

BAB 13

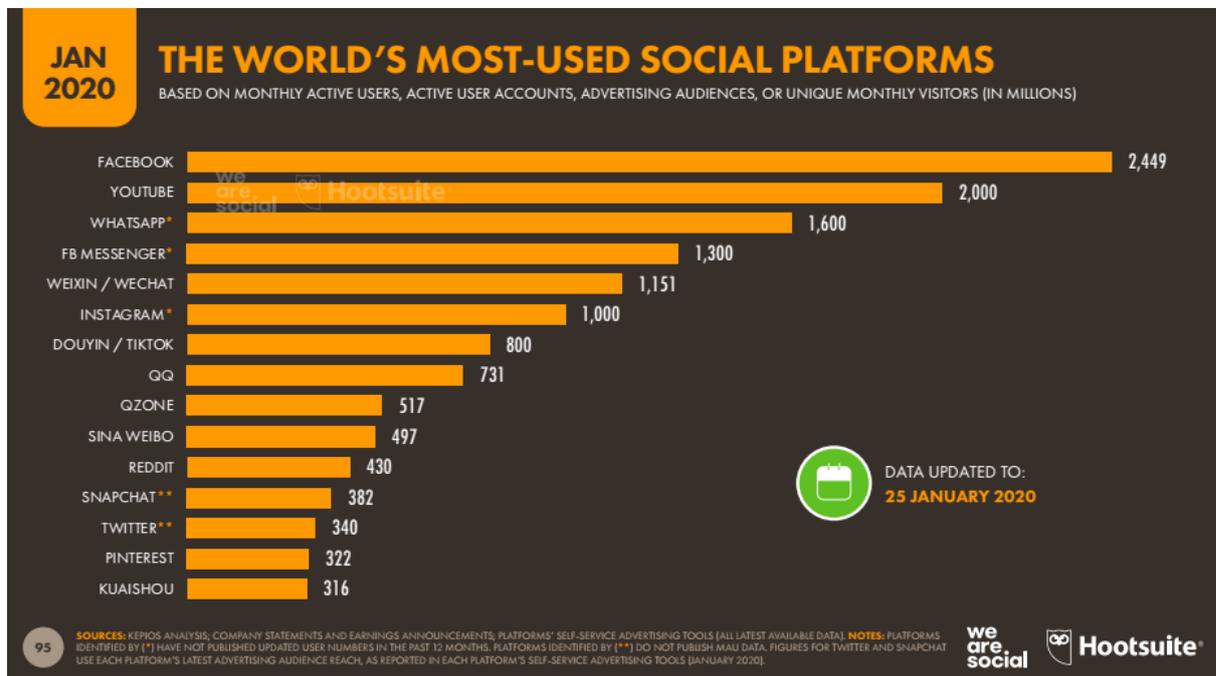
MEDIA SOSIAL

Penulis: Nurul Fauziyyah

PENDAHULUAN

Dunia kini kian terbuka dan nampak seperti tak ada batasannya. Tiap individu di seluruh penjuru dunia mampu mendapatkan akses atas informasi yang ia ingin ketahui tanpa perlu lagi merasa sangat terbebani. Berinteraksi antarsesama di seluruh belahan dunia juga menjadi hal yang biasa. Dulu mungkin hal tersebut sulit terlaksana, namun saat ini semua serba tak terduga dan dipermudah, yaitu dengan bantuan media yang berbasis *online*, media sosial.

