

## BAB II

### TWITTER DAN CYBERSASTRA

#### 2.1 Twitter

##### 2.1.1 Definisi Twitter

Twitter adalah layanan jejaring sosial dan mikroblogging gratis yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan sepanjang 140 karakter, tanpa foto dan video. Twitter dapat diakses dengan internet berkecepatan lambat karena pesan yang ada dalam Twitter memang hanya teks, yang berkapasitas sangat kecil. Seorang penulis pesan (*tweet*/kicauan) di Twitter disebut *author*. Pesan-pesan itu dapat dibaca orang lain, yang disebut *follower* (pengikut).<sup>39</sup>

##### 2.1.2 Konten Twitter

Twitter memiliki logo berupa seekor burung berwarna biru yang bernama "Larry the "Bird", dinamai setelah nama seorang mantan pemain basket NBA, Larry Bird.

Fitur-fitur yang dimiliki Twitter

##### 2.1.2.1 Tweets

*Tweets* atau kicauan berisi *update status* dari pengguna. Pengguna dapat menulis pesan berdasarkan topik dengan menggunakan hastag (#) sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa menggunakan mention (@).

---

<sup>39</sup> Fauzi. *Op.Cit.*, hlm.45

Pesan pada awalnya diatur hanya mempunyai batasan sampai 140 karakter disesuaikan dengan kompatibilitas pesan SMS, memperkenalkan singkatan notasi dan slang yang biasa digunakan dalam pesan SMS. Batas karakter 140 juga meningkatkan pengguna memperpendek layanan URL seperti bit.ly, goo.gl, dan tr.im dan jasa hosting konten, seperti twitpic, *tweetphoto*, memozu.com dan notepub untuk mengakomodasi multimedia isi dan teks yang lebih panjang daripada 140 karakter. Twitter menggunakan bit.ly untuk memperpendek otomatis semua URL yang diposting.<sup>40</sup>

#### **2.1.2.2 Retweet**

*Retweet* atau disingkat RT adalah pengulangan *tweet*. RT digunakan bila *tweet* yang akan di RT itu dinilai penting dan menarik. Jumlah *retweets* untuk *tweet* tertentu merupakan ukuran dari *tweet* populer dan memposisikan kepopuleran pengguna yang memiliki *tweet* yang di RT tersebut.

#### **2.1.2.3 Home**

Home atau halaman utama yang menampilkan *tweets* kiriman dari orang-orang yang telah menjadi teman si pengguna.

#### **2.1.2.4 Profile**

Pada halaman ini yang akan dilihat oleh seluruh pengguna Twitter adalah mengenai profil atau data diri terdiri atas; nama lengkap, lokasi,

---

<sup>40</sup> *Ibid.*, hlm. 23.

halaman web, biografi singkat, dan jumlah kicauan pengguna serta kicauan yang sudah pernah diposting.<sup>41</sup>

#### **2.1.2.5 Followers**

*Followers* atau pengikut adalah pengguna lain yang ingin menjadikan kita sebagai teman. Bila pengguna lain menjadi *follower* akun seseorang, maka kicauan seseorang yang ia ikuti tersebut akan masuk ke dalam halaman utama.

#### **2.1.2.6 Following**

Kebalikan dari pengikut, *following* adalah akun seseorang yang mengikuti akun pengguna lain agar kicauan yang dikirim orang diikuti tersebut masuk ke dalam halaman utama.

#### **2.1.2.7 Mentions**

Konten ini merupakan balasan dari percakapan agar sesama pengguna bisa langsung menandai seseorang yang akan diajak berbicara. Konten ini seperti SMS, tapi bersifat publik, pengguna lain dapat melihatnya.

#### **2.1.2.8 Favorite**

*Favorite* digunakan untuk menandakan kicauan yang sesuai pilihan pengguna. Tujuan penandaan *favorite* ini untuk menyimpan kicauan agar tidak hilang.

---

<sup>41</sup> Haewoon Kwak, dkk. "What is Twitter, a Social Network or a News Media?". *Jurnal Prosiding Konferensi Internasional World Wide Web ke-19*, (Raleigh, 27 Juli 2010).

### **2.1.2.9 *Direct Message***

Fungsi *direct message* serupa dengan penggunaan SMS. Hal ini dikarenakan pengiriman langsung hanya dapat dilihat oleh pengguna yang dikirim pesan.

