

Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial

Dahlia Sarkawi ^{1,*}

¹ Sekretaris; ASM BSI Jakarta; Jl. Jatiwaringin Raya No.18, Jakarta Timur,
telp/fax 021-8462039/021-8462050; E-mail: dahlia.dls@bsi.ac.id, asm.jakarta@bsi.ac.id.

* Korespondensi; e-mail: dahlia.dls@bsi.ac.id, asm.jakarta@bsi.ac.id

Diterima: 15 Oktober 2016; Review: 28 November 2016; Disetujui: 5 Desember 2016

Cara sitasi: Sarkawi D. 2016. Perubahan Sosial dan Budaya Akibat Media Sosial. Jurnal Administrasi Kantor. 4 (2): 307 – 338.

Abstrak: Perubahan sosial budaya meliputi perubahan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dalam masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan lain. Hal ini mengandung arti bahwa perubahan yang terjadi meliputi perubahan sosial dan budaya, terjadi di masyarakat, serta menghasilkan keadaan baru bagi manusia. Kebudayaan harus dipahami menurut tiga lapisan berikut: lapisan teknologi adalah yang terendah, lapisan sosiologis yang menengah, lapisan filosofis yang tertinggi. Dampak lain adalah munculnya budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya. Budaya ini muncul dan terdeterminasi salah satunya karena hadirnya media sosial yang memungkinkan secara perangkat siapa pun dapat mengunggah apa saja. Hal tersebut menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan penaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik. Konsekuensi adanya media *online* dan semakin maraknya pengguna media sosial. Media sosial tidak hanya ditempatkan lagi dalam konteks saluran atau medium, tetapi media sosial itu sudah merupakan gaya hidup dari hubungan antara pengguna dan teknologi.

Kata kunci: Budaya, Media Sosial, Sosial,

Abstract: Socio-cultural changes include changes in the function of culture and human behavior in society from a certain state to another state. This implies that the changes include the social and cultural changes, occurring in the community, as well as generating new situation for humans. Culture must be understood according to the following three layers: the technology is the lowest layer, middle layer sociological, philosophical highest layer. Another impact is the emergence of a culture of sharing redundant and self-disclosure (*self disclosure*) in cyberspace. This culture emerged and terdeterminasi one of them because of the presence of social media in a device that allows anyone to upload anything. It is a culture which gives akhirnya sowing the boundaries between private space and public space. The consequences of their online media and the proliferation of social media users. Social media is not only placed in the context of the channel or medium, but social media is already the lifestyle of the relationship between users and technology.

Keywords: Cultural, Social Media, Social,

1. Pendahuluan

Semua materi mengalami perubahan, Tuhan menegaskan bahwa sesempurna apa pun fisik manusia yang diciptakan-Nya, ia akan mengalami perubahan.

Perubahan merupakan kehendak alamiah sebagai bagian dari kekuasaan Tuhan. Perubahan dapat berupa perubahan menuju keadaan yang lebih

baik atau sebaliknya perubahan menjadi semakin buruk.

Perubahan tidak hanya mengenai materi atau sesuatu yang bersifat kebendaan. Perubahan juga mengenai cara mempertahankan hidup, perubahan cara berpikir, perubahan cara bertingkah laku, dan perubahan dalam memperoleh kenikmatan duniawi. Oleh karena itu, ahli sejarah membuat klasifikasi perubahan menurut masa atau zaman tertentu, yang juga diperiodisasikan menjadi masa primitif hingga masa modern. Manusia merupakan makhluk utama yang tidak berhenti berubah dalam cara mempertahankan kehidupannya.

Perubahan sosial budaya meliputi perubahan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dalam masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan lain. Hal ini mengandung arti bahwa perubahan yang terjadi meliputi perubahan sosial dan budaya, terjadi di

masyarakat, serta menghasilkan keadaan baru bagi manusia.

Teknologi merupakan suatu faktor yang harus diperhitungkan dalam mempengaruhi perubahan sosial budaya. Bahkan teknologi hampir selalu menjadi ciri modernitas. Seorang individu seolah belum layak dikatakan sebagai manusia modern jika ia tidak bersentuhan dengan teknologi.

Evolusi yang terjadi dari penemuan di teknologi maupun inovasi internet menyebabkan tidak hanya memunculkan media baru. Berbagai macam aspek kehidupan manusia, seperti komunikasi maupun interaksi, juga mengalami perubahan yang tidak pernah diduga sebelumnya. Dunia seolah-olah tidak ada lagi batasan dan tidak ada lagi kerahasiaan yang dapat ditutupi. Aktivitas orang lain dapat diketahui melalui media sosial, sementara mereka tidak kenal dan tidak pernah bertemu tatap muka (*offline*).

Media sosial bahkan menjadi “senjata baru” bagi banyak bidang. Kampanye politik pada pemilu 2014 lalu banyak melibatkan peran media sosial. Perusahaan-perusahaan saat ini memberikan perhatian khusus untuk mengelola media sosial dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan mereka secara *online*. Iklan menjadi berubah dari cara tradisional yang diproduksi oleh perusahaan dan tentu dengan biaya yang tidak sedikit menjadi partisipasi khalayak di media sosial. Hal tersebut merupakan sebuah tantangan sekaligus kenyataan yang tidak dapat dipungkiri. Kehadiran media sosial dan semakin berkembangnya jumlah pengguna dari hari ke hari memberikan fakta menarik betapa kekuatan internet bagi kehidupan, termasuk di lingkungan perguruan tinggi.

