

Vol. 08, No. 2
Oktober 2021

p-ISSN: 2407-0556;
e-ISSN: 2599-3267

Riwayat Artikel:

Diserahkan:
6 Juli 2021

Direvisi:
15 November 2021

Diterima:
19 November 2021

Sebuah Respons Kristen Terhadap Penggunaan Aplikasi Clubhouse Di Era Covid-19

A Christian Response To The Use Of The Clubhouse Apps During The Covid-19 Era

Carmia Margaret¹ & David Alinurdin²

¹ Gereja Kristen Immanuel Jemaat Hosanna, Indonesia

² Sekolah Tinggi Teologi SAAT, Indonesia

Korespondensi

carmia.margaret95@gmail.com

DOI

<https://doi.org/10.33550/sd.v8i2.251>

HALAMAN

229 - 245

Abstract

Some Recent discussions about the reality of virtual space show that virtual space can mediate the presence between subject and create meaningful relationships. This article intends to test the realization of this idea in a virtual communication room, called Clubhouse which has been a trending topic discussion. Clubhouse is a voice-based on social media application that users can connect directly without text, images, photos, or videos. Initially, Clubhouse was opened only as an invitation application, but recently this application can be accessed freely by all internet users without invitation. If the Clubhouse application is read as a "cultural text," it will reflect values that intersects with the Biblical principles, namely about exclusivity and inclusivity also the element of self-giving in a relationship. Through this reading, Clubhouse is considered as an alternative to have a relationship if its user is balanced with the creation of contexts or conditions that ensure users' awareness and make deliberate efforts to their existence and optimize the fulfillment of mental images through various traces of presence

Keywords: Clubhouse; virtual spaces; presence; relationality.

Beberapa diskusi kekinian tentang realitas ruang virtual menunjukkan bahwa ruang virtual dapat memediasi kehadiran antarsubjek dan menciptakan relasi yang bermakna. Artikel ini hendak menguji realisasi gagasan ini pada sebuah ruang komunikasi virtual bernama Clubhouse yang sempat marak menjadi perbincangan. Clubhouse merupakan aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk terkoneksi secara langsung hanya melalui medium suara serta tanpa teks, gambar, foto, atau video. Awalnya, Clubhouse dibuka hanya untuk pengguna yang memiliki akses undangan dari pengguna sebelumnya. Akan tetapi, belakangan aplikasi ini dapat diakses secara bebas oleh seluruh pengguna internet tanpa undangan. Jika aplikasi Clubhouse dibaca sebagai sebuah "teks kultural," akan ditemukan nilai-nilai yang bersinggungan dengan nilai-nilai Injil, yaitu tentang eksklusivitas dan inklusivitas, serta unsur memberi diri dalam sebuah relasi. Melalui pembacaan ini, Clubhouse dinilai dapat dijadikan salah satu alternatif ruang menjalin relasi, jika penggunaannya diimbangi dengan penciptaan konteks atau kondisi yang memastikan pengguna menyadari dan mengupayakan kesengajaan akan keberadaan dirinya; serta mengoptimalkan pemenuhan gambaran mental melalui ragam jejak kehadiran.

Kata-kata kunci: Clubhouse; ruang virtual; kehadiran; relasi.

Pendahuluan

Selama masa pandemi Covid-19, banyak bermunculan diskusi teologis tentang geliat hidup manusia dalam ruang virtual.¹ Pada umumnya, isu-isu yang didiskusikan ialah sejauh mana dinamika kehidupan manusia di ruang virtual, seperti peribadatan dan relasi-relasi sosial, dapat disejajarkan nilainya dengan realitas ruang fisik. Pandangan yang menilai realitas ruang virtual secara positif sebagai sesuatu yang menjanjikan umumnya berargumentasi bahwa ruang virtual juga sama sekali tidak mengurangi makna kehadiran yang sejati.² Di sisi lain, pihak yang berseberangan pandangannya tentu akan berargumen sebaliknya, yaitu bahwa ruang virtual tidak cukup, dan bahkan tidak akan pernah bisa, menggantikan aspek-aspek relasi interpersonal dalam ruang fisik.³ Akan tetapi, sejauh amatan penulis, diskusi-diskusi yang ada ini masih terlalu terkonsentrasi pada tiga topik utama, yaitu: ibadah,⁴ sakramen,⁵ dan pemeliharaan komunitas orang percaya —misalnya dalam bentuk persekutuan atau diakonia jemaat.⁶ Tidak banyak diskusi yang secara spesifik membahas tentang realitas ruang virtual dalam penggunaan media komunikasi sosial virtual tertentu.⁷

Diskusi mengenai sejauh mana interaksi antarmanusia yang diperantarai oleh media dapat dikatakan sebagai relasi yang autentik berfokus pada sejauh mana makna kehadiran (*presence*) dimengerti.⁸ Para ahli media berupaya mencari unsur-unsur apa yang membuat seseorang secara psikologis dapat merasakan kehadiran secara nyata hingga terbenam (*immersed*) sedemikian rupa di dalam dunia virtual yang sedang dijelajahnya tanpa

¹ Heidi Campbell, *Digital Ecclesiology: A Global Conversation* (Texas: Digital Religion Publications, 2020), <https://doi.org/10.21423/digitalecclesiology>; Heidi Campbell, *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online* (Texas: Digital Religion Publications, 2020), <https://doi.org/10.21423/distancedchurch>; Tim Hutchings, "Christianity and Digital Media," dalam *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*, ed. Stanley D. Brunn (Dordrecht: Springer, 2015), https://doi.org/10.1007/978-94-017-9376-6_201; dan Tim Hutchings, "The Dis/Embodied Church: Worship, New Media and the Body," dalam *Christianity in the Modern World*, ed. Giselle Vincett dan Elijah Obinna (London: Routledge, 2014), <https://doi.org/10.4324/9781315571935>.

² Binsar Jonathan Pakpahan, "Mencari Definisi Kehadiran Antar-Subjek yang Bermakna di Ruang Digital," *Bia': Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen Kontekstual* 4, no. 1 (Juni 2021): 1–18, <https://doi.org/10.34307/b.v4i1.219>.

³ Sara Wilson, "The Era of Antisocial Media," *Harvard Business Review*, 5 Februari 2020, <https://hbr.org/2020/02/the-era-of-antisocial-social-media>; Jason Carter, "The Dark Side for the Church During Its Online Hiatus," *Reformation* 21, 27 April 2020, <https://www.reformation21.org/blog/the-dark-side-for-the-church-during-its-online-hiatus>.

⁴ lih. Darrell Bock dan Jonathan Armstrong, *Virtual Reality Church: Pitfalls and Possibilities* (Chicago: Moody, 2021); Daniella Zsupan-Jerome, "Virtual Presence as Real Presence? Sacramental Theology and Digital Culture in Dialogue," *Worship* 89, no. 6 (2015): 526–42.

⁵ Ryan Panzer, "Overcoming Digital Division: Digital Sacramentality as a Source of Healing," *Journal of Religious Leadership* 19, no. 1 (2020): 49–69; John Dyer, "Digital Communion: History, Theology, and Practices," *John Dyer: Theology, Technology, Society*, 23 Maret 2020, <https://j.hn/digital-communion-summary-of-theology-practices/>; John Dyer, "Digital Baptisms: What We Can Learn From Online, Virtual, and Broadcast Practices," *John Dyer: Theology, Technology, Society*, 18 April 2020, <https://j.hn/digital-baptisms-learn-from-online-virtual-and-broadcast-practices>.

⁶ Pandangan yang mendukung, mis. Tim Hutchings, "Contemporary Religious Community and the Online Church," *Information, Communication & Society* 14, no. 8 (Juni 2011): 1118–1135, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591410>; Tim Hutchings, "Real Virtual Community," *Word & World* 35, no. 2 (2015): 151–161, https://wordandworld.luthersem.edu/issues.aspx?article_id=3847; bdk. pandangan yang menolak, mis. Jay C. Kim, *Analog Church: Why We Need Real People, Places, and Things in the Digital Age* (Downers Grove: Intervarsity, 2020); John Thomas, "Churches: Don't Get Too Comfortable Online," *Christianity Today*, 20 April 2020, <https://www.christianitytoday.com/ct/2020/april-web-only/jay-kim-analog-church-online-digital-world.html>.

⁷ Sejauh temuan penulis, diskusi yang sudah ada tentang topik ini adalah Elizabeth Drescher, *Tweet If You [Heart] Jesus: Practicing Church in the Digital Reformation* (New York: Morehouse, 2011) dan Kerstin Radde-Antweiler, "Authenticity," dalam *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*, ed. Heidi A. Campbell (London: Routledge, 2013), 88–103.