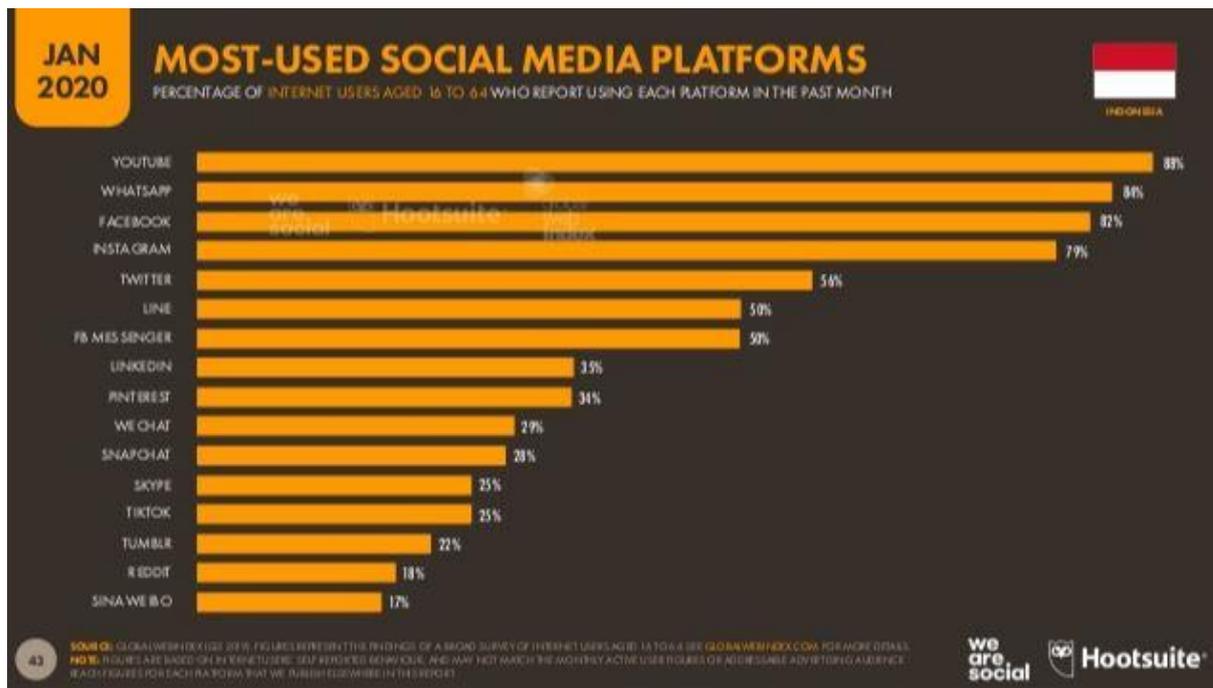
Populasi manusia di muka bumi sangatlah banyak dan bervariasi. Kini semua menjadi satu dalam dunia baru yang disebut sebagai dunia virtual yang dapat melahirkan masyarakat *cyber* atau komunitas *online* tak masalah di manapun pengguna berada. Lebih dari 50 persen penduduk dunia menjadi pengguna internet dan media *online*. Terdapat beragam jenis media sosial dan yang paling diminati oleh sebagian besar penduduk dunia adalah *facebook*. Menurut penelitian yang dilakukan *Hootsuite* dari tahun ke tahun, *facebook* masih menduduki peringkat pertama platform media sosial yang paling populer digunakan di berbagai negara. Kemudian diikuti oleh *youtube* yang saat ini kian diminati oleh orang-orang untuk berbagi, berkolaborasi, mengedukasi, dan aktualisasi diri. Serta, peringkat tiga diduduki oleh *whatsapp*.



Gambar 1
Pengguna Media Sosial Terpopuler di Dunia Tahun 2020

Berbeda dengan fakta yang terjadi di Indonesia, penelitian yang sama juga dilakukan dan hasil yang diperoleh justru peringkat pertama yang menduduki platform media sosial terpopuler

adalah *youtube* dan ini tidak hanya terjadi di tahun 2020. Kemudian disusul oleh *whatsapp* di peringkat selanjutnya dan di peringkat ketiga diduduki oleh *facebook*.



Gambar 2
Pengguna Media Sosial Terpopuler di Indonesia Tahun 2020

Penggunaan media sosial yang kian mempermudah banyak hal dan tak jarang membuat banyak orang lupa akan peran etika. Kesalahan porsi dalam pemakaian juga berdampak buruk bagi pengguna semisal terlalu lama menatap layar *gadget* dan lainnya akan berdampak buruk bagi kesehatan fungsi mata, dan banyak hal lainnya. Hal tersebut menjadi tantangan bagi tiap individu agar pandai membagi waktu.

Tantangan-tantangan yang muncul pada era ini justru kian besar ditengah tirai kemudahan yang ditawarkan. Beberapa studi menyatakan bahwa satu-satunya hal yang dapat memberikan dampak buruk lebih parah dibandingkan menonton televisi adalah internet. *Tweet* dengan 140 karakter, kabar berita *Facebook*, surel, pesan-pesan instan, dan laman situs web mulai mengacaulaukan otak kita. Didukung oleh pendapat seorang penulis, Nicholas Carr, yang menyatakan bahwa seorang profesor di University of California, Los Angeles, menemukan hanya dengan menjelajahi dunia maya dalam lima jam, jalan alami seseorang pun menjadi berubah. Tak sedikit psikolog, ahli saraf, dan para pendidik menyatakan bahwa saat *online*, pengguna memasuki dunia yang mengharuskan ia membaca dengan cepat, berpikir dengan tergesa-gesa dan tidak fokus, serta menjalani sebuah proses belajar yang tak sungguh-sungguh. Meski internet telah menyediakan akses yang begitu mudah dalam pencarian informasi, tak disadari internet juga telah membuat pengguna menumpulkan kemampuan berpikirnya (menjadi para pemikir yang dangkal), serta secara harfiah telah mengubah struktur otak pengguna (Cargenie, 2019, hlm. 75). Maka, bijaklah dalam menggunakan media sosial dan sewajarnya saja, serta tetap dengan beretika.

