

# RELASI SOSIAL ASOSIATIF PENGGUNAAN JASA REKENING BERSAMA (REKBER) DI GRUP FACEBOOK ADSENSE SECRET INDONESIA DALAM MENJAGA KEAMANAN TRANSAKSI JUAL BELI DI ERA DIGITAL

Imam Mahmud<sup>a</sup>, Diah Ainurrohmah<sup>b</sup>, Arifa Annisa<sup>c\*</sup>

<sup>a</sup>Universitas Lampung Bandar Lampung

<sup>b</sup>Univeritas Sebelas Maret Surakarta

<sup>\*c</sup>Universitas Lampung Bandar Lampung

\*\*\*E-mail: [imam.mahmud@fisip.unila.ac.id](mailto:imam.mahmud@fisip.unila.ac.id), [diahainur@student.uns.ac.id](mailto:diahainur@student.uns.ac.id),  
[arifa.annisa21@students.unila.ac.id](mailto:arifa.annisa21@students.unila.ac.id)

## Abstrak

Kasus penipuan dalam melakukan transaksi di era digital sering kali terjadi membuat banyak pihak sadar bahwa melakukan proses jual beli tersebut rentan dengan tindakan kriminal. Upaya untuk meminimalisir adanya tindakan kriminal dalam jual beli online bisa dilakukan melalui penggunaan jasa Rekening Bersama (RekBer) yang menjadi bagian daripada jasa keuangan dengan menempatkan diri sebagai pihak ketiga sekaligus mengakomodasi perselisihan dan pertikaian jika terjadi penipuan. Di media sosial terdapat grup Facebook (FB) bernama Adsense Secret Indonesia yang memberikan ruang diskusi untuk para publisher google adsense dengan berfokus pada SEO (Search Engine Optimization), Blog/Website, YouTube, Admob, dan produk Google lainnya yang dapat terhubung dengan Google Adsense, selain itu topik pembahasan juga dilakukan untuk proses jual beli produk- produk digital yang menjadi upaya untuk menghindari penipuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dalam grup tersebut memberikan relasi sosial asosiatif antar anggota karena di dalamnya terdapat kerjasama, akomodasi, dan asimilasi. Pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan analisis wacana dari status, komentar dan reactions yang diberikan oleh admin, moderator, dan semua anggota dalam grup tersebut untuk pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi dari status di grup yang berhubungan dengan kata kunci Rekening Bersama (RekBer), sedangkan untuk menguji validitas dan keabsahan data, dalam menganalisa data hasil penelitian tersebut, proses triangulasi data mutlak dilakukan.

*Kata Kunci: Relasi Sosial Asosiatif<sup>1</sup>, Rekening Bersama (RekBer)<sup>2</sup>, Transaksi di Media Sosial<sup>3</sup>*

## LATAR BELAKANG

Kemampuan terhadap penguasaan teknologi dan informasi menjadi bagian penting yang harus dimiliki oleh semua orang. Khususnya bagi pengguna aktif jejaring

digital yang melakukan aktivitasnya untuk kepentingan dan keperluan. Misalnya saja untuk menjalankan proses pembelian barang atau sebaliknya yaitu menjual barang. Banyaknya aktivitas pengguna internet ini juga tentu harus dibarengi dengan keamanan (*digital safety*) agar terhindar dari penipuan alasannya karena penipuan dengan memanfaatkan jejaring digital pada saat ini mudah ditemukan bahkan berdasarkan pada laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI) melalui situs Cekrekening.id adanya kasus penipuan online dari *ecommerce* dan jualan online di media sosial hingga September 2021 sebanyak 115.756 kasus (CNN Indonesia, 2021) dengan 7 dari 10 kasus penipuannya bersal dari transaksi online (Cekrekening, 2022).