⁸ Mengenai definisi kehadiran (*presence*) yang kompleks dan luas cakupannya, dari yang langsung hingga yang diperantarai oleh media, lih. Matthew Lombard dan Matthew T. Jones, "Defining Presence," dalam *Immersed in Media: Telepresence Theory, Measurement & Technology*, ed. Matthew Lombard et al. (Cham: Springer, 2015), 17–26, https://doi.org/10.1007/978-3-319-10190-3_2.

menyadari adanya media yang menjadi perantara, baik media nonelektronik (seperti buku), media audiovisual (seperti televisi), maupun media digital masa kini yang menggabungkan semuanya di dalam interaksi dunia riil-virtual yang kompleks (seperti *augmented reality* dan *virtual reality*).⁹ Dengan mengacu kepada beberapa studi media ini, aplikasi Clubhouse dapat dikatakan sebagai salah satu media sosial digital dalam bentuk audio yang menawarkan ruang virtual untuk membangun interaksi dan relasi interpersonal.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji aplikasi Clubhouse sebagai alternatif ruang virtual di dalam relasi interpersonal yang dinilai dari perspektif Injil. Clubhouse merupakan aplikasi media sosial berbasis undangan yang memungkinkan pengguna untuk terkoneksi secara langsung melalui medium suara serta tanpa teks, gambar, foto, atau video. Sampai pada waktu artikel ini ditulis, Clubhouse memiliki setidaknya sekitar 10 juta pengguna di sistem operasi iOS dan dua juta lainnya di Android.¹⁰ Aplikasi ini semakin digandrungi publik setelah digunakan juga oleh para selebriti, jutawan, bahkan beberapa pemimpin negara kenamaan. Pertanyaan yang hendak dijawab dalam makalah ini adalah: Apakah pandangan bahwa realitas ruang virtual sama sekali tidak mengurangi makna kehadiran itu dapat diterapkan dan berlaku juga pada aplikasi Clubhouse? Atau, lebih spesifik lagi, apakah aplikasi Clubhouse benar-benar dapat menjadi alternatif ruang relasi interpersonal yang dibutuhkan manusia khususnya dalam masa pandemi? Ruang relasi seperti apa yang dihadirkan dan bagaimanakah kesesuaiannya dengan nilai-nilai Injil? Pertanyaan-pertanyaan ini dijawab dengan terlebih dahulu menjelaskan tentang identitas dan cara kerja aplikasi ini beserta analisis mengenai nilai-nilai yang hendak ditawarkannya. Kemudian, direfleksikan beberapa kesesuaian dan ketidaksesuaian nilai-nilai yang ditawarkan oleh aplikasi Clubhouse dengan nilai-nilai Injil.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode hermeneutika atau eksegesis kultural.¹¹ Aplikasi Clubhouse digunakan sebagai teks budaya yang dibaca. Lensa yang dipakai untuk melakukan hermeneutika atau pembacaan ini adalah lensa teologis dari prinsip-prinsip dasar gagasan Injil. Analisis dilakukan dengan melihat sejauh mana nilai-nilai yang ditawarkan Clubhouse mengandung kesesuaian dan ketidaksesuaian dengan nilai-nilai Injil, serta sejauh mana Kekristenan dapat mengelaborasi penggunaan Clubhouse dari perspektif Injil.

⁹ Iryna Kuksa dan Mark Childs, *Making Sense of Space: The Design and Experience of Virtual Spaces as a Tool for Communication* (Oxford: Chandos Publishing, 2014), <https://doi.org/10.1016/C2013-0-16963-2>; Werner Wirth et al., "A Process Model of the Formation of Spatial Presence Experiences," *Media Psychology* 9, no. 3 (Desember 2007): 493–525, <http://doi.org/10.1080/15213260701283079>.

¹⁰ Lih. "Clubhouse User Statistics," *Think Impact*, diakses 23 Juli 2021, <https://www.thinkimpact.com/clubhouse-statistics/>; "Clubhouse Crosses 2 Million Users on Android, Plans General Release This Summer," *Hindustan Times*, 1 Juni 2021, <https://tech.hindustantimes.com/tech/news/clubhouse-crosses-2-million-users-on-android-plans-general-release-this-summer-71622518405335.html>.

¹¹ Pendekatan serupa lih. Kevin J. Vanhoozer, Charles A. Anderson, dan Michael J. Sleasman, *Everyday Theology: How to Read Cultural Texts and Interpret Trends* (Grand Rapids: Baker Academic, 2017), bab 1, Kindle; Natanael D. B. J. Pratama, "'Kaskus'—Forum Komunitas Dalam Jaringan: Sebuah Refleksi Teologis dan Budaya," *Veritas: Jurnal Teologi dan Pelayanan* 14, no. 2 (Oktober 2013): 277–294, <https://doi.org/10.36421/veritas.v14i2.280>.

Hasil dan Pembahasan

Berkenalan Dengan Aplikasi Clubhouse

Clubhouse adalah aplikasi jejaring sosial berbasis suara yang memungkinkan para pengguna untuk saling berkomunikasi dalam grup-grup diskusi.¹² Satu grup diskusi dapat menampung lebih dari 5.000 pengguna sekaligus. Akan tetapi, penggunaan aplikasi ini bersifat terbatas hanya bagi orang-orang yang diundang oleh pengguna lainnya. Jadi, jika seseorang tidak mempunyai kode undangan, maka mereka tidak dapat langsung bergabung (*sign up*) sebagai pengguna. Menurut pengelola, aksesibilitas yang terbatas bagi orang-orang yang memiliki undangan ini pada dasarnya bukan bertujuan untuk menciptakan eksklusivitas, melainkan supaya penambahan pengguna dapat tetap tertangani seraya aplikasi terus disempurnakan.

Ketika pengguna membuka aplikasi ini, mereka akan menemukan beragam “ruangan” (*rooms*) yang dipenuhi orang-orang yang berbicara. Semua ruangan yang tersedia di bagian beranda laman bersifat terbuka, sehingga setiap pengguna dapat masuk dan keluar untuk mengeksplorasi berbagai pembicaraan yang berbeda. Pengguna pada umumnya memasuki ruangan diskusi sebagai pendengar, kemudian dapat ikut berbicara dengan menekan fitur “angkat tangan” (*raise hand*) dan moderator memberinya akses berbicara. Pengguna juga dapat membuka ruangan diskusi sendiri dan berperan sebagai moderator, baik secara tunggal maupun bersama pengguna lain yang terhubung dengan akunnya. Ruangan diskusi ini dapat dibuka secara langsung atau dengan penjadwalan terlebih dahulu. Jika moderator membuat penjadwalan terlebih dahulu dan ruangan diskusinya diatur bersifat terbuka untuk umum, maka sistem Clubhouse akan menampilkan jadwal ruangan diskusi tersebut di beranda laman, sehingga semua orang yang tertarik dengan topik bahasan dapat bergabung.

Konsep Clubhouse pada dasarnya seperti menggabungkan aplikasi pesan teks (*chatting*) dengan siniar (*podcast*) atau radio. Jadi, fokus utamanya adalah mewadahi para pengguna untuk mengobrol dan berkomunikasi via suara dan bukan teks, gambar, foto, atau video. Ruangan diskusi yang terdiri dari sedikit moderator dan lebih banyak pendengar terkesan cukup serupa dengan gelar wicara atau tayang bincang (*talk show*) atau seperti rekaman siniar diskusi di aplikasi berbasis suara lainnya seperti Spotify. Sementara itu, ruangan diskusi yang lebih banyak diisi oleh pengguna yang saling berbicara terkesan menyerupai layanan telepon grup (*group call*) di aplikasi komunikasi seperti WhatsApp, Line, atau Zoom, tetapi tanpa video dan dengan jumlah partisipan yang lebih banyak serta kualitas

¹² Penjelasan disarikan dari: “Check, 1, 2, 3 ... Is This Thing On?,” Clubhouse, diakses 26 Mei 2021, <https://www.joinclubhouse.com/blog/check-1-2-3>; Sandi Eveleth, “Clubhouse App: What You Need to Know About the New Audio App Sensation,” *Top Dog Social Media*, diakses 26 Mei 2021, <https://topdogsocialmedia.com/clubhouse-app/>; Kim Garst, “What is the Clubhouse App: Everything You Need to Know,” *Kim Garst*, 25 Januari 2021, <https://kimgarst.com/what-is-the-clubhouse-app-everything-you-need-to-know/>; Ellen Huet dan Brody Ford, “Clubhouse’s Founder Is in a State of Perpetual Motion,” *Bloomberg*, 16 Maret 2021, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-16/who-made-clubhouse-app-paul-davison-a-founder-in-perpetual-motion>; Rafqa Touma, “Clubhouse App: What Is It and How Do You Get an Invite to the Exclusive Audio App?,” *The Guardian*, 16 Februari 2021, <https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/17/clubhouse-app-invite-what-is-it-how-to-get-audio-chat-elon-musk>; Pamela Bump, “How to Use Clubhouse: A Step-by-Step Guide,” *HubSpot*, terakhir diubah 11 Juni 2021, <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-use-clubhouse>.

suara yang jauh lebih jernih. Hal menarik lainnya adalah semua percakapan yang terjadi dalam aplikasi ini tidak dapat dan bahkan dilarang untuk direkam atau ditranskripsi tanpa izin tertulis dari narasumber dan pengelola aplikasi.