DEFINISI MEDIA SOSIAL

Menurut Laughey (2007) dalam Nasrullah (2017), media didefinisikan sebagai alat komunikasi yang selama ini diketahui. Media itu sarana untuk berkomunikasi, entah berbentuk media suara, media cetak, media virtual, dan media lainnya. Media (bentuk jamak dari medium) juga merupakan salah satu dari tiga hal yang penting dalam terjadinya sebuah komunikasi. Dua hal lainnya yang juga merupakan hal pokok dalam sebuah komunikasi adalah objek dan organ.

Media merupakan alat atau sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada publik. Media dibagi menjadi empat macam yaitu media antarpribadi (komunikasi antarindividu atau perorangan yang dapat dilakukan secara tatap muka, surat, *email*, telepon, dan lainnya), media kelompok (komunikasi antarbeberapa orang yang biasanya lebih dari 15 orang semisal rapat, konferensi, dan seminar), media publik (komunikasi skala besar yang biasanya lebih dari 200 orang semisal rapat akbar), dan media massa (komunikasi yang terjadi apabila antara komunikator dan audiens atau publik tersebar di berbagai daerah dan biasanya menggunakan alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, radio, televisi, dan lainnya (Cangara, 2018).

Dalam teori sosiologi, media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan (Nasrullah, 2017, hlm. 6). Durkheim menyatakan "*the social as social facts*," maksudnya adalah masing-masing individu melakukan suatu tindakan (aksi) yang memberikan kontribusi pada publik (masyarakat). Sedangkan menurut Marx, sosial merupakan kerja sama (*co-operative work*) yang dilakukan antarindividu ataupun kelompok.

Dalam Nasrullah (2017), Mandibergh (2012) menyatakan media sosial merupakan sarana untuk terjalinnya kerja sama antarpengguna dalam menghasilkan konten (*user-generated content*), Meike dan Young (2012) menyatakan media sosial merupakan konvergensi antara komunikasi personal dan media publik untuk berbagi suatu atau banyak hal kepada orang lain baik skala kecil ataupun besar, Van Dijk (2013) menyatakan media sosial merupakan platform media yang berperan sebagai medium yang memberikan fokus pada pengguna media untuk beraktivitas dan berkolaborasi antarindividu ataupun kelompok, serta media sosial dinyatakan sebagai medium yang memungkinkan pengguna merepresentasikan diri melalui internet untuk berbagi, berkomunikasi, berkolaborasi, dan lainnya sehingga terbentuk ikatan sosial secara virtual.

Media sosial dapat didefinisikan sebagai sarana aktualisasi diri, interaksi, komunikasi, berbagi, dan kolaborasi yang dilakukan oleh individu kepada individu lain ataupun kelompok dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu salah satunya internet sehingga tercipta komunitas virtual dengan ikatan pertemanan atau kekerabatan meski sebelumnya belum pernah bertatap muka.

KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL

Media sosial merupakan temuan baru pada abad setelah ditemukaannya teknologi internet. Semua terkoneksi dalam satu ruang virtual di mana setiap orang dapat berkomunikasi dengan siapapun dan di manapun, serta dapat mengakses informasi di berbagai belahan dunia.

Media sosial berbeda dengan media komunikasi sebelumnya, di mana hanya dapat terjadi dengan cara tatap muka. Dalam era serba teknologi ini, media sosial mengambil peran besar dalam komunikasi manusia di berbagai belahan dunia dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan media komunikasi sebelumnya.

Karakteristik media sosial (Nasrullah, 2017) adalah:

1. Jaringan (*network*)

Jaringan dapat didefinisikan sebagai infrastruktur yang menghubungkan antara komputer atau perangkat keras lainnya. Jaringan yang terbentuk dalam sebuah komunikasi atau interaksi entah itu digital ataupun non digital dapat terealisasi atas adanya media sosial sebagai fasilitator atau medium yang menghubungkan pengguna dengan memanfaatkan teknologi sehingga terbentuk komunitas atau kumpulan individu yang memiliki nilai-nilai atau kesukaan yang sama dan dapat disebut sebagai komunitas atau masyarakat siber.

