BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2020, sebuah artikel mengekspos teknik pemasaran baru yang berkembang dalam praktek bisnis gelap narkoba berbasis fasilitas teknologi. Temuan berupa kasus yang dipublikasi oleh *American Addiction Centers* (2020) ini datang dari Colorado, sisi barat Amerika Serikat yang menjadi tempat berlangsungnya aktivitas jual beli ilegal alias pasar gelap narkoba berjenis ganja, sabu-sabu, hingga MDMA. Namun berbeda dari sebelumnya, melalui kasus ini terungkap pula pemanfaatan salah satu produk teknologi informasi dan komunikasi guna mewadahi interaksi publik, yakni media sosial. Pemanfaatan medsos pada operasi kriminal ini bahkan menjadi awal keterlibatan 171 anggota dari kalangan pelajar dalam bisnis. Teridentifikasi sebagai modus baru (EMCDDA & Europol, 2017; Petrus, 2021; Suni, 2021) fenomena ini diperkenalkan sebagai Pasar Gelap Narkoba di Media Sosial.

Bisnis gelap narkoba mula-mula dikonstruksikan sebagai kumpulan aktivitas impor, ekspor, produksi, menanam, menyimpan, dan/atau menggunakan narkotika yang bertentangan dengan Undang-Undang no 35 Tahun 2009. Operasinya berlangsung antara beberapa pihak yang disebut sebagai aktor atau partisipan bisnis, serta melibatkan kemampuan adaptasi dan strategi pengembangan yang seringkali menyulitkan upaya penegakan hukum. Lebih spesifik, terdapat modal sosial (rantai jaringan) dan modal manusia (sumber daya) yang selama ini diberdayakan oleh para aktor (Bichler et al., 2017) sebagai roda penggerak aktivitas ilegal tersebut.

Sementara itu, sorotan terhadap media sosial pada kasus jual beli narkoba di Colorado berkaitan dengan konsepsi pasar gelap guna mewadahi persebaran ilegal obat-obatan terlarang. Secara luas, pasar berdayaguna memayungi aktivitas jual beli barang serta jasa. Pasar adalah arena atau titik yang berdiri secara sosial, di mana aktivitas pertukaran berulang kali terjadi antara pembeli dan penjual berlandaskan seperangkat aturan formal dan pemahaman informal yang menata hubungan antara pesaing, pemasok, dan pelanggan (Moeller, 2018). Indikasinya,

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

pasar menjadi *meeting point* (titik temu) antar pelaku kegiatan jual beli di bawah persaingan. Pasar mempertemukan pelaku transaksi dan beroperasi dengan acuan faktor wilayah, jenis produk atau jasa, hingga hubungan antar aktor bisnis yang dinaungi. Faktor-faktor tersebut menjadi karakteristik yang berlanjut membentuk berbagai jenis pasar, diikuti pengaruh; praktek penetapan harga serta persaingan, tata hukum yang membatasi perilaku partisipan, hingga budaya yang berlaku secara informal maupun formal di lingkungannya berada (Moeller, 2018; Vanberg, 1986).

Salah satu teori prominen pada kajian sosial ekonomi bahkan pernah menjelaskan keunikan pada latar belakang pembentukannya. Hal ini disampaikan oleh F.A Hayek melalui teori *Spontaneous Order,* yang mempertimbangkan pasar sebagai bentuk kelahiran di luar rancangan atau pemikiran manusia, tepatnya datang layaknya konsekuensi dari aktivitas berbagai pihak sehingga dihasilkan tanpa sengaja (Khalil, 1997). Inti gagasan Hayek merujuk pada kumpulan usaha dari individu atau berbagai pihak secara terpisah, dalam rangka memaksimalkan profit atau kebutuhan pribadi hingga tatanan ini tumbuh begitu saja. Sebab, berdasarkan uraian Barry (2008), poin utama pada teori tatanan spontan adalah; "..kebaikan bersama sesungguhnya lahir dari motif kepentingan pribadi..", "..muncul hampir secara kebetulan, bermanfaat, dan kemudian ditiru.". Menjadi pangkal teori, Hayek sejalan dengan Adam Ferguson yang melihat tatanan spontan sebagai buah dari tindakan manusia, namun bukan merupakan rancangan mereka (Khalil, 1997, p. 303).

Sementara itu, terdapat beberapa prinsip dan hakikat pasar legal yang umumnya masih ditemukan dalam pasar gelap narkoba. Aktor utama dalam bisnis, yakni pengedar dan pengguna narkoba merupakan penjual dan pembeli yang menukarkan obat-obatan terlarang tanpa persetujuan hukum di bawah persaingan. Pasar narkoba juga tidak beroperasi atau menganut sistem pengorganisasian yang seragam (Brownstein et al., 2012). Masih dalam Brownstein (2012, p. 68), *drug market* dibangun oleh 4 karakter khusus yang mempengaruhi tipe transaksi di dalamnya; (1) jenis narkoba yang dibeli dan dijual, (2) karakteristik target populasi yang dilayani, (3) aktor bisnis yang dilibatkan, hingga (4) kondisi wilayah pasar. Berdasarkan keempatnya, konstruksi pasar narkoba tidak memiliki pola transaksi

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

ideal guna disamaratakan. Sebab, yang terutama adalah pasar rendah risiko bagi transaksi vendor dan konsumen (EMCDDA & Europol, 2017, p. 10)

