

ABSTRAK

Komunitas *online* kini semakin dekat dengan masyarakat, termasuk perempuan. Sebagai konsumen produk kecantikan, perempuan kini mengandalkan informasi produk dari pihak ketiga, yaitu penilaian jujur dari orang biasa yang juga mengonsumsi produk yang sama. Hal itulah yang dilakukan oleh para perempuan sebagai *user* dalam Forum Lip Treatment – Part 2. Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana *user* tersebut berinteraksi satu sama lain ketika membahas produk perawatan bibir, sampai akhirnya interaksi tersebut menghasilkan dinamika komunikasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik kualitatif. Penelitian ini berangkat dari teori Kozinets (1999) yang mengatakan bahwa sebuah *virtual community of consumption* memiliki empat tipe *user* berdasarkan kedekatan sosial (*social tie*) dan kedekatan terhadap perilaku mengonsumsi (*consumption tie*), yaitu *insider*, *devotee*, *mingler*, dan *tourism*. Selanjutnya, teori Thurlow, Lengel, dan Tomic (2004) mengatakan bahwa interaksi *user* menciptakan dinamika tersendiri, yaitu *upside* dan *downside*.

Penelitian ini kemudian menemukan bahwa keempat tipe tersebut mengambil peran berbeda-beda terhadap dinamika dalam forum. *Insider* dan *devotee* memberikan pengaruh yang cukup kuat dan pemicu diskusi yang interaktif dalam forum. Bedanya, *insider* lebih tertarik pada kualitas serta lebih terbuka untuk mencoba beberapa produk. Sementara *devotee* lebih tertarik pada khasiat dan fanatik pada satu produk. Sementara, *mingler* adalah sosok yang suka terlibat dalam interaksi dan melakukan penyatuan terhadap perilaku *insider* dan *devotee*. Pengaruh *insider* pada *mingler* lebih kepada pengetahuan terhadap beberapa produk, sementara *devotee* terbatas pada produk yang mahal. Selanjutnya, *tourism* adalah sosok yang paling tidak memberikan pengaruh pada forum.

Kata kunci : female daily, forum *online*, dinamika interaksi, dinamika komunikasi

Abstract

The online community now is increasing with society, include the female. As a consumer of beauty product, female now rely on information about a product from the third party, i.e an honest assessment of common people who also use the same product. That is what is done by the female as a user in Forum Lip Treatment – Part 2. The researcher was interested to see how user interact with each other while discussing lip care product, till finally, these interactions created communication dynamics. This research based on the theory of Kozinets (1999) says that virtual community consists of four types of user based on their social tie and consumption tie, they are an insider, devotee, mingler, and tourism. Furthermore, Thurlow, Lengel, and Tomic (2004) says that user's interaction creates his own dynamics, they are upside and downside.

This research then found that insider, devotee, mingle, and tourism was taking different roles to the group dynamics. Insider and devotee gave a strong influence and a trigger for interactivity talks. The difference, insider was more interested in quality and open to trying some products. While devotee was more interested in the result and was zealous to one product. Meanwhile, mingler was a user like to be involved in the interaction and made cohesion to the behavior of insider and devotee. Insider's influence on mingler was more to the knowledge of some products, while devotees limited to an expensive product. Furthermore, tourism was a user who did not give any effect to the forum.

Keywords : female daily, online forum, interaction dynamics, communication dynamics