2. Informasi (*information*)

Informasi diproduksi, dibagi, dikonsumsi oleh publik dan menjadi komoditas utama dalam kehidupan saat ini. Informasi merupakan hal pokok bahkan menjadi konsumsi dasar bagi publik setiap harinya karena apabila tertinggal informasi maka takkan mampu berjalan beriringan dengan perkembangan zaman. Pada era digital dan teknologi ini, informasi sangat mudah didapatkan dan dapat diakses oleh siapa saja dan kapan saja. Yang dulunya mungkin oleh media tak semua diungkap pada publik, saat ini hal yang tak terungkap dapat disebar oleh pihak lainnya yang tak menutup-nutupi informasi tersebut, namun tetap dalam bermedia sosial harus menjunjung dan menerapkan etika karena penyebaran informasi menjadi tanggung jawab sang pengguna. Jika terdapat informasi yang menyesatkan atau tidak benar atau bahkan merugikan orang lain, maka dapat dikenakan sanksi hukum.

3. Arsip (*archive*)

Pengarsipan merupakan penyimpanan informasi yang dapat dilakukan oleh pengguna yang ingin menyimpan infomasinya dan dapat mengakses kembali informasi tersebut kapan saja setelahnya. Terdapat dua perubahan terhadap arsip pada era teknologi komunikasi ini, yaitu kemampuan dari tiap pengguna internet dalam mengakses arsip serta dapat merubah apa yang telah diarsipkan tersebut, dan arsip menjadi lebih berkembang sehingga dapat digunakan sebagai medium pustaka digital atau ruang pustaka virtual dalam berbagai perangkat yang ada.

4. Interaksi (*interactivity*)

Saat ini interaksi dapat terjadi tanpa harus bertatap muka, bahkan belum pernah kenal sebelumnya. Bagaimana bisa terjadi? Karena interaksi terjadi dengan bantuan media sosial. Orang yang belum saling kenal bisa saling komentar dan memberikan "like" di berbagai unggahan di media sosial. Hal tersebut dapat menumbuhkan rasa pertemanan yang kemudian tercipta hubungan interaksi virtual berkelanjutan setelahnya.

5. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Baudrillard dalam Nasrullah (2017) menyatakan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang nyata dalam pandangan publik semakin memudar dan tergantikan oleh realitas semu.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Pada media sosial, konten atau informasi yang ingin disampaikan merupakan milik dan tanggung jawab dari pengguna. Tiap individu dapat memproduksi konten sesuai keinginan dan kebutuhannya, serta memungkinkan pengguna untuk mengakses konten yang dibuat oleh orang lain di media sosial.

7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran merupakan karakter lain dalam media sosial. Selain difasilitasi untuk akses penuh terhadap media sosial, serta kemampuan memproduksi konten yang diserahkan ke pengguna, ada hal lain yang juga dapat dilakukan yaitu penyebaran informasi dalam bentuk konten di media sosial. Konten yang dibuat bisa disebar kepada siapapun di seluruh belahan dunia.

RAGAM MEDIA SOSIAL

Media sosial menjadi teman paling setia bagi sebagian besar manusia. Bahkan tak jarang banyak orang mengabadikan momen dan berbagi melalui media sosial yang terdiri dari beragam jenis. Dalam Nasrullah (2017), terdapat enam kategori besar media sosial, yaitu:

1. Media jejaring sosial (*social networking*)
2. Jurnal *online* (*blog*)
3. Jurnal *online* sederhana atau mikroblog (*microblogging*)
4. Media berbagi (*media sharing*)
5. Penanda sosial (*social bookmarking*)
6. Media konten bersama atau WIKI

Social Networking

Social networking atau jaringan sosial merupakan media sosial yang paling diminati publik untuk berbagi dan berinteraksi. Bukan hanya konten dalam pesan teks, namun juga unggahan foto ataupun video yang ingin dijadikan pengabadian momen virtual oleh pengguna media sosial tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite*, media sosial terpopuler atau yang paling digemari di dunia adalah *facebook*.

Blog

Menurut Saxena (2014) dalam Nasrullah (2017) dinyatakan bahwa blog ada sebelum adanya konsep media sosial meski tak dipungkiri fungsi blog saat ini memang layaknya media sosial lainnya saat ini. Mulai dari web pribadi, ruang web gratis, dan sistem manajemen konten yang mengizinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten baik mengenai kehidupan sehari-hari ataupun yang tema berkonsep seperti tentang pendidikan, komunikasi, IT, dan lainnya secara gratis dan orang yang berkecimpung dalam dunia blog disebut dengan *blogger*.

Microblogging

Tak jauh berbeda dengan konsep media sosial blog, memfasilitasi pengguna untuk menciptakan konten dan membagikannya pada publik dalam bentuk tulisan berupa opini atau pendapat, namun kapasitas penulisannya terbatas, tidak seperti pada blog. Contohnya adalah *twitter*, dengan kapasitas maksimal 140 karakter saja.