### **2.1.2.10 *Timeline***

Isi *timeline* merupakan kumpulan *tweet* dari akun yang diikuti seseorang. *Tweet* pengguna pun masuk ke dalam *timeline*. *Timeline* menciptakan sebuah rangkaian *tweet* berupa informasi, percakapan pengguna satu dengan yang lain, curahan hati, karya sastra mini, bahkan kumpulan satu topik cerita yang padu. Isi *timeline* muncul sesuai dengan urutan waktu yang terorganisir.

### **2.1.2.11 *Hastag***

Penanda yang ditulis di depan topik tertentu agar pengguna lain bisa mencari topik yang sejenis yang ditulis oleh orang lain juga. Hastag ditulis dengan simbol #.

### **2.1.2.12 *List***

Pengguna Twitter dapat mengelompokkan following mereka ke dalam suatu grup atau list. Hal ini memudahkan untuk dapat melihat secara keseluruhan para username yang mereka *follow*.

### **2.1.2.13 *Trending Topic***

*Trending Topic* adalah topik yang sedang banyak dibicarakan oleh banyak pengguna dalam suatu waktu yang bersamaan. Kemudian secara

spesifik yaitu sebuah kata, frase atau yang ditandai dengan tagar (#) yang dilepaskan dengan kecepatan lebih tinggi serta unggul dalam jumlah daripada kata, frase atau yang ditandai dengan tagar lainnya. Hal ini biasa dikatakan menjadi Topik Hangat (*Trending Topic*) dan menjadi populer baik yang melalui upaya terpadu oleh pengguna atau karena suatu peristiwa yang mendorong orang untuk berbicara tentang satu hal tertentu tersebut.

Topik-topik tersebut membantu Twitter dan pengguna untuk memahami apa yang terjadi di dunia. Terkadang topik-topik tersebut merupakan hasil dari kesengajaan dan upaya bersama oleh fans selebriti tertentu ataupun karena fenomena budaya. Ada 2 jenis *Topik Hangat* (*Trending Topic*) yang menjadi acuan pengguna di Indonesia, yaitu Topik Hangat Seantero Dunia (*Trending Topic World Wide / TTWW*) dan Topik Hangat Indonesia (*Trending Topic Indonesia / TTI*), kemudian yang terjadi di Indonesia khusus terutamanya adalah karena hal-hal yang sedang banyak peminatnya pada kala itu.<sup>42</sup>

### 2.1.3 Sejarah Twitter

Twitter adalah sebuah situs web yang dimiliki dan dioperasikan oleh Twitter Inc. Sejak dibentuk pada tahun 2006 oleh Jack Dorsey, Twitter telah mendapatkan popularitas di seluruh dunia dan saat ini memiliki lebih dari 100 juta pengguna. Hal ini kadang-kadang digambarkan sebagai SMS dari internet. Semua pengguna dapat mengirim dan menerima kicauan melalui situs Twitter,

---

<sup>42</sup>Wikipedia. *Twitter*. <http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter> diakses pada 25 Desember 2012 pukul 14.00 WIB.

aplikasi eksternal yang kompatibel (telepon seluler), atau dengan pesan singkat (SMS) yang tersedia di negara-negara tertentu. Situs ini berbasis di San Bruno, California dekat San Francisco, di mana situs ini pertama kali dibuat. Twitter juga memiliki server dan kantor di San Antonio, Texas dan Boston, Massachusetts.<sup>43</sup>

Pada mulanya, tidak ada pembatasan jumlah karakter yang bisa ditulis di Twitter. Jika misalnya kalimat lebih dari 140 karakter, Twitter akan membaginya menjadi dua buah *tweet* atau lebih. Kemudian pada tahun 2007, karena berbagai alasan, barulah diberlakukan pembatasan *tweet* menjadi hanya 140 karakter saja sampai sekarang.

Kemunculan Twitter digagas pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey. Namun nama pertama yang diberikan pada layanan ini ternyata tidak langsung Twitter, tetapi Twtr. Beberapa bulan setelah layanan diluncurkan, barulah Dorsey menggantikannya dengan sebutan Twitter. Sosok lain yang berjasa dalam pendirian Twitter selain Jack adalah Noah Glass, Evan Williams dan Biz Stone. Evan Williams, salah satu pendiri Twitter mengungkapkan bahwa pihaknya harus membayar USD 7.500 atau sekitar Rp 70 juta untuk membeli domain Twitter.com ketika mereka memutuskan ganti nama dari twtr. Kini tentunya nama domain tersebut termasuk yang paling bernilai di dunia seiring tingginya popularitas Twitter.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Twitter>. Diakses pada 25 Desember 2012 pukul 14.10 WIB.

