa yang sedang dipraktikkan adalah sebagian fenomena *religion online*.

Kehadiran media baru dengan segala bentuk dan fungsinya ini tentu saja tidak begitu saja menggeser keberadaan media tradisional yang sampai sekarang tetap dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristiknya masing-masing.

Interpretasi

Komunikasi termediasi komputer pada dasarnya terwakili oleh teks. Teks yang ada dalam interaksi tidak hanya menampilkan pesan yang akan disampaikan tetapi juga terkandung makna dari ekspresi sebagaimana halnya ekspresi dalam komunikasi tatap muka. Kehadiran Rumah Taaruf myQuran sebagai situs jejaring sosial memberikan arah baru dari pemaknaan emosi terhadap interaksi yang terjadi. Melalui survey dan virtual etnografi, peneliti menemukan fenomena makna teks yang terjadi di dunia virtual. Fenomena ini difokuskan pada makna dan alasan penggunaan *email* admin Rumah Taaruf myQuran saat proses taaruf *online*.

Makna lain biodata para anggota taaruf tidak menampilkan data-data pribadi secara terbuka di halaman website. Tak ada tampilan nama, foto, nomor kontak, dan data-data privasi lain demi menjaga kerahasiaan anggota taaruf. Kemudian anggota taaruf tidak memperkenankan komunikasi secara langsung antar anggota taaruf kecuali bila proses taaruf sudah masuk tahap yang serius ke keluarga. Proses taaruf dijalani dengan pendampingan orang ketiga sehingga proses lebih terjaga, menghindari khilaf yang sangat mungkin terjadi karena aktivitas berdua-duaan atau khalwat.

Tak hanya bersifat realitas eksternal, Rumah Taaruf myQuran juga menjadi media dalam pengungkapan realitas internal. Realitas seperti kegiatan sosialisasi dari lembaga keagamaan maka para anggota komunitas Rumah Taaruf myQuran dapat menjadi narasumber dari kegiatan tersebut.

Metode penelitian teks media yang selama ini digunakan pada bidang humaniora maupun sosial khususnya teori maupun riset komunikasi massa dan bidang kajian media juga bisa diterapkan dalam penelitian media siber. Salah satunya, analisis semiotik merupakan teknik mengkaji tanda terkait makna kata semiotik. Adapun kajian semiotika bisa dirujuk pada dua tokoh utama yakni Ferdinand de Saussure dan Charles S. Peirce.

Bagi Peirce, semiotika bisa didekati dengan tiga penghubung yakni tanda atau *representamen*, objek yakni konsep, benda, dan gagasan dan *interpretan* atau makna

yang diperoleh. Ketiganya selalu hadir dalam signifikan dan sebagai suatu struktur yang *triadic* dan bukannya *biner*.

Pada media siber sama dengan analisis teks sebelumnya, teknik ini bisa digunakan untuk menafsirkan makna teks baik berupa kata maupun gambar yang ditampilkan. Hal ini menjadi kenyataan dalam komunikasi termediasi komputer seperti media sosial bahwa pemilik akun akan mengelola sedemikian rupa akun media sosial misalnya gambar latar akun, foto *avatar* tampilan akun sampai ada foto yang diunggahnya. Teknik semiotika ini memadai untuk mengungkap dibalik makna dari apa yang ditampilkan pada media siber.

Beberapa proses taaruf yang berhasil melalui Rumah Taaruf myQuran dipublikasikan ke sosial media Rumah Taaruf myQuran seperti *website*, *facebook*, *instagram* dan *twitter*. Adapun catatan proses taaruf di Rumah Taaruf myQuran dari 2010 hingga 19 April 2020 terdapat proses taaruf *online* sekitar 1.500 proses, lalu proses taaruf *offline* sebanyak 398 proses dan proses hingga menikah sebanyak 76 pasangan. Kemudian *page views* Rumah Taaruf myQuran sampai sekarang sebanyak 4.774.515.

Uniknya artefak kultural menyangkut taaruf digital semakin berkembang dengan munculnya beberapa platform yang menawarkan ajakan taaruf. Secara mendalam proses komunikasi taaruf digital memiliki nilai-nilai yang dalam konteks ini terkait budaya dan amplifikasi dari nilai-nilai keislaman. Nilai-nilai yang muncul dalam proses komunikasi taaruf digital kemudian dipertukarkan di antara anggota taaruf pada *email* admin Rumah Taaruf myQuran dan dalam kondisi tertentu ada berbagai pengembangan, baik dari segi teks dalam dialog dan konteks dalam pelibatan tokoh.

