

Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya

James R. Situmorang

*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Katolik Parahyangan, james@unpar.ac.id*

Abstract

New media is a term used to distinguish it with the old media. The lines between new media with old media is difficult to determine with certainty because it depends on someone's perspective. The Internet can be considered as the beginning of the new media era because the Internet is very different from the previous media. At the beginning, the application on the Internet only Website and e-mail. After that came a variety of new applications or new media such as blogs, social networking sites, video sharing sites, online gaming, video conferencing and others. This article limits the utilization of the Internet in politics, business, education and sociocultural. The reason is that these four areas has been utilizing almost all the new media on the Internet.

Keywords: new media, internet, utilization, social networking sites, online

1. Pendahuluan

Munculnya istilah *new media* sangat terkait erat dengan hadirnya Internet di dunia ini. Sekalipun dalam perkembangannya new media tidak hanya terbatas kepada Internet namun Internet merupakan alat atau media yang paling dominan dalam era new media. Seperti dikatakan oleh Flew (2005:4), "The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media." Internet memang sangat fenomenal karena pada era telepon kabel dahulu tidak terbayangkan pada masa depan kabel-kabel telepon tersebut dapat memunculkan gambar, tidak hanya suara. Dan nyatanya Internet pun berkembang terus, awalnya internet dimanfaatkan untuk email dan situs, kemudian dimanfaatkan untuk blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, televisi internet, konferensi video, game online dan lain-lain. Internet juga tidak lagi mengandalkan kabel telepon melainkan sudah menggunakan teknologi Wireless Fidelity (Wi-Fi). Lap top generasi sekarang sudah dilengkapi fasilitas Wi-Fi dan area *hot spot* semakin banyak sehingga semakin mudah bagi seseorang untuk menjelajah Internet.

*Jurnal Administrasi Bisnis (2012), Vol.8, No.1: hal. 73–87, (ISSN:0216–1249)
© 2012 Center for Business Studies. FISIP - Unpar .*

Pendek kata, Internet telah menyatukan dunia seakan-akan dunia tidak mempunyai batas lagi. Apabila dulu seseorang di Indonesia mengirim surat ke seseorang di Amerika Serikat butuh waktu dua-tiga minggu hingga surat itu diterima, sekarang ini lewat email atau situs jejaring sosial surat elektronik itu langsung diterima oleh yang bersangkutan. Internet juga sudah dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis sehingga seseorang dapat melakukan belanja atau transaksi online lewat Internet. Internet telah mengubah banyak hal dalam kehidupan umat manusia. Internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di sebagian besar belahan bumi.

Menurut Flew (2005 : 3), "the idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies." Dalam hal ini beberapa pakar sepakat bahwa istilah *new media* digunakan untuk membedakan dari media lama atau media tradisional yang lebih dahulu ada. Misalnya, koran pada puluhan tahun silam berbentuk lembaran kertas dimana orang harus membeli atau berlangganan untuk mendapatkannya maka sejak adanya Internet, koran sudah banyak yang disajikan secara online lewat internet. Contoh lain, dulu orang berkirim surat melalui pos tetapi sekarang dapat melalui email. Tidaklah mudah menggolongkan suatu media ke dalam *new media* karena sulit untuk membedakan batasan antara *old media* dan *new media*. Sebagai contoh, Laser Disc (LD) dianggap kuno dibandingkan VCD, maka VCD dianggap sebagai *new media* namun VCD dianggap kuno dibandingkan DVD maka pertanyaannya apakah VCD termasuk *old media*? Sulit untuk menjawabnya.

Meskipun demikian beberapa media yang umum dianggap sebagai *new media* adalah Internet dengan begitu banyak aplikasinya seperti situs, email, blog, situs jejaring sosial, situs berbagi video, game online, e-books, koran online dan lain sebagainya. Di luar Internet dapat dimasukkan antara lain; DVD, komputer multi media, handphone, SMS. Wikipedia, ensiklopedia gratis di Internet bahkan menyatakan contoh yang paling tepat dijadikan *new media* adalah situs Wikipedia. "Wikipedia, an online encyclopedia, is one of the best examples of the new media phenomenon, combining Internet accessible digital text, images and video with web-links, creative participation of contributors, interactive feedback of users and formation of a participant community of editors and donors."

Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun dan untuk kepentingan apapun. Situs dapat dimanfaatkan untuk mencari pengetahuan sebagai bahan pelajaran ataupun tulisan namun situs juga seringkali menampilkan gambar-gambar porno yang dapat merusak akhlak manusia terutama anak kecil karena sekarang sudah banyak anak kecil yang mahir bermain Internet. Akan tetapi semua itu dikembalikan kepada pengguna Internet yang sebagian besar masih memanfaatkan Internet untuk hal-hal yang positif.

Dengan pertimbangan sangat banyak bidang yang memanfaatkan *new media* Internet maka dalam tulisan ini akan dibatasi dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya dimana keempat bidang ini berkaitan erat dengan media-media atau aplikasi yang terdapat di Internet.

2. Pembahasan

2.1. Bidang Politik

Internet dianggap sebagai awal dimulainya era new media diungkapkan oleh Owen (2008:1), "The new media environment and the rise of the Internet have had important implications for presidential communication. As the first chief executives of the new media era, President Bill Clinton and George Bush have established an online presence through the White house Website, www.whitehouse.gov. *New media* yang dimaksud adalah situs resmi Gedung Putih yang dapat terwujud karena hadirnya Internet.

Bidang politik merupakan bidang yang butuh publisitas sehingga Internet merupakan media yang banyak digunakan dalam hal promosi dari seorang tokoh politik ataupun partai politik. Media Internet pada umumnya digunakan untuk publisitas politik secara paralel dengan media tradisional atau konvensional. Tokoh politik atau partai politik akan memanfaatkan semua media yang dianggap potensial dalam meningkatkan popularitas tokoh ataupun partai politik tersebut. Penggunaan media oleh tokoh politik dan partai politik dikenal dengan istilah Komunikasi Politik. Komunikasi politik mencakup penggunaan media oleh pemerintah dan partai politik guna mendapat dukungan pada saat pemilihan umum atau juga di luar pemilihan umum (Riaz: 2010:2). Internet dimanfaatkan utamanya untuk menunjukkan bahwa tokoh ataupun partai politik tersebut "melek Internet" dimana mereka berusaha menjangkau pendukung, simpatisan, teman yang berasal dari kalangan masyarakat yang sering menggunakan Internet.

New media Internet yang paling sering digunakan oleh tokoh politik baik di Indonesia maupun di luar negeri adalah situs jejaring sosial. Situs yang paling populer adalah Facebook dan Twitter, selain itu juga ada MySpace yang populer di Amerika Serikat, Friendster yang sudah kurang populer dan LinkedIn. Pada masa kampanye Pilpres Indonesia tahun 2009 salah satu calon Wapres Prabowo Subianto memanfaatkan Facebook untuk menggalang dukungan bagi dirinya. Prabowo mendapat banyak "friends" atau pendukung sehingga sempat memunculkan masalah karena akun Facebook Prabowo menjadi melebihi kapasitas sehingga mendapat email notifikasi dari (komputer) pengelola Facebook. Meskipun media promosi Capres dan Cawapres pada saat itu tetap didominasi media tradisional seperti iklan di televisi dan surat kabar, spanduk, pamflet, baliho dan yang lainnya namun ketiga pasang Capres dan Cawapres yaitu SBY-Boediono, Megawati-Prabowo dan JK-Wiranto juga mempromosikan dirinya melalui koran online detik.com lewat foto-foto ketiga pasangan tersebut ditambah gambar bendera partai yang mendukung mereka.