<sup>44</sup> Dom Sagolla. *140 Characters.* (Canada : Hokoben, 2009), hlm xvii.

Dari Wikipedia Indonesia, Twitter makin digemari dan mulai melesat antara tahun 2009 sampai tahun 2010. Sebanyak 100 juta user baru Twitter bergabung di tahun 2010. Salah satu perubahan dramatis yang terjadi adalah banyak user mulai menulis informasi profil pribadi mereka dengan mendetail, yaitu sampai 69%. Padahal sebelumnya tidak terlalu banyak yang menuliskannya.

#### **2.1.4 Mendongkrak Kepopuleran dari Twitter**

Pengguna Twitter akan menjadi lebih aktif ketika ada kejadian menonjol. Sebagai contoh, rekor diciptakan pada Piala Dunia 2010, ketika penggemar menulis 2940 kicauan per detik di kedua periode 30 setelah Jepang mencetak gol melawan Kamerun pada tanggal 14 Juni 2010. Rekor dipatahkan lagi ketika 3085 kicauan per detik yang dikirim-tampil setelah kemenangan Los Angeles Lakers di Final NBA 2010 pada tanggal 17 Juni 2010. Hal ini pun terjadi ketika penyanyi Michael Jackson meninggal dunia pada tanggal 25 Juni 2009, server Twitter turun karena pengguna memperbarui status mereka untuk memasukkan kata-kata "Michael Jackson" pada tingkat 100.000 kicauan per jam. Pengguna dapat menulis pesan berdasarkan topik dengan menggunakan pagar (#) (*hashtag*). Sedangkan untuk menyebutkan atau membalas pesan dari pengguna lain bisa menggunakan tanda @. Pesan pada awalnya diatur hanya mempunyai batasan sampai 140 karakter disesuaikan dengan kompatibilitas

dengan pesan SMS, memperkenalkan singkatan notasi dan slang yang biasa digunakan dalam pesan SMS.<sup>45</sup>

### **2.1.5 Kekuatan Twitter**

Sejak didirikan tahun 2006 Twitter sangat berkembang dibandingkan dengan sosial media yang lain. Pada dasarnya konsep Twitter adalah evolusi dari pesan melalui media mobile, tidak menggantikan SMS , Instant Messenger ataupun E-mail, hanya memperkenalkan cara baru kepada publik terhadap “pengiriman pesan”.

Kicauan melalui Twitter ini memungkinkan kita untuk tetap mendapatkan informasi, baik itu *breaking news*, lalu lintas, promosi toko-toko favorit, karya sastra ataupun cerita-cerita lucu dari teman. Karena sifat informasinya yang cepat dan langsung tersebar, Twitter dapat membantu penggunanya untuk mempengaruhi masing-masing pengguna untuk mendiskusikan hal-hal yang sedang diperbincangkan di seluruh dunia.

Twitter merupakan layanan microblogging dimana penggunanya dapat menginformasikan status terbaru mereka di sebuah postingan pendek, melalui instant message, ponsel, atau e-mail dari website. Pesan yang disampaikan terbatas, hanya 140 karakter. Orang-orang yang menerima postingan tersebut jumlahnya juga dibatasi. Namun mengingat dunia maya adalah dunia tanpa batas, maka orang yang mengikuti fasilitas microblogging jumlahnya menjadi tidak terbatas.

---

<sup>45</sup>Fauzi, *Op.Cit.* hlm. 119

Untuk memahami lebih lanjut mengenai Twitter, penelitian *Why We Twitter ; Understanding Microblogging Usage and Communities* mengungkapkan bahwa tujuan sebenarnya seseorang menggunakan Twitter yaitu untuk melakukan perbincangan, bertukar informasi, dan melaporkan berita. Relevansi dari Twitter dengan microblogging secara umum merupakan sesuatu yang personal dan sangat terkait dengan siapa yang kita *follow*, dan siapa yang *memfollow*. Pada dunia mikro ini, pilihan biasanya bergantung pada kegemaran para individu tersebut menjadi berbagi informasi dari sebuah dialog.<sup>46</sup>

Pada laporan terbaru Comscore Inc yang dirilis pada tanggal 10 September 2010, dinyatakan bahwa pengguna Twitter naik sebanyak 76% dibandingkan tahun sebelumnya yakni mendapatkan hampir 96 juta pengguna, dibandingkan dengan jaringan sosial media yang terlebih dahulu ada, Myspace yang mencapai 95 juta pengguna. Juru bicara Twitter, Carolyn Penner, juga menyatakan bahwa situs mereka berkembang dengan masuknya akun 370.000 akun per hari.