Realitas *online* ini menunjukkan bahwa proses komunikasi taaruf dalam cara visualnya merupakan cerminan realitas yang ideal di tengah masyarakat. Adapun proses komunikasi anggota taaruf melalui *email* menjadi medium untuk menyampaikan pesan. Hal ini juga menunjukkan ada bahasa visual secara *online* yang menurut Dawkins (1979) dan bisa mewakili keinginan entitas yang dalam hal ini adalah anggota taaruf.

Selanjutnya penelitian ini bisa berkembang pada peneliti berikutnya dengan saran pembahasan fokus kepada komunikasi interpersonal pada pasangan yang melakukan taaruf secara digital. Hal ini sejalan dengan era globalisasi dan perkembangan teknologi yang membawa perubahan dalam komunikasi, semisal kemunculan internet. Kemunculan media baru (internet) telah menggeser defisini komunikasi interpersonal. Hal ini bisa menekankan pada komunikasi tatap muka, di mana seseorang mengirim pesan kepada orang lain dan mendapat umpan balik secara langsung dari pengirim pesan.

Berdasarkan hasil analisis interpretasi terhadap website Rumah Taaruf myQuran dan komunikasi tanya jawab melalui *email* anggota taaruf, maka peneliti akan menggabungkan hasil temuan dan pembahasan dengan Pakar Media Digital Mochammad Fakhruroji, berikut ini wawancaranya sebagai berikut:³⁰

1. Bagaimana pandangan mengenai taaruf digital yang marak di Indonesia?

Butuh lebih banyak data dan informasi untuk mengatakan bahwa taaruf digital telah marak di Indonesia. Saya tidak begitu mengetahui dengan pasti tentang

³⁰ Hasil wawancara dengan Pakar Media Digital Mochammad Fakhruroji melalui email, pada 6 April 2020 pukul 20.10 WIB

berapa banyak website atau platform internet yang memfasilitasi taaruf yang dimaksud. Namun menurut saya, taaruf digital ini tidak ada bedanya dengan rubrik biro jodoh pada media massa, khususnya media cetak yang sempat marak tahun 90an. Jika kemudian fenomena ini muncul, sesungguhnya bukan hal baru, hanya mengalami perluasan (*extension*) pada media-media digital yang lagi-lagi merupakan suatu keniscayaan pada era media baru ini.

2. Media taaruf digital juga semakin dipercayai oleh masyarakat, apakah hal ini menjadi fenomena budaya siber yang baru? Beserta alasannya?

Lagi-lagi tanpa data yang tersedia saya belum sepakat dengan pernyataan bahwa taaruf digital semakin dipercaya masyarakat. Namun saya sepakat dengan pernyataan bahwa taaruf digital merupakan salah satu bentuk budaya siber meskipun dari beberapa cirinya sesungguhnya lebih mendekati fenomena *digital socialities* (pergaulan digital) sebab menurut saya terlalu general untuk mengatakan ajang pencarian jodoh yang dimediasi oleh internet sebagai salah satu fenomena *cyberculture*. Dengan kata lain, mengatakan fenomena ini sebagai budaya siber yang baru pada dasarnya hanya pada tahapan-tahapan awal saja dari proses taaruf itu sendiri sehingga satu-satunya yang hal baru dalam digital taaruf ini adalah memanfaatkan teknologi digital untuk keperluan menemukan pasangan yang bahkan secara *offline*-tradisional sekalipun tidak dikenal struktur-struktur kultural yang dimaksud.

Digital taaruf memang budaya baru yang lahir karena teknologi digital namun konteks taaruf itu sendiri tetap ada. Hal ini berbeda dengan budaya yang sepenuhnya muncul sebagai konsekuensi teknologi digital, misalnya munculnya *crypto currency* seperti bitcoin yang hampir tidak merujuk pada konteks *offline*. Oleh karena itu, pernyataan bahwa ia adalah budaya siber membutuhkan klarifikasi yang sistematis dan argumentatif.

3. Apa yang harus menjadi pedoman bagi pemilik website taaruf digital agar proses taaruf bisa berjalan sesuai syariat Islam?