Bicara soal risiko, para aktor pasar tak memungkiri sejumlah hambatan di tengah proses transaksi yang pula berkembang mengusik umur bisnis. Ditambah lagi realitas lingkup pasar narkoba dan distribusi produk dagang sejak awal bersifat tidak pasti, disusul ketakutan paralel para aktor terhadap tindak penegakan hukum (Childs et al., 2020). Masa-masa kritis tersebut bisa terjadi kapan saja, menuju tingkat ancaman keamanan bagi pelaku kejahatan narkoba. Garis besarnya, ancaman terhadap pasar narkoba dapat hadir karena 2 faktor; yakni (1) *crime-of-crime* dan (2) penegakan hukum. Faktor pertama bisa terjadi saat pelaku pasar terlibat konflik kepentingan (seperti persaingan, permusuhan, sampai perebutan wilayah di kalangan pengedar/bandar) (Sevigny & Allen, 2014), maupun konflik selama transaksi atau jual beli (penipuan, aksi curang, pencurian, intimidasi, kebocoran informasi, dll, antar penjual dan pembeli) (Childs et al., 2020). Faktor ini identik dengan aksi kekerasan yang sering melibatkan senjata sampai korban jiwa. Sementara dari faktor kedua, ancaman berupa intervensi aparat hukum (polisi, militer) untuk menekan pengunaan dan kejahatan terkait narkoba (kepemilikan, perdagangan, produksi) berupa tindak keras; intervensi militer, sanksi hukum (Werb et al., 2011) lewat rangkaian teknik penyamaran, pengintaian, sabotase, sampai bekerjasama dengan (mantan) pelaku pasar.

Selain kedua faktor ancaman, titik komersial ilegal ini pula tak surut dari kelemahan pada aspek-aspek penopangnya. Pasar gelap narkoba pertama-tama mengandung kadar informasi yang rendah dan ketidakpastian dalam hal kalkulasi (Childs et al., 2020; Moeller, 2018). Aspek informasi (*information*) utamanya melandasi kehidupan pasar dengan menjadi dasar pengambilan keputusan rasional. Informasi adalah kendaraan menuju transaksi efektif, sejak tidak terhindarkannya kehidupan pasar (legal dan ilegal) dari eksistensi risiko. Tanpa informasi, bisnis takkan bertahan lama. Oleh sebab itu, menjadi sebuah temuan fenomenal ketika Moeller (2018, p. 2) mendapati pasar ilegal narkoba tak kunjung gugur meski terus dibayangi ancaman tindak oportunistik antara pengedar dan pengguna dan rendahnya aspek informasi.

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

Ditelusuri lebih lanjut, konstruksi pasar seperti ini rupanya memiliki kekhususan lain yang menopang transaksi sekaligus mendorong sesama pelaku bisnis agar setuju bertukar data seputar pasar narkoba. Meski tidak menjamin kemudahan atau aman dari sergapan aparat, para partisipannya diketahui menempuh cara guna menekan ketidakpastian lewat suatu komitmen. Kekhususan ini pun diketahui sebagai aspek kepercayaan (*trust*). Aspek kepercayaan menuntut penilaian subjektif dari satu pihak bahwa pihak lainnya akan mewujudkan transaksi tertentu sesuai harapannya, pada sebuah lingkup yang bersifat tidak pasti (Lorenzo-Dus & Di Cristofaro, 2018). Penalaran tersebut dilatarbelakangi oleh prinsip operasi bisnis gelap narkoba, bahwa:

...participants understand that the transaction is part of a repeated game of trust and honor (Reuter & Caulkins, 2004*). In contrast to the anonymous and isolated transactions assumed in neoclassic economics, a repeated game involves a more farsighted understanding of the economic relation. Both participants recognize that they may gain from acting cooperatively* (Williamson, 1993). *The value of these personal relations increases higher up in the distribution layers, where the search costs associated with finding a new partner are higher* (Reuter & Caulkins,2004). (Moeller, 2018, p. 5).

Dengan demikian, pasar gelap narkoba merupakan sebuah *meeting point* yang ditopang oleh aspek informasi dan kepercayaan. Kepercayaan muncul karena tingkat kebutuhan informasi untuk transaksi. Adapun kedua aspek merefleksi kebutuhan para pelaku pasar gelap narkoba yang tidak semata-mata memaksimalkan keuntungan secara pribadi, atau bertindak sesuai kehendak sendiri. Lewat hubungan interpersonal, para aktor selaku mitra bisnis membangun relasi terpelihara dengan prinsip timbal balik agar terus berlanjut hingga masa mendatang (Atkyns & Hanneman, 1974; Childs et al., 2020; Demant et al., 2020; Lorenzo-Dus & Di Cristofaro, 2018; Moeller, 2018).

Tuntutan terhadap pasar, selaku titik temu bagi pengedar dan pengguna narkoba untuk bertransaksi, mendorong aktor-aktor bisnis terus bekerja bagi kebaruan pasar. Masih menyangkut ketakutan paralel yang meneror transaksi, pada akhirnya ada sejumlah perubahan bentuk, teknis, akses, hingga lokasi atau titik

komersil ini lewat upaya evolusi. May & Hough (2004, pp. 550–553) sebelumnya pernah mengungkap 5 jenis utama pasar gelap narkoba, yakni; (1) *Open Markets* (pasar terbuka) yang bebas akses bagi pembeli dan cenderung memanfaatkan ruang publik; (2) *Closed Markets* (pasar tertutup) yang begitu khas dengan hubungan antar partisipan pasar serta mediasi pihak ke-3; (3) *Crack/Dealing House Markets* (pasar rumahan) sebagai areal perdagangan berwujud rumah bersifat tidak permanen; (4) *Pub and Club-based Semi-open Markets* (pasar retail berbasis pub dan klub) pada tempat hiburan malam secara tersembunyi serta tidak secara merata; dan (5) *Social Network Markets* (pasar jaringan sosial) yang berbasiskan hubungan dan interaksi aktor bisnisnya di ruang publik.

