

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN DIGITAL

3.1 Profile Aplikasi Quora

Quora adalah *platform* tanya jawab sosial dan repositori pengetahuan daring (online) yang didirikan di mountain view, california, amerika serikat. *Platform* ini didirikan pada juni 2009 oleh dua mantan karyawan facebook, charlie cheever dan adam d'angelo (yang menjabat sebagai ceo). Visi *Quora* adalah "untuk berbagi pengetahuan dan memahami dunia dengan lebih baik" dengan menghubungkan orang-orang yang memiliki pengetahuan dengan mereka yang mencarinya. *Quora* diluncurkan ke publik pada 21 juni 2010 (techcrunch, 2010). Model dasarnya berupaya mengatasi keterbatasan mesin pencari tradisional, alih-alih hanya mengindeks dokumen, *Quora* berfokus pada menciptakan jawaban yang kredibel dari orang-orang yang benar-benar memiliki pengalaman atau keahlian tangan pertama di bidangnya. Tujuan ini menghasilkan *platform* yang tidak hanya berfungsi sebagai alat pencarian informasi, tetapi juga sebagai komunitas interaktif yang berorientasi pada kualitas konten (d'angelo, 2021).

Kebutuhan akan basis pengetahuan yang dapat dipercaya dan terorganisir inilah yang mendorong pertumbuhan pesat *Quora*. Pada awalnya, *Quora* beroperasi dengan sistem undangan (*invitation-only*) untuk memastikan basis pengguna awal terdiri dari kontributor berkualitas tinggi, termasuk ceo, akademisi, dan ahli industri. Strategi ini membantu *Quora* membangun reputasi sebagai *platform* yang menawarkan wawasan orisinal dan mendalam, berbeda dari forum atau situs q&a sebelumnya. Sejak berdiri, *Quora* telah menerima pendanaan besar dari investor terkemuka, mencerminkan pengakuan pasar terhadap nilai intelektual dari repositori pengetahuannya yang terus berkembang. Struktur *Quora* dirancang secara unik untuk mengutamakan kualitas, relevansi, dan keteraturan informasi, yang menjadikannya lebih dari sekadar forum tanya jawab biasa. Konten di

Quora disusun dalam beberapa lapisan arsitektural yang saling mendukung (He & Li, 2020: 4).

3.1.1 Organisasi Berbasis Topik (*Topics*)

Inti dari arsitektur *Quora* adalah sistem topik (*topics*). Setiap pertanyaan, jawaban, dan profil pengguna ditandai dengan satu atau beberapa topik yang relevan (misalnya ekonomi *makro*, fiksi ilmiah, memasak *vegan*). Sistem ini memungkinkan dua fungsi kritis. Pertama, ia memungkinkan *algoritma Quora* mempersonalisasi lini masa (*feed*) pengguna, memastikan mereka disajikan dengan pertanyaan dan jawaban yang sesuai dengan minat mereka. Kedua, sistem topik berfungsi sebagai sistem pengorganisasian data yang hierarkis, mengelompokkan pengetahuan terkait dan memfasilitasi penemuan konten yang mendalam. Pengguna dapat "mengikuti" topik-topik tertentu, yang secara langsung memengaruhi apa yang muncul di halaman beranda mereka (He & Li, 2020: 6–7).