Sudah pasti pemahaman tentang konsep taaruf itu sendiri. Jika mau jujur, dalam konteks riset ini, istilah taaruf itu sendiri tampaknya istilah bentukan yang mendeskripsikan tentang proses perjodohan antara dua pihak yang sama-sama membutuhkan untuk menemukan pasangan. Padahal dalam Al- Quran, taaruf yang dimaksud sesungguhnya lebih dari itu, yakni mengenal dalam arti yang paling luas. Secara praktis, para pengelola dan pengurus website ini harus secara berkala memastikan unsur-unsur yang mereka yakini itu. Secara teknis, mereka juga harus mampu mengidentifikasi risiko-risiko yang dapat merugikan yang dapat ditimbulkan oleh para pengguna.

4. Alasan masyarakat mempercayai proses taaruf digital di tengah kemajuan teknologi?

Masyarakat akan lebih fasih menjawab pertanyaan ini. Namun sepertinya mereka lebih menyukai taaruf digital karena alasan sifat, fungsi dan teknis. Dari aspek *sifat*, taaruf digital adalah sesuatu yang relatif baru sehingga mengundang orang untuk mencoba berpartisipasi, tak ubahnya seperti orang yang mencoba produk-produk baru dengan tujuan hanya ingin tahu atau ingin merasakan sensasinya. Dari aspek fungsi, taaruf digital tampaknya diyakini lebih fungsional karena mudah digunakan. Dari aspek teknis, mereka tampaknya merasa lebih aman menggunakan taaruf digital ini karena tidak memerlukan energi lebih untuk dapat berinteraksi dengan sesama pengguna. Dengan demikian, boleh jadi bukan mempercayai, tapi hanya

melihat taaruf digital ini lebih mudah digunakan, kecuali untuk mereka yang telah merasakan manfaat dari taaruf digital ini.

5. Apakah fenomena taaruf digital ini akan semakin diminati oleh masyarakat Indonesia? Dan ke depan seperti apa fenomena ini?

Saya tidak bisa mengatakan tren perkembangannya akan meningkat. Jika ada yang format lain, mungkin saja akan berubah atau mengalami dinamika yang berbeda. Namun saya bisa mengatakan bahwa taaruf digital sepertinya akan memperluas jangkauan mereka pada sejumlah platform lain selain website, jika tren perkembangannya positif.

5. Simpulan

Ajakan menikah menjadi hal menarik di dunia virtual. Ada semacam fenomena terutama di kota-kota besar dan daerah yang masih memegang adat bahwa menikah menjadi tidak sekedar ritual keagamaan dan prosedur administrasi kenegaraan saja, melainkan melibatkan tanggung jawab dan kesiapan. Uniknya faktor kesiapan ini baik kesiapan lahir dan batin menjadi alasan untuk menunda pernikahan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta pembahasan maka dapat disimpulkan komunikasi antar anggota taaruf myQuran dilakukan melalui forum diskusi yang disediakan oleh komunitas Rumah Taaruf pada websitenya www.RumahTaaruf.com. Adapun proses komunikasi termediasi komputer melalui email terjadi pada saat anggota komunitas *online* Rumah Taaruf myQuran menjalin proses taaruf *online*. Pada saat tersebut para anggota taaruf melalui berbagai enam tahapan antara lain seleksi biodata, pertukaran biodata, tanya jawab lewat *email*, taaruf langsung atau bertemu muka, taaruf keluarga, taaruf ke rekan terdekat dan tes medis atau psikologi. Tentu semua tahapan proses taaruf dijalani dengan pendampingan admin atau pihak ketiga lainnya, tidak berduaan saja.

Tak hanya pada sekedar komunikasi termediasi komputer saja yang dilakukan oleh para anggota taaruf, secara lebih mendalam terdapat nilai-nilai dalam konteks budaya dan amplifikasi dari nilai-nilai keislaman. Nilai-nilai yang muncul dalam proses taaruf digital kemudian diyakini oleh anggota taaruf untuk dilanjutkan ke proses taaruf *offline*, proses taaruf keluarga dan pernikahan. Hal ini dilihat baik dari segi teks dalam dialog dan konteks pertanyaan yang disampaikan melalui email admin dan terakhir percakapan pada tahap proses taaruf *offline*.