Manfaat dari *new media* Internet pada masa kampanye jabatan politik seperti Pilpres diakui oleh kubu Barack Obama pada saat Obama berhasil memenangi jabatan Presiden tahun 2008. Dalam artikel resensi buku berjudul *Communicator-in-Chief: How Barack Obama Used New Media Technology to Win the White House* yang ditulis oleh Jarvis (2010:1) disebutkan bahwa situs untuk kampanye Obama mengorganisasi lebih dari seratus lima puluh ribu kegiatan, menciptakan lebih dari tiga puluh lima ribu kelompok, memiliki lebih dari 1,5 juta akun dan mendapatkan lebih

dari USD 600 juta dari 3 juta donor. Kampanye tersebut juga menggunakan YouTube untuk iklan gratis, mengirim alamat iklan tersebut kepada para pendukung dan meminta kepada pendukung untuk meneruskan iklan tersebut kepada teman dan keluarga mereka. Akun Facebook Obama mempunyai 3.176.886 pendukung dan lewat situs MySpace Obama mendapat 987.923 orang teman. Kampanye juga menggunakan *text messaging* untuk berhubungan dengan pemilih muda dan mengirim email sebagai *counter attacks*. Kampanye Obama yang *high-tech*, menggunakan Internet untuk mengecek fakta informasi, *counter attacks*, memperkuat koneksi kepada pendukung dan selalu siap dalam konsep 24/7 yaitu dapat dihubungi selama 24 jam setiap hari. Riaz (2010:6) menyimpulkan bahwa Obama dapat memimpin Amerika Serikat hanya karena penggunaan teknologi *new media* yang ekstensif.

Banyak juga politikus di Indonesia selain memanfaatkan situs jejaring sosial juga membuat blog pribadi. Dalam blog tersebut mereka mengungkapkan pandangan, gagasan ataupun kritik mengenai sesuatu hal yang sedang menjadi topik di tengah masyarakat. Dengan adanya blog tersebut akan membuat sang politikus berkesan lebih intelek karena dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi internet. Salah satu blog yang mendapat sorotan beberapa waktu yang lalu adalah sebuah blog yang bernama nazaruddin78.blogspot.com yang sebenarnya sempat diakui oleh Nazaruddin) sebagai blog miliknya namun tak lama setelah itu blog tersebut sudah tutup. Dalam blog tersebut Nazaruddin memberikan judul "Bertepuk Tanganlah Partai Lain" pada postingan pertamanya tanggal 30 Mei 2011 yang isinya berupa testimoni atau pembelaan Nazaruddin terhadap berbagai tuduhan yang dialamatkan kepadanya. Selama 2 hari saja posting pertama di blog tersebut sudah dikunjungi 20.000 orang (Inggried, 2011).

Dalam perpolitikan di Indonesia, hubungan yang terus dipelihara dengan teman-teman di situs jejaring sosial dan juga blog dalam tempo yang cukup lama mungkin akan berguna pada saat politikus tersebut melakukan kampanye pada pemilihan legislatif atau Pemilu pada sehingga dapat memenangi jabatan anggota dewan ataupun Kepala Daerah. Namun sebagian politikus aktif di situs jejaring sosial dan blog hanya pada saat kampanye saja karena membutuhkan pendukung yang banyak namun setelah itu tidak sempat lagi mengurus akun atau blognya karena alasan kesibukan kerja.

Pada pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 2004 email menjadi salah satu andalan dari calon presiden dalam menyampaikan pesan kepada para calon pemilih. Kandidat Presiden menggunakan pesan email untuk mempromosikan diri mereka lebih sering dibandingkan serangan lawan. Pesan-pesan yang ada dalam email ternyata merupakan instrumen yang potensial karena pesan tersebut dapat diteruskan (di forward) kepada banyak sekali orang lain yang *nonsubscriber*. Dengan demikian maka pesan-pesan email kandidat Presiden dapat digolongkan kedalam bentuk pemasaran viral yang menawarkan cara unik untuk mengatasi masalah penyebaran yang selektif (Williams dan Trammel, 2005:1).