Media Sharing

Situs berbagi media (*media sharing*) menjadi media sosial yang sangat laris pada saat pembelajaran dan sebagian besar aktivitas harus dilakukan secara *online*. Digitalisasi aktivitas manusia menjadikan media sosial satu ini semakin diminati untuk ditekuni karena melalui media sharing pengguna mampu membuat dan berbagi konten tidak hanya dalam bentuk dokumen, namun juga audio, video, gambar, dan sebagainya. Contoh paling sering ditemui adalah *Youtube*, *Podcast*, *Flickr*, dan lainnya.

Social Bookmarking

Penanda sosial (*social bookmarking*) merupakan media sosial yang digunakan untuk pengorganisasian, penyimpanan, pengelolaan, dan pencarian informasi terkini secara *online*. Beberapa contohnya adalah *Delicious.com*, *StumbleUpon.com*, *Digg.com*, *LintasMe.*, dan lainnya.

WIKI

Media konten bersama (WIKI atau Wikipedia) merupakan situs yang kontennya adalah hasil kolaborasi dari berbagai pengguna. Dalam WIKI, pengguna di manapun dan siapapun mampu berpartisipasi terhadap isi konten, mampu membuat, menambah, atau memberi opini terhadap konten.

KECANDUAN INTERNET

Media sosial tak lepas dari internet karena merupakan dua hal yang sangat berkaitan. Internet merupakan jaringan komputer yang terkoneksi di seluruh belahan dunia, "*a computerized textual communication system*," sebuah sistem jejaringan yang berkembang sangat pesat dan memengaruhi ribuan bahkan sebagian besar orang di seluruh dunia. Internet memiliki banyak fungsi bukan hanya sebagai medium untuk berkomunikasi, namun juga untuk berbagi, sumber dari berbagai informasi, serta bisa menjadi sarana untuk berkolaborasi dan aktualisasi diri.

Menurut Biegel (2001) dalam Rakhmat (2018, hlm. 428), *Internet is a library, a telephone, a public park, a local bar, a shopping mall, a broadcast medium, a print medium, a medical clinic, a private living room, and a public educational institution.*

Internet dapat didefinisikan sebagai pemersatu bagi tiap individu di seluruh belahan dunia meski belum pernah bertatap muka baik untuk berkomunikasi, berinteraksi, bekerja sama, berkolaborasi, bertukar opini, berbagi informasi, serta banyak aktivitas lain yang dapat terealisasi tanpa khawatir perbedaan ruang dan waktu. Hal tersebut dapat terjadi sebab dengan internet dan berbagai media sosial, manusia terkoneksi dan berkumpul dalam sebuah dunia virtual yang bisa disebut sebagai *cyberspace*.

Tak terelakkan lagi bahwa pada era ini semua terkoneksi dalam satu jaringan besar yaitu internet. Konsep *Internet of Things* (IoT) menjadi langkah besar bagi dunia komunikasi dan teknologi. Teknologi saat ini sedang berkembang pesat dan melengkapi kehidupan masyarakat tradisional dan milenial yang sudah terbiasa hidup dengan teknologi, dan merupakan dasar otomatisasi di *Industry 4.0* dan *Society 5.0* (Skobelev and Bovorik, 2017). Keuntungan paling tergambar dari IoT adalah komunikasi, kontrol, dan otomatisasi, hemat dan efisien, serta mampu menjangkau cakupan luas dari seluruh bagian dunia (Fauziyyah, Nurul, 2019).

Komunikasi internet atau disebut CMC (*Computer-Mediated Communication*) yang muncul sejak tahun 1996 menjadi tren baru bagi hampir seluruh penduduk dunia. Melalui berbagai jenis media sosial semua mampu berinteraksi. Berbeda dengan cara komunikasi sebelum adanya internet, yaitu harus bertatap muka apalagi jika untuk tujuan persuasi. Terdapat enam keunggulan CMC dibandingkan dengan media tradisional dalam melakukan persuasi (Rakhmat, 2018), yaitu:

1. Komputer itu persisten, gigih, dan tekun.
2. Komputer memberikan peluang kepada komunikan untuk anonim.
3. Komputer dapat menyimpan, mengakses, dan memanipulasi sejumlah besar data.
4. Komputer menggunakan semua modalitas.
5. Software komputer bisa mereplikasi.
6. Komputer bisa berada di mana-mana.

Adiksi internet dikatakan sebagai gangguan jiwa (*mental disorder*) bagi sebagian psikolog, disebut juga dengan adanya perilaku abnormal atau penyimpangan. Hal ini masih menjadi perdebatan di beberapa negara, apakah adiksi internet termasuk *mental disorder* ataukah tidak?. Di Korea Selatan, adiksi internet menjadi hal yang dianggap sebagai gangguan jiwa (*mental disorder*).