Model penipuan yang terjadi dalam era digital dengan bermacam modus diantaranya yang banyak ditemukan seperti melakukan scam, spam, phishing, dan hacking. Namun pastinya untuk kejahatan yang umumnya terjadi dalam proses jual beli dilakukan secara online ialah dengan memulai memberikan penawaran di bawah harga yang seharusnya, memberikan testimoni pelanggan dengan mencatat tokoh yang dikenal masyarakat, atau membuat *copywriting* yang meyakinkan sehingga membuat banyak pembeli memutuskan untuk melakukan transaksi tanpa memikirkan adanya penipuan yang akan datang. Oleh karena itu solusi utama yang perlu dilakukan selain harus mengenali produk yang ingin dilakukan pembelian, mempolakan model penipuan, menerapkan antisipasi, menganalisis jenis transaksi, menimbang dan meningkatkan kesadaran perlindungan data pribadi dan keamanan maka diperlukan jasa penyedia rekening bersama yang kemudian disingkat menjadi RekBer.

Rekening Bersama (Rekber) sebagai jasa keamanan menjadi solusi untuk menghindari penipuan jual beli online yang banyak terjadi. Alasannya karena dengan bertransaksi menggunakan Rekening Bersama (RekBer) sebagai penyedia layanan yang kebanyakan pasar lelang konsumen ke konsumen untuk melindungi pedagang online dari penipuan di internet (Solomon Antony, 2021). Seiring dengan kebutuhan masyarakat usaha Rekening Bersama (RekBer) menjadi penyedia layanan yang banyak digunakan tak terkecuali oleh masyarakat di Indonesia yang sudah menjalankan proses transaksi jual beli melalui media sosial berbasis online. Masyarakat mulai ramai menggunakan jasa rekening bersama (RekBer) terutama banyak ditemukan dalam media sosial jual beli online seperti halnya Facebook. Khusus pada Grup Facebook yang memberikan forum sebagai ruang diskusi secara digital salah satu dari sekian banyak forum tersebut ialah Adsense Secret Indonesia dengan anggotanya sampai saat ini kurang lebihnya 169,3 ribu anggota, Adsense Secret Indonesia adalah grup diskusi yang diperuntukan bagi para publisher google adsense sebagai penyebutan dari individu yang mempublikasikan iklan dari program Adsense milik pribadi.

Grup online ini dibuat pada 8 Juli 2016 dalam seputar pembahasannya di grup agar sesuai dengan tujuan dibuatnya, grup online ini juga dikelola oleh 3 admin utama dan setidaknya ada 17 moderator yang berfungsi untuk mengelola keanggotaan dan postingan dalam grup Adsense Secret Indonesia. Bahasan yang menjadi salah satu topik menarik untuk ditelisik ialah membuka ruang diskusi dalam proses penjualan dengan produk online seperti penjualan akun Youtube, Google Adsense, Blog, Instagram publik, dan lainnya. Kegiatan dalam forum ini

menjadi masif dilakukan ketika adanya wabah Covid-19 yang melanda dunia dengan kemunculannya pada maret 2020. Dimana sejak saat itulah pemerintah melakukan segala kebijakan untuk menghentikan penyebaran virus Covid-19 dengan cara menghinbau masyarakat agar melakukan karantina di rumah dan tidak pergi ke tempat yang menyebabkan kerumunan salah satunya yaitu tempat berbelanja. Masalah inilah yang mengakibatkan masyarakat beralih menggunakan jasa rekening bersama agar proses pembelian barang atau menjual barang bisa berjalan tanpa menyebabkan resiko tertularnya virus Covid-19, bahkan dalam analisis kata kunci (*keyword*) yang mempergunakan Google Trends untuk mencari jasa Rekening Bersama (RekBer) terpercaya dari Tanggal 19 sampai 25 Desember 2021 sebanyak 100 orang dari keseluruhan data (Google Trends, 2022).

Disisi lainnya perkembangan penggunaan usaha rekening bersama di Indonesia mengalami peningkatan salah satunya terdapat banyak yang menawarkan jasanya. Sebagai contoh media digital yang menawarkan usaha Rekening Bersama yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, Traveloka, Tiket.com, Blibli, Bukalapak dan masih banyak lagi media digital yang menjadi media dalam usaha Rekening Bersama (RekBer). Adanya usaha rekening bersama membuat masyarakat beranggapan bahwa proses transaksi menjadi lebih praktis tanpa membuang banyak waktu dan tingkat kepercayaan yang tinggi menjadikan semakin banyaknya masyarakat beralih menggunakan jasa Rekening Bersama (RekBer) kajian dalam proses kepraktisan ini berhubungan dengan kecepatan dari kegiatan yang dijalankan. Bahkan samahalnya seperti yang diungkapkan oleh Anggota Dewan Pembina idEA Daniel Tumiwa bahwasebelum bank masuk di back system E-commerce, bagian sub rekening bersama merupakan salah satu cara untuk bertransaksi secara aman (Laucereno, 2021). Tentu saja realitas ini di dorong dengan seiring berjalannya waktu sehingga hadirnya dunia perbankan mulai merangkul aktivitas jual beli tersebut yang membuat proses pembayaran dan transaksi antar bank lebih mudah dan efisien.