Kreator Clubhouse berpendapat bahwa komunikasi lisan dengan menekankan medium suara memiliki keunggulan tersendiri. Suara dapat memuat intonasi, emosi, *mood*, dan unsur-unsur dinamika komunikasi lainnya yang tidak bisa termuat dalam komunikasi nonlisan melalui pesan teks atau gambar. Selain itu, karena tidak ada fitur kamera atau gambar, orang-orang dapat difasilitasi untuk mengekspresikan diri kapan saja, di mana saja, dan dalam keadaan apa pun, tanpa perlu terbebani dengan respons orang lain. Agaknya inilah upaya utama Clubhouse: menghadirkan sebuah ruang yang membuat para penggunanya nyaman berekspresi, berkomunikasi, dan berelasi sesuai kondisi mereka masing-masing.

Aplikasi Clubhouse pertama kali diperkenalkan di sistem operasi iOS (Apple) oleh Paul Davison dan Rohan Seth dari Alpha Exploration Company pada Maret 2020. Aplikasi ini meraih popularitasnya di masa-masa awal pandemi Covid-19. Pada Januari 2021, tercatat sekitar dua juta pengguna yang aktif mengakses aplikasi ini dalam frekuensi mingguan. Pada pertengahan Februari 2021, jumlah pengguna meningkat pesat ke angka 8,1 juta, khususnya setelah tokoh-tokoh kenamaan seperti Elon Musk, Kanye West, Vladimir Putin, dan Mark Zuckerberg turut membuka ruangan diskusi.¹³ Pada April 2021, aplikasi ini ditaksir sudah memiliki nilai investasi sebesar empat miliar dollar dalam satu putaran pendanaan.¹⁴ Jelang medio Mei 2021, Clubhouse mulai dapat diakses di sistem operasi Android, meskipun tidak terbuka secara bebas dan tetap memerlukan akses undangan. Seminggu sejak peluncurannya, per tanggal 1 Juni 2021, dicatat sudah terdapat sekitar dua juta pengguna Clubhouse di Android.¹⁵

Akan tetapi, popularitas Clubhouse juga tidak lepas dari kontroversi. Ditengarai ada berbagai pelanggaran etika dan hak asasi yang terjadi dalam ruang-ruang percakapan, misalnya saja pelecehan verbal, kekerasan, dan penggertakan (*bullying*). Beberapa pihak juga menilai pengelolaan aplikasi ini bertentangan dengan isu pelanggaran privasi.¹⁶ Misalnya, meskipun tidak menyediakan fitur rekaman percakapan bagi pengguna, tetapi Clubhouse sendiri merekam percakapan yang terjadi di dalamnya. Pada laman

¹³ Sarah Perez, "Report: Social Audio App Clubhouse Has Topped 8 Million Global Downloads," *Tech Crunch*, 19 Februari 2021, <https://techcrunch.com/2021/02/18/report-social-audio-app-clubhouse-has-topped-8-million-global-downloads/>; Reed Stevenson, "Elon Musk Makes Characteristically Wild Debut on a Buzzy Social App Clubhouse," *Bloomberg*, 1 Februari 2021, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-01/musk-s-debut-on-a-buzzy-social-app-was-characteristically-wild>.

¹⁴ Katie Roof, "Clubhouse Discusses Funding at About \$4 Billion Value," *Bloomberg*, 7 April 2021, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-04-06/clubhouse-is-said-to-discuss-funding-at-about-4-billion-value>.

¹⁵ Hamid Ganji, "Over 2 Million Android Users Are Now Using Clubhouse," *Android Headlines*, 1 Juni 2021, <https://www.androidheadlines.com/2021/06/clubhouse-2-million-android-users.html>; "Clubhouse Crosses 2 Million Users on Android, Plans General Release This Summer," *Hindustan Times*, 1 Juni 2021, <https://tech.hindustantimes.com/tech/news/clubhouse-crosses-2-million-users-on-android-plans-general-release-this-summer-71622518405335.html>.

¹⁶ Jason Aten, "Clubhouse Is Recording Your Conversations. That's Not Even Its Worst Privacy Problem," *Inc.*, 27 Februari 2021, <https://www.inc.com/jason-aten/clubhouse-is-recording-your-conversations-thats-not-even-its-worst-privacy-problem.html>; Barry Collins, "Clubhouse: The Hot New Social Network Has Big Privacy Problems," *Forbes*, 10 Februari 2021, <https://www.forbes.com/sites/barrycollins/2021/02/10/clubhouse-the-hot-new-social-network-has-big-privacy-problems/>; -

kebijakan privasi, sejatinya sudah dituliskan bahwa perekaman pembicaraan dilakukan demi kepentingan hukum dan investigasi apabila ditemukan adanya pelaporan terkait pelanggaran hak dan tindak kekerasan. Akan tetapi, sebagian pihak memandang hal ini justru sebagai pelanggaran privasi, serta bertolak belakang dengan tujuan Clubhouse sendiri untuk menyediakan ruang komunikasi yang memberikan kenyamanan bagi setiap pengguna. Potensi isu pelanggaran privasi lainnya ditemukan dalam kebijakan yang mengharuskan pengguna memberikan izin kepada Clubhouse untuk mengakses nomor kontak mereka demi mendapatkan undangan akses. Clubhouse disinyalir juga berencana mendapatkan keuntungan bagi platformnya melalui penjualan data pengguna. Pada April 2021, terjadi kebocoran data daring atas 1,3 juta pengguna, meliputi nama lengkap (asli), media sosial, dan informasi detail lainnya.¹⁷

Sejak 2021, muncul pula beragam kritik dari beberapa negara yang berujung larangan dan pemblokiran penggunaan Clubhouse. Cina memblokir Clubhouse pada Februari 2021, setelah dianggap memprovokasi warga untuk membicarakan topik-topik sensitif seperti politik dan tidak lulus sensor.¹⁸ Oman juga memblokir aplikasi ini karena dianggap tidak mempunyai lisensi operasi yang semestinya.¹⁹ Di beberapa negara di Timur Tengah, seperti Yordania, Arab Saudi, dan Mesir, Clubhouse juga diblokir, dengan dugaan terkait isu-isu kebebasan berekspresi yang melawan pemerintah hingga potensi terorisme.²⁰

Setelah setahun peluncurannya, reaksi pengguna terhadap Clubhouse masih cukup beragam. Ada orang-orang yang berburu akses undangan untuk dapat bergabung sebagai pengguna, bahkan sengaja membelinya di situs-situs penjualan elektronik seperti eBay hingga mencapai harga 400 dolar.²¹ Akan tetapi, para pengguna yang sudah tergabung di dalamnya cenderung gagal melihat prospek cerah aplikasi ini untuk jangka panjang akibat kesulitan mencari ruang percakapan yang benar-benar relevan, kesulitan bertahan lama dalam sebuah ruang percakapan, serta ketakutan terhadap jenis percakapan yang mengganggu keamanan dan kenyamanan.²²

Cita-Cita Clubhouse dan Nilai-Nilai yang Ditawarkannya

Dari namanya, Clubhouse dapat mengingatkan kita terhadap tempat berkumpul

¹⁷ "Clubhouse Data Leak: 1.3 Million Scraped User Records Leaked Online for Free," *Cyber News*, 10 April 2021, <https://cybernews.com/security/clubhouse-data-leak-1-3-million-user-records-leaked-for-free-online/>; Katie Canales, "Scraped Personal Data of 1.3 Million Clubhouse Users Has Reportedly Been Posted Online," *Business Insider India*, 12 April 2021, <https://www.businessinsider.in/tech/news/personal-data-of-1-3-million-clubhouse-users-has-reportedly-leaked-online-days-after-linkedin-and-facebook-also-suffered-data-breaches/articleshow/82010584.cms>.