## 2.2 Cybersastra

Istilah *cybersastra*, dapat dirunut dari asal katanya. *Cyber*, dalam bahasa Inggris Inggris tidaklah berdiri sendiri, melainkan terjalin dengan kata lain seperti *cyberspace*, *cybermate*, dan *cybernetics*. *Cyberspace* berarti ruang berkomputer yang saling terjalin membentuk budaya di kalangan mereka. *Cyberspace* berarti pengendalian proses menggunakan komputer. *Cybernetics* berarti mengacu pada sistem kendali otomatis, baik dalam sistem komputer (elektronik) maupun

---

<sup>46</sup> Finin,dkk. *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. (California : ACM, 2007).

jaringan syaraf. Dari pengertian ini, dapat dikemukakan bahwa *cybersastra* adalah aktivitas sastra yang memanfaatkan komputer atau internet.<sup>47</sup>

*Cybersastra* berkaitan dengan kemampuan seseorang kemajuan teknologi komunikasi. Banyak penulis yang mulai terjun ke dunia ini karena *cybersastra* merupakan ladang yang menjanjikan. Salah satu yang memanfaatkan *cybersastra* melalui Twitter adalah Arief Muhammad. Arief Muhammad melalui novel *PJP* membuktikan bahwa seseorang yang sebelumnya tak pernah lihai dalam hal menulis, mampu menerbitkan sebuah buku juga. Kesuksesannya karena dirinya setiap hari berkicau di dunia Twitter. Dia seakan tidak pernah kehabisan ide untuk melucu bagi para *followers*-nya di Twitter. Belum lagi para *followers*-nya juga tidak pernah kehabisan ide untuk mencelanya, namun hal tersebut menjadi sebuah hal yang lucu bagi banyak orang yang membaca tiap status terbarunya.

Fenomena kicauan sastra ini, khususnya novel *PJP*, merupakan perkembangan *cybersastra* dari sastra populer di Indonesia. Hal ini ditandai dengan kehadiran novel *PJP* merupakan suatu perwujudan ide yang terkandung dalam budaya populer. Kehadirannya untuk memenuhi kebutuhan para pembacanya yang senantiasa membutuhkan hiburan. Indikasi lain mengapa novel *PJP* dikatakan sastra populer adalah bahwa suatu karya sastra disebut populer diantaranya karena tema, cara penyajian teknik bahasa, dan penulisannya mengikuti pola umum yang tengah digemari masyarakat pembacanya yang menjadi populer di Indonesia.<sup>48</sup> Novel *PJP* muncul sebagai alternatif lain dari bentuk reproduksi massal. Hal ini dapat ditinjau dari penerimaan pembaca yang

---

<sup>47</sup> Suwardi Edaswara. *Metodologi Penelitian Sastra*. (Yogyakarta : CAPS, 2011), hlm.182.

<sup>48</sup> Ida Rochaini Adi . *Fiksi Populer : Teori dan Metode Kajian*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2011), hlm.20.

dilihat dari tingkat penjualan. Penjualan karya ini hingga November 2011 novel *PJP* sudah berhasil memasuki cetakan kesepuluh.<sup>49</sup>