Kelima jenisnya bergerak dengan mekanisme permintaan dan penawaran khusus. Namun, jenis pasar terbuka dan tertutup dapat menjelaskan garis besar konsep akses pasar gelap narkoba. Konstruksi pasar terbuka menyajikan kebebasan aktor bisnis di tahap saling menjangkau tanpa izin pihak lain dan mampu bertransaksi di areal publik (jalanan, taman kota, gang, dsb), dibanding pasar tertutup yang menuntut koneksi atau bantuan pihak ketiga. Aspek keterbukaan di sisi lain menyoal seberapa mudah informasi lokasi dan detail pasar didapatkan. Pada jenis pasar rumahan misalnya, aktor-aktor bisnis menunjuk sebuah bangunan (umumnya rumah atau gedung tak terpakai) sebagai *meeting point* untuk berkumpul, bertransaksi, hingga mengonsumsi narkoba (May & Hough, 2004, p. 552). Operasinya yang tersembunyi mendorong pelakunya untuk terkoneksi dengan aktor-aktor lain. Sayangnya, karakter dari jenis pasar ini rentan menyerap kecurigaan dari lingkungan sosial hingga menjadi area pengawasan polisi. Kondisi serupa terjadi pada pasar berbasis pub dan klub yang pada akhirnya semakin tertutup dan menekan arus informasi. Dengan demikian, level pengawasan aparat hukum juga menata luasnya pintu akses pasar, diikuti jenis obat dan tingkat transaksi narkoba.

Pasar jaringan sosial kemudian membuka era digital dalam jual beli narkoba, sekaligus satu dari deretan modus peredaran ilegal terpopuler. Pasalnya, pemasaran dan transaksi obat-obatan terlarang berbasis interaksi sosial ini turut mengangkat keterlibatan teknologi komunikasi selama sejarah evolusi. Teknologi komunikasi diakui telah membuat obat-obatan terlarang jauh lebih mudah diakses,

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

yakni secara online (daring) (EMCDDA & Europol, 2017, p. 16) sebagaimana kasus perdagangan narkoba di Colorado yang melibatkan media sosial. Sejumlah perlakuan pun diupayakan para aktor demi membangun pasar online bernuansa jual beli yang aman, baik bagi vendor maupun pembeli, dengan jaminan kualitas produk yang bersesuaian pada harga, lebih dapat diandalkan, serta terkendali (Bakken & Demant, 2019; Childs et al., 2020; Moyle et al., 2019) Salah satunya melalui sistem *feedback* di medsos untuk membangun reputasi pengedar online lewat cerita pengalaman transaksi mereka bersama para pembeli. *Feedback* juga efektif untuk menekan timbulnya persepsi risiko dalam transaksi (Lorenzo-Dus & Di Cristofaro, 2018, p. 3).

Sentuhan teknologi dan internet pada medsos utamanya dipakai untuk mengatasi celah-celah pasar gelap narkoba konvensional. Kasus pemanfaatannya sendiri diperkirakan pertama muncul pada awal tahun 70-an, oleh mahasiswa Massachusetts Institute of Technology (MIT) and Stanford University (EMCDDA & Europol, 2017). Dan meski tidak secara utuh, jalur maya membawa bisnis ilegal bernaung pada perangkat digital dengan karakteristik jangkauan luas, cepat, dan tersembunyi. Para aktor bahkan mampu menekan intensitas ber-*adu banteng* (tatap muka) (Berry, 2018; Sauqi, 2020). Teknologi dan jaringan internet pun terbukti memperbesar keuntungan para aktor bisnis; baik oleh pengedar guna perluasan informasi dan jangkauan pasar, dan pengguna untuk menggali informasi serta koneksi. Sebelumnya di pasar konvensional, aktor bisnis perlu melibatkan kompensasi sebagai biaya pencarian produk berkualitas, mencari mitra bisnis, sampai pemasaran produk (Moeller, 2018) guna antisipasi risiko akibat ketidakpastian. Dengan medsos, keterbukaan serta deras arus informasi mampu menekan biaya tersebut.