¹⁸ Darrell Etherington dan Rita Liao, "Clubhouse is Now Blocked in China After a Brief Uncensored Period," *Tech Crunch*, 8 Februari 2021, <https://techcrunch.com/2021/02/08/clubhouse-is-now-blocked-in-china-after-a-brief-uncensored-period/>; Sam Shead, "Buzzy New Social Media App Clubhouse Appears to Have Been Blocked in China," *CNBC*, 8 Februari 2021, <https://www.cnbc.com/amp/2021/02/08/clubhouse-appears-to-have-been-blocked-in-china.html>.

¹⁹ "Oman Blocks Clubhouse App, Fuelling Regional Censorship Fears," *Aljazeera*, 15 Maret 2021, <https://www.aljazeera.com/economy/2021/3/15/oman-blocks-clubhouse-app-fuelling-regional-censorship-fears>.

²⁰ Dana Sharayri, "Jordan Bans Clubhouse Application," *Roya News*, 25 Maret 2021, <https://en.royanews.tv/news/26508/2021-03-25>.

²¹ Anna Wiener, "Clubhouse Feels Like a Party: But Is It a Good One?," *The New Yorker*, 31 Maret 2021, <https://www.newyorker.com/news/letter-from-silicon-valley/in-the-clubhouse>.

²² Sam Shead, "There Are Signs That the Buzz Around Clubhouse is Already Fading —But Investors Aren't Deterred," *Microsoft News*, 19 April 2021, <https://www.msn.com/en-us/money/other/there-are-signs-that-the-buzz-around-clubhouse-is-already-fading-e2-80-94-but-investors-arent-deterred/ar-BB1fNFqx>.

atau ruang tunggu (*lounge*) semieksklusif di bandara atau sarana olahraga, sekaligus juga membuat kita memikirkan produk budaya lain, yaitu film kartun Disney berjudul sama yang ditujukan bagi anak prasekolah dan menampilkan karakter Miki dan Mini Tikus, Donal dan Desi Bebek, Gufi dan Pluto sekaligus. Dari kesan-kesan ini, terlihat bahwa Clubhouse ingin menghadirkan sebuah tempat pertemuan yang terkesan hangat, ceria, ramah, dan terbuka, tetapi juga bersifat semieksklusif, tidak terlalu terbuka seperti Facebook atau Instagram, sehingga para pengguna masih dapat membangun batasan kenyamanan pribadi. Keberimbangan antara unsur aksesibilitas dan eksklusivitas ini terlihat dalam natur aplikasi yang hanya dapat diakses berdasarkan undangan (*invited-only*) dan jumlah undangan yang dapat dibagikan oleh masing-masing pengguna juga dibatasi kuotanya.

Clubhouse juga berupaya memfasilitasi penggunaannya untuk bisa berelasi dan berkomunikasi dengan siapa saja sesuai preferensi kenyamanan masing-masing. Sebagaimana dilansir dalam laman blog resminya, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dalam situasi dan kondisi apa pun, sambil mengerjakan berbagai hal lain, dan tidak perlu dipusingkan dengan reaksi pengguna lain terhadapnya karena memang keberadaannya tidak kasat mata.²³ Ada dua pengalaman utama yang ingin diberikan kepada pengguna, yaitu pengalaman relasi interpersonal secara langsung (*real-time*) tanpa jeda atau perantara; dan juga pengalaman kenyamanan berelasi karena pengguna tidak perlu keluar dari batasan-batasan pribadi untuk dapat terhubung dengan dunia di luar dirinya. Secara paradoks, Clubhouse ingin membuat penggunaannya merasa tidak pernah sendiri dalam segala waktu dan keadaan, tetapi di saat yang bersamaan, juga meyakinkan pengguna bahwa mereka hanya sendiri dan tidak perlu dipengaruhi atau ditentukan oleh lawan bicara.²⁴ Bagi orang-orang yang cenderung nyaman dengan diri sendiri, menghindari keramaian, serta tidak menyukai *exposure* sosial yang terlalu banyak, aplikasi Clubhouse dapat menjadi pilihan yang cocok. Di satu sisi, kebutuhan untuk berelasi dan berkomunikasi timbal-balik tetap terpenuhi, tetapi di sisi lain, tidak ada tuntutan atau tanggung jawab untuk melibatkan diri lebih jauh terhadap siapa pun yang “ditemui.”²⁵ Tawaran ini terasa semakin cocok di masa pandemi Covid-19, ketika orang-orang harus berdiam diri di rumah dan membatasi pertemuan sosial, tetapi juga masih membutuhkan komunikasi, relasi, dan keterhubungan, khususnya dengan orang-orang atau dunia luas di luar dirinya.

Clubhouse juga berupaya untuk menghadirkan “teman mengobrol” dalam topik-topik yang luas dan beragam. Para pengguna dapat menemukan beragam ruangan diskusi yang mungkin sesuai dengan minatnya, mulai dari topik-topik yang luas dan umum seperti keuangan, investasi, bisnis, kepemimpinan, atau kesehatan mental; sampai topik-topik yang sangat spesifik dan berlangsung secara berseri, seperti: “Kehidupan di Dalam Van dan di Rumah Kecil” (diikuti delapan ribu partisipan), “Terapi bagi Wanita Kulit

²³ “Check, 1, 2, 3 ...,” Clubhouse.

²⁴ Ibid.

²⁵ Wiener, “Clubhouse Feels Like a Party.”

Hitam,” (diikuti 70 ribu partisipan), “Ruangan Meditasi” (diikuti 105 ribu partisipan), dan sebagainya.²⁶ Uniknya, para pengguna masuk ke ruangan-ruangan ini bukan hanya sebagai pengakses konten yang pasif, seperti ketika mereka mengakses YouTube, TikTok, atau Instagram, melainkan sebagai partisipan aktif yang dapat turut berbicara secara langsung. Pengalaman ini dapat membuat pengguna merasa dimengerti dan mempunyai teman bicara yang “satu frekuensi,” apalagi ketika tidak mempunyai teman dengan minat serupa di lingkaran sosialnya.

Membaca Clubhouse Dengan Lensa Injil

Dengan segala tawaran, keterbatasan, keunikan, dan kontroversi dalam Clubhouse, bagaimanakah orang Kristen memandang, menyikapi, dan bahkan menggunakan aplikasi Clubhouse, khususnya dalam kerangka relasi manusia yang lebih luas? Dengan menggunakan nilai-nilai Injil sebagai lensa hermeneutis, dapat ditemukan beberapa sumbangsih penting, tetapi juga hal-hal yang harus diwaspadai, dalam pemaknaan relasi menurut Clubhouse. Unsur aksesibilitas Clubhouse yang awalnya hanya diperuntukkan bagi orang-orang yang memiliki undangan, tetapi kemudian terbuka bagi semua orang, dapat merepresentasikan aspek undangan dan keterbukaan Injil.

Undangan Clubhouse dan Undangan Injil

Hal pertama untuk dicermati adalah konsep aplikasi Clubhouse di awal perkembangannya yang hanya dapat diakses oleh orang-orang dengan undangan. Menurut kreator, aplikasi ini sejatinya didesain terbuka bagi semua orang dan tidak untuk pengguna terbatas, tetapi akses berdasarkan undangan diperlukan supaya pertumbuhan pengguna dan dinamika di dalamnya tetap dapat terkendali sementara aplikasi terus disempurnakan.²⁷ Memang, perkembangan terbaru pada Juli mencatat bahwa aplikasi ini akhirnya dapat diakses secara terbuka dan bebas tanpa undangan.²⁸ Akan tetapi, ada beberapa kejanggalan yang dapat dipertanyakan berdasarkan fenomena ini. Pertama, apakah intensi menghadirkan aksesibilitas khusus undangan itu benar-benar hanya dilandasi dengan tujuan perkembangan dan kemampuan pengelolaan (*manageability*) aplikasi, atau memang dirancang juga untuk menimbulkan kesan eksklusivitas? Realitasnya, sempat terjadi kelangkaan akses undangan karena tingginya permintaan bergabung dan terbatasnya kuota undangan yang dapat dibagi-bagikan oleh setiap pengguna. Akibatnya, ada pengguna-pengguna yang justru mengambil keuntungan dengan cara menjual akses undangannya dengan harga tinggi.²⁹ Masalahnya, pihak pengelola aplikasi juga tidak mengambil sikap atau menindaklanjuti keadaan ini, meskipun liputan tentang fenomena ini sudah banyak tersebar di media massa. Kedua, mengapa keterbukaan akses baru dapat

²⁶ Wiener, “Clubhouse Feels Like a Party.”