3.1.2 Fitur Kolaborasi dan Validasi Jawaban

Kualitas konten dipertahankan melalui mekanisme partisipasi dan validasi komunitas yang kuat, peringkat kredibilitas. *Quora* secara *implisit* memberikan peringkat kredibilitas melalui sistem tampilan (*views*), *upvotes*, dan *shares*. Jawaban yang dianggap paling berguna dan berwawasan tinggi akan mendapatkan *upvotes* terbanyak, mendorongnya ke puncak hasil pencarian dan memberikan visibilitas yang lebih besar kepada penulisnya. Permintaan jawaban (*answer requests*), pengguna dapat secara spesifik "meminta" jawaban dari kontributor tertentu yang dikenal memiliki keahlian di bidang terkait, meningkatkan peluang mendapatkan jawaban berkualitas tinggi dan personal. Sistem moderasi, *Quora* menerapkan pedoman penulisan yang ketat, sering disebut sebagai "*be nice, be respectful*" (bersikap baik, bersikap SOPan), untuk memastikan lingkungan yang *konstruktif* dan akademik. Pelanggaran, seperti konten yang menghina, spam, atau promosi diri yang berlebihan, dapat mengakibatkan penghapusan konten atau penangguhan akun (*Quora, inc., 2024*).

3.1.3 Fungsi Aplikasi dan Peran dalam Ekosistem

Pengetahuan aplikasi seluler *Quora* (tersedia di *ios* dan *android*) berfungsi sebagai portal *mobile* yang menempatkan pengetahuan tangan pertama di ujung jari pengguna. Fungsinya melampaui sekadar menjawab pertanyaan, tetapi juga memfasilitasi pembelajaran berkelanjutan dan koneksi komunitas (He & Li, 2020: 10). Pembelajaran berbasis ahli fungsi utama *Quora* adalah memfasilitasi pembelajaran yang didorong oleh keahlian. Pengguna tidak hanya mendapatkan fakta, tetapi seringkali mendapatkan konteks, analisis, dan wawasan pribadi yang tidak tersedia dalam buku teks atau ensiklopedia. Misalnya, pertanyaan tentang pasar saham dapat dijawab oleh ekonom profesional, pertanyaan tentang kesehatan dapat dijawab oleh dokter. Hal ini menjadikan *Quora* alat yang unik untuk jurnalis, peneliti, dan pelajar yang mencari sudut pandang autentik (He & Li, 2020: 11).

Peran sosial dan pengembangan jaringan meskipun fokusnya adalah pengetahuan, *Quora* juga bertindak sebagai jaringan sosial profesional dan informal. Pengguna dapat mengikuti orang (bukan hanya topik), membangun lini masa yang diisi oleh wawasan dari penulis favorit mereka, dan terlibat dalam diskusi yang mendalam. Bagi para ahli, *Quora* berfungsi sebagai *platform* personal branding, memungkinkan mereka membangun kredibilitas, memamerkan keahlian, dan menarik audiens. Dampak personal branding ini dapat mengarah pada peluang profesional atau akademik lebih lanjut (He & Li, 2020: 13). Inisiatif ekspansi bahasa *Quora* secara strategis telah melakukan lokalisasi ke banyak bahasa, termasuk bahasa Indonesia. Ekspansi ini menunjukkan komitmen *Quora* untuk mendemokratisasi akses ke pengetahuan, memecah hambatan bahasa, dan memungkinkan pertukaran wawasan yang lebih beragam di seluruh dunia. *Quora* bahasa Indonesia, misalnya, memungkinkan diskusi tentang isu-isu lokal, budaya, dan praktik bisnis yang mungkin tidak relevan atau tidak ditemukan dalam forum berbahasa Inggris (*Quora, inc.*, 2024).

3.1.4 Tantangan dan Prospek Monetisasi

Seperti semua *platform* berbasis konten, *Quora* menghadapi tantangan signifikan terkait kualitas konten dan keberlanjutan model bisnis. Meskipun *Quora* berusaha keras untuk memprioritaskan kualitas, *platform* ini tetap rentan terhadap jawaban yang kurang akurat, bias yang tidak diakui, atau self-promotion yang berlebihan. Meskipun sistem *upvote* membantu, pengguna harus tetap waspada dan kritis terhadap sumber informasi, sebagaimana disyaratkan dalam penelitian akademik. Tantangan terbesar adalah menjaga integritas konten seiring dengan pertumbuhan basis pengguna yang eksponensial. *Quora* telah bereksperimen dengan berbagai model monetisasi untuk mempertahankan operasionalnya. Yang paling menonjol adalah melalui iklan terintegrasi yang ditargetkan berdasarkan topik yang diikuti pengguna (He & Li, 2020: 14).