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disebutkan, peneliti dalam hal ini tertarik untuk melakukan kajian tentang adanya analisis para pengguna Rekening Bersama dalam menjaga keamanan transaksi jual beli di era digital dengan pendekatan teori relasi sosial khususnya untuk adanya beragam produk digital yang dilakukan oleh perorangan melalui jasa Rekening Bersama (RekBer) yang tersedia. Alasan fokus analisis tersebut ialah dengan melihat beberapa penelitian sebelumnya yang berfokus pada persefektif hukum normatif sekaligus pengukuran atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pengguna jasa Rekening Bersama (RekBer) namun belum ada ulasan tentang hubungan sosial atas komunitas dalam grup di media sosial yang terjalin, hal ini sebagaimana yang telah dihasikan dalam penelitian Mursyid dan Nurhisam (2022) dengan judul Kajian Hukum Islam tentang Rekening Bersama (RekBer) pada E-Commerce yang menghasilkan bahwa adanya transaksi hukum agam dari penggunaan Rekening Bersama (RekBer) ialah boleh (mubah) dalam Islam alasannya karena akad dalam transaksi Rekening Bersama pada E- Commerce dapat menggunakan kombinasi antara akad salam dan akad *wakalah bil ujah* atau *ijaroh a'mal*.

Sedangkan dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Yudi Pratama (2022) yang berjudul peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Penggunaan Ulang dan

Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (RekBer) Studi Kasus pada PT. Trijaya Digital Grup memberikan hasil bahwa adanya peran kualitas pelayanan dari adanya penggunaan jasa rekening bersama (RekBer) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana dalam hal ini konsep memperjelas peran kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan ulang rekening bersama ini mempengaruhi loyalitas pelanggan penggunaan dengan menggunakan indikator kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan, penggunaan ulang dan loyalitas pelanggan.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Relasi Sosial Asosiatif**

Relasi sosial menjadi istilah yang banyak dipergunakan untuk kajian studi sosiologi. Relasi ini sendiri bisa dikatakan sebagai komponen yang mencerminkan bahwa manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan peran sekaligus proses sosial dengan sesama guna untuk memenuhi kebutuhan atas hidupnya oleh karena itu adanya relasi sosial menurut Lampung(2018) senantiasa dilandasi aturan sekaligus ketergantungan atas adanya hubungan yang dapat dipelajari dari proses pertukaran sosial di masyarakat. Begitu pula dengan analisis untuk kajian tentang penggunaan jasa rekening bersama (RekBer) di Grup Facebook Adsense Secret Indonesia yang menciptakan adanya proses pembangian ilmu pengetahuan secara sukarela antar masyarakat yang sebagian besar menjalani jual beli secara online sehingga dalam analisisnya lebih banyak mengarah pada bentuk asosiatif yang diartikan sebagai proses interaksi sosial yang cenderung dilakukan untuk menjalin kesatuan dan mampu untuk meningkatkan solidaritas antar anggota kelompok dengan adanya proses kerjasama, akomodasi, asimilasi, dan akulturasi (Gillin dan Gillin dalam Soekanto, 2004).

### **Rekening Bersama (RekBer)**

Rekening bersama (RekBer) menjadi konsep untuk melakukan transaksi jual beli dengan mempergunakan pihak ketiga sebagai mediasi sekaligus menjebatani terjadinya jual beli secara online sehingga melalui RekBer tindakan individu untuk pembeli ataupun menjual produk-dprouk digital tidak khawatir menjalankan proses jual beli secara online tersebut. Hal ini karena jikalau terjadi kegagalan transaksi seperti penipuan di mana barang yang sudah dibeli tidak sampai ke tangan pembeli pihak penyedia RekBer menjamin 100% uangkembali (Mursyid dan Nurhisam, 2022).