²⁷ “Check, 1, 2, 3 ...,” Clubhouse.

²⁸ Subin B, “You Can Now Join Clubhouse Without an Invite on Android and iOS,” *Beebom*, 22 Juli 2021, <https://beebom.com/join-clubhouse-without-invite-android-ios/>.

²⁹ Wiener, “Clubhouse Feels Like a Party.”

diupayakan dalam waktu hampir satu setengah tahun setelah aplikasi ini diluncurkan, padahal perkembangan penggunaannya cukup pesat dan nilai pendanaannya juga sudah mencapai miliaran dolar? Hal ini menunjukkan dua kemungkinan: antara lambatnya laju penyempurnaan aplikasi atau memang ada unsur kesengajaan menimbulkan eksklusivitas. Akan tetapi, karena pada akhirnya di Juli 2021 akses Clubhouse telah terbuka bagi seluruh pengguna internet dan tidak lagi membutuhkan akses undangan, eksklusivitasnya cenderung mengecil, yaitu hanya bagi mereka yang mempunyai telepon genggam dan akses internet. Meskipun tetap terdapat eksklusivitas, namun aspek keterbukaannya sudah semakin meluas.

Pola ini menarik untuk direfleksikan sebagai representasi Injil. Injil atau berita keselamatan di dalam Kristus juga sejatinya mengandung aspek “undangan” dan mempunyai semacam eksklusivitasnya tersendiri.³⁰ Berita Injil sejatinya merupakan sebuah undangan dan memerlukan respons,³¹ meskipun penebusan itu sendiri merupakan sepenuhnya karya Allah dan tidak bergantung pada respons manusia. Berita Injil atau berita keselamatan itu sendiri juga awalnya muncul “eksklusif” bagi orang Israel yang disebut sebagai “umat Allah,” dan melalui mereka barulah berita itu diperluas kepada bangsa-bangsa lain.³² Demikian pula ketika Israel gagal menjalankan perannya sebagai umat pilihan Allah yang menyalurkan berita keselamatan bagi bangsa-bangsa lain, rencana ini tidak serta-merta dibatalkan oleh Allah. Ia mengutus Yesus Kristus menjadi Israel yang sejati untuk menggantikan Israel yang gagal, dan semua orang yang percaya kepada-Nya kemudian mendapat bagian dalam keselamatan itu sebagai Israel rohani. Ini berarti, pola yang muncul di dalam Injil sedikit banyak tercermin juga di dalam Clubhouse.

Akan tetapi, sampai di sini, baik pengelola dan pengguna Clubhouse perlu menyadari dan mengantisipasi adanya potensi eksklusivitas yang bisa menghalangi sebanyak mungkin orang mendapatkan manfaat dari kehadiran aplikasi ini. Akses terbatas berdasarkan undangan yang awalnya dijelaskan sebagai upaya untuk mengontrol dinamika aplikasi segoyianya tidak dijadikan nilai jual tersendiri yang membuatnya “mahal” dan berbeda dari aplikasi-aplikasi komunikasi lainnya. Pengelola Clubhouse juga perlu mereduksi efek samping berupa penyuburan sindrom “FOMO” (*Fear of Missing Out*) atau “takut ketinggalan,”³³ meskipun sindrom ini dapat muncul di dalam dan melalui penggunaan aplikasi atau media apa pun. Setelah masa pembaruan aplikasi itu selesai dilakukan, dibutuhkan sosialisasi citra publik yang baru bahwa aplikasi ini terbuka dan dapat menjadi ruang nyaman bagi siapa pun yang hendak menggunakannya.

³⁰ Timothy Keller, *Center Church: Doing Balanced, Gospel-Centered Ministry in Your City* (Grand Rapids: Zondervan, 2012), 27–42.

³¹ Sam Chan, *Evangelism in a Skeptical World: How to Make the Unbelievable News about Jesus More Believable* (Grand Rapids: Zondervan, 2018), bab 1, Kindle; Randy Newman, *Bringing the Gospel Home: Witnessing to Your Family Members, Close Friends, and Others Who Know You Well* (Wheaton: Crossway, 2011), bab 3, Kindle.

³² Christopher J. H. Wright, *Misi Umat Allah: Sebuah Teologi Biblika Tentang Misi Gereja*, trans. James Pantou, Lily E. Joeliani, dan Perdian Tumanan (Jakarta: Literatur Perkantas, 2011), 47–50, 80–81, 90–91, 182–190.

³³ Eni Subair, “Clubhouse Is the New FOMO-Inducing Social App To Know,” *Vogue*, 16 Desember 2020, <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/clubhouse-app>.

Relasi yang Bermakna Dalam Ruang Virtual

Sebagai sebuah bentuk media sosial digital, Clubhouse memiliki keunggulan dalam menawarkan interaksi ruang sosial dibandingkan dengan media sosial lainnya seperti Twitter, Facebook, Instagram, WeChat, dan sebagainya. Hampir semua media sosial digital pada umumnya adalah komunikasi *asynchronous* sehingga tidak mampu membawa penggunanya untuk merasakan kehadiran dan interaksi sosial yang kuat. Namun demikian, aplikasi Clubhouse menawarkan komunikasi dan interaksi secara *synchronous* sehingga para penggunanya dapat merasakan pengalaman keterhubungan secara langsung seolah-olah mereka hadir secara nyata di tempat (*onsite*).³⁴

Yang perlu dicermati adalah tawaran Clubhouse bagi penggunanya untuk mengontrol dinamika relasi yang terjadi. Clubhouse menawarkan pengguna untuk terhubung dengan siapa pun, di mana saja, kapan saja, dan bahkan sambil berbuat apa saja, tanpa perlu menampilkan diri secara fisik dan visual serta tidak secara langsung menerima respons fisik dari orang lain.³⁵ Pengguna dapat mengontrol sejauh mana ia ingin masuk dan keluar dari sebuah ruang pembicaraan atau jejaring relasi, sehingga dalam taraf tertentu, setiap pengguna dapat menjadi penentu tunggal atas dinamika relasinya sesuai dengan keinginan dan kenyamanan pribadinya. Pertanyaannya: Apakah bentuk relasi seperti ini dapat dikategorikan riil, autentik, dan bermakna?

Untuk menjawab hal ini, perlu diakui terlebih dahulu bahwa interaksi fisik tidak semata berarti menghasilkan relasi yang autentik dan mendalam. Setidaknya, pandemi Covid-19 telah membuktikan realitas ini. Sebelum pandemi, orang-orang sudah terlalu terbiasa dengan banyak “kenalan” (*acquaintances*) dan membangun relasi yang hanya “basa-basi” dan dangkal, tanpa menyadari ketiadaan kedalaman di dalamnya.³⁶ Setelah pandemi, barulah orang-orang secara intensional mengupayakan relasi yang mendalam meskipun secara virtual dan minim kontak fisik. Ini berarti, relasi yang riil, autentik, dan mendalam tidak ditentukan hanya oleh bentuk relasinya, melainkan dapat tercipta dalam bentuk apa pun, baik fisik maupun virtual.³⁷ Dengan kata lain, aplikasi atau media seperti Clubhouse pun sejatinya bisa menjadi ruang untuk terciptanya relasi yang real dan autentik.³⁸

³⁴ Binhe Zhu, “Clubhouse: A Popular Audio Social Application,” dalam *Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021)* (2021), 577, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.219>.

³⁵ Zhu, “Clubhouse: A Popular Audio Social Application,” 577–578.

³⁶ Zach W. Lambert, “Facilitating Deep Friendships Digitally When Analog Acquaintances Are Gone,” dalam *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*, ed. Heidi A. Campbell (Texas: Digital Religion Publications, 2020), 19–21, <https://doi.org/10.21423/distancedchurch>.