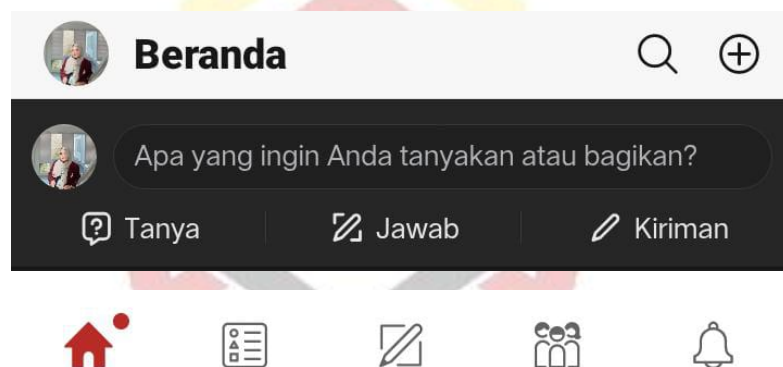
Selain itu, *Quora* meluncurkan program-program untuk memberi insentif kepada penulis, seperti *Quora partner* program atau *creator monetization*, yang bertujuan untuk menghargai kontributor konten berkualitas tinggi dan memastikan aliran pengetahuan yang konsisten dan berkelanjutan (d'angelo, 2021). Evolusi model bisnis ini sangat penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang *Quora* sebagai *repository* pengetahuan yang mandiri. *Quora* adalah ekosistem pengetahuan hibrida yang berhasil menjembatani kesenjangan antara mesin pencari otomatis dan forum komunitas. Melalui arsitektur yang berpusat pada topik dan validasi oleh ahli, *Quora* menawarkan nilai unik: wawasan yang dalam dan autentik dari berbagai perspektif, menjadikannya alat penting dalam lanskap informasi digital kontemporer (He & Li, 2020: 15).

3.1.5 Model Aplikasi *Quora*



Gambar 3.1 (Aplikasi *Quora*)

Aplikasi *Quora* digunakan dalam penelitian ini sebagai sumber data tekstual untuk menangkap pengalaman serta opini pengguna mengenai Etika Bisnis ritel. Berikut adalah penjelasan fungsi fitur-fiturnya:

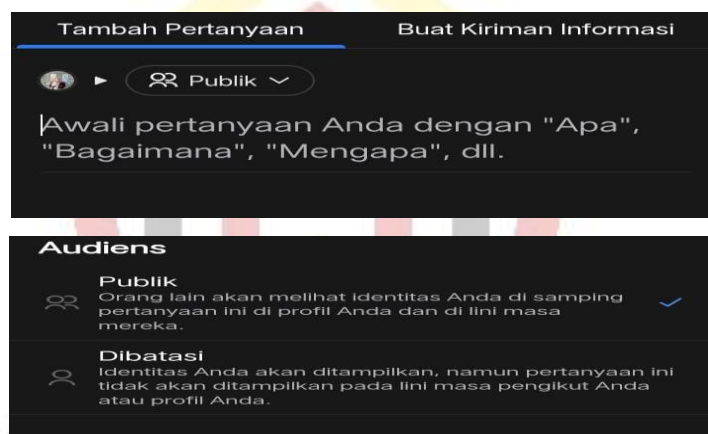


Gambar 3.2 (tampilan beranda *Quora*)

Pada bagian tanya pengguna bisa mengajukan pertanyaan, lalu pada bagian jawab pengguna bisa menjawab pertanyaan yang sesuai dengan pengetahuannya.