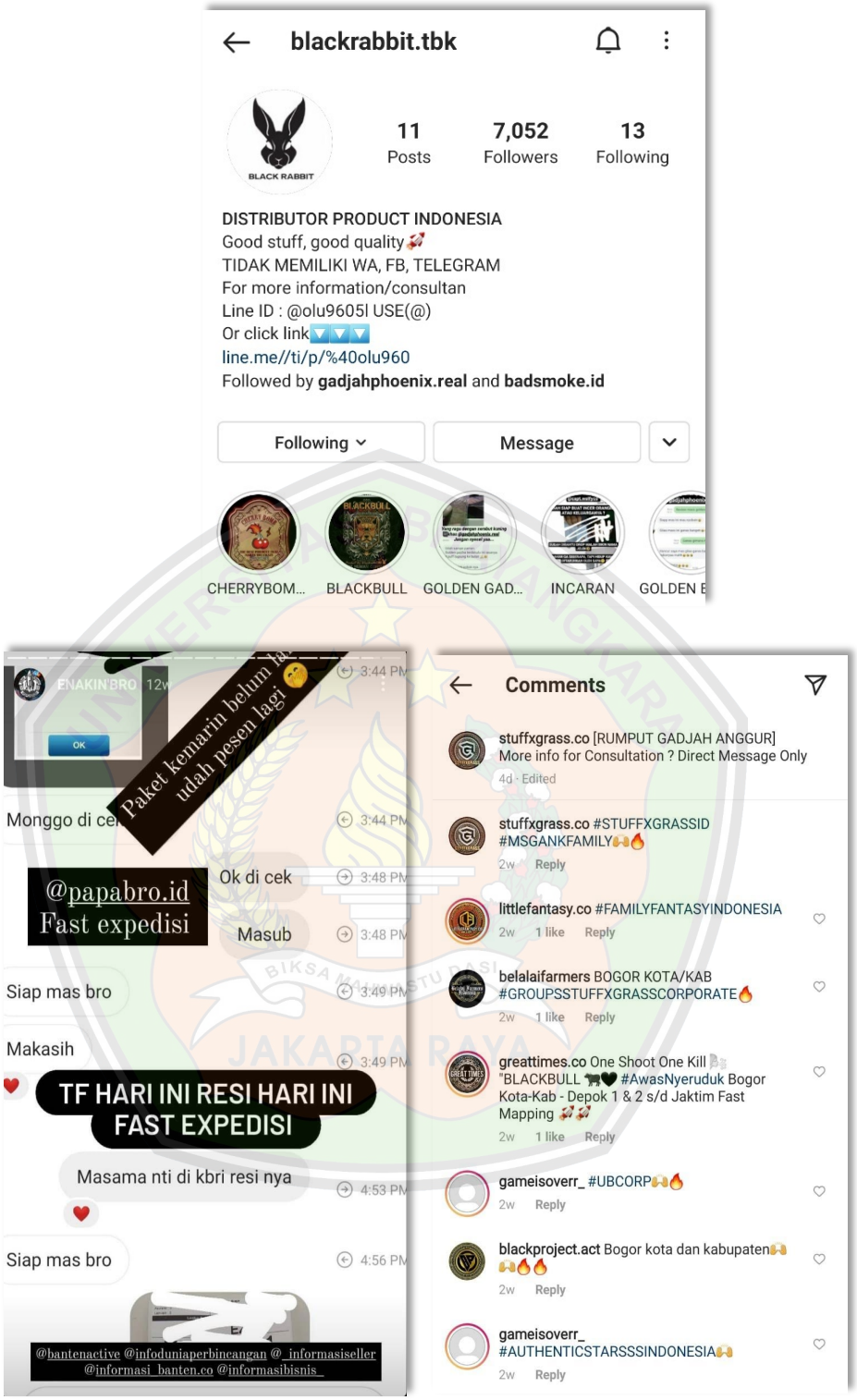
Popularitas medsos kemudian berhasil membuat 1 dari 4 remaja menyaksikan sendiri aksi pemasaran ilegal narkoba, dengan angka tertinggi di Snapchat (56%), Instagram (55%), dan Facebook (47%) (White, 2019). Meski kebijakan platfrom menyatakan tidak menoleransi aktivitas ini (Babb, 2014; France & Davis, 2020; VICE, 2020), masih saja ada banyak cara aktor untuk terus beroperasi. Memblokir *hashtag* misalnya, tidak akan cukup bila ikut melihat perkembangan kata kunci aneh dan baru di Instagram (White, 2019). Belum lagi

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

pemanfaatan relasi sosial-siber antar pengguna medsos dalam berinteraksi. Dalam kasus ini, kecenderungan remaja dan anak-anak yang aktif berbagi konten foto dan video satu sama lain merupakan cara pengedar dalam menjaring target atau calon pengguna di Instagram (France & Davis, 2020). Eksploitasi terhadap kelompok usia muda dalam bisnis gelap narkoba pun terus berlanjut, hingga Instagram menjadi salah satu *meeting point* terbesar di dunia (Nichols, 2020; Tucker, 2019; VICE, 2020).

Dilansir dari VICE (2020), transaksi obat-obatan berbahaya di Instagram masuk dalam kategori fenomena 'uberisasi[1]' yang khas dengan transaksi praktis dan serba cepat. Tahap demi tahap disiapkan secara terbuka dengan jarak jangkauan seujung jari untuk menawarkan ganja, kokain, MDMA, tembakau, atau narkoba sintetis, lewat konten foto serta video pada berbagai kelompok usia, termasuk anak-anak. Pengedar—selaku pemilik akun—memajang narkoba lewat *feeds* layaknya katalog produk dalam 'kios' online mereka dan membujuk orang-orang (Demant et al., 2019). Ada juga pemanfaatan *emoticons*, simbol, sampai *hashtag* untuk melengkapi interaksi bersama calon pembeli (Yang & Luo, 2017). Namun, hal yang paling dasar adalah para pengedar akan menampilkan keaktoran mereka selaku penjual narkoba di kolom profil (Demant et al., 2020, p. 6).

[1] Uberisasi merujuk pada model bisnis *ridesharing* yang memanfaatkan perkembangan teknologi lewat penggunaan fitur berbasis lokasi untuk memenuhi kebutuhan publik (Susilo, 2017). Istilah ini diambil dari nama perusahaan asal Amerika, yakni Uber Technologies Inc., selaku pelopor *sharing market* lewat layanan pemanggil taksi (*ride hailing service*) dan sukses berkembang ke berbagai negara (Babali, 2019). Saat ini, istilah uberisasi populer sebagai modus operandi dalam bisnis digital dengan menghubungkan publik pada berbagai macam tujuan mereka, seperti; kendaraan, makanan, pengiriman, hingga kesehatan, melalui sebuah aplikasi.