Ada beberapa hal yang mampu mengindikasikan apakah seseorang sudah kecanduan internet ataukah belum. Terdapat lima ciri pokok adiksi narkoba yang bisa diterapkan pada penderita adiksi internet yaitu *salience*, *tolerance*, *mood modification*, *loss of control*, *withdrawal*, *denial and concealment*, dan *relapse*.

Salience

Salience atau yang bisa disebut dengan “kesemsem” atau sangat tertarik hingga lupa diri pada sesuatu. Hal tersebut tak jarang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari. Sangat mencintai sesuatu sampai tak sadar dan membuat “buta.”

Tolerance

Ciri adiktif pada narkoba adalah dengan terus meningkatkan ketahanan untuk mengonsumsi narkoba sampai tak mampu lagi menahan atau overdosis. Sama halnya dengan adiksi internet, penambahan waktu *online* akan menambah kenikmatan hingga rela mengorbankan waktu istirahat, teman, keluarga, lingkungan, dan lainnya. Hal tersebut menjadi hal yang “ditoleransi” oleh orang-orang yang adiksi internet.

Mood Modification

Strategi koping merupakan cara mengubah derita menjadi bahagia, duka menjadi suka, *mood modification*. Semisal ketika seseorang merasakan penat akan aktivitasnya seharian, ia akan menjadikan internet atau media sosial sebagai sarana relaksasi pikiran dan hatinya daripada ia melampiaskan penatnya dengan hal-hal negatif yang dapat membahayakan sesama. Selama semua itu tidak berlebihan, maka penggunaan internet atau media sosial menjadi hal yang positif, namun ketika semua sudah melampaui batas atau menjadikan internet sebagai sarana pelampiasan atas segala masalah maka strategi koping menjadi disfungsi, tidak baik.

Withdrawal

Withdrawal adalah kondisi ekstrim dari seorang pecandu, entah itu narkoba ataupun internet. *Withdrawal* merupakan perasaan sangat tidak nyaman dan meresahkan bagi sang pecandu ketika zat adiktif dihentikan secara tiba-tiba atau tidak bisa didapatkan lagi, disebut juga dengan sakau.

Denial and Concealment

Menurut para peneliti AI (Adiksi Internet), penderita AI merasa dirinya tidak salah atas pilihan untuk perilaku candunya terhadap internet, justru mereka mencari pembenaran atas apa yang mereka alami.

Relapse

Relapse atau kambuh merupakan masa penggunaan kembali zat adiktif atau hal yang membuat candu. Saat seorang penderita AI berhasil bangkit dari masalahnya dan kembali menjalankan kehidupan normal, namun tak bisa dipungkiri kadang muncul saja hasrat untuk kembali pada candu internet dan ketika itu justru yang diderita semakin bertambah karena ada rasa malu untuk kembali seperti dulu. Dan ketika orang tersebut tak bisa menahan diri untuk kembali menjadi penderita AI, maka yang dilakukan justru akan semakin menggilai, itulah tanda *relapse* atau tanda utama adiksi.

Selain itu, ada istilah lain yang menggambarkan gangguan dalam komunikasi internet, yaitu *Internet Communication Disorder* (ICD). Akan lebih baik jika penggunaan media sosial dilakukan dengan bijak. Bedakan mana yang memberikan manfaat dan mana yang mendatangkan mudarat.

Tinggalkan hal yang mampu membuat diri terlena pada penggunaan media sosial bahkan sampai lupa dengan dunia nyata. Jangan sampai *social awareness* menjadi barang langka yang semakin sulit ditemukan keberadaannya (Fauziyyah, N., 2019).

BUDAYA DALAM MEDIA SOSIAL

Kebiasaan yang muncul pada komunikasi di media sosial melahirkan budaya baru. Tak dapat dipungkiri komunitas virtual atau masyarakat siber memiliki kebiasaan baru semisal meme sebagai pengekspresian visual, demokrasi digital, swafoto atau *selfie*, dan *fan culture*.

Meme

Istilah *meme* pertama kali dipopulerkan oleh Ricard Dawskins pada tahun 1979. *An internet meme is a piece of culture, typically a joke, which gains influence through online transmission* (Davinson, 2012 dalam Nasrullah, 2017). Meme merupakan bagian dari budaya yang muncul di dunia maya dan ditransmisikan secara *online* dan biasanya berbentuk lelucon atau *jokes*. Meme terdiri dari dua aspek, yaitu aspek visual (cara menunjukkan emosi melalui gambar atau ilustrasi) dan aspek teks (narasi atau teks yang biasanya berposisi di atas atau bawah gambar).

Demokrasi Digital

Penyuaaran opini atau suara publik dapat dilakukan melalui media sosial sebagai proses demokratisasi. Tak hanya sebagai *self disclosure* atau media pengungkapan diri namun juga menjadi medium yang mampu menyuarakan aspirasi publik secara *online*.