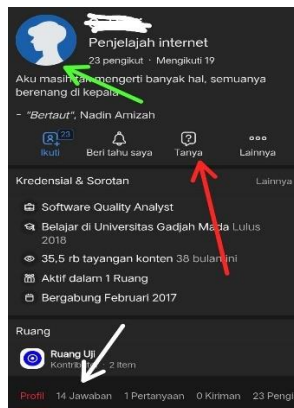


Gambar 3.3 (tampilan pertanyaan yang bias dijawab sesuai topik atau keahlian pengguna)



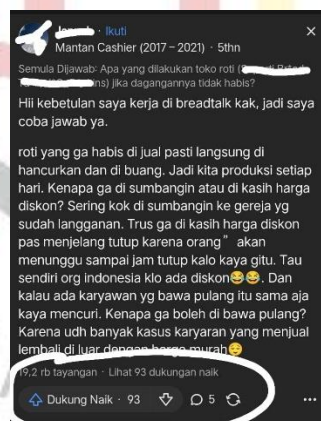
Gambar 3.4 (tampilan pengajuan pertanyaan, bisa di *public* atau di *private*)

Pengguna dapat mencari pertanyaan berdasarkan topik atau keahlian tertentu (Gambar 3.3). Saat mengajukan pertanyaan (Gambar 3.4), pengguna memiliki pilihan untuk identitas terbuka (*Public*) atau tanpa nama (*Private*). Hal ini penting dalam penelitian ini karena memungkinkan informan untuk memberikan informasi sensitif mengenai SOP perusahaan secara lebih terbuka tanpa rasa takut.



Gambar 3.5 (*profile pengguna*)

Pada bagian tanya saat dibuka pengguna dapat mengajukan pertanyaan yang bisa langsung dijawab oleh pengguna tersebut. Lalu pada bagian jawaban pengguna dapat melihat apa saja pertanyaan yang sudah dijawab oleh pemilik *profile*.



Gambar 3.6 (fitur *upvote*, komentar, dan jumlah tayangan) fitur ini berfungsi sebagai alat validasi data:

1. *Upvote*: menunjukkan tingkat persetujuan komunitas. Semakin banyak *upvote*, semakin besar data tersebut dianggap benar oleh pengguna lain.
2. Komentar: digunakan untuk melihat diskusi tambahan yang dapat memperkaya informasi primer.
3. Jumlah tayangan: menunjukkan seberapa luas informasi tersebut telah dibaca oleh masyarakat, yang menggambarkan dampak sosial dari isu pemborosan roti tersebut.

3.2 Profile Aplikasi *Tik Tok*

3.2.1 Penjelasan Aplikasi *Tik Tok*

Tik Tok adalah *platform* media sosial berbagi video pendek yang dimiliki oleh perusahaan teknologi tiongkok, *bytedance*. Aplikasi ini diluncurkan secara global pada tahun 2017 sebagai versi internasional dari aplikasi tiongkok, *douyin*, yang diluncurkan setahun sebelumnya (2016). Titik balik krusial yang membentuk identitas global *Tik Tok* adalah *akuisisi platform* populer amerika utara, *musical.ly*, pada akhir tahun 2017. Penggabungan *musical.ly* dengan *Tik Tok* pada tahun 2018 secara efektif mengkonsolidasikan basis pengguna dan menggabungkan fokus *musical.ly* pada kreasi video musik dengan arsitektur *algoritma feed Tik Tok* yang canggih. Visi *platform* ini melampaui sekadar hiburan, ia bertujuan untuk mendefinisikan kembali cara orang mengonsumsi dan memproduksi budaya digital melalui kreasi yang cepat dan mudah diakses (kharpal, 2018, *Quora, inc.*, 2023).