³⁷ Mengenai definisi kehadiran (*presence*) yang kompleks dan luas cakupannya, baik secara langsung maupun yang diperantarai oleh media, lih. Lombard dan Jones, “Defining Presence,” 17–26; Craig Detweiler, *iGods: How Technology Shapes Our Spiritual and Social Lives* (Grand Rapids: Brazos, 2013), bab 6-7, Kindle; Hutchings, “Real Virtual Community,” 151, 153, 161; Tim Hutchings, “Death, Emotion, and Digital Media,” dalam *Emotions and Religious Dynamic*, ed. Douglas J. Davies dan Nathaniel A. Warne (Abingdon: Routledge, 2014), bab 11, Kindle; Dwight J. Friesen, *Thy Kingdom Connected: What the Church Can Learn from Facebook, the Internet, and Other Networks* (Grand Rapids: Baker, 2009); Birgit Meyer, “Mediating Absence—Effecting Spiritual Presence: Pictures and the Christian Imagination,” *Social Research* 78, no. 4 (2011): 1034–39, <https://www.jstor.org/stable/23349842>.

³⁸ Beberapa bentuk yang dapat dilihat misalnya persekutuan-persekutuan doa atau pembelajaran firman lintas-gereja serta layanan *curhat* atau konseling *online* melalui *Clubhouse*. Meskipun tidak ada data eksplisit, tetapi mungkin saja alasan orang-orang melakukan hal-hal ini di media digital adalah karena tidak menemukan “ruang aman” di gereja atau komunitas publik fisik lainnya.

Bagaimana media digital ini kemudian dapat mewujudkan terciptanya relasi yang riil, autentik, dan bermakna? Dalam studinya tentang autentisitas dalam media virtual, Kerstin Radde-Antweiler mengusulkan untuk tidak cepat-cepat menjawab pertanyaan ini secara sederhana karena di era yang sangat tersaturasi dengan media ini, kategori “autentik” dan “riil” menjadi sangat luas dan dikotomi “virtual” dan “riil” juga sudah tidak relevan lagi.³⁹ Akan tetapi, melalui pembacaannya terhadap Martin Heidegger dan Jacques Derrida, Jonathan Binsar Pakpahan mengemukakan bahwa relasi yang bermakna di media digital sejatinya dapat terjadi selama subjek-subjek yang berinteraksi memiliki kesadaran penuh akan keberadaannya dalam ruang digital tersebut, serta secara sengaja menunjukkan dan menerima jejak-jejak keberadaan antarsubjek dalam bentuk teks, suara, gambar, foto, video, atau simbol-simbol lain yang tersedia.⁴⁰ Berdasarkan studi-studi ini, dapat disimpulkan bahwa ada peluang, dan bukannya tidak mungkin, ruang-ruang digital seperti Clubhouse mewadahi relasi sosial yang bermakna dan mendalam, jika berlangsung secara intensional. Terlebih lagi mengingat realitas relasi di dunia fisik yang kerap kali tidak memberikan rasa aman bahkan cenderung menimbulkan luka.

Hal selanjutnya yang patut dipikirkan ialah: bagaimana mengetahui adanya “kesadaran” bahwa pengguna sengaja masuk ke dalam Clubhouse dan membangun relasi? Hal ini tentu tidak mudah disinyalir, apalagi jika mempertimbangkan alasan orang untuk bergabung ke dalam Clubhouse bisa saja karena sindrom FOMO dan bukan sungguh-sungguh ingin membangun relasi. Dengan demikian, salah satu solusi yang dapat dipikirkan ialah dengan menciptakan konteks atau kondisi tertentu yang memungkinkan para pengguna masuk ke dalam ruangan Clubhouse dengan kesadaran dan kesengajaan penuh untuk berelasi. Hal ini dapat dilakukan, misalnya, dengan menyediakan layanan konseling atau persekutuan via Clubhouse di samping pilihan layanan konseling dan persekutuan secara fisik, supaya orang-orang dengan preferensi berelasi secara virtual juga dapat dijangkau dan dilayani. Hal ini tidak berarti membiarkan semua orang berelasi “sesukanya sendiri,” tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa ada kerusakan-kerusakan tertentu juga di dalam relasi fisik sementara ruang virtual seolah-olah memberikan alternatif yang lebih positif.

Kemudian, para pengguna Clubhouse juga perlu menyadari bahwa relasi yang sehat dan utuh perlu memfasilitasi dan mengakomodasi kebutuhan, keunikan, dan keutuhan diri semua pihak yang terlibat.⁴¹ Relasi yang riil dan utuh tidak bisa tidak bersifat resiprokal,⁴² sehingga meskipun relasi dapat berlangsung di mana saja dan sambil setiap pengguna melakukan apa saja, tidak berarti setiap pengguna tidak perlu memberi diri sepenuhnya dan menghargai pribadi lain yang berelasi dengannya. Setiap pengguna Clubhouse perlu didorong memiliki keberanian untuk jujur, menjadi apa adanya, menampilkan diri tanpa

³⁹ Radde-Antweiler, “Authenticity,” 88–103.

⁴⁰ Pakpahan, “Mencari Definisi Kehadiran Antar-Subjek,” 1–18.

⁴¹ Timothy S. Lane dan Paul David Tripp, *Relationships: A Mess Worth Making* (Greensboro: New Growth, 2008), bab 1, Kindle; Andy Crouch, *Strong and Weak: Embracing a Life of Love, Risk, and True Flourishing* (Downers Grove: Intervarsity, 2016), bab 1, Kindle.

⁴² Richard Plass dan James Cofield, *The Relational Soul: Moving from False Self to Deep Connection* (Downers Grove: Intervarsity, 2014), bab 1, Kindle.

selubung, meruntuhkan tembok pertahanan, dan membiarkan orang lain melihat sisi-sisi diri yang mungkin selama ini tertutupi oleh kesan-kesan publik.⁴³ Hal ini sama dengan menjadi rentan dan menghadapi risiko untuk tidak disukai, disalahmengerti, ditolak, dan bahkan ditinggalkan, jika pihak lain yang berelasi dengan kita tidak bisa menerima realitas keberadaan diri kita yang sebenarnya.⁴⁴ Pengguna juga seyogianya tidak keluar-masuk sesukanya saja tanpa mempedulikan keberadaan pengguna lain di seberangnya, tetapi berusaha bertanggung jawab menghargai lawan bicaranya dan saling memberi diri untuk berada bersama-sama, bahkan dalam taraf tertentu juga “memberi diri” dan “melepaskan hak-hak pribadinya” demi keberlangsungan relasi yang bermakna.

Sejatinya, inilah juga yang menjadi model panggilan umat percaya dengan Kristus. Orang-orang yang berelasi dengan Kristus, sampai taraf tertentu, dipanggil untuk “mati bagi diri sendiri” (Galatia 2: 20) atau “kehilangan diri sendiri” (Matius 16: 25–26) dan mendapatkan diri yang baru di dalam Kristus. Tidak ada orang yang dapat mencapai kedalaman persekutuan dengan Allah tanpa melepaskan kendali atas dirinya dan mengorbankan kenyamanan pribadi. Orang-orang yang terlalu mengasihi dirinya sendiri atau siapa pun lebih daripada-Nya, tidak layak untuk menjadi pengikut-Nya (Matius 10: 37–39). Kesadaran akan prinsip Injil ini dapat menjadi perspektif baru dalam upaya-upaya orang Kristen menggunakan aplikasi Clubhouse untuk menghadirkan relasi yang bermakna.

Kesimpulan: Mungkinkah Clubhouse Menjadi Alternatif Ruang Relasi Interpersonal?

Dalam tulisan ini penulis berupaya menjawab apakah aplikasi Clubhouse dapat digunakan untuk menghadirkan sebuah ruang relasi interpersonal meskipun tanpa interaksi ragawi para penggunanya. Apakah intensi ini benar-benar dapat terjadi dan sejauh mana peluang kemungkinannya? Jawaban ini dapat dirunut dalam beberapa gagasan. Perlu disadari terlebih dahulu bahwa upaya pembentukan relasi yang bermakna tidak serta-merta ditentukan oleh realitas fisik atau virtual (nonfisik). Bisa saja realitas fisik yang selama ini dipandang lebih “nyata” sebenarnya hanya merupakan kumpulan relasi yang dangkal atau minim kedalaman, sementara relasi yang dibuat di dunia digital justru dapat memunculkan keterhubungan yang mendalam dan bermakna.