Novel *PJP* ini berisi kumpulan “kicauan” Pocong di dunia maya yang menceritakan kehidupan si pocong sebagai setan (hantu) yang gagal menakut-nakuti manusia hingga asal mula ia bisa memiliki Twitter. Untuk menerbitkan buku pertamanya ini, penulis membutuhkan waktu selama sekitar enam bulan sebelum naik cetak. Proses pembuatannya tidak biasa. Ia menggunakan ruang *cybersastra* melalui Twitter dan blog. Arief Muhammad sengaja membuat dua bab khusus untuk ia dedikasikan kepada para *follower*-nya. Dua bab tersebut adalah *#Konsultaconggg* dan *Sumpah Pocong*. Di pertengahan pembuatan karya ini, Arief Muhammad membuat sayembara. Siapapun yang mengirim surat elektronik yang berisikan perjanjian untuk melakukan hal-hal yang di luar kebiasaan peserta sayembara, tulisannya akan dimasukkan ke dalam novel *PJP* yang akan diterbitkan. Tulisan mereka akan dimasukkan dalam bab *Sumpah Pocong*. Selanjutnya, Arief Muhammad membuka peluang bagi *follower* untuk menuliskan curahan hati mereka melalui media sosial (Twitter, *facebook* maupun blog), tulisan terpilih akan dimasukkan dalam bab *#Konsultaconggg*. Tak tanggung-tanggung, hampir 72.000 surat elektronik yang masuk dengan subjek *#Konsultaconggg*. Pada 23 Maret 2011, masih dalam proses kreatif, penulis novel ini menyebarkan info di akun Twitternya berupa sayembara pula. Info yang disebarkan berisi bahwa siapapun yang datang dengan menunjukkan papan bertuliskan nama pengguna akun Twitter masing-masing dan membawa payung

---

<sup>49</sup> Agung. *Setan Satu Juta Followers*. Majalah Hai, 12-18 Desember 2011, hlm.25.

ke dalam *mall* Cilandak Town Square dan menggunakannya di dalam mall tersebut, nama-nama penggemarnya ini akan dimasukkan ke dalam novel Poconggg. Aksi penggemarnya terangkum dalam bab Poconggg Madness.

### 2.2.1 Cybersastra yang Memanfaatkan Twitter

Selain Arief, masih terdapat penulis fiksi yang memanfaatkan media Twitter sebagai penulisan. Twitter menghasilkan keuntungan bagi penulis fiksi. Seorang penulis novel dari San Fransisco, Amerika Serikat, nekat mengadu peruntungan di Twitter. Penulis tersebut bernama Matt Stewart. Dia baru saja menyelesaikan penulisan novel berjudul “The French Revolution”, yang memiliki panjang 480.000 karakter.

Ini adalah novel pertama Stewart. Tetapi, Stewart kesulitan menemukan penerbit yang bersedia mencetak novelnya. Karena itu, Stewart beralih ke Twitter. Dia memecah novelnya menjadi sekitar 3.700 bagian, yang masing-masing memiliki panjang 140 karakter dan menampilkannya di Twitter. Stewart mengaku menampilkan novel pertamanya di Twitter bukan karena keputusan melainkan merupakan eksperimen sosial. Stewart ingin mengetahui bagaimana reaksi manusia membaca sebuah novel panjang yang dipecah-pecah menjadi ribuan pesan singkat. Sejauh pengetahuan Stewart, baru dirinyalah yang pertama kali merilis lengkap sebuah novel panjang di Twitter.<sup>50</sup>

Masyarakat menyukai “The French Revolution” karena bahasa yang digunakan blak-blakan, penuh elemen fantasi dan mengandung humor-humor yang segar. Hal berbeda dilakukan oleh cerpenis dari Montreal, Kanada, bernama Arjun

---

<sup>50</sup> Fauzi, *Op.Cit.* hlm. 112.

Basu. Ia menerbitkan cerpen-cerpennya di twittter. Khusus di Twitter cerpen-cerpen Basu hanya memiliki panjang maksimum 140 karakter, sesuai kuota maksimum Twitter untuk setiap pesan yang ditampilkan. Uniknya, kendati cerpen-cerpen Basu di Twitter sangat singkat, cerpen-cerpen itu memiliki alur yang lengkap yakni pembukaan, isi dan penutup. Menurut pengakuannya, Basu menulis cerpen di Twitter bukan untuk mencari uang, tetapi untuk membangun eksistensinya sebagai penulis. Para pengguna Twitter menyambut hangat cerpennya, terutama *followernya* sekitar lebih 8.000. Cerpen karya Basu ini telah diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia tanpa mengurangi makna dan pesan yang dikandung naskah aslinya. Cerpen Basu adalah kritik sosial terhadap acara tahunan perburuan anjing laut yang berlangsung di Kanada. Cerpen Basu pun telah diterjemahkan bahasa lain dengan naskah aslinya ditulis dalam bahasa Inggris, diantaranya bahasa Portugis dan Italia. Ketertarikan sejumlah pendidik yang menggunakan Twitter pula telah menggunakan cerpen-cerpen Basu sebagai bahan diskusi . Pendidik lain bahkan menggunakan cerpen-cerpen Basu untuk pembelajaran penulisan kreatif.<sup>51</sup>

Di proyek lain, Profesor Ian Bogost dari Georgia Institute of Technology dan Product Manager LinkedIn Ian McCarthy. Bogost dan McCarthy membawa novel *Ulysses* karya James Joyce (1882-1941) ke Twitter agar lebih mudah dipahami pembaca. Joyce menerbitkan *Ulysses* pada 1922. Bercerita tentang perjalanan pria bernama Leopold Bloom. *Ulysses* memiliki panjang sekitar

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 113-114.