Realitas *online* menunjukkan komunikasi termediasi komputer melalui email dalam cara visual merupakan cerminan realitas yang ideal dalam menjalani proses taaruf digital. Komunikasi termediasi komputer melalui *email* menjadi medium untuk menyampaikan pesan secara *online*. Hal ini menunjukkan bahasa visual secara *online* bisa mewakili keinginan serta kebutuhan entitas yang dalam hal ini adalah para anggota taaruf Rumah Taaruf myQuran.

Etnografi virtual pun digunakan sebagai metode pengumpulan data dengan beberapa langkah di antaranya identifikasi website Rumah Taaruf myQuran, melakukan kontak dengan observasi partisipan, wawancara mendalam baik secara elektronik dan tatap muka oleh pendiri Rumah Taaruf myQuran dan para anggota taaruf.

Melalui komunikasi termediasi komputer antar para anggota taaruf dan admin Rumah Taaruf myQuran, menciptakan hubungan kekeluargaan antara anggota taaruf, yang sesuai visi dan misi Rumah Taaruf myQuran.

6. Daftar Pustaka

- Anderson, Jhon W. 2001. "New Media in The Muslim World: The Emerging Public Sphere", ISIM Review Vol.5.
- Ardianto, E. 2011. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Ardinal. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta: bumi aksara.
- Baran, Stanley J. & Dennis K.Davis. 2010. *Teori Dasar Komunikasi Pergolakan dan Masa Depan Massa Edisi.5*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Basrowi & Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif (Komunikasi , Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya)* Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- Cangara, H. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Conseulo G.Sevilla, dkk. 1993. *Pengantar Metode Penelitian* diterjemahkan oleh Alimuddin Tewu. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Creeber, Glen & Royston Martin. 2009. *Digital Cultures*. New York: Open University Press.
- Creswell, Jhon W. 2010. *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)* diterjemahkan oleh Achmad Fawaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Croteau, David and William Hoynes. 1997. *Media/Society: Industries, Images, and Audiences*. London: PineForge Press.
- Danaher, P.J., Wilson, I and Davis, R. (2003). *A Comparison of Online and Offline Consumer Brand Loyalty, Marketing Science*. Horton, Paul B dan Chestern L Hunt. (1996). *Sosiologi Jilid 2 (edisi 6)* Diterjemahkan oleh: Amiruddin Ram dan Tita Sobari). Jakarta: Erlangga
- David Bell. 2001. *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge.
- Dawson dan Cowan. 2004. *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. London: Routledge.
- Denzin, K. Norman & Yvonna S.Lincoln (Eds). 2009. *Handbook Of Qualitative Research diterjemahkan oleh Dariyatno*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djamal, Hidajanto dan Andi Fachruddin. 2011. *Dasar Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi Edisi-2*. Jakarta: Kencana.
- Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis Edisi 1-Cet 1*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fackruroji, Moch. 2015. "SMS Tauhiid Sebagai Layanan Pesan Agama" *Jurnal Dakwah*, Vol.XVI, No.1.
- Fakhruroji, Moch. 2017. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Foot, K. 2006. *Web Sphere Analysis and Cybercultural Studies*. New York: Universty Press.
- Hamzah, Muchotob. 2017. *Pengantar Studi Aswaja An- Nahdliyah*. Jawa Tengah: LKiS.
- Hanafi. 1981. *Memasyarakatkan Ide-Ide Baru*. Surabaya : Usaha Offset Printing.
- Harun, Rochajad dan Elvinaro Ardianto. 2011. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial Perspektif*
- Helland, Christopher. 2002. "Surfing for Salvation", *Religion* Vol.32.
- Helland, Cristopher.2004. "Popular Religion and the World Wide Web: A Match Made in (Cyber) Heaven" dalam *Religion Online*. London: Routledge.
- Hine, C. 2000. *Virtual Etnografi*. London : SAGE Publications Ltd.