Dalam survei sederhana tentang perilaku mahasiswa dan ketergantungan mereka terhadap teknologi serta

perangkatnya yang dilakukan oleh beberapa peneliti, salah satu jawabannya menunjukkan bahwa mahasiswa tidak dapat lepas dari perangkat teknologi, seperti telepon genggam (*handphone/smartphone*). Bagi mereka, telepon genggam menjadi salah satu kebutuhan yang tidak lagi sekunder, tetapi sudah masuk dalam kebutuhan primer. Kebutuhan yang seolah-olah menjadi syarat keberadaan (eksistensi) dan menjadi pintu masuk alias portal menuju koneksitas bergaul pada era saat ini.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa teknologi dan perangkat media yang ada saat ini telah benar-benar merasuki segala aspek kehidupan seseorang. Terlepas dari tujuan dan manfaat yang didapat dari perangkat tersebut, teknologi telah memberikan akses kepada seseorang untuk menjadi bagian dari masyarakat jejaring (*network society*) tanpa batasan-batasan

demografis, budaya, sosial dan sebagainya.

Menurut Saebani (2016:14) perubahan adalah terjadinya pergantian, pergeseran, pergerakan dan kata lainnya, dari yang belum ada menjadi ada, dari yang telah ada menjadi bertambah atau berkurang, dari yang kurang menjadi lengkap atau lebih, dari yang negatif menjadi positif, dari yang positif menjadi negatif, dari statis menjadi dinamis, dari dinamis menjadi statis, dan sebagainya.

Kebudayaan diartikan sebagai segala sesuatu yang pernah dihasilkan manusia yang berasal dari pemikirannya. Tiga wujud utama dari kebudayaan menurut Saebani (2016:107) adalah:

1. Keseluruhan ide, gagasan, nilai, norma, peraturan, dan ketentuan lainnya yang berperan mengarahkan kelakuan masyarakat disebut sebagai adat dan kelakuan,

2. Keseluruhan aktivitas kelakuan berpola dari manusia yang berlaku di masyarakat yang selanjutnya disebut sistem sosial,
3. Keseluruhan karya manusia yang berbentuk fisik.

Perubahan budaya pada satu sisi dapat menjadi pendorong ke arah kondisi kehidupan yang lebih baik, tetapi pada sisi lain dapat menjadi bumerang yang memposisikan manusia sebagai objek yang kehilangan nilai kemanusiaannya, bahkan melanggar hak asasinya, menurut Saebani (2016:108).

Perubahan sosial yang dialami oleh setiap masyarakat pada dasarnya tidak dapat dipisahkan dengan perubahan kebudayaan masyarakat yang bersangkutan. Perubahan sosial dapat meliputi semua segi kehidupan masyarakat, yaitu:

1. Perubahan dalam cara berpikir dan interaksi sesama warga menjadi semakin rasional.

2. Perubahan dalam sikap dan orientasi kehidupan ekonomi menjadi semakin komersial.
3. Perubahan tata cara kerja sehari-hari yang ditandai dengan pembagian kerja pada spesialisasi kegiatan yang semakin tajam.
4. Perubahan dalam kelembagaan dan kepemimpinan masyarakat yang semakin demokratis.
5. Perubahan dalam tata cara dan alat-alat kegiatan yang semakin modern dan efisien.

Perubahan sosial budaya meliputi perubahan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dalam masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan lain. Hal ini mengandung arti bahwa perubahan yang terjadi meliputi perubahan sosial dan budaya, terjadi di masyarakat, serta menghasilkan keadaan baru bagi manusia, seperti yang disampaikan oleh Saebani (2016:108)

White, dalam Saebani, (2016:94) menjelaskan bahwa kebudayaan harus dipahami menurut tiga lapisan berikut:

1. Lapisan teknologi adalah yang terendah
2. Lapisan sosiologis yang menengah
3. Lapisan filosofis yang tertinggi

Teknologi adalah bidang paling mendasar dan pendorong utama proses kebudayaan. Teknologi dan perkembangannya membentuk sistem sosial, dan falsafah mencerminkan, baik sistem sosial maupun teknologi yang melandasinya. Oleh karena itu, teknologi menentukan jenis sistem sosial yang ada dan teknologi bersama masyarakat menentukan sifat falsafah. Ada pengaruh timbal balik antara ketiga lapis kebudayaan itu, namun arah hubungan kausal antara ketiganya dimulai dari teknologi ke masyarakat dan falsafah.

Kebudayaan adalah proses yang bersifat simbolis, berkelanjutan, kumulatif, dan maju (progresif). Proses simbolis dalam arti bahwa manusia adalah simbol binatang (terutama binatang yang menggunakan bahasa). Berkelanjutan karena sifat simbolis kebudayaan memungkinkannya dapat dengan mudah diteruskan dari seorang individu kepada individu lain dan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Akumulatif dalam arti unsur-unsur baru terus menerus ditambahkan pada kebudayaan yang ada. Kebudayaan bersifat progresif dalam arti mencapai kontrol yang semakin meningkat terhadap alam dan semakin menjamin kehidupan yang semakin baik bagi manusia. Dengan kata lain kebudayaan adalah fenomena yang menghasilkan sendiri, mencakup kehidupan individu dan dapat menjelaskan seluruh perilaku manusia.

White menekankan bahwa perubahan bergantung pada ada atau tidaknya penemuan atau inovasi. Tidak ada inovasi, artinya tidak ada perubahan. Akan tetapi, penemuan baru terus bermunculan sehingga perubahan pun tidak dapat dibendung.