265.000 kata, yang terbagi dalam 18 episode. Modern Library memperingatkan *Ulysses* sebagai novel terbaik pada abad ke-20.

Bagi para ahli sastra, *Ulysses* adalah sebuah mahakarya. Namun bagi masyarakat awam, *Ulysses* adalah sebuah bencana. Penyebabnya, *Ulysses* memiliki alur yang simpang siur dan melompat kesan kemari. Guna memudahkan masyarakat awam pembaca dan memahami *Ulysses*, Bogost dan McCarthy pun mendaftarkan 54 tokoh utama dalam sebagai pengguna Twitter. Di sana, masing-masing tokoh saling berdialog sebagai orang pertama, dalam urutan pertama dalam urutan waktu yang sesuai porsi masing-masing. Alhasil novel *Ulysses* berubah menjadi drama. Masing-masing tokoh utama saling berdialog dalam kalimat-kalimat khas Twitter yang memiliki panjang maksimum 140 karakter. Bogost dan McCarthy berharap proyek ini dapat membantu mempopulerkan karya sastra tinggi kepada masyarakat umum.<sup>52</sup>

Pemanfaatan Twitter untuk seni sastra mungkin akan membantu pergeseran perspektif layanan Twitter sekadar media untuk mengekspresikan diri menjadi media yang memungkinkan penggunaanya berefleksi terhadap sejarah. Bogost dan McCarthy menyebut proyek ini *Twittering Rock*. Dengan karya Bogost dan McCarthy ini, masyarakat awam diharapkan mampu menikmati dan memahami jalan cerita *Ulysses* seperti yang dimaksud Joyce ketika menulis novel tersebut pada Maret 1918 hingga Desember 1920.<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> *Ibid.*, hlm.114

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm.116.

### 2.2.2 Cybersastra melalui @fiksimini

Fenomena fiksi dalam Twitter hadir pada @fiksimini di Indonesia. Fiksimini yang muncul di Twitter serta digagas tiga sastrawan Agus Noor, Clara Ng dan Eka Kurniawan ini telah membuahkan hasil. Komunitas di dunia maya pun akhirnya bertemu dalam dunia nyata pula. Mewadahi bakat menulis dalam diri setiap orang, komunitas Fiksimi juga menjadi penanda sebuah bentuk tulisan baru. Semula tulisan itu hanya muncul pada masing-masing *timeline* Twitter para moderator, baik Agus, Clara, maupun Eka. Tema-tema tertentu dimunculkan setiap hari.

Tak disangka, pengikutnya atau *follower* mereka bertambah setiap saat. Rata-rata mereka adalah orang biasa yang suka menulis. Sederhana memang ide awalnya. Namun, kini hasil besar sudah mulai dirasakan. Komunitas Fiksimini bermunculan dengan anggota yang tersebar di Jakarta, Surabaya, Makassar, Singapura, hingga Melbourne, Australia. Mulai dari siswa SMA sampai ibu rumah tangga usia 50 tahun ke atas. Sesuai dengan kapasitas Twitter, mereka hanya bisa memosting tulisan sepanjang 140 karakter. Singkat untuk sebuah kisah yang beralur. Jangan salah sangka, justru rangkaian kalimat yang ada di *timeline* tersebut semakin menggugah rasa penasaran pembacanya.

Tak tanggung-tanggung, para pelopor membentuk komunitas untuk para penikmat sastra yang lain. Profesi dan latar belakang sosial berbeda tak menutup hasrat untuk bergabung dalam komunitas tulis menulis ini. Vierdy Sulfianto Rahmadani, mahasiswa semester dua Sistem Informasi Universitas Airlangga

Surabaya, mengikuti Fiksimini di Twitter karena ingin melampiaskan hasrat menulisnya.