Gambar 1. 1 Akun Terdeteksi Pengedar Narkoba di Instagram

Lebih spesifik, realitas pasar Instagram tampil lewat kisah seorang *bodybuilder* pria yang beralih-konten menjadi pengedar narkoba lewat akun instagram *@Musclehead320* milik Tyler Baumann (Tucker, 2019). Akunnya mulai

jadi perhatian sejak unggahan video Baumann yang sedang menginjeksi steroid ke salah satu anggota tubuh disertai instruksi serta ulasan kepada penggemarnya. Ditelusuri lebih lanjut, Baumann adalah pengguna steroid sekaligus pengulas (*reviewer*) berbagai macam obat-obatan terlarang dari penjuru Amerika. Tindakannya sendiri turut didorong oleh perolehan atensi dari 100 ribu pengikutnya di Instagram. Ia bahkan mempercayakan popularitasnya sebagai modal untuk menemui seorang pemasok steroid dan membangun bisnis gelap narkoba di medsos.

Bersama status *influencer*-nya, Baumann berhasil melangsungkan pemasaran produk ilegal di ruang publik online secara terbuka. Tucker (2019) berpandangan bahwa algoritma Instagram merupakan salah satu komponen teknologi yang mendukung bisnis Baumann. Algortima adalah jenis kecerdasan buatan yang memakai ketertarikan, hubungan, hingga daftar pertemanan akun sebagai titik awal pengembangan konten unggahan, sejak hal-hal di atas melambangkan perilaku pengguna itu sendiri (Prinada, 2021). Keberadaannya pun berhasil menjadikan Baumann salah satu pengedar narkoba terbesar kategori pasar medsos di wilayah Boston, sekaligus ikon nasional untuk steroid tahun 2015. Ia juga membangun lab ilegal sekaligus pasar narkoba lewat konten ulasan pribadi, hingga secara diam-diam membantu calon pembeli untuk memesan produk mereka tanpa terdeteksi polisi. Transaksi berlanjut lewat WhatsApp atau fitur DM Instagram, sementara publik bisa menemukan akun mereka lewat *hashtag*. Hingga tahun 2017, bisnis Baumann dihentikan FBI lewat penangkapan dan pidana 10 tahun penjara serta penghapusan akunnya oleh Instagram. Para penggemarnya menutut pembebasan lewat pembuatan tagar *#FreeMuscle*, berikut slogan "*The Tren Lord is gone*" yang merujuk pada runtuhnya pasar narkoba Baumann di Instagram.

Meski begitu, riwayat Baumann masih berlanjut lewat aksi-aksi aktor bisnis gelap narkoba di Instagram. Di Indonesia sendiri, Instagram masih diakui sebagai platform paling aman untuk jual beli narkoba oleh kelompok pengedar ganja meski tetap berakhir tertangkap (Suni, 2021). Pemantauan polisi terhadap pengedar pun menyibak keterlibatan jasa ekspedisi barang pada umumnya dalam pengiriman barang atau pesanan narkoba dari Instagram (Fahmi, 2017). Spesifiknya, puluhan

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

kilo ganja yang dipesan via Instagram lalu dikemas kotak rokok sebagai modus penyelundupan untuk dilanjutkan ke jasa kirim (Wahid, 2020). Ketiga contoh kasus ini pun mengindikasi bahwa pemanfaatan Instagram juga diikuti kebaruan strategi pasar demi efisiensi, jaminan keamanan, dan kecepatan jual beli narkoba.

Dengan demikian, evolusi pasar gelap narkoba ke medsos merupakan upaya memaksimalkan utilitas (manfaat) teknologi demi kelancaran arus jual beli ilegal. Perjalanan para aktor tak lain menjadi simbolisasi respon atas berbagai hambatan pasar demi menjaga keutuhan bisnis yang sudah seperti produk tradisi ini. Apabila ditelusuri lebih jauh, problem pembentukan pasar gelap narkoba ternyata sudah sering dibedah dari perspektif sosiologi media sebagai sub-disiplin ilmu komunikasi (Al-Rawi, 2019; Bakken & Demant, 2019; Baughman, 2018; Childs et al., 2020; Demant et al., 2019, 2020; Demant & Bakken, 2019; McCulloch & Furlong, 2019; Moyle et al., 2019; Storrod & Densley, 2017; Urbanik & Haggerty, 2018; Zhou et al., 2016). Penyebabnya ialah kondisi saling mempengaruhi antara para aktor bisnis dengan medsos, alias tempat mereka berinteraksi, sebagaimana hubungan sebab akibat yang mengikat lingkungan dengan individu yang dinaungi. Meyrowitz (1999) dalam Nasrullah (2017) pernah menjelaskan bahwa medium sebagai lingkungan (*medium-as-environment*) bukan saja membawa pesan, tapi juga konteks bagi komunikasi manusia. Saluran berjejaring hasil perkembangan teknologi ini akan menyumbang nilai-nilai berpengaruh bagi struktur sosial, seperti budaya, bahasa, politik, hingga ekonomi yang kemudian membentuk kebiasaan atau perilaku, sampai pada teks yang dikonstruksi sekaligus dibagikan antar khalayak (Nasrullah, 2017, p. 6). Oleh karenanya, medsos dikatakan mampu mendampingi serta mempengaruhi masing-masing tujuan pengguna, layaknya pemanfaatan medsos sebagai pasar gelap narkoba.