Hanners, dalam Martono (2014:198) mencetuskan sebuah teori yang dikenal dengan teori *ecumene culture*. Menurutnya, *ecumene* merupakan kawasan interaksi, interpretasi, dan pertukaran budaya yang berlangsung secara terus menerus. Budaya tradisional muncul dalam batas komunitas, terpaku pada ruang dan waktu tertentu dan diciptakan, diperagakan, dan dicipta ulang dalam interaksi langsung secara tatap muka. Budaya modern melintasi jarak, ruang, dan waktu melalui teknologi komunikasi dan transportasi tanpa terikat pada ruang dan waktu. Aliran budaya dalam *ecumene* tidak timbal

balik, akan tetapi hanya satu arah. Pesan budaya berasal dari inti (negara maju), sedangkan negara pinggiran hanya sebagai penerima. Menurut Hanners, aliran budaya sepihak bukan merupakan sebuah sistem tunggal, melainkan meliputi seluruh dimensi budaya dan semua wilayah geografis.

Hanners menggambarkan empat kemungkinan yang akan terjadi sehubungan adanya penyatuan budaya dimasa mendatang. Pertama, homogenisasi global. Budaya barat akan mendominasi di seluruh dunia. Seluruh dunia akan menjadi jiplakan gaya hidup, pola konsumsi, nilai dan norma serta gagasan dan keyakinan masyarakat barat. Pada kondisi ini, keunikan budaya lokal (pribumi) akan lenyap karena dominasi budaya barat. Kedua, kejenuhan yang merupakan versi khusus dari proses homegenisasi global. Tekanannya adalah pada dimensi waktu. Perlahan-lahan, masyarakat

pinggiran akan menyerap pola budaya barat, yang semakin menjenuhkan mereka. Dalam jangka panjang, setelah melewati bebarapa generasi, bentuk, makna, dan penghayatan budaya lokal akan lenyap di kalangan masyarakat pinggiran. Ketiga, kerusakan budaya pribumi dan kerusakan budaya barat yang diterima. Bentrokan antara budaya pribumi dan budaya barat, semakin merusak nilai budaya barat yang diterima. Kerusakan ini akan terjadi melalui beberapa mekanisme. Mekanisme pertama adalah budaya penerima akan menyaring produk budaya barat yang canggih dan hanya menerima yang bernilai murahan. Penyebabnya adalah masyarakat pribumi tidak siap menerima budaya barat yang canggih dan selera mereka masih rendah. Di pihak penyalur, ada kecenderungan dumping, artinya menjual kelebihan produk kultural bermutu paling buruk ke daerah

pinggiran. Mekanisme kedua adalah adanya penyalahgunaan nilai budaya yang diterima, yang disesuaikan dengan cara hidup lokal yang sudah mapan. Keempat, kedewasaan, yaitu penerimaan budaya barat melalui dialog dan pertukaran yang lebih seimbang daripada penerimaan sepihak. Masyarakat pribumi menerima unsur barat secara selektif, memperkayanya dengan nilai lokal tertentu, dalam menerima gagasan barat, masyarakat pinggiran memberikan interpretasi lokal. Akibatnya akan terjadi peleburan atau amalgamasi antara unsur budaya yang datang dan yang menerima. Budaya global berperan merangsang dan menantang perkembangan nilai budaya lokal, sehingga akan terjadi proses spesifikasi budaya lokal. Unsur lokal dan unsur impor dipertahankan dan perannya ditingkatkan oleh pengaruh budaya barat. Agen penghubung dalam proses ini adalah

para wiraswastawan budaya lokal. Hasil akhir proses tersebut adalah percampuran budaya. Budaya di seluruh dunia sebenarnya memperhatikan asal-usul campuran, hasil sintesis yang sudah kehilangan keasliannya. Proses ini terjadi karena terjalinnya hubungan sejak lama antara inti dan pinggiran.

Globalisasi diartikan sebagai proses yang menghasilkan dunia tunggal, masyarakat di seluruh dunia menjadi saling tergantung di semua aspek kehidupan, politik, ekonomi, dan budaya. Globalisasi juga dimaknai sebagai proses penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, ekspansi hubungan yang melintasi benua, organisasi kehidupan sosial pada skala global, dan pertumbuhan sebuah kesadaran global bersama. Globalisasi membawa isu yang mampu mengubah dunia secara keseluruhan, homogenisasi budaya (lebih tepatnya adalah homogenisasi budaya menjadi budaya

barat), dan kapitalis. Budaya barat akan menjadi budaya dominan di seluruh dunia. Seluruh dunia akan menjadi jiplakan gaya hidup, pola konsumsi, nilai dan norma serta gagasan dan keyakinan masyarakat barat. Pada kondisi ini, keunikan budaya lokal akan lenyap karena dominasi budaya barat.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian dilakukan dengan cara penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Didalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Penelitian deskriptif kualitatif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata sekarang yang sementara berlangsung.

3. Hasil dan Pembahasan

Disadari ataupun tidak, evolusi dari teknologi dan media baru

memberikan dampak yang dapat dikatakan mengepung segala aspek kehidupan manusia. Selain itu kehadiran media baru memberikan dampak banjirnya informasi (*too much information*). Dalam mengakses berita terbaru yang terjadi disekitar kita, selama ini didominasi media tradisional, seperti televisi, radio, dan media cetak, dianggap satu-satunya saluran utama serta terpercaya dalam menyampaikan informasi. Kenyataannya membuktikan bahwa media sosial juga dapat menjadi medium dalam menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan yang baru terjadi beberapa detik lalu. Kekuatan ini memberikan perubahan perilaku khalayak yang awalnya mengakses media melalui perangkat televisi, namun sekarang melalui media telepon dengan perantara *twitter* yang *notabene* merupakan aplikasi media sosial dengan memuat 140 karakter saja.