Inti dari keberhasilan global dan daya tarik adiktif *Tik Tok* terletak pada arsitektur *algoritmanya* yang revolusioner, yang dikenal sebagai "*for you page*" (*fyp*). Tidak seperti *feed* media sosial lama yang didasarkan pada grafik sosial (*socialgraph*) (konten dari teman yang diikuti), *fyp* didorong oleh grafik konten (*content graph*). *Algoritma* ini memprioritaskan penemuan (*discovery*), menyajikan konten dari kreator yang belum pernah dilihat atau diikuti oleh pengguna. Proses penemuan ini didasarkan pada serangkaian sinyal interaksi yang diproses dalam *real-time* interaksi pengguna (video yang disukai, dibagikan, dikomentari, dan akun yang diikuti), informasi video (*caption*, *hashtag*, suara, dan efek), pengaturan perangkat dan akun (*preferensi* bahasa, lokasi, dan jenis perangkat), serta *watch time* (waktu tonton), *metrik* paling penting, yang mengukur seberapa sering pengguna menonton video hingga selesai (*Tik Tok*, 2024).

Mekanisme *fyp* inilah yang bertanggung jawab atas viralitas yang eksplosif dan kemampuannya untuk mendemokratisasi kreasi konten. Mencapai jutaan penonton dengan cepat, mendorong siklus kreasi dan

konsumsi konten yang tiada henti. *Tik Tok* telah mengubah norma konten digital, beralih dari video yang diproduksi secara mahal ke konten vertikal, autentik, dan *lo-fi* (berkualitas rendah) yang berfokus pada penceritaan yang ringkas dan cepat. Kekuatan kreatif utama *Tik Tok* adalah pada *trend* yang didorong oleh audio dan musik. *Trend* di *platform* ini berputar di sekitar penggunaan kembali suara, musik, atau *template* yang sama. Fitur seperti duet (memposting video di samping video pengguna lain) dan *stitch* (menggabungkan klip dari video pengguna lain di awal video sendiri) memfasilitasi partisipasi kolektif dan memungkinkan pengguna untuk menginterpretasikan ulang meme atau *challenge* yang sedang viral. Kreasi bukan hanya tentang *orisinalitas*, tetapi tentang keterlibatan dan dialog dalam komunitas yang luas (o'brien, 2021).

Algoritma fyp sangat efisien dalam mengidentifikasi dan melayani komunitas *niche* dan *subkultur*. Ini menciptakan apa yang sering disebut sebagai "*Tik Tok niche*" atau "tok-tok subkultur" (misalnya, #booktok untuk komunitas sastra, #fintok untuk keuangan pribadi, #studytok untuk tips belajar). Kemampuan *platform* untuk menyajikan konten yang sangat terspesialisasi dan relevan kepada *audiens* yang sangat tersegmentasi membuat *Tik Tok* menjadi ruang yang kuat untuk pembelajaran informal dan pengembangan identitas subkultur yang spesifik. *Tik Tok* telah menjadi kekuatan pendorong dalam ekonomi kreator dan *merEvolusi lanskap e-commerce* dengan memperkenalkan konsep *shoppertainment*. *Tik Tok* memungkinkan monetisasi konten melalui berbagai cara: *creator fund* dan *creativity program* (program insentif yang membayar kreator berkualitas tinggi), hadiah virtual (*gifts*), dan kemitraan merek (*brand partnerships*) (*Tik Tok*, 2024).

Integrasi *Tik Tok shop* secara langsung di dalam aplikasi merupakan inovasi signifikan. Ini mengubah konsumsi media menjadi pengalaman belanja langsung dan instan. Pengguna dapat melihat produk ditampilkan dalam video atau live streaming yang menghibur dan langsung melakukan pembelian