Menurut Yudi Pratama (2022) adanya penyedia jasa Rekening Bersama terbagi atas 2 jenis pertama ialah pengelolaan individu yang biasanya telah memiliki tingkat kepercayaan dan direkomendasikan, kedua perusahaan yang dianggap sebagai penyedia jasa rekening bersama yang sudah berbentuk perusahaan sehingga mendapat perhatian lebih dari para pengguna jasanya karena secara legalitas hukumnya terjamin. Adapun untuk fenomena yang terjadi di grup Facebook Adsense Secret Indonesia sendiri adanya penggunaan Rekening Bersama lebih menandakan pada individu dengan menekankan pada kepercayaan karena proses jual ataupun beli yang dilakukan berupa produk yang umumnya belum banyak dikenal oleh masyarakat secara luas.

## **Transaksi di Media Sosial**

Pemanfaatan media sosial sebagai bagian daripada sarana untuk melakukan transaksi tentu bukan lagi menjadi rahasia bahkan setiap pengguna media sosial seperti halnya Facebook, Instagram, TikTok atau lainnya kerap kali memunculkan banyak tawaran iklan sehingga prihal adanya konsep transaksi di media sosial dapat diartikan sebagai segala hal yang dilakukan oleh individu untuk menjalankan proses jual beli melalui tawar menawar secara digital. Proses menjalankan transaksi secara online menurut Sidharta (2015) dijalankan dengan 3 metode pembayaran yaitu melalui *online procesing credit cart*, *money transfer*, dan *cash on delivery* khusus pada kasus transaksi di media sosial seperti yang ada pada grup Facebook AdSense Secret Indonesia metode transaksi mayoritasnya memanfaatkan *money transfer* dengan mempergunakan RekBer sebagai sarannya.

## **Metode Penelitian**

Penelitian yang dipergunakan ialah pendekatan kualitatif dengan dua metode, yaitu pertama, metode observasi di media sosial dan kedua analisis wacana atas komentar dan status di jejaring sosial alasan penggunaan metode ini diperlukan untuk memahami dan menginterpretasi praktik penggunaan jasa rekening bersama dan segala bentuk diskursusnya yang termuat dalam aktivitas kegiatan tersebut. Menurut Moleong (2011) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menurut Bigdan dan Tylor, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Lrxy J, Moeleong, 2013).

Lebih lanjutnya metode observasi menurut Sugiyono (2018) adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Menurut Riyanto (2010) observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung meskipun tidak langsung. Menggunakan metode observasi di media sosial artinya mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung ataupun tidak langsung melalui media sosial mengenai dampak yang dialami subjek penelitian terhadap Analisis Penggunaan Jasa Rekening Bersama (RekBer) Dalam Menjaga Keamanan Transaksi Jual Beli di Era Digital.

Sedangkan menurut Badara (2014) Analisis wacana memfokuskan pada struktur yang secara alamiah terdapat pada Bahasa lisan, sebagaimana banyak terdapat dalam wacana seperti percakapan, wawancara, komentar, dan ucapan-ucapan sosialnya. Analisa wacana merupakan disiplin ilmu yang mengkaji penggunaan bahasa yang nyata dalam perilaku yang komunikatif. Analisis wacana mengkaji hubungan Bahasa dengan konteks penggunaannya, untuk memahami sebuah wacana perlu memperhatikan semua unsur yang terlibat dalam penggunaan bahasa (Fransisca DH).

## Hasil dan Pembahasan

Hubungan antar kelompok yang berdekatan memungkinkan terjadinya relasi sosial dalam membagi pengetahuan sekaligus dilakukan sebagai perekat hubungan sosial antar kelompok hal ini juga berlaku dalam era digital dimana setiap individu tidak terbatas pada letak geografis melainkan selama ada interaksi akan ada proses komunikasi sosial di dalamnya meskipun melalui media sosial khususnya Facebook. Dalam pembahasan Putnam untuk jaringan dan kerja sama sendiri tidak dapat dipisahkan karena proses pembentukan jaringan menumbuhkan iklim kerja sama adalah syarat lain selain nilai dan norma bersama (Fukuyama, 2001).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dalam grup Facebook Adsense Secret Indonesia adanya kerja sama terbentuk karena antar anggota kelompok memiliki kebutuhan yang sama, yaitu sama-sama memberikan pengetahuan kemaan untuk bertransaksi di era digital, implementasinya dilakukan melalui grup Facebook yang diartikan sebagai platform dan beragam fitur kepada pemilik halaman untuk membangun komunitas yang interaktif dan relevan antara pelanggan lama dan calon pelanggan (web.facebook.com, 2022).