Dampak lain adalah munculnya budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya. Budaya ini muncul dan terdeterminasi salah satunya karena hadirnya media sosial yang memungkinkan secara perangkat siapa pun dapat mengunggah apa saja. Hal tersebut menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan penaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik. Sebuah status, misalnya, di dinding *facebook* dapat saja bercerita tentang kondisi yang dialami oleh si pemilik akun, tetapi layaknya dalam proses komunikasi dua arah kepada siapa status itu disampaikan, pun tidak dapat dijelaskan. Sebab, siapapun dapat membaca status tersebut dan siapa pun juga walau tidak dalam jaringan pertemanan si pemilik akun dapat mengomentarnya.

Media sosial tidak dapat dilihat sekedar salah satu bentuk media yang

muncul terkait perkembangan teknologi informasi dan akses yang mudah khalayak terhadap internet. Media sosial juga membawa budaya, bahasa, sampai pada aspek ekonomi didalamnya.

Menurut Fidler dalam Nasrullah (2016:207) kehadiran media sosial merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia. Tidak hanya mentransformasi kehidupan nyata menjadi *virtual*, tetapi di banyak kasus telah menjadi keunikan dari mediamorfosis. Mediamorfosis hadir akibat jalinan yang terjadi antarmanusia dengan teknologi. Ia hadir karena adanya inovasi-inovasi sosilogis maupun teknologi yang memberikan semacam struktur baru bagi masa depan manusia dan teknologi telah hadir di setiap sudut kegiatan manusia.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna

merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*.

Adapun karakteristik media sosial, menurut Roger Fidler dalam buku Nasrullah (2016:16) yaitu:

A. Jaringan (*network*)

Kata jaringan (*network*) dapat dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi dapat terjadi jika antarkomputer terhubung termasuk dalamnya perpindahan data. Akan tetapi, kata ini berkembang dari sekadar istilah yang digunakan dalam teknologi komputer menjadi istilah yang akrab digunakan dalam kajian budaya maupun sosial. Joost van Loon dalam Nasrullah (2016;16) menyatakan bahwa

kata *network* menjadi kata yang sulit ditempatkan dalam peta konsep-konsep teori. Hal ini disebabkan kata tersebut tidak lagi mewakili terminologi dalam teknologi informasi semata, tetapi juga telah melebar pada terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu sosial lainnya yang terkadang terminologinya semakin berkembang karena adanya proses mobilitas dari masyarakat, komoditas, kapital, tanda-tanda hingga informasi yang berkembang di dunia global. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antarpengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara

teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli di dunia nyata (*offline*) antarpengguna saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Di *facebook*, misalnya, pengguna tidak dapat sekenanya saja mempublikasikan sebuah pandangan dalam status atau komentar. Ada nilai-nilai yang melekat meski tidak tertulis dan mengatur tentang komunikasi terjadi di antara anggota *facebook* sebagaimana masyarakat pada umumnya. Walaupun

jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat *virtual*, sampai pada struktur sosial secara *online*.

B. Informasi (*information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme. Castells dalam Nasrullah (2016:19) memberikan lima

karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dalam segi-segi kehidupan masyarakat, yakni: a) informasi merupakan bahan baku ekonomi, b) teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu, c) teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi, d) ketika teknologi informasi dan logika tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus-menerus diciptakan, e) teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya

merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*). Pada lain sisi, industri media sosial, seperti perusahaan yang membuat *facebook* atau *twitter*, juga menggunakan informasi sebagai sumber daya. Untuk melihat karakter informasi di media sosial dapat dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan

membentuk masyarakat berjejaring di internet. Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data itu asli atau dibuat-buat, untuk memiliki akun dan akses. Data yang diunggah ini menjadi komoditas yang dari sisi bisnis dapat diperdagangkan. Data ini pula yang menjadi representasi identitas dari pengguna. Terutama bagi pengguna yang tidak pernah bertemu secara fisik dan berkenaan secara *offline*, salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah kesamaan, seperti asal daerah, kegemaran, dan identitas lain yang diunggah oleh pengguna lain. Informasi disini menjadi komoditas yang dikonsumsi antarpengguna.

C. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah

tersimpan dan dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apa pun yang diunggah di *facebook*, sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya dapat diakses. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi. Dengan munculnya teknologi komunikasi, ada dua perubahan terhadap arsip, yakni a) kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya, serta, b) arsip menjadi lebih berkembang dikarenakan apa yang disebut *the nature and distributions of*

its users. Arsip di dunia maya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Arsip di internet tidak pernah benar-benar tersimpan, ia selalu berada dalam jaringan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia-mesin dan sebaliknya, menurut Appadurai dalam Nasrullah (2016:23). Oleh sebab itu, internet dapat ditempatkan sebagai medium pustaka digital dan komputer, atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan diribuan bahkan jutaan komputer lainnya itu. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sederhana yang dapat dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses

media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapa pun. Konsekuensi kunci dalam perkembangan teknologi informasi bahwa kehidupan sehari-hari maupun rutinitas menemukan saluran untuk diarsipkan secara digital sebagai rekaman seseorang dan bagaimana mereka membagikan hari demi hari kehidupannya, terkait dengan preferensi kehidupan personalnya, pandangan politik maupun agama, dan refleksi dari peristiwa yang mereka alami. Media sosial dapat dianggap sebagai ruang perpustakaan *virtual*. Layaknya perpustakaan, di media sosial juga ada kode panggil maupun kode rak buku sebagaimana yang terdapat di perpustakaan. Salah satunya yaitu dengan menggunakan tagar atau tag.

Aktivitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandakan topik apa yang sedang diperbincangkan oleh pengguna. Jika melihat cara kerjanya di *twitter*, tagar tidak hanya sekadar penanda topik, tetapi juga menjadi informasi bahwa seberapa besar topik tersebut diperbincangkan atau menjadi populer di dunia *virtual*.

D. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikana tanda, seperti tanda jempol like di *facebook*. Sebuah *video* yang diunggah di laman *youtube* mendapatkan banyak komentar bukan dari pengguna yang sengaja

mengunjungi laman *youtube*, melainkan melalui platform lainnya. Informasi dari *video* itu dibagi (*share*) melalui media sosial lain, di situs pribadi, di broadcast melalui aplikasi pesan, seperti *blackberry messenger*. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini David Holmes dalam buku Nasrullah (2016:26) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya: sementara di media baru pengguna dapat berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media. Secara teori kata “interaksi” dapat didekati dalam beberapa makna, yaitu: a) interaksi merupakan sebuah struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dibangun dari

perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media, b) interaksi memerlukan individu sebagai *human agency*. Perangkat teknologi seperti media sosial lebih banyak menjadi sarana atau alat yang sepenuhnya dapat digunakan oleh khalayak, c) interaksi menunjukkan sebuah konsep tentang komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh media baru dan memberikan kemungkinan-kemungkinan baru yang selama ini ada dalam proses komunikasi interpersona, d) interaksi juga dapat diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu. Interaksi di ruang *virtual* dapat terjadi kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai wilayah.

E. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Layaknya

masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya. Aturan ini dapat dikarenakan perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau dapat muncul karena interaksi di antara sesama pengguna. Ketika berinteraksi dengan pengguna lain melalui antarmuka (*interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber. Koneksi ini merupakan prosedur standar yang harus dilakukan oleh semua pengguna ketika memanfaatkan media sosial yakni melakukan *log in* atau masuk ke dalam media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (*username*) serta kata kunci (*password*). Semua fasilitas baru dapat diakses ketika pengguna telah melakukan *log in* dan sebaliknya pengguna tidak dapat berkomunikasi melalui fasilitas pesan di

facebook kepada jaringan teman-temanya ketika telah *log out*. Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan individu tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia *virtual*. Pengguna *facebook* harus memasukkan informasi dirinya, seperti nama, tempat tanggal lahir, pendidikan, dan hobi. Informasi ini tidak hanya dapat diakses oleh si pemilik akun, tetapi juga dapat dibaca oleh semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial. Kondisi ini pun dapat menyertakan prasyarat pertama bahwa setiap khalayak yang ingin menjadi pengguna di media sosial diberikan semacam formulir digital untuk diisi dengan identitas dirinya untuk mendapatkan akun di media sosial. Identitas, terlepas dari palsu atau tidak itulah yang akan menjadi entitas atau “seseorang” di dunia *virtual* nantinya.

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

Karakter media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content (UGC)*. Ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut *their own individualised place*, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Teknologi yang memungkinkan produksi serta sirkulasi konten yang bersifat massa dan dari pengguna atau *user generate content (UGC)*. Bentuk ini adalah format baru dari budaya interaksi (*interactive culture*) di mana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai

konsumen dari konten yang dihasilkan diruang *online* pada lain sisi. Misalnya di *youtube*, media sosial yang kontennya adalah *video* memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal atau *channel*. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di kanal ini pengguna dapat mengunggah *video* berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan. Ibarat sebuah kanal stasiun televisi di perangkat TV, kanal yang dibentuk oleh pengguna ini merupakan gambaran atau sebuah modul produksi dari TV secara mikro di media sosial.

G. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekalian dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari

media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkannya, misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Tentu secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut. Uniknya, konten tidak hanya sebatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial yang disebarkan tersebut juga memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak. Praktik pengembangan dan penyebaran

konten di media sosial dapat dilihat sebagai bentuk dari upaya individu sebagai pengguna media sosial dan anggota masyarakat *offline*. Ada beberapa alasan mengapa karakter penyebaran menjadi penting untuk media sosial, diantaranya: a) upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya, b) menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarkan, c) konten yang disebarkan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*). Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat dapat dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol *share* di *youtube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten *video*, baik ke platform media sosial

lainnya maupun media internet lainnya. Kekuatan dari penyebaran secara perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internetpun menggunakan / menyematkan tombol *share* di laman mereka. Tombol ini memungkinkan siapa pun jika berkunjung ke situs dapat membagikan informasi yang ada ke media sosial. Penyebaran ini tidak terbatas pada penyediaan teknologi semata, tetapi juga menjadi semacam budaya yang ada di media sosial.

4. Kesimpulan

Disadari ataupun tidak, evolusi dari teknologi dan media baru memberikan dampak yang dapat dikatakan mengepung segala aspek kehidupan manusia. Selain itu kehadiran media baru memberikan dampak banjirnya informasi (*too much information*). Dalam mengakses berita

terbaru yang terjadi disekitar kita, selama ini didominasi media tradisional, seperti televisi, radio, dan media cetak, dianggap satu-satunya saluran utama serta terpercaya dalam menyampaikan informasi. Kenyataannya membuktikan bahwa media sosial juga dapat menjadi medium dalam menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan yang baru terjadi beberapa detik lalu. Kekuatan ini memberikan perubahan perilaku khalayak yang awalnya mengakses media melalui perangkat televisi, namun sekarang melalui media telepon dengan perantara twitter yang *notabene* merupakan aplikasi media sosial dengan memuat 140 karakter saja.