Melalui Twitter para anggota tak malu untuk menuliskan sesuatu di sana, sebab pembacanya dapat langsung mengkritik atau memberi pujian. Interaksi langsung tersebut justru membuat nyaman para anggota yang terlibat menulis. Penulis memang bukan profesi utama mereka di dalam komunitas ini. Maka, memahami kemampuan menulis yang masih perlu terus diasah, mereka juga menggelar kelas kreatif dengan mengundang penulis senior untuk berbagai tips dan trik bagaimana menulis yang baik.

Lima di antara anggota komunitas Fiksimini mengumpulkan tulisannya dalam bentuk buku berjudul *Cemburu Itu Peluru*. Buku terbitan PT Gramedia Pustaka Utama itu disusun oleh Erdian Aji atau Anji Drive, Novita, Kika Dhersy Putri, Andy Tantono dan Oddie Frente. Cerita-cerita kami termasuk flash fiction atau fiksi kilat dengan maksimal 350 kata. Setebal 159 halaman, buku ini berisi 100 cerita yang ditujukan kepada mereka yang sibuk oleh tuntutan pekerjaan dan kehidupan, sehingga menyisihkan kemampuan menulis yang sebenarnya terdapat di dalam dirinya.<sup>54</sup>

## **2.3 @Poconggg**

### **2.3.1 Ide pembentukan akun @Poconggg**

Pada bulan ketiga tahun 2010, seorang remaja berpikir keras membuktikan eksistensi dirinya lewat akun Twitter. Saat akun bernama @pocongasli begitu

---

<sup>54</sup> <http://surabaya.tribunnews.com/2012/06/22/saling-berkicau-berkat-fiksimini> diakses 5 Desember 2012 pukul 13.05.

mendominasi, remaja ini tampil dengan akun Twitter @poconggg dan berusaha meyakinkan publik kalau akun yang asli atau dengan kata lain akun yang pantas diakui.

Agar makin membuat penasaran, remaja pemilik akun @poconggg ini pun menyembunyikan sosoknya dari *followers*. Sampai pada akhirnya akun @poconggg maju sendiri tanpa ada yang tahu remaja tersebut adalah remaja biasa bernama Arief Muhammad. Inilah pernyataan singkat yang dilontarkan Arief Muhammad mengenai asal mula akun @poconggg saat diwawancarai oleh pihak [www.boleh.com](http://www.boleh.com).

“Pertamanya dulu ada akun Twitter namanya 'Pocongasli'. Nah gue dulu suka liat *tweetnya* dia. Akhirnya gue bikin aja buat lucu-lucuan. Lucu aja namanya "Pocong Asli" emang ada yang palsu gitu? Makanya akhirnya gue bikin akun gue sendiri.”<sup>55</sup>

Pengakuan tersebut didukung oleh wawancara dari pihak Majalah Hai untuk kolom edisi Desember 2011.

“Saat itu gue sering *nimbrung* akun @pocongasli dengan ngaku kalau akun gue lah yang asli. Ternyata banyak yang percaya dan *followers* @poconggg makin bertambah. Akhirnya gue muai kepikiran untuk meneruskan perjuangan sebagai sebagai pocong sungguhan dengan konsisten nge-*tweet*.”

Rajin menyapa *followers*-nya lewat *tweet* kocak dan *nyeleneh* ternyata berhasil makin menenggelamkan akun @pocongasli. *Tweet* milik @poconggg memang lebih pop daripada @pocongasli. Memosisikan sebagai pocong yang galau, *tweet*-nya ini menampilkan topik seputar kisah percintaan remaja sehari-hari sampai cerita horor, sangat sukses dia tuangkan ke dalam 140 karakter. Seperti salah satu *tweetnya* ini.

---

<sup>55</sup>[http://www.boleh.com/news/read/movie\\_news\\_index/5886\\_ekslusif\\_wawancara\\_dengan\\_pemilik\\_akun\\_Twitter\\_poconggg\\_bagian\\_pertama\\_diakses\\_pada\\_15\\_Desember\\_2012\\_pukul\\_20.27](http://www.boleh.com/news/read/movie_news_index/5886_ekslusif_wawancara_dengan_pemilik_akun_Twitter_poconggg_bagian_pertama_diakses_pada_15_Desember_2012_pukul_20.27).

*@poconggg : COUPLE : Test kemesraan, LDR : Test kesetiaan.  
SINGLE : Test contact. #bedatipis.*

*Tweet* ini menjadi gambaran ringan untuk kaum jomblo pengguna *Blackberry* masa kini. Simple namun cukup menghibur.