Proses transaksi dengan menggunakan jasa rekening bersama secara online bisa dilakukan dengan saling memberikan komentar berupa saran, masukan, ataupun berbagi pengalaman yang ditunjukkan untuk menjalin kerja sama dalam grup tersebut. Hal ini setidaknya tercermin dari status pengguna grup yang membuka ruang diskusi untuk berbagi saran dan pengalaman. Terwujudnya tindakan sosial yang dilakukan mencerminkan bahwa telah terjadi relasi sosial asosiatif yang mengarah pada bentuk kerjasama sehingga mampu untuk mempengaruhi resiprokal dari berbagai aspek komunikasi yang di ciptakan. Relasi sosial diartikan sebagai berikut:

### **Relasi Sosial Asosiatif Kerjasama dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (RekBer) di Grup Facebook Adsense Secret Indonesia**

Upaya untuk saling berbagi pengalaman sekaligus membagikan tips terkait dengan RekBer yang paling direkomendasikan bisa dilakukan menggambarkan bahwa interaksi sosial merupakan bentuk utama dari proses sosial (Lantri, dkk, 2017) artinya semakin banyak untuk mengenal produk yang dihasilkan maka semakin banyak pula pengetahuan untuk mampu menghindari proses terjadinya tindak penipuan.

Penelitian menunjukkan bahwa hubungan sosial yang terjalin secara online juga dapat memungkinkan hubungan eksternal yang muncul karena adanya *social bridging*, dimana *social bridging* mengacu pada pemilikan keanekaragaman hubungan antar jenis jaringan yang berbeda, dimana untuk keanggotaan kelompok biasanya heterogen dari berbagai latarbelakang sosial, politik, dan budaya yang ada namun tetap bagi individu yang hobi dalam digital marketing. Kajian relasinya sendiri terbangun didasarkan pada kepentingan untuk saling menguntungkan, kepercayaan, dan norma yang ada dan sudah terbangun selama ini.

Setidaknya dalam Grup Facebook Adsense Secret Indonesia untuk menunjukkan adanya kerja sama yang baik terdapat aturan-aturan bagi para anggota. Diantaranya sebagai berikut;

**Tabel 1: Klasifikasi Aturan Member di Grup Facebook Adsense Secret Indonesia**

No	Jenis Aturan	Dampak
1	Larangan untuk posting dan komentar link phising, spamming, dan link afiliasi/referral	Menjadi bentuk komunikasi dalam media sosial kondusif sehingga sesuai dengan tujuan grup yang saling berinteraksi dengan nyaman.
2	Larangan posting kebencian / bully / tidak sopan	Memelihara proses interaksi sosial yang saling mengharai satu sama lainnya
3	Larangan pamer yang berlebihan tanpa disertai dengan tips, trik, dan panduan untuk dibagikan	Mendorong semua anggota untuk aktif sekaligus berkontribusi dalam mewujudkan sikap untuk saling berbagi.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan pada aturan yang dibuat tujuannya jelas yakni agar proses komunikasi sekaligus jalinan relasi sosial mengarah pada bentuk asosiatif antar anggota dan member. Kondisi ini pada faktanya juga dikuatkan dengan pernyataan dalam aturan grup yang mengartikan bahwa dibutuhkan kerjasama untuk membangun grup agar tetap aktif, berjalan baik, dan tetap relevan. Prosesnya sendiri selain para anggota dalam grup tersebut yang harus mampu memahami aturan juga diperlukannya tindakan. Dimana untuk tindakan ini admin dan moderator bisa melakukan tindakan dengan menonaktifkan kiriman/komentar, hapus posting/komentar, hapus member, dan blokir member. Sedangkan bagi member atau anggota dalam grup bisa berkontribusi dengan melakukan "report/lapor" terhadap kiriman yang melanggar semua peraturan Adsense Secret Indonesia.