Dampak lain adalah munculnya budaya berbagi yang berlebihan dan pengungkapan diri (*self disclosure*) di dunia maya. Budaya ini muncul dan terdeterminasi salah satunya karena hadirnya media sosial yang

memungkinkan secara perangkat siapa pun dapat mengunggah apa saja. Hal tersebut menjadi sebuah budaya yang pada akhirnya memberikan penaburan terhadap batas-batas antara ruang pribadi dan ruang publik. Sebuah status, misalnya, di dinding *facebook* dapat saja bercerita tentang kondisi yang dialami oleh si pemilik akun, tetapi layaknya dalam proses komunikasi dua arah kepada siapa status itu disampaikan, pun tidak dapat dijelaskan. Sebab, siapapun dapat membaca status tersebut dan siapa pun juga walau tidak dalam jaringan pertemanan si pemilik akun dapat mengomentarnya.

Media sosial tidak dapat dilihat sekedar salah satu bentuk media yang muncul terkait perkembangan teknologi informasi dan akses yang mudah khalayak terhadap internet. Media sosial juga membawa budaya, bahasa, sampai pada aspek ekonomi didalamnya.

Menurut Roger Fidler dalam Nasrullah (2016:207) kehadiran media sosial merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia. Tidak hanya mentransformasi kehidupan nyata menjadi *virtual*, tetapi di banyak kasus telah menjadi keunikan dari mediamorfosis. Mediamorfosis hadir akibat jalinan yang terjadi antarmanusia dengan teknologi. Ia hadir karena adanya inovasi-inovasi sosilogis maupun teknologi yang memberikan semacam struktur baru bagi masa depan manusia dan teknologi telah hadir di setiap sudut kegiatan manusia.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara *virtual*.

Adapun karakteristik media sosial, menurut Roger Fidler dalam Nasrullah (2016:16) yaitu:

A. Jaringan (*network*)

Kata jaringan (*network*) dapat dipahami dalam terminologi bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi dapat terjadi jika antarkomputer terhubung termasuk dalamnya perpindahan data. Akan tetapi, kata ini berkembang dari sekadar istilah yang digunakan dalam teknologi komputer menjadi istilah yang akrab digunakan dalam kajian budaya maupun sosial. Joost van Loon dalam Nasrullah (2016:16) menyatakan bahwa kata *network* menjadi kata yang sulit ditempatkan dalam peta konsep-konsep teori. Hal ini disebabkan kata tersebut tidak lagi mewakili terminologi dalam

teknologi informasi semata, tetapi juga telah melebar pada terminologi di bidang antropologi, sosiologi, budaya, dan ilmu sosial lainnya yang terkadang terminologinya semakin berkembang karena adanya proses mobilitas dari masyarakat, komoditas, kapital, tanda-tanda hingga informasi yang berkembang di dunia global. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Namun struktur atau organisasi sosial yang terbentuk di internet berdasarkan jaringan informasi yang dasarnya beroperasi berdasarkan teknologi informasi dalam mikroelektronik. Jaringan yang terbentuk antarpengguna (*user*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di

antara penggunanya. Tidak peduli di dunia nyata (*offline*) antarpengguna saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antarpengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas atau masyarakat yang secara sadar maupun tidak akan memunculkan nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. Di *facebook*, misalnya, pengguna tidak dapat sekenanya saja mempublikasikan sebuah pandangan dalam status atau komentar. Ada nilai-nilai yang melekat meski tidak tertulis dan mengatur tentang komunikasi terjadi di antara anggota *facebook* sebagaimana masyarakat pada umumnya. Walaupun jaringan sosial di media sosial terbentuk melalui perangkat teknologi, internet tidak sekadar alat (*tools*). Internet juga memberikan kontribusi terhadap

munculnya ikatan sosial di internet, nilai-nilai dalam masyarakat *virtual*, sampai pada struktur sosial secara *online*.

B. Informasi (*information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan, informasi menjadi semacam komoditas dalam masyarakat informasi (*information society*). Informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi yang menjadikan informasi itu komoditas bernilai sebagai bentuk baru dari kapitalisme. Castells dalam bukunya dalam Nasrullah (2016:19) memberikan lima karakteristik dasar informasi dan kehadiran teknologi informasi yang semakin merambah dalam segi-segi kehidupan masyarakat,

yakni: a) informasi merupakan bahan baku ekonomi, b) teknologi informasi memberikan pengaruh terhadap masyarakat maupun individu, c) teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi yang memungkinkan logika jaringan diterapkan dalam institusi maupun proses ekonomi, d) ketika teknologi informasi dan logika tersebut diterapkan, memunculkan fleksibilitas yang lebih besar dengan konsekuensi bahwa proses, organisasi, dan lembaga ekonomi dengan mudah dibentuk dan terus-menerus diciptakan, e) teknologi individu telah mengerucut menjadi suatu sistem yang terpadu. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain

membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*). Pada lain sisi, industri media sosial, seperti perusahaan yang membuat *facebook* atau *twitter*, juga menggunakan informasi sebagai sumber daya. Untuk melihat karakter informasi di media sosial dapat dilihat dari dua segi. Pertama, media sosial merupakan medium yang bekerja berdasarkan informasi. Dari sisi institusi, media sosial dibangun berdasarkan informasi yang dikodekan (*encoding*) yang kemudian didistribusikan melalui berbagai perangkat sampai terakses ke pengguna (*decoding*). Dari sisi pengguna, informasi menjadi landasan pengguna untuk saling berinteraksi dan membentuk masyarakat berjejaring di internet. Kedua, informasi menjadi komoditas yang ada di media sosial. Setiap orang yang ingin masuk ke

media sosial harus menyertakan informasi pribadinya, terlepas data itu asli atau dibuat-buat, untuk memiliki akun dan akses. Data yang diunggah ini menjadi komoditas yang dari sisi bisnis dapat diperdagangkan. Data ini pula yang menjadi representasi identitas dari pengguna. Terutama bagi pengguna yang tidak pernah bertemu secara fisik dan berkenaan secara *offline*, salah satu alasan terbentuknya jaringan di media sosial adalah kesamaan, seperti asal daerah, kegemaran, dan identitas lain yang diunggah oleh pengguna lain. Informasi di sini menjadi komoditas yang dikonsumsi antarpengguna.

C. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan dapat diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang diunggah di *facebook*, sebagai contoh, informasi itu

tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya dapat diakses. Inilah kekuatan media sosial, sebagai bagian dari media baru, yang tidak hanya bekerja berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip. Dalam kerangka teknologi komunikasi, arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses, hingga menaruh informasi. Dengan munculnya teknologi komunikasi, ada dua perubahan terhadap arsip, yakni a) kemampuan dari setiap pengguna internet untuk mengakses arsip dan melakukan perubahan terhadapnya, serta, b) arsip menjadi lebih berkembang dikarenakan apa yang disebut *the nature and distributions of its users*. Arsip di dunia maya tidak hanya dipandang sebagai dokumen resmi semata yang tersimpan. Arsip di internet tidak pernah benar-benar

tersimpan, ia selalu berada dalam jaringan, terdistribusi sebagai sebuah informasi, dan menjadi mediasi antara manusia-mesin dan sebaliknya, menurut Appadurai dalam Nasrullah, (2016:23). Oleh sebab itu, internet dapat ditempatkan sebagai medium pustaka digital dan komputer, atau perangkat lainnya, menjadi semacam portal untuk mengakses arsip-arsip yang tersimpan di ribuan bahkan jutaan komputer lainnya itu. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan. Pengandaian sederhana yang dapat dibuat dalam konteks ini adalah ketika mengakses media sosial dan memiliki akun di media sosial tersebut, secara otomatis pengguna telah membangun ruang atau gudang data. Gudang data tersebut diisi

oleh pengguna dan pintunya terbuka untuk dimasuki oleh siapa pun. Konsekuensi kunci dalam perkembangan teknologi informasi bahwa kehidupan sehari-hari maupun rutinitas menemukan saluran untuk diarsipkan secara digital sebagai rekaman seseorang dan bagaimana mereka membagikan hari demi hari kehidupannya, terkait dengan preferensi kehidupan personalnya, pandangan politik maupun agama, dan refleksi dari peristiwa yang mereka alami. Media sosial dapat dianggap sebagai ruang perpustakaan *virtual*. Layaknya perpustakaan, di media sosial juga ada kode panggil maupun kode rak buku sebagaimana yang terdapat di perpustakaan. Salah satunya yaitu dengan menggunakan tagar atau tag. Aktivitas mentagar (*tagging*) ini untuk menandakan topik apa yang sedang diperbincangkan oleh pengguna. Jika melihat cara kerjanya di *twitter*, tagar

tidak hanya sekadar penanda topik, tetapi juga menjadi informasi bahwa seberapa besar topik tersebut diperbincangkan atau menjadi populer di dunia *virtual*.

D. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antarpengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antarpengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikana tanda, seperti tanda jempol like di *facebook*. Sebuah *video* yang diunggah di laman youtube mendapatkan banyak komentar bukan dari pengguna yang sengaja mengunjungi laman *youtube*, melainkan melalui platform lainnya. Informasi dari *video* itu dibagi (*share*) melalui media

sosial lain, di situs pribadi, di broadcast melalui aplikasi pesan, seperti *blackberry messenger*. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*new media*). Dalam konteks ini David Holmes dalam Nasrullah (2016:26) menyatakan bahwa dalam media lama pengguna atau khalayak media merupakan khalayak yang pasif dan cenderung tidak mengetahui satu dengan yang lainnya: sementara di media baru pengguna dapat berinteraksi, baik di antara pengguna itu sendiri maupun dengan produser konten media. Secara teori kata “interaksi” dapat didekati dalam beberapa makna, yaitu: a) interaksi merupakan sebuah struktur yang menghubungkan khalayak maupun teknologinya yang dibangun dari perangkat keras maupun perangkat lunak dari berbagai sistem media, b) interaksi memerlukan individu sebagai

human agency. Perangkat teknologi seperti media sosial lebih banyak menjadi sarana atau alat yang sepenuhnya dapat digunakan oleh khalayak, c) interaksi menunjukkan sebuah konsep tentang komunikasi yang terjadi antara pengguna yang termediasi oleh media baru dan memberikan kemungkinan-kemungkinan baru yang selama ini ada dalam proses komunikasi interpersona, d) interaksi juga dapat diartikan sebagai konsep yang menghapuskan sekat atau batasan ruang dan waktu. Interaksi di ruang *virtual* dapat terjadi kapan saja dan melibatkan pengguna dari berbagai wilayah.

E. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia *virtual*. Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan dan etika yang mengikat penggunanya.

Aturan ini dapat dikarenakan perangkat teknologi itu sebagai sebuah mesin yang terhubung secara *online* atau dapat muncul karena interaksi di antara sesama pengguna. Ketika berinteraksi dengan pengguna lain melalui antarmuka (*interface*) di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada diruang siber. Koneksi ini merupakan prosedur standar yang harus dilakukan oleh semua pengguna ketika memanfaatkan media sosial yakni melakukan *log in* atau masuk ke dalam media sosial dengan sebelumnya menuliskan nama pengguna (*username*) serta kata kunci (*password*). Semua fasilitas baru dapat diakses ketika pengguna telah melakukan *log in* dan sebaliknya pengguna tidak dapat berkomunikasi melalui fasilitas pesan di *facebook* kepada jaringan teman-temannya ketika telah *log out*. Kedua, ketika berada di media sosial, pengguna

kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus mengarahkan individu tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia *virtual*. Pengguna *facebook* harus memasukkan informasi dirinya, seperti nama, tempat tanggal lahir, pendidikan, dan hobi. Informasi ini tidak hanya dapat diakses oleh si pemilik akun, tetapi juga dapat dibaca oleh semua orang yang terkoneksi ke situs jejaring sosial. Kondisi ini pun dapat menyertakan prasyarat pertama bahwa setiap khalayak yang ingin menjadi pengguna di media sosial diberikan semacam formulir digital untuk diisi dengan identitas dirinya untuk mendapatkan akun di media sosial. Identitas, terlepas dari palsu atau tidak itulah yang akan menjadi entitas atau “seseorang” di dunia *virtual* nantinya.

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

Karakter media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content (UGC)*. Ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten di ruang yang disebut *their own individualised place*, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain. Teknologi yang memungkinkan produksi serta sirkulasi konten yang bersifat massa dan dari pengguna atau *user generate content (UGC)*. Bentuk ini adalah format baru dari budaya interaksi (*interactive culture*) dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang *online* pada lain sisi. Misalnya

di *youtube*, media sosial yang kontennya adalah *video* memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal atau *channel*. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di kanal ini pengguna dapat mengunggah *video* berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan. Ibarat sebuah kanal stasiun televisi di perangkat TV, kanal yang dibentuk oleh pengguna ini merupakan gambaran atau sebuah modul produksi dari TV secara mikro di media sosial.

G. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Penyebaran (*share/sharing*) merupakan karakter lainnya dari media sosial. Medium ini tidak hanya menghasilkan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya, tetapi juga didistribusikan sekaligus dikembangkan oleh penggunanya. Praktik ini merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten

sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini adalah konten yang ada mendapatkannya, misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atau fakta terbaru. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis. Pertama, melalui konten. Di media sosial, konten tidak hanya diproduksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Tentu secara otomatis program yang ada di tiap-tiap *platform* media sosial juga menyebarkan setiap konten yang telah terpublikasi dalam jaringan tersebut. Uniknya, konten tidak hanya sebatas pada apa yang telah terunggah. Konten di media sosial yang disebarakan tersebut juga memungkinkan untuk berkembang dengan tambahan data, revisi informasi, komentar, sampai pada opini menyetujui atau tidak. Praktik pengembangan dan penyebaran konten di media sosial dapat dilihat sebagai bentuk dari upaya individu

sebagai pengguna media sosial dan anggota masyarakat *offline*. Ada beberapa alasan mengapa karakter penyebaran menjadi penting untuk media sosial, diantaranya: a) upaya membagi informasi yang dianggap penting kepada anggota komunitas (media) sosial lainnya, b) menunjukkan posisi atau keberpihakan khalayak terhadap sebuah isu atau informasi yang disebarakan, c) konten yang disebarakan merupakan sarana untuk menambah informasi atau data baru lainnya sehingga konten menjadi semakin lebih lengkap (*crowdsourcing*). Kedua, melalui perangkat. Penyebaran melalui perangkat dapat dilihat bagaimana teknologi menyediakan fasilitas untuk memperluas jangkauan konten, misalnya tombol *share* di *youtube* yang berfungsi untuk menyebarkan konten *video*, baik ke *platform* media sosial lainnya maupun media internet lainnya. Kekuatan dari penyebaran secara

perangkat juga dimanfaatkan oleh banyak medium di internet. Mulai dari media berita *online*, situs perusahaan, sampai pada media pendidikan di internet pun menggunakan / menyematkan tombol *share* di laman mereka. Tombol ini memungkinkan siapa pun

jika berkunjung ke situs dapat membagikan informasi yang ada ke media sosial. Penyebaran ini tidak terbatas pada penyediaan teknologi semata, tetapi juga menjadi semacam budaya yang ada di media sosial.

Referensi

Andries KF. 2015. Media dan Perubahan Sosial Budaya. ISSN 1907- 0993 E ISSN 2442-8264 Volume 12 Nomor 1 Juni 2015. Halaman 20-34. IAIN Sultan Amai Gorontalo.

Handayanto RT, Herlawati. 2016. Pemrograman Basis Data Di Matlab Dengan Mysql Dan Microsoft Access. Informatika. Bandung.

Martono N. 2014. Sosialisasi Perubahan Sosial, Persepektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial. Rajawali. Jakarta.

Nasrullah R. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Saebani BA. 2016. Perspektif Perubahan Sosial. CV Pustaka Setia, Bandung.