- Hisyam, Muhammad dan Cahyo Pamungkas. 2016. *Indonesia, Globalisasi dan Global Village*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hojsgaard, Morten T dan Margit Warburg. 2005. *Religion and Cyberspace*. London: Routledge.
- Holmes, David. 2012. *Teori Komunikasi: Media, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Iqbal, Asep Muhamad. 2016. "When Religion Meets The Internet (Cyber-Religion and the Secularization Thesis)" *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol.6, No.1.
- Jahi, Amri. 1988. *(Penyunting) Komunikasi Massa dan Pembangunan Pedesaan di Negara-Negara Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*. Jakarta: Gramedia.
- Jang et Al. 2007. *The influence of online brand community characteristics on community commitment and brand loyalty*. USA: Proceeding of the 40th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Jihan, Mutohharun. 2013. "Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia", *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, Vol.3, No.2.
- John, Creswell. 2007. *Qualitative Inquiry and Research Design*: London: Sage.
- Jordan. 1999. *Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and The Internet*. London and New York: Routledge.
- Kozinets RV. *The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities*, *Journal of Marketing Research*.
- Krisnawati, Ester. 2016. "Perilaku Konsumsi Media Oleh Kalangan Remaja Dalam Pencarian Informasi." *Jurnal Ilmiah Komunikasi* Vol.5, No.1.
- Kurnia, Novi. 2005. "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru: Implikasi terhadap Teori Komunikasi", *Jurnal Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Media Baru* Vol.6 No.2.
- LaQuey, Tracy. 1997. *Sahabat Internet*. Bandung: Penerbit ITB.
- Latuherul, Mishell Natalya. 2017. "Aplikasi Traveloka Sebagai Bentuk Konstruksi Sosial Teknologi Media Baru." *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media* Vol.2, No.2.
- Liliwari. 2014. *Pengantar Studi Kebudayaan*. Bandung: Nusamedia
- Malau, Ruth Mei Ulina. 2011. "Khalayak Media Baru" *Jurnal The Messenger*. Vol.II, No.2.
- McQuail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory (4th edition)*. London: Sage Publications.
- McQuail, Dennis. 2002. *Media Perfomance: Mass Communication and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- McQuail, Dennis. 2003. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail Edisi 6 Buku 2* (Terj: Putri Iva Izzati). Jakarta: Salemba Humanika.
- Melkote, Srinivas R. 1991. *Communication for Development in Third World*. New Delhi: Sage Publications.
- Moleong, Lexy J. 1989. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya Di Era Budaya Siber Edisi Pertama*. Jakarta: Prenemedia Group.
- Nasrullah, Rulli. 2013. *Cybermedia*. Yogyakarta: IDEA Pers.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori Dan Riset Media Siber (Cybermedia) (2nd Ed.)* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosoteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2018. "Riset Khalayak Digital: Perspektif Khalayak Media Dan Realitas Virtual Di Media Sosial". *Jurnal Siosoteknologi* Vol.17, No.2.
- Nawawi, Hadari. 1998. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajahmada Universitas Press.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Cespur: Malang.
- O'Neill, Shaleph. 2008. *Interactive Media: The Semiotic Of Embodied Interaction*. London: Springer.
- Pavlik, John V. 1998. *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Boston: Allyn and Bacon.
- Possamai, Adam. 2005. *Religion and Popular Culture, A Hyper Real Testment*. Brussels: P.I.E-Peter-Lang.
- Puspita, Yesi. 2015. "Pemanfaatan New Media dalam Memudahkan Komunikasi dan Transaksi Pelacur Gay". *Jurnal Pekommas Universitas Andalas*, Vol.18, No. 3.
- Ridings, C.M., Gefen, D. 2002. *Some Antecedents And Effects Of Trust In Virtual Communities*. *Journal of Strategic Information Systems*.
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Rouf, I and Y.Sopyan. 2007. *Panduan Praktis Mengelola Blog*. Jakarta: Media Kita.
- Rubawati, Efa. 2018. "Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah" *Jurnal Studi Komunikasi* Vol.2, Page.125- 142.
- Samiaji Sarosa. 2003. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar Edisi 2*. Jakarta: PT.Indeks.
- Solomon, Michael R dan Tracy L. Tuten. 2011. *Social Media Marketing*. UK: SAGE
- Sugihartati, Rahma. 2014. *Perkembangan Masyarakat Informasi dan Teori Sosial Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: IKAPI.
- Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Suwendra, I Wayan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan*. Badung: Nilacakra.
- Werner, J. Severin. 2001. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode dan Terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana.
- Wilson, T. 2009. *Understanding Media Users from Theory to Practice*. Malden, MA: John Wiley & Sons, Ltd.
- Yin, Robert.K. 2012. *Studi Kasus: Desain dan Metode* diterjemahkan oleh Djauzi Mudzakir. Jakarta: PT.Rajagrafiindo Persada.
- Zaleski, Jeff. 1999. *Spiritualitas Cyberspace, Terj. Zulfahmi Andri*. Bandung: Mizan.