Meski begitu, deretan diskusi tersebut diketahui juga terpecah oleh sejumlah perbedaan atau kecenderungan cara pandang. Beberapa peneliti menganggap pembentukan pasar narkoba medsos sebagai upaya memperlancar arus informasi antar aktor bisnis narkoba, sehubungan dengan peran informasi dalam memandu bisnis para aktor guna mengambil keputusan, memantau sifat, bahaya, serta kerugian struktural dari transaksi dalam pasar (Bancroft et al., 2019; Childs et al., 2020; Martin, 2014; Moorman et al., 1993). Berlainan dari itu, ada yang sepakat

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

untuk melihat medsos sebagai wujud strategi pemasaran bisnis ilegal oleh aktor bisnis lewat arus komunikasi digital (Demant et al., 2019, 2020; McCulloch & Furlong, 2019; Moyle et al., 2019), karena telah memberi kemudahan akses, jangkauan meluas, hingga memfasilitasi penyebaran lebih banyak jenis obat-obatan terlarang di dunia (Demant & Bakken, 2019, p. 5).

Sekalipun mengindikasi dua aspek berbeda, penelusuran lebih lanjut mendapati pandangan-pandangan ini menyorot hal serupa dalam pembentukan pasar narkoba medsos. Hal tersebut nampak dari pemanfaatannya yang seringkali menyinggung faktor keamanan bagi aktivitas jual beli narkoba. Selama di medsos, para aktor dijelaskan tak lagi khawatir akan keselamatan identitas pribadi mereka sejak anonimitas, disertai mekanisme bawaan yang mendukungnya, menjadi fitur kunci pada ruang digital terhadap jual beli narkoba (Childs et al., 2020). Interaksi dan komunikasi para aktor bisa berjalan lebih aktif karena teknologi berhasil memberi rasa percaya dan nyaman bagi pelanggan, hingga intensitasnya dijadikan alat ukur kepedulian pengedar akan kualitas produk (narkoba) sampai keselamatan pembeli (Bancroft et al., 2019, p. 10). Hal ini berkaitan dengan fitur diskusi privat pada medsos guna berkoordinasi selama transaksi, seperti DM (*direct message*) di Instagram (Moyle et al., 2019), atau aplikasi perpesanan pribadi seperti WhatsApp yang diklaim sebagai titik aman bagi kontak satu sama lain (Demant et al., 2020).

Dari segi pemasaran, variasi bentuk pil dan jenis narkoba bisa diperjualbelikan oleh siapapun dengan perlindungan hampir ‘kedap udara’ namun tidak terisolasi (Babb, 2014). Perannya sebagai tempat berkumpul pengedar dan pengguna narkoba juga semakin tegas karena fitur-fitur medsos dinilai lebih ideal untuk pemasaran, alias transaksi tidak utuh terjadi pada platform ini (Al-Rawi, 2019; Babb, 2014; Demant et al., 2020). Medsos hanya jadi alat menjaring lebih banyak pelanggan, mengingat tingkat pendatang baru di Facebook atau Instagram bila dibandingkan dengan pasar narkoba konvensional (Bakken & Demant, 2019). Sementara itu keamanan transaksi dipercayakan pada platform perpesanan pribadi, seperti Wickr, WhatsApp, Messenger, dll (Al-Rawi, 2019; Demant et al., 2019; Demant & Bakken, 2019).

Meski begitu, konteks keamanan pada bisnis di medsos harus dipertanyakan mengingat realisasinya menjadi cukup timpang dari kondisi yang

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

ditawarkan. Selain kasus Tyler Baumann dan 3 tersangka lain yang telah disebutkan, polisi telah menangkap 350 pelaku peredaran narkoba dengan teknologi Instagram hingga tahun 2014 (Yang & Luo, 2017). Pernah juga terjadi penghapusan 1.4 juta konten tentang narkoba oleh pihak Instagram sebelum bisa dilihat atau dilaporkan oleh publik (Marshall, 2021). Dengan demikian, aktivitas pasar narkoba memang berjalan bebas tanpa menuntut identitas (anonim) dengan teknik pemasaran praktis dan luas di Instagram. Hanya saja mereka tidak benar-benar dibebaskan dari risiko keterlibatan dalam pasar narkoba.

Melihat tanggapan para peneliti dari kelompok literatur sosiologi media, dapat disimpulkan mereka setuju bahwa seluruh perilaku atau tindakan para aktor bisnis lekat dengan pertimbangan soal keamanan bagi kelangsungan bisnis. Atau dengan kata lain, perpindahan aktor bisnis ke medsos terjadi atas dasar persepsi bahwa media sosial mampu dapat memfasilitasi atau mendukung aktivitas jual beli narkoba yang relatif lebih terjamin daripada jenis pasar narkoba konvensional. Meski begitu, fakta tentang penangkapan para pelaku bisnis tersebut, termasuk bentuk-bentuk ancaman *crime-to-crime* dalam platform membuat pandangan seputar keberlangsungan bisnis narkoba di medsos perlu kembali dipertanyakan. Keraguan terus meningkat seiring beragam insiden penghapusan konten dan akun, akibat kolaborasi aparat dengan perusahaan medsos. Hal ini membuat eksplorasi terhadap persepsi para aktor bisnis soal keamanan dalam kaitannya dengan keberlangsungan bisnis di media sosial menjadi penting untuk menimbang kemungkinan lain yang belum terwakilkan.