### **2.3.2 Perkembangan Akun @Poconggg**

Awalnya Arief Muhammad membuat sebuah akun Twitter dengan nama Poconggg pada tahun 2009. Sambutan masyarakat Indonesia sangat baik terhadap akun tersebut. Hal ini terlihat dari banyaknya orang yang tergila-gila dan rela melakukan apa saja untuk Poconggg. Kemudian ia membuat blog yang diberi nama [www.poconggg.com](http://www.poconggg.com) pada tahun 2010.

Pemilihan nama poconggg ini namanya diambil dari salah satu jenis hantu ini memang cukup fenomenal. Walau tangannya terikat dan terbalut kain kafan, *tweet-tweetnya* berhasil menginvasi dunia Twitter. Sudah tercatat pengikut jejaring sosial akun Twitter @poconggg sebanyak 2.130.802<sup>56</sup> yang didominasi oleh para remaja Indonesia. Kicuannya menginspirasi banyak orang untuk *follow*-nya di Twitter.

Awalnya tidak ada satu pun orang yang mengetahui identitas dibalik akun Poconggg. Barulah pada bulan september 2011, identitas Poconggg yang notabeneanya adalah Arief Muhammad pun dibongkar oleh orang yang sampai sekarang tidak ketahuan identitasnya. Poconggg adalah salah satu akun Twitter

---

<sup>56</sup> <https://twitter.com/Poconggg> diakses pada 4 November 2012 pukul 14.30 WIB.

fenomenal di Indonesia. Tak jarang kicauannya menjadi trending topik kawasan dunia. Penggemarnya pun sangat banyak.<sup>57</sup>

### 2.3.3 Transformasi Poconggg : Dari Twitter ke Buku

Akun @poconggg sukses mengubah Arief Muhammad yang awal mulanya hanya remaja biasa, saat ini menjadi sosok yang tidak pernah terpikirkan sebelumnya. Dia adalah seorang mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Trisakti, Jakarta. Selain jadi selebritas di dunia Twitter, Arief juga bertransformasi menjadi penulis buku, tepatnya pada Juni 2011. Melalui penerbit Bukune, buku berjudul *Pocong Juga Poconggg* setebal 200 halaman berhasil diterbitkan.

Proses untuk menghasilkan sebuah buku tidaklah semudah menulis di Twitter. Dibantu oleh dua *blogger*, Bena Kribo dan Raditya Dika inilah Arief Muhammad tertarik untuk menulis. Melalui wawancara [www.boleh.com](http://www.boleh.com), Arief mengungkapkan.

Gue awalnya kenal sama Bena (*blogger*), *followers* gue minta supaya gue bikin buku karena *tweet* gue lucu. Padahal gue nggak ada *basic* dalam dunia tulis menulis, akhirnya pas *gue* ketemu sama **Bena**, dia *ngenalin gue* sama Radith (Radithya Dika). Akhirnya dibantuin sama dia. Nulisnya agak ribet, karena *gue kanemang gak* ada *basic* nulis, Target awal bukunya keluar dari bulan Februari 2011, akhirnya mundur-mundur terus sampai Juli baru keluar.<sup>58</sup>

Setelah bukunya beredar di pasaran, respon para penggemar pun amat dahsyat. Hanya dalam waktu 15 menit pada cetakan pertama, buku *PJP* langsung

<sup>57</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Arief\\_Muhammad](http://id.wikipedia.org/wiki/Arief_Muhammad) diakses pada 6 Desember 2012 pukul 12.35.

<sup>58</sup> [http://www.boleh.com/news/read/movie\\_news\\_index/5886\\_ekslusif\\_wawancara\\_dengan\\_pemilik\\_a\\_kun\\_twitter\\_poconggg\\_bagian\\_pertama\\_](http://www.boleh.com/news/read/movie_news_index/5886_ekslusif_wawancara_dengan_pemilik_a_kun_twitter_poconggg_bagian_pertama_) diakses pada 15 Desember 2012 pukul 21.00.

terjual habis. Penerbit sempat kelimpungan dan akhirnya naik cetak lagi. Hingga pada selama tiga bulan berturut-turut, bukunya menjadi kategori *bestseller*. Karena kesuksesan inilah, *PJP* juga berhasil diangkat menjadi sebuah film dengan judul yang sama.