Swafoto atau *Selfie*

Potret diri atau swafoto atau *selfie* merupakan budaya atau habitual baru yang hampir semua pengguna media sosial lakukan. Pada tahun 2013 dalam kamus *Oxford English Dictionary* dinyatakan bahwa *selfie* adalah foto diri yang kemudian disebar ke jejaring media sosial .

Fan Culture

Penggemar atau *fan* merupakan individu atau kelompok individu yang menyukai atau mengidolakan seseorang atau grup tertentu. Penggemar biasanya selalu mengikuti media sosial dari yang diidolakan, meski belum pernah sama sekali bertemu dalam dunia nyata, mereka semua berkolaborasi satu dengan lainnya untuk terus mendukung yang diidolakan baik dengan cara aktif di media sosial sang idola dengan memberikan like dan komen di setiap hal yang diunggah sang idola serta memberikan dukungan lainnya, bahkan ada yang sampai mengirimkan sesuatu yang digemari sang idola langsung ke rumahnya.

ETIKA BERINTERNET ATAU BERMEDIA SOSIAL

Etika menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan suatu profesi atau bidang kerja, serta dalam berbagai aspek yang ada dalam kehidupan. Individu yang beretika akan cenderung untuk tidak melakukan hal-hal yang tidak seharusnya dilakukan apalagi hal-hal yang merugikan orang lain (Fauziyyah, 2019). Namun, faktanya tak sedikit ditemui berbagai kasus yang menunjukkan bahwa dalam bermedia sosial, pengguna tidak menggunakan etika sebagai pedomannya.

Etika berinternet atau yang disebut sebagai netiket (*netiquete*) yang berasal *Net Ettiquette* yang merupakan panduan mengenai apa yang seharusnya dan tak seharusnya dilakukan pada komunikasi *online* di berbagai media sosial dalam rangka menjaga kestabilan lingkungan atau kesopanan yang bersifat umum (Shea, 2004). Menurut Strawbridge (2006) dalam Pemarathna

(2019), netiket merupakan peraturan informal yang mengatur perilaku pengguna internet ketika memanfaatkan media-media yang ada pada dunia maya dalam berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi menggunakan *email*, *chat*, grup, dan lainnya.

Drucker, P. F. dalam Hyang (2018) menyatakan bahwa hidup akan berubah jika pemikiran dan perilaku berubah. Komunikasi yang baik menjadi salah satu kemampuan penting yang seharusnya dimiliki oleh manusia. Penyesuaian terhadap perkembangan zaman tak berarti menghilangkan batasan etika yang seharusnya ada. Meski hidup di zaman yang serba tersedia, tetap harus menjunjung etika.

RANGKUMAN MATERI

Media sosial dapat didefinisikan sebagai sarana interaksi, komunikasi, berbagi, kolaborasi, dan aktualisasi diri yang dilakukan oleh individu kepada individu lain ataupun kelompok dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu salah satunya internet sehingga tercipta komunitas virtual dengan ikatan pertemanan atau kekerabatan meski sebelumnya belum pernah bertatap muka.

Karakteristik media sosial (Nasrullah, 2017) adalah jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), konten oleh pengguna (*user-generated content*), serta penyebaran (*Share/Sharing*). Terdapat enam kategori besar media sosial, yaitu media jejaring sosial (*social networking*), jurnal *online* (*blog*), jurnal *online* sederhana atau mikroblog (*microblogging*), media berbagi (*media sharing*), penanda sosial (*social bookmarking*), serta media konten bersama atau WIKI.

Adiksi internet dikatakan sebagai gangguan jiwa (*mental disorder*) bagi sebagian psikolog, disebut juga dengan adanya perilaku abnormal atau penyimpangan. Selain itu, muncul budaya atau kebiasaan baru dari komunikasi di media sosial. Tak dapat dipungkiri komunitas virtual atau masyarakat siber memiliki kebiasaan baru semisal meme sebagai pengekspresian visual, demokrasi digital, swafoto atau *selfie*, dan *fan culture*. Dalam rangka menjaga iklim yang sehat pada dunia media sosial seharusnya pengguna media sosial patuh dan mengaplikasikan etika dalam berinternet atau yang disebut juga dengan netiket (*netiquete*).