Persepsi mereka soal keamanan demi keberlangsungan bisnis tersebut salah satunya tak bisa diabaikan untuk mengupas eksistensi pelaku roda jual beli narkoba. Disiplin ilmu psikologi evolusioner menerangkan persepsi sebagai elemen fungsi mental dalam pikiran manusia yang membantu seseorang untuk menghadapi tekanan di lingkungan. Persepsi manusia adalah penerjemah suatu kondisi berdasarkan stimuli yang diperoleh dari suatu lingkungan sebelum akhirnya dituangkan dalam bentuk respon. Oleh sebab itu, persepsi turut berperan di balik perilaku individu bersama-sama dengan sifat dasar manusia (*human nature*), yakni titik tolak keunikan pada rancangan solusi individu bagi seluruh persoalan di tengah rutinistas sistem sosial (Wilkinson, 2005). Dengan demikian, perilaku para aktor

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

guna mempertahankan pasar gelap medsos bukannya muncul tanpa pemicu. Hal inilah yang berusaha ditegaskan melalui teori *Spontaneous Order* oleh Hayek pada uraian sebelumnya. Teori tatanan pasar mengungkap betapa penting persepsi para pengedar maupun pengguna narkoba dalam membentuk perilaku selama aktivitas jual beli. Sebab konsekuensinya, perilaku yang dijalankan aktor selama berbisnis jelas berdampak pada aturan pasar yang ikut lahir begitu saja. Persepsi pada kasus ini dijelaskan sebagai cara aktor menafsirkan kondisi "aman" selama kegiatan jual beli narkoba berdasarkan kemampuan media sosial yang dipilihnya. Persepsi pun disimpulkan sebagai latar belakang terbentuknya perilaku, sikap, atau tindakan mereka dalam menjaga keberlangsungan bisnis tersebut.

Atas dasar inilah pasar narkoba medsos dikatakan berdiri tanpa disengaja atau secara spontan sebagai jenis pasar 'ter-aman' bagi aktivitas mereka. Aktivitas pengedar dan pengguna yang melebar ke medsos juga bukan terjadi begitu saja, tanpa diikuti pertimbangan atau pemahaman, seolah bersikap abai pada kelangsungan bisnis. Hasil survey Moyle(2019) bahkan tak menampik pertumbuhan jumlah aktor bisnis narkoba yang justru membanjiri medsos karena tingkat kepuasan para aktor bisnis akan berbagai kenyamanan dan kemudahan, khususnya soal akses menuju bandar dan produk yang dituju. Oleh karenanya, berbagai riwayat penangkapan selama ini bisa saja hanya segelintir dari total jumlah aktor yang tersebar dalam pasar narkoba medsos. Data akurat terkait jumlah penangkapan aktor bisnis bahkan belum mampu terangkum secara eksak atau mungkin tidak akan pernah, hal ini dijelaskan sebagaimana fenomena "gunung es" (*iceberg phenomena*) ketika jumlah kasus sebenarnya lebih besar dari data yang tersorot (Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI, 2014). Dengan kata lain, angka-angka penangkapan tersebut mungkin tergolong besar. Hanya saja, jumlah aktor yang masih bersarang di medsos belum berhasil terjangkau oleh peneliti.

Melalui rangkaian pengamatan serta kritik ini, keamanan medsos bagi aktivitas aktor narkoba diartikan sebagai persoalan persepsi, spesifiknya terkait sejauh mana aktor bisnis menyadari kemampuan media sosial dan memaksimalkan pemanfaatannya untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka dari berbagai risiko. Persepsi para aktor akan mengungkap bagaimana pola bisnis dalam pasar gelap

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

media sosial. Sementara, pola itu sendiri didatangkan dari perilaku para aktor demi mempertahankan aktivitas pasar. Oleh karenanya, menjadi penting bagi peneliti untuk memetakan persoalan pembentukan pasar gelap narkoba yang bermula dari hubungan organisme dan lingkungan sosial mereka alias *affordance*. Demikian pula pentingnya mengamati bagaimana persepsi aktor bisnis terhadap kemampuan media sosial sepanjang proses pembentukan pasar gelap narkoba di platform yang mereka pilih.

Kasus ini tak ketinggalan menyorot praktek pemanfaatan teknologi karena memberi bagi mereka peluang atau celah untuk melindungi bisnis mereka dari berbagai risiko untuk kelangsungan jual beli. Perspektif sosiologi media menyebutnya sebagai konsekuensi *affordance*, yakni tindakan seseorang yang dinyatakan terikat bersama objek sekitarnya dalam hubungan simbiosis sehingga saling membawa dampak. Sumbu dari hubungan keduanya ialah kesesuaian antara tujuan seseorang dengan rancangan fitur di suatu lingkup sosial-siber, sehingga persepsi subjektif individu dan kemampuan teknologi bersama-sama membentuk jalan (saling berperan) demi mencapai utilitas (keuntungan) (Schrock, 2015). Pada konteks pasar gelap, cara atau strategi para aktor bisnis akan selalu bergantung (dibuat atau dibatasi) dengan segala (artefak) yang tersaji pada medsos itu sendiri. Sehingga, perilaku organisme bersifat sejalan—*negotiated, legitimised, dan institutionalised*—dengan media sosial yang dihuninya (Mascheroni & Vincent, 2016).

Kajian ini akan membedah pembentukan tatanan pasar gelap narkoba di media sosial melalui persepsi aktor bisnis tentang kemampuan platform untuk menjaga keberlangsungan aktivitas jual beli narkoba antara pengedar dan pengguna di Instagram. Peneliti menggunakan teori *affordance* untuk melihat sajian peluang dan hambatan di medsos selama pembentukan tatanan pasar, sebagai penyusun strategi-strategi para aktor bisnis narkoba demi tujuan kelangsungan transaksi. Spesifknya, *affordance* menaruh fokus di 2 aspek utama; yakni fungsional—terkait peluang dan hambatan selama berinteraksi, dan relasional—menyangkut pengaruh organisme terhadap fungsi atau pemanfaatan fitur-fitur di lingkungan interaksi sosial.