Kendati demikian, perlu disadari juga ada celah-celah tertentu di dalam Clubhouse yang selayaknya diantisipasi agar relasi yang terbentuk di dalamnya bersesuaian dengan nilai-nilai Injil. Pertama, perlu diciptakan narasi baru bahwa aplikasi ini benar-benar terbuka dan dapat digunakan oleh semua orang, bukan hanya eksklusif bagi sebagian orang. Kedua, perlu diciptakan konteks atau kondisi tertentu yang memungkinkan setiap pengguna masuk ke dalam aplikasi ini dengan kesadaran dan kesengajaan untuk membangun relasi yang bermakna. Kemudian, para pengguna juga perlu distimulus untuk

⁴³ Curt Thompson, *The Soul of Shame: Retelling the Stories We Believe About Ourselves* (Downers Grove: Intervarsity, 2015), bab 6, Kindle; Plass dan Cofield, *The Relational Soul*, bab 2; Crouch, *Strong and Weak*, bab 2 dan 6.

⁴⁴ Crouch, *Strong and Weak*, bab 7.

sedapat mungkin tidak mengontrol relasi secara sepihak, tetapi juga menghargai lawan bicaranya dan memberi diri secara penuh demi terbangunnya relasi yang bermakna.

Di samping itu, para pengguna Clubhouse juga perlu menyadari bahwa meskipun tawaran Clubhouse yang hanya memaksimalkan media suara, tanpa teks, gambar, foto, video, atau alat-alat visual lainnya adalah unik dan dapat meminimalkan dampak-dampak negatif dari teks atau foto, penekanan pada satu stimulus indrawi tertentu tetap memiliki keterbatasan untuk membentuk gambaran mental yang cukup bagi imajinasi manusia, khususnya untuk menjembatani antara ketidak-hadiran (absensi) dan kehadiran (presensi) subjek dalam komunikasi digital. Kehadiran subjek melalui media “suara” saja juga tidak dapat menggantikan begitu saja keniscayaan aspek “tubuh” dalam unsur relasi. Ada aspek-aspek “tubuh” yang tidak dapat tercakup dalam Clubhouse, misalnya aspek sentuhan fisik. Dengan kata lain, aplikasi Clubhouse dapat menjadi salah satu alternatif ruang relasi interpersonal, tetapi tidak dapat dijadikan satu-satunya pilihan. Kemudian, perlu diperhatikan pula dua “pekerjaan rumah” yang perlu dipikirkan agar Clubhouse dapat dimaksimalkan sebagai ruang relasi interpersonal, yaitu: memastikan pengguna menyadari dan mengupayakan kesengajaan akan keberadaan dirinya; serta mengoptimalkan pemenuhan imajinasi dan gambaran mental melalui ragam jejak kehadiran.

Daftar Pustaka

- Aljazeera. “Oman Blocks Clubhouse App, Fuelling Regional Censorship Fears.” 15 Maret 2021. <https://www.aljazeera.com/economy/2021/3/15/oman-blocks-clubhouse-app-fueling-regional-censorship-fears>.
- Aten, Jason. “Clubhouse Is Recording Your Conversations. That’s Not Even Its Worst Privacy Problem.” *Inc.* 27 Februari 2021. <https://www.inc.com/jason-aten/clubhouse-is-recording-your-conversations-thats-not-even-its-worst-privacy-problem.html>.
- B., Subin. “You Can Now Join Clubhouse Without an Invite on Android and iOS.” *Beebom*. 22 Juli 2021. Diakses 22 Juli 2021. <https://beebom.com/join-clubhouse-without-invite-android-ios/>.
- Blöbaum, Bernd. *Trust and Communication in a Digitized World: Models and Concepts of Trust Research*. Cham: Springer, 2016. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-28059-2>.
- Bock, Darrell dan Jonathan Armstrong. *Virtual Reality Church: Pitfalls and Possibilities*. Chicago: Moody, 2021.
- Bump, Pamela. “How to Use Clubhouse: A Step-by-Step Guide.” *HubSpot*. 22 Februari 2021. <https://blog.hubspot.com/marketing/how-to-use-clubhouse>.
- Campbell, Heidi. *Digital Ecclesiology: A Global Conversation*. Texas: Digital Religion Publications, 2020. <https://doi.org/10.21423/digitalecclesiology>.
- Campbell, Heidi. *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. Texas: Digital Religion Publications, 2020. <https://doi.org/10.21423/distancedchurch>.
- Canales, Katie. “Scraped Personal Data of 1.3 Million Clubhouse Users Has Reportedly Been Posted Online.” *Business Insider India*. 12 April 2021. <https://www.businessinsider.in/tech/>

news/personal-data-of-1-3-million-clubhouse-users-has-reportedly-leaked-online-days-after-linkedin-and-facebook-also-suffered-data-breaches/articleshow/82010584.cms.

- Champion, Erik. *The Phenomenology of Real and Virtual Places*. New York: Routledge, 2018. <https://doi.org/10.4324/9781315106267>.
- Chan, Sam. *Evangelism in a Skeptical World: How to Make the Unbelievable News about Jesus More Believable*. Grand Rapids: Zondervan, 2018.
- Clubhouse. "Check, 1, 2, 3 ... Is This Thing On?" 10 Juli 2020. <https://www.joinclubhouse.com/blog/check-1-2-3>.
- Collins, Barry. "Clubhouse: The Hot New Social Network Has Big Privacy Problems." *Forbes*. 10 Februari 2021. <https://www.forbes.com/sites/barrycollins/2021/02/10/clubhouse-the-hot-new-social-network-has-big-privacy-problems/>.
- Crouch, Andy. *Strong and Weak: Embracing a Life of Love, Risk, and True Flourishing*. Downers Grove: Intervarsity, 2016.
- Cyber News. "Clubhouse Data Leak: 1.3 Million Scraped User Records Leaked Online for Free." 10 April 2021. <https://cybernews.com/security/clubhouse-data-leak-1-3-million-user-records-leaked-for-free-online/>.
- Detweiler, Craig. *iGods: How Technology Shapes Our Spiritual and Social Lives*. Grand Rapids: Brazos, 2013.
- Dyer, John. "Digital Baptisms: What We Can Learn From Online, Virtual, And Broadcast Practices." *John Dyer: Theology, Technology, Society*. 18 April 2020. <https://j.hn/digital-baptisms-learn-from-online-virtual-and-broadcast-practices/>.
- Dyer, John. "Digital Communion: History, Theology, and Practices." *John Dyer: Theology, Technology, Society*. 23 Maret 2020. <https://j.hn/digital-communion-summary-of-theology-practices/>.
- Etherington, Darrell dan Rita Liao. "Clubhouse is Now Blocked in China After a Brief Uncensored Period." *Tech Crunch*. 8 Februari 2021. <https://techcrunch.com/2021/02/08/clubhouse-is-now-blocked-in-china-after-a-brief-uncensored-period/>.
- Eveleth, Sandi. "Clubhouse App: What You Need to Know About the New Audio App Sensation." *Top Dog Social Media*. Diakses 26 Mei 2021. <https://topdogsocialmedia.com/clubhouse-app/>
- Friesen, Dwight J. *Thy Kingdom Connected: What the Church Can Learn from Facebook, the Internet, and Other Networks*. Grand Rapids: Baker, 2009.
- Ganji, Hamid. "Over 2 Million Android Users Are Now Using Clubhouse." *Android Headlines*. 1 Juni 2021. <https://www.androidheadlines.com/2021/06/clubhouse-2-million-android-users.html>.
- Garst, Kim. "What is the Clubhouse App: Everything You Need to Know," *Kim Garst*. 25 Januari 2021. <https://kimgarst.com/what-is-the-clubhouse-app-everything-you-need-to-know/>
- Hindustan Times. "Clubhouse Crosses 2 Million Users on Android, Plans General Release This Summer." 1 Juni 2021. <https://tech.hindustantimes.com/tech/>

news/clubhouse-crosses-2-million-users-on-android-plans-general-release-this-summer-71622518405335.html.