### **Relasi Sosial Asosiatif Akomodasi dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (RekBer) di Grup Facebook Adsense Secret Indonesia**

Munculnya tindak kejahatan dalam melakukan transaksi online khususnya seperti penipuan tentu tidak terlepas dari sejumlahantisipasi yang tidak terakomodir dengan baik. Antisipasi dalam grup facebook muncul lantaran adanya pertanyaan ataupun pernyataan yang kemudian tidak terjawab oleh anggota ataupun member dalam grupnya. Adanya perilaku seperti ini disebabkan admin dan moderator dalam grup tersebut tidak memberikan informasi atau mengizinkan sejumlah pertanyaan yang ada. Oleh karena itulah jika melihat analisis dalam penelitian di grup facebook, keaktifan yang dilakukan moderator dalam menyaring informasi perlu untuk dilakukan hingga akhirnya bisa berdampak pada kevalidan RekBer yang harus di pergunakan.

Realitas sosial atas adanya grup facebook yang memunculkan ruang diskusi sekaligus ruang untuk berbagi pengalaman juga terlihat dalam Grup Facebook Adsense Secret Indonesia. Selama ini nampak dari sejumlah pertanyaan dan pernyataan terkait dengan diskusi jasa RekBer tersedia. Konsepnya bisa saling memberikan komentar ataupun *reactions* bahkan bisa saja dengan mengirimkan pesan pribadi kepada para anggotanya. Tindakan yang ada ini setidaknya mencerminkan relasi sosial asosiatif khususnya dalam mengakomodasi kepentingan para anggota yang melakukan transaksi jual beli secara online. Dimana akomodasi diartikan sebagai proses dalam hubungan-hubungan sosial yang sama artinya dengan adaptasi dalam biologi serangkaian proses tersebut dijalankan oleh individu atau kelompok manusia yang mulanya saling bertentangan, mengadakan penyesuaian diri untuk mengatasi ketegangan (Gillin dan Gillin dalam Soekanto, 2004).

### **Relasi Sosial Asosiatif Asimilasi dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (RekBer) di Grup Facebook Adsense Secret Indonesia**

Permasalahan yang terdapat pada mekanisme transaksi online terkait dengan jual beli berhubungan dengan ketidaksesuaian atas hasil yang diharapkan dengan biaya yang dikeluarkan. Konsep ini tentu menimbulkan adanya pertikaian yang hanya bisa diatasi jikalau ada pihak ketiga yang menjadi penengah, adapun upaya untuk menjadi penengah dalam model pembayaran bisa dilakukan dengan mereduksi melalui RekBer. Konsep RekBer ini sejatinya cerminan dari tindakan asimilasi yang merupakan proses sosial dalam taraf lanjut dengan ciri khas adanya bentuk usaha untuk mengurangi perbedaan-perbedaan yang terdapat antara individu-perindividu atau kelompok-kelompok dengan berbagai usaha agar bisa mempertinggi kesatuan atas adanya tindakan, sikap, dan proses-proses mental dengan memerhatikan kepentingan dan tujuan bersama (Setiadi dan Kolip, 2011).

Asimilasi dalam Grup Facebook Adsense Secret Indonesia tentu bukan berhubungan dengan sifat kebudayaan meskipun antar anggota di dalamnya mayoritas merupakan masyarakat Indonesia dengan keanekaragaman yang ada, namun lebih pada aturan tentang bentuk komunikasi dan jalannya transaksi yang menitikberatkan pada bentuk kerjasama untuk dapat mengamankan jual beli secara online yaitu mempergunakan Rekening Bersama (RekBer).

