

Abstrak

Pesatnya perkembangan dalam bidang teknologi komunikasi telah membuat *video games* berevolusi menjadi media komunikasi yang sangat mendukung interaksi sosial. Perkembangan *video games* juga turut mendorong munculnya fenomena baru yaitu komunitas yang berdomisili dan beraktivitas didalam *video games*. Fenomena ini ditemukan pada gim yang selalu masuk kedalam *top 10 best selling games* selama satu dekade terakhir yaitu Grand Theft Auto Online (GTAO). Dalam gim GTAO sekumpulan pemain dari Indonesia mendirikan komunitas otomotif bernama Garuda Auto Diversity (GAD) dan menyelenggarakan kegiatan otomotif yang mempromosikan *car culture* seperti *carmeets*, *touring*, dan balap mobil. Maka dari itu selain sebagai konsumen produk digital, komunitas ini juga sekaligus berperan menjadi produsen dari konten otomotif di dalam gim GTAO. Untuk mengkaji bagaimana komunitas GAD sebagai prosumer memproduksi kegiatan otomotif kedalam dunia virtual, peneliti menggunakan *cybercommunity theory*, *prosumer theory*, serta *konsep community of practice*. Pada komunitas ini ditemukan adanya sistem sosial, stratifikasi sosial, pembagian peran, serta proses pembuatan event otomotif yang kompleks layaknya komunitas pada dunia nyata. Pada komunitas GAD juga ditemukan aktivitas pembelajaran diantara para anggotanya dengan bentuk *sharing knowledge* pada bidang otomotif. Anggota komunitas memperoleh pengalaman *bona fide* serta pengalaman mengikuti acara *carmeet* yang sulit mereka peroleh pada dunia nyata. Komunitas GAD juga digunakan sebagai forum diskusi online yang dapat memperkaya pengetahuan otomotif. Jenis dari penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif menggunakan paradigma interpretif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Data penelitian dikumpulkan menggunakan observasi partisipan, dokumentasi, serta wawancara. Kemudian peneliti melakukan triangulasi terhadap data yang telah terkumpul lalu diolah menjadi temuan penelitian.

Kata Kunci : *cybercommunity*, prosumer, *car culture*, Grand Theft Auto Online

Abstract

The rapid advancement in communication technology has transformed video games into a communication medium that strongly supports social interaction. This advancement in video games has also drive the emergence of a new phenomena : communities that exist and thrived within video games. This phenomena is evident in a game that consistently ranks among the top 10 best-selling games over the past decade, Grand Theft Auto Online (GTAO). Within GTAO, a group of players from Indonesia established an automotive community named Garuda Auto Diversity (GAD) and organized automotive activities that promote car culture like carmeets, touring, and racing within virtual word. Therefore, aside from just being consumers of digital products, this community also plays a role as producers of automotive content within GTAO. To study how GAD acts as prosumers in producing automotive activities within the virtual world, researchers applied cybercommunity theory, prosumer theory, and the concept of community of practice. Within this community, social systems, social stratification, role division, and complex automotive event planning processes similar to real-world communities were identified. The GAD community also engages in learning activities among its members through knowledge sharing in the automotive field. Members gain bona fide experiences as well as able to participate in carmeet events within virtual world that for them are difficult to experienced in the real world. The GAD community also serves as an online discussion forum that enriches automotive knowledge. This study employs a qualitative descriptive approach using an interpretive paradigm. Case study method were used in this study. Data were collected through participant observation, documentation, and interviews. Collected data were triangulated and analyzed by researcher to derive research findings.

Keyword : *cybercommunity, prosumer, car culture, Grand Theft Auto Online*