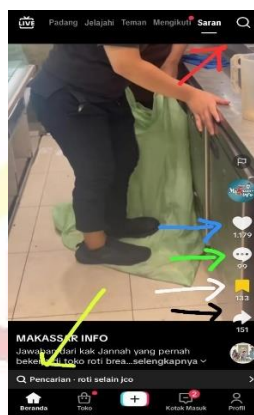
tanpa meninggalkan *platform*. Model ini sering disebut sebagai *shoppertainment* telah mengubah perilaku ritel, khususnya di pasar asia tenggara dan menjadikannya pesaing langsung *platform e-commerce* tradisional (statista, 2023). Meskipun sukses besar, *Tik Tok* terus menghadapi pengawasan ketat, terutama karena kepemilikannya di tiongkok. *Tik Tok* menjadi subjek pengawasan *intensif* di banyak negara, terutama amerika serikat, terkait keamanan data pengguna dan potensi pengaruh asing. Kekhawatiran berpusat pada kemungkinan bahwa data pengguna non-tiongkok dapat diakses atau dimanipulasi oleh pemerintah tiongkok melalui bytedance. Meskipun *Tik Tok* telah berupaya meyakinkan publik dengan menyimpan data di luar tiongkok (misalnya, di server di singapura atau as), kekhawatiran geopolitik ini telah memicu ancaman pelarangan dan tuntutan divestasi paksa (Fung, 2023).

Seperti *platform* sosial lainnya, *Tik Tok* dikritik karena dampaknya pada kesehatan mental, terutama pada remaja, terkait dengan konten yang mendorong standar kecantikan yang tidak *realistis* dan sifat adiktif dari *feed fyp* (o'brien, 2021). Tantangan lainnya adalah kecepatan penyebaran informasi yang salah (misinformation) dan ruang gema (echo chamber) di mana *algoritma* yang sangat personal dapat menjebak pengguna dalam bias pandangan yang sama, menghambat paparan terhadap informasi yang beragam atau kritis. *Tik Tok* terus berinovasi melampaui video pendek. *Ekspansi* durasi video dan fitur *social commerce* menunjukkan ambisi *Tik Tok* untuk menjadi aplikasi serba ada (*super-app*) yang tidak hanya mendominasi hiburan, tetapi juga perdagangan, berita, dan pendidikan. Perkembangan ini menjadikannya kasus studi yang penting dalam analisis perilaku konsumen digital dan dinamika kekuasaan teknologi global (Statista, 2023).

3.2.2 Fitur Aplikasi Tik Tok



Gambar 3.7 (Aplikasi tik tok)



Gambar 3.8 (beranda aplikasi tik tok)

1. Fitur pencarian (*search*): (ditandai dengan panah merah) fitur ini digunakan peneliti untuk menemukan konten spesifik terkait "pembuangan roti ritel" menggunakan kata kunci tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa isu tersebut merupakan topik yang dapat ditelusuri secara publik.
2. Fitur suka (*like/love*): (ditandai dengan panah biru) merupakan indikator apresiasi pengguna terhadap konten. Semakin banyak tanda suka, semakin besar dukungan audiens terhadap pesan yang disampaikan dalam video tersebut.
3. Fitur komentar: (ditandai dengan panah hijau) fitur ini krusial dalam netnografi untuk menangkap diskusi dialektis. Peneliti menggunakan kolom komentar untuk menemukan saksi-saksi tambahan (mantan karyawan atau pelanggan) yang memperkuat data primer.

4. Fitur simpan (*save*): (ditandai dengan panah putih) menunjukkan bahwa konten tersebut dianggap penting oleh pengguna untuk disimpan sebagai referensi atau bukti informasi di masa mendatang.
5. Fitur bagikan (*share*): (ditandai dengan panah hitam) mengindikasikan tingkat viralitas konten. Semakin tinggi jumlah bagikan, semakin luas penyebaran informasi mengenai praktik etika bisnis tersebut di tengah masyarakat.
6. Fitur konten serupa: (ditandai dengan panah kuning) *algoritma Tik Tok* akan menampilkan konten serupa secara otomatis, yang membantu peneliti menemukan video-video lain dengan tema pemborosan pangan yang sama untuk memperkaya data.