- Hindustan Times. "Clubhouse Crosses 2 Million Users on Android, Plans General Release This Summer." 1 Juni 2021. <https://tech.hindustantimes.com/tech/news/clubhouse-crosses-2-million-users-on-android-plans-general-release-this-summer-71622518405335.html>.
- Huet, Ellen dan Brody Ford. "Clubhouse's Founder Is in a State of Perpetual Motion." Bloomberg. 16 Maret 2021. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-03-16/who-made-clubhouse-app-paul-davison-a-founder-in-perpetual-motion>.
- Hutchings, Tim. "Christianity and Digital Media." Dalam *The Changing World Religion Map: Sacred Places, Identities, Practices and Politics*. Disunting oleh Stanley D. Brunn. Dordrecht: Springer, 2015. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9376-6_201.
- Hutchings, Tim. "Contemporary Religious Community and the Online Church." *Information, Communication & Society* 14, no. 8 (Juni 2011): 1118–35. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591410>.
- Hutchings, Tim. "Death, Emotion, and Digital Media." Dalam *Emotions and Religious Dynamic*. Disunting oleh Douglas J. Davies dan Nathaniel A. Warne. Abingdon: Routledge, 2014. Kindle.
- Hutchings, Tim. "Real Virtual Community." *Word & World* 35, no. 2 (2015): 151–161. https://wordandworld.luthersem.edu/issues.aspx?article_id=3847.
- Hutchings, Tim. "The Dis/Embodied Church: Worship, New Media and the Body." Dalam *Christianity in the Modern World*. Disunting oleh Giselle Vincett dan Elijah Obinna (London: Routledge, 2014), <https://doi.org/10.4324/9781315571935>.
- Keller, Timothy. *Center Church: Doing Balanced, Gospel-Centered Ministry in Your City*. Grand Rapids: Zondervan, 2012.
- Kim, Jay C. *Analog Church: Why We Need Real People, Places, and Things in the Digital Age*. Downers Grove: Intervarsity, 2020.
- Kuksa, Iryna dan Mark Childs. *Making Sense of Space: The Design And Experience of Virtual Spaces as a Tool for Communication*. Oxford: Chandos Publishing, 2014. <https://doi.org/10.1016/C2013-0-16963-2>.
- Lambert, Zach W. "Facilitating Deep Friendships Digitally when Analog Acquaintances Are Gone." Dalam *The Distanced Church: Reflections on Doing Church Online*. Disunting oleh Heidi A. Campbell. Texas: Digital Religion Publications, 2020. <https://doi.org/10.21423/distancedchurch>.
- Lane, Timothy S. dan Paul David Tripp. *Relationships: A Mess Worth Making*. Greensboro: New Growth, 2008. Kindle.
- Lombard, Matthew dan Matthew T. Jones. "Defining Presence." Dalam *Immersed in Media: Telepresence Theory, Measurement & Technology*. Diedit oleh Matthew Lombard, Frank Biocca, Jonathan Freeman, Wijnand Ijsselsteijn, dan Rachel J. Schaevitz. Cham: Springer, 2015. https://doi.org/10.1007/978-3-319-10190-3_2.
- Meyer, Birgit. "Mediating Absence—Effecting Spiritual Presence: Pictures and the

- Christian Imagination." *Social Research* 78, no. 4 (2011): 1029–56. <https://www.jstor.org/stable/23349842>.
- Newman, Randy. *Bringing the Gospel Home: Witnessing to Your Family Members, Close Friends, and Others Who Know You Well*. Wheaton: Crossway, 2011. Kindle.
- Pakpahan, Binsar Jonathan. "Mencari Definisi Kehadiran Antar-Subjek yang Bermakna di Ruang Digital." *Bia': Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen Kontekstual* 4, no. 1 (Juni 2021): 1–18. <https://doi.org/10.34307/b.v4i1.219>.
- Panzer, Ryan. "Overcoming Digital Division: Digital Sacramentality as a Source of Healing." *Journal of Religious Leadership* 19, no. 1 (2020): 49–69.
- Perez, Sarah. "Report: Social Audio App Clubhouse Has Topped 8 Million Global Downloads." *Tech Crunch*, 19 Februari 2021. <https://techcrunch.com/2021/02/18/report-social-audio-app-clubhouse-has-topped-8-million-global-downloads/>.
- Plass, Richard dan James Cofield. *The Relational Soul: Moving from False Self to Deep Connection*. Downers Grove: Intervarsity, 2014. Kindle.
- Pratama, Natanael D. B. J. "'Kaskus'—Forum Komunitas dalam Jaringan: Sebuah Refleksi Teologis dan Budaya." *Veritas: Jurnal Teologi dan Pelayanan* 14, no. 2 (Oktober 2013): 277–294. <https://doi.org/10.36421/veritas.v14i2.280>.
- Roof, Katie. "Clubhouse Discusses Funding at About \$4 Billion Value." Bloomberg. 7 April 2021. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-04-06/clubhouse-is-said-to-discuss-funding-at-about-4-billion-value>.
- Sharayri, Dana. "Jordan Bans Clubhouse Application." *Roya News*, 25 Maret 2021. <https://en.royanews.tv/news/26508/2021-03-25>.
- Shead, Sam. "Buzzy New Social Media App Clubhouse Appears to Have Been Blocked in China." CNBC. 8 Februari 2021. <https://www.cnbc.com/amp/2021/02/08/clubhouse-appears-to-have-been-blocked-in-china.html>.
- Shead, Sam. "There Are Signs That the Buzz Around Clubhouse is Already Fading—But Investors Aren't Deterred." *Microsoft News*. 19 April 2021. <https://www.msn.com/en-us/money/other/there-are-signs-that-the-buzz-around-clubhouse-is-already-fading-e2-80-94-but-investors-arent-deterred/ar-BB1fNFqx>.
- Stevenson, Reed. "Elon Musk Makes Characteristically Wild Debut on a Buzzy Social App Clubhouse." Bloomberg. 1 Februari 2021. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-02-01/musk-s-debut-on-a-buzzy-social-app-was-characteristically-wild>.
- Subair, Eni. "Clubhouse Is the New FOMO-Inducing Social App To Know," *Vogue*. 16 Desember 2020. <https://www.vogue.co.uk/arts-and-lifestyle/article/clubhouse-app>.
- Think Impact. "Clubhouse User Statistics." Diakses 23 Juli 2021. <https://www.thinkimpact.com/clubhouse-statistics/>.
- Thomas, John. "Churches: Don't Get Too Comfortable Online." *Christianity Today*. 20 April 2020. <https://www.christianitytoday.com/ct/2020/april-web-only/jay-kim-analog-church-online-digital-world.html>.

- Thompson, Curt. *The Soul of Shame: Retelling the Stories We Believe About Ourselves*. Downers Grove: Intervarsity, 2015. Kindle.
- Touqma, Rafqa. "Clubhouse App: What Is It and How Do You Get an Invite to the Exclusive Audio App?" *The Guardian*. 16 Februari 2021. <https://www.theguardian.com/technology/2021/feb/17/clubhouse-app-invite-what-is-it-how-to-get-audio-chat-elon-musk>.
- Vanhoozer, Kevin J., Charles A. Anderson dan Michael J. Sleasman. *Everyday Theology: How to Read Cultural Texts and Interpret Trends*. Grand Rapids: Baker Academic, 2017.
- Wiener, Anna. "Clubhouse Feels Like a Party—But Is It a Good One?" *New Yorker*. 31 Maret 2021. <https://www.newyorker.com/news/letter-from-silicon-valley/in-the-clubhouse>.
- Wilson, Sara. "The Era of Antisocial Media." *Harvard Business Review*. 5 Februari 2020. <https://hbr.org/2020/02/the-era-of-antisocial-social-media>.
- Wirth, Werner, Tilo Hartmann, Saskia Böcking, Peter Vorderer, Christoph Klimmt, Holger Schramm, Timo Saari, et al. "A Process Model of the Formation of Spatial Presence Experiences." *Media Psychology* 9 (Desember 2007): 493–525. <http://doi.org/10.1080/15213260701283079>.
- Wright, Christopher J. H. *Misi Umat Allah: Sebuah Teologi Biblika Tentang Misi Gereja*. Diterjemahkan oleh James Pantou, Lily E. Joeliani, Perdian Tumanan. Jakarta: Literatur Perkantas, 2011.
- Yen, Edwin Gandaputra. "Pengantar Studi Fenomenologis Dalam Penelitian Teologis." *Te Deum: Jurnal Teologi dan Pengembangan Pelayanan* 8, no. 1 (2018): 1–16. <https://ojs.sttsappi.ac.id/index.php/tedeum/article/view/42>.
- Zaluchu, Sonny Eli. "Metode Penelitian di Dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan." *Jurnal Teologi Berita Hidup* 3, no. 2 (Maret 2021): 249–266. <https://doi.org/10.38189/jtbh.v3i2.93>.
- Zhu, Binhe. "Clubhouse: A Popular Audio Social Application." Dalam *Proceedings of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021)* (2021): 575–79, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211020.219>.
- Zsupan-Jerome, Daniella. "Virtual Presence as Real Presence? Sacramental Theology and Digital Culture in Dialogue." *Worship* 89, no. 6 (2015): 526–42.