### **KESIMPULAN**

Relasi sosial asosiatif yang berkembang pada Grup Facebook Adsense Secret Indonesia telah menciptakan suatu karakteristik yang menarik sekaligus berbeda dari Grup Facebook lainnya selain interaksi yang aktif antar pengguna ruang digital ini juga telah mampu untuk menciptakan diskusi secara online dengan tidak saling mengenal namun saling membantu satu sama lainnya agar terhindar dari penipuan. Hal tersebut terjadi karena antara pengelola grup dan juga anggota menunjukkan saling memiliki sekaligus mengurangi adanya penipuan yang terjadi dengan jejaring digital terkhusus pada produk-produk digital yang diperjual belikan. Meskipun begitu, setidaknya ada beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Agar relasi sosial asosiatif yang berupa kerjasama, akomodasi, dan asimilasi dapat terjalin dalam waktu yang lama aturan dan ketentuan harus tetap di

- sesuaikan agar ruang diskusi yang menjadi hidup. Aturan yang dimaksudkan misalnya saja untuk status yang tertolak oleh admin atau moderator diberi keterangan melalui pesan pribadi untuk tidak mengurangi kesalahan yang sama
2. Sebagai grup yang berfokus pada untuk para publisher google adsense dibutuhkan kategori terkait dengan topik yang dijadikan status, hal ini tentu dapat membantu untuk semua anggota yang membutuhkan relevansi atas permasalahan yang ada.
  3. Khusus pada transaksi jual beli diperlukan tindakan preventif dari admin dan moderotor untuk bisa mensortir jasa-jasa Rekening Bersama (RekBer) yang dianggap memiliki kepercayaan tinggi hal ini untuk dapat menghindari proses penipuan yang terjadi dalam transaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antony, Salmon., Lin, Z., & Xu, B. (2001). Determinants of online escrow service adoption: An experimental study. In *Proceedings of the 11th workshop on information technology and systems (WITS '01) pp* (pp. 71-76).
- Badara.,A. 2012. Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media. Penerbit Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.
- CNN indonesia. 15 oktober 2021. Kominfo Catat Kasus Penipuan Online Terbanyak: JualanOnline.  
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualanonline#:~:text=Situs%20Cekrekening.id%20mengumumkan%20kasus,mencapai%20160%20ribu%20lebih%20kasus>
- Elly M.Setiadi. Usman Kolip. 2011. Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial:Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fukuyama, 2001, Sosial Capital; Civil Society and Development, Third World Quarterly, Vol 22.
- Hakim, F. N. (2016). Modal Simbolik Dalam Strategi Membangun Kepercayaan PelakuOnlineshop. Jurnal Natapraja: Kajian Ilmu Administrasi Negara, 4 (1).  
<https://doi.org/10.21831/jnp.v4i1.12616>
- Instagram Cekrekening Official, Juni 2022. Survey Kasus Penipuan di CekRekening.Id dari Transaksi Online. Diakses, 18 Oktober 2022. Selengkapnya <https://www.instagram.com/p/CgG5YQ2OwWg/>
- J. Moleong, Lexy. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakary
- Lantri., D, Gunawan. W, Yunita, D. 2017. Fenomena Ojek Didalam Kampus Universitas Padjadjaran dan Relasi Sosial yang Terbangun di Dalamnya. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi 1 (2) : 132-142.  
<https://doi.org/10.24198/jsg.v1i2.13308>

- Laucereno, S.F. (2021, maret 07). Dulu Belanja Online Pakai Rekber, Masih Ingat Nggak?. detikSinance. Source; <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5484583/dulu-belanja-online-pakai-RekBer-masih-ingat-nggak>
- Moleong, L.J. (2011). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mursyid, F., Nurhisam, L. 2022. Kajian Hukum Islam tentang Rekening Bersama (RekBer) pada E-Commerce. Tawazun: Journal of Sharia Economic Law. 5, Nomor 1 47-57. <http://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v5i1.13997>
- Pencarian Kata Kunci jasa RekBer terpercaya di Google Trens Tahun 2021. Source; <https://trends.google.co.id/trends/explore?geo=ID&q=jasa%20RekBer%20terpercaya>
- Pratama, Y. 2022. Peran Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Penggunaan Ulang dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Jasa Rekening Bersama (rekber) Studi Kasus pada PT. Trijaya Digital Grup. Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram. 11(3), 201-214. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i3.738>
- Riyanto, Yatim. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya : Penerbit SIC.
- Soerjono Soekanto. 2004. Sosiologi Suatu Pengantar. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Web.facebook.com, 2022. Tentang Grup Facebook. Source [https://web.facebook.com/business/help/786348878426465?id=939256796236247&\\_r dc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/business/help/786348878426465?id=939256796236247&_r dc=1&_rdr)