Gambar 3.9 fitur interaksi lanjutan (menu *share*)

1. Fitur posting ulang (*republish*): digunakan pengguna untuk menyebarluaskan konten ke pengikut mereka tanpa mengubah isi video. Dalam penelitian ini, fitur ini menunjukkan tingkat urgensi isu di mata publik.
2. Fitur stitch dan duet: fitur ini memungkinkan pengguna lain untuk menyanggah, menambahkan argumen, atau memberikan testimoni tambahan terhadap video yang ditampilkan. Peneliti memanfaatkan fitur ini untuk melihat respons kritis masyarakat atau klarifikasi dari pihak-pihak terkait secara langsung.

3.3 Alasan Pemilihan *Platform*

Peneliti memilih *platform Quora* dan *Tik Tok* sebagai lokasi penelitian digital bukan tanpa alasan. Kedua *platform* ini dipilih karena memiliki karakteristik data yang saling mengunci (*interlocking data*), yang penjelasannya dirincikan sebagai berikut:

3.3.1 Kekuatan narasi dan kesaksian mendalam (*Quora*) *Quora* dipilih karena basisnya adalah komunitas berbasis pengetahuan (*knowledge-sharing*). Akses informasi *eksklusif*, ritel seringkali menutup rapat SOP pembuangan barang karena alasan reputasi. Melalui *Quora*, peneliti dapat menjangkau "suara-suara" yang tidak muncul di permukaan, seperti mantan karyawan. Meskipun informan bersifat terbatas, namun kualitas narasi yang mereka berikan sangat teknis (menjelaskan jam pembuangan, metode pengrusakan barang agar tidak dimakan kembali, hingga alasan kebijakan pusat). Jawaban atas keraguan kualitas, melalui diskusi di *Quora*, terungkap fakta bahwa alasan pembuangan bukan semata-mata karena roti "keras" atau "basi", melainkan demi menjaga standar keuntungan dan citra ritel. Hal ini menjadi data kunci bagi peneliti untuk menganalisis adanya perilaku *tabzir* (*muraqabah*) dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

3.3.2 Bukti visual dan validasi sosial secara nyata (*Tik Tok*) jika *Quora* memberikan "cerita", maka *Tik Tok* memberikan "fakta fisik" yang tidak bisa dibantah. Bukti otentik (video), video yang ditemukan peneliti berfungsi sebagai bukti petunjuk. Meskipun jumlah video yang ditemukan terbatas, video yang menunjukkan atribut resmi ritel sedang membuang produk layak konsumsi sudah cukup untuk membuktikan bahwa fenomena ini benar-benar terjadi, bukan sekadar rumor digital. Mengukur keresahan masyarakat, fitur komentar dan share di *Tik Tok* menjawab ketakutan peneliti mengenai "apakah ini isu penting?". Ribuan interaksi netizen yang

mengecam pembuangan makanan membuktikan adanya kemaslahatan publik yang terganggu. Ini memperkuat argumen peneliti bahwa hes harus hadir memberikan solusi melalui konsep *masalah mursalah*.

- 3.3.3** Saling melengkapi dan menjawab keterbatasan data (triangulasi) peneliti menggabungkan kedua *platform* ini untuk menciptakan triangulasi data digital yang kokoh. Verifikasi silang, peneliti membandingkan kesaksian teks di *Quora* dengan bukti video di *Tik Tok*. Jika narasi mantan karyawan di *Quora* (bahwa roti disiram air agar tidak diambil orang) sinkron dengan apa yang terlihat di video *Tik Tok*, maka data tersebut dinyatakan valid dan kredibel meskipun informannya sedikit. Mengatasi bias informan, adanya suara yang berbeda di *platform* (misal ada yang bilang donasi, ada yang bilang buang) tidak dianggap sebagai kelemahan data. Justru hal ini menunjukkan adanya ketimpangan SOP di lapangan. Penelitian ini hadir untuk menyatukan potongan-potongan informasi tersebut menjadi sebuah analisis hukum yang utuh.

UIN IMAM BONJOL
PADANG