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

Membawa diskusi pada persoalan keberlangsungan pasar, penelitian ini akhirnya dapat berhilir pada suatu spekulasi, bahwa hal menarik yang meliputi kajian pembentukan pasar gelap narkoba adalah karena jenis pasar ini terbentuk karena Instagram sesungguhnya telah memfasilitasi alias membantu proses pembentukan pasar gelap narkoba secara tidak disengaja. Sebab di sisi lain, Instagram juga memiliki sejumlah ketetapan untuk menjaga kenyamanan dan keamanan warga digitalnya dari sederet pelanggaran, dan cukup menitikberatkan pada perdagangan narkoba. Dengan kata lain, *spontanious order* yang dimaksud merupakan tatanan pasar yang terbentuk secara spontan yang bukan hanya tak sejalan dengan aturan hukum negara, tapi juga menyalahi aturan hukum media sosial alias lingkungan sosial tempatnya lahir. Hal ini terjadi karena hasil dari hubungan platform dengan organisme itu sendiri, yang kemudian menampakkan sejumlah peluang juga hambatan bagi aktivitas jual beli narkoba, alias *affordance*.

Permasalahan ini akan digali lebih jauh dengan mengangkat kasus pembentukan pasar gelap narkoba pada salah satu produk medsos yang diduga beroleh kepercayaan terbesar dari pengedar dan pengguna narkoba sebagai platform teraman. Hal ini mengacu pada data temuan proyek riset "*Active Defense*" antara Badan Narkotika Nasional (BNN) dan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya (2020). Keterlibatan peneliti sebagai asisten penggali data pun melatarbelakangi langkah observasi pada sejumlah medsos (Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube) melalui 135 kata kunci, dan mendeteksinya dominan berlokasi di Instagram. Menggunakan metode digital (*digital methods*), penelitian ini mencoba mengamati bagaimana spontanitas pada tatanan pasar gelap narkoba di media sosial Instagram pada akun *@blackrabbit.real*. Peneliti berargumen bahwa spontanitas terbentuk dari persepsi para aktor bisnis narkoba di tengah upaya memenuhi tujuan masing-masing, sementara berbagai peluang maupun hambatan mereka berangkat dari *affordance* dengan medsos. Secara spesifik, kajian ini tertuang dalam, **"Studi *Affordance* Media dalam Pembentukan Pasar Gelap Narkoba di Media Sosial Instagram *@blackrabbit.real*".**

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pembentukan pasar gelap narkoba di media sosial Instagram berdasarkan teori tatanan spontan yang digali lewat teori *affordance*, yakni aspek relasional dan fungsional di tengah interaksi para pengedar dan pengguna narkoba sebagai aktor bisnis untuk menjaga keberlangsungan pasar gelap narkoba meski eksistensinya bertentangan dengan aturan hukum. Peneliti menggunakan hubungan individu dan teknologi sebagai kunci analisis terhadap persepsi dan perilaku aktor bisnis narkoba, yang berikutnya menghasilkan peluang serta hambatan sepanjang pemanfaatan fitur-fitur Instagram. Melalui peluang dan hambatan tersebut, peneliti menjelaskan proses pembentukan tatanan pasar yang muncul di luar alam sadar para aktor bisnis, namun memberi efek bermanfaat bagi masyarakat sepanjang upaya pemenuhan kebutuhan masing-masing.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana pembentukan tatanan pasar gelap narkoba di media sosial secara spontan, berdasarkan persepsi aktor bisnis tentang kemampuan platform untuk menjaga keberlangsungan aktivitas jual beli narkoba antara pengedar dan pengguna di Instagram melalui akun *@blackrabbit.real*?

1.4 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan problem keamanan dari perspektif sosiologi media dalam pembentukan pasar gelap di media sosial Instagram, penelitian ini bertujuan untuk mengamati hubungan para aktor bisnis dengan Instagram, khususnya terkait pemanfaatan fitur di lingkungan media sosial, melalui aspek:

1. Relasional, yang diukur dari sisi organisme atau pengedar dan pengguna narkoba guna mengetahui tujuan atau arah pemanfaatan media sosial Instagram dalam bisnis gelap narkoba.
2. Fungsional, yang diukur dari sisi fitur-fitur Instagram di lingkungan medsos guna menggambarkan teknik (perilaku) serta pola praktis aktor pasar selama pemanfaatan medsos pada aktivitas bisnis gelap narkoba.

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022

Selanjutnya, peneliti menggambarkan bagaimana persepsi para aktor bisnis terhadap lingkungan Instagram sehingga berlanjut pada uraian proses pembentukan pasar gelap di Instagram pada akun *@blackrabbit.real*.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini berpartisipasi memperluas kajian ilmu komunikasi dengan menghasilkan kajian yang dapat mengatasi persoalan pembentukan pasar gelap narkoba di media sosial melalui perspektif sosiologi media.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini secara praktis ingin mendukung upaya aparat dalam memahami dan mengoptimalkan upaya penegakan hukum terhadap masalah penyalahgunaan narkoba di Indonesia, spesifiknya terhadap aktivitas perdagangan obat-obatan terlarang yang kini telah bergeser ke media sosial dan menjadikannya lahan bisnis ilegal populer lewat pemanfaatan kemampuan teknologi. Kajian ini pula diharapkan mampu diperdalam atau dikembangkan lebih jauh oleh peneliti lain di masa mendatang.

Studi Affordance.., Shonya Tyara Christinsky Marpaung, Fakultas Komunikasi, 2022