TUGAS DAN EVALUASI

1. Dunia kian tak terbatas. Hampir semua hal bisa diakses di mana saja dan kapan saja. Komunikasi yang dulunya harus dengan tatap muka sekarang bisa juga dengan tatap maya. Aktivitas manusia semakin mendunia. Berikan perspektifmu mengenai alasan semua menjadi begitu terbuka dan apa yang mampu memfasilitasi semua hal tersebut?
2. “Media sosial mampu membuat orang-orang yang tadinya belum saling kenal menjadi seperti bukan orang asing lagi baginya.” Berikan opinimu mengenai pernyataan tersebut!
3. Berikan penjelasan mengenai adiksi internet dan indikasi yang menggambarkan seseorang menderita adiksi internet!
4. Buatlah sebuah ilustrasi yang menggambarkan bahwa seseorang menderita adiksi internet!
5. Hal apa yang dapat membatasi dan menjadi pedoman bagi pengguna media sosial untuk tetap bersikap baik dan tidak merugikan orang lain melalui media sosial? Jelaskan!

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2018). *Pengantar Ilmu Komunikasi, edisi ketiga*. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Carnegie, Dale. (2012). *How to Win Friends and Influence People in the Digital Age*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Fauziyyah, Nurul. (2019). Etika komunikasi peserta didik *digital natives* melalui media komunikasi *online (whatsapp)* kepada pendidik: perspektif pendidik. *Jurnal Pedagogik*, volume 6, nomor 2, p. 437 – 474.
- Fauziyyah, Nurul. (2019). *The Potential of Augmented Reality to Transform Education into Smart Education. Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 3(4), 966- 973.
- Hyang, Oh Su. (2018). *Bicara Itu Ada Seninya, Rahasia Komunikasi yang Efektif*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer (BIP).
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial, perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pemarathna, RMMD. (2019). Bad netiquette of digital citizen in Sri Lanka. *Global Scientific Journals*, volume 7, issue 2, p. 483 – 496.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2018). *Psikologi Komunikasi, edisi revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Shea, V. (2004). *Netiquette*. San Fransisco: Alibion Books.
- Skobelev and Borovik. (2017). *On the way from industry 4.0 to industry 5.0 from digital manufacturing to digital society. International Scientific Journal "Industry 4.0,"* issue 6, p. 307-311.
- "Data Pengguna Internet Seluruh Dunia Tahun 2020 berdasarkan Laporan Digital dari *We Are Social* dan *Hootsuite*". Diakses pukul 19.07 tanggal 19 Juli 2020 dari <https://teknoia.com/data-pengguna-internet-dunia-ac03abc7476?gi=a85df9432d06>.
- "Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2020". Diakses pukul 19.35 tanggal 19 Juli 2020 dari <https://images.app.goo.gl/KLQRvcckHobVrqC4A>.

PROFIL PENULIS

Nurul Fauziyyah, S. Pd., M. Sc., CT., C. PS. merupakan seorang wanita kelahiran 1992 di Jakarta. Penulis mengenyam pendidikan S-1 pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dan melanjutkan S-2 pada Program Studi Sains Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Gadjah Mada (UGM). Untuk pendidikan non-akademik, penulis telah mendapatkan *Certified Trainer* (CT) dan *Certified Public Speaker* (C.PS), serta telah mengikuti berbagai jenis pelatihan *public speaking* lainnya. Penulis merupakan seorang akademisi dan *trainer-motivator* yang juga gemar dalam berbagi pengetahuan seperti menjadi pembicara atau narasumber, serta giat berbagi ilmu melalui platform *youtube* sebagai Edukator Milenial. Dalam bidang akademisi, selain mengampu mata kuliah akuntansi, penulis juga mengampu mata kuliah lain semisal komunikasi dan etika profesi. Penulis juga menulis beberapa artikel ilmiah pada bidang akuntansi dan pendidikan. Ranah keilmuan yang menjadi minatnya adalah pendidikan, akuntansi, komunikasi, pengembangan diri, seni, dan manajemen.



Email Penulis: Fauziyyah.nurul92@gmail.com.

GLOSARIUM

Komunitas atau **Masyarakat Siber** (*cyberspace*): komunitas atau kumpulan individu yang memiliki nilai-nilai atau kesukaan yang sama.

Komunikasi Internet atau **CMC** (*Computer-Mediated Communication*): jenis komunikasi yang muncul sejak tahun 1996 menjadi tren baru bagi hampir seluruh penduduk dunia yang memungkinkan seluruh penduduk di dunia terkoneksi.

Adiksi Internet (**AI**): perilaku abnormal atau penyimpangan dan dikatakan sebagai gangguan jiwa (*mental disorder*) bagi sebagian psikolog.

Internet Communication Disorder (**ICD**): menggambarkan gangguan dalam komunikasi internet.

Etika Berinternet atau **Netiket** (*netiquete*): peraturan informal yang mengatur perilaku pengguna internet ketika memanfaatkan media-media yang ada pada dunia maya dalam berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, dan berkolaborasi menggunakan *email*, *chat*, grup, dan lainnya.