Internet juga dapat digunakan sebagai media untuk sesuatu yang berkonotasi negatif misalnya ajakan untuk memboikot sesuatu. Kejadian berikut terjadi di negara RRC (Cina) yaitu pada tahun 2008 ketika muncul ajakan kepada pengguna Internet di Cina untuk memboikot Carrefour, raksasa retail dari Perancis. Ajakan boikot

terhadap Carrefour memang berbau bisnis namun sebenarnya persoalan ini berkaitan dengan masalah politik. Seperti diceritakan oleh Chung Tai Cheng (2009) dalam artikelnya berjudul *New Media and Event : A Case Study on the Power of the Internet*, Carrefour yang memiliki 120 toko di lebih dari 30 kota di RRC dituduh mendukung Dalai Lama dan kelompok-kelompok independen pro Tibet. Seperti diketahui, Cina menganggap Tibet adalah bagian dari Cina sehingga tidak mengakui Dalai Lama sebagai pemimpin Tibet. Untuk menghukum Carrefour, beberapa pengguna Internet di Cina menganjurkan untuk memboikot Carrefour dan mendesak pengguna Internet di Cina agar mau bergabung dengan cara dikirim *text message* dan postingan pada forum online.

Dimulai pada tanggal 14 April 2008, sina.com (situs hiburan dan mesin pencari terkenal di Cina) menyelenggarakan sebuah survei mengenai opini dari pengguna Internet di Cina apakah akan memboikot Carrefour atau tidak. Pada tanggal 16 April 2008, hampir 4,8 juta pengguna Internet berpartisipasi dalam survei ini. Sebagian besar dari mereka mendukung dilakukannya aksi boikot terhadap Carrefour dan merek-merek Perancis lainnya dan berjanji tidak akan berbelanja di Carrefour selama sebulan penuh. Anjuran untuk memboikot tidak hanya direspon oleh para pengguna Internet saja namun juga mencapai orang-orang yang berada di luar dunia maya.

Meskipun pada akhirnya boikot itu sulit dilaksanakan karena masalah itu akhirnya ditangani secara G to G namun paling tidak ada pelajaran yang dipetik yaitu melalui Internet dapat digalang dukungan untuk tujuan politis dalam tempo yang cepat dan jumlah yang besar sebagai alat penekan terhadap kelompok lain.

2.2. Bidang Bisnis

Pemanfaatan Internet dalam bidang bisnis dibagi menjadi dua bagian yaitu bisnis online dan pemasaran.

Bisnis Online

Internet juga dapat dijadikan media untuk melakukan bisnis, maka kemudian berkembanglah apa yang dikenal dengan istilah bisnis online. Dengan bermodalkan sebuah situs yang dirancang untuk bisnis online maka bisnis yang dilakukan melalui dunia maya sudah dapat berlangsung. Peluang bisnis non konvensional ini langsung direspon oleh banyak pihak, ada pihak yang memang serius terjun ke bisnis online namun banyak juga yang sekedar mencoba-coba. Bisnis online yang tumbuh mulai dari skala kecil sampai skala besar. Di antara perusahaan yang sukses mendunia melakukan bisnis lewat internet adalah amazon.com yang sering dijadikan contoh ideal kesuksesan dari sebuah bisnis online.

Bisnis online melalui Internet pada dasarnya merupakan bisnis yang menjanjikan mengingat pasarnya adalah pengguna Internet yang tersebar di seluruh dunia. Namun dalam prakteknya banyak kendala yang menghambat perkembangan bisnis online. Pertama, masalah keamanan dalam melakukan transaksi online. Masih banyak orang yang ragu apakah transaksi pembayaran kartu kredit yang dilakukannya benar-benar aman? Meskipun situs bisnis online tersebut sudah menggunakan sistem pengamanan yang canggih seperti SSL Secure namun tidak dapat seratus persen meyakinkan konsumen bahwa transaksi telah berlangsung dengan aman. Sekitar

sepuluh tahun silam, marak sekali terjadi kejahatan kartu kredit yang dikenal dengan istilah *carder*). Dalam kasus *carder*, Indonesia masuk peringkat atas dunia karena banyak pelakunya yang berdomisili di wilayah Indonesia dan beberapa orang berhasil diringkus oleh polisi. Sejak saat itu pula banyak situs bisnis online menolak transaksi pembayaran kartu kredit dari Indonesia. Toko buku online amazon.com memang menerima pembayaran melalui kartu kredit asal Indonesia namun menolak mengirim barang ke wilayah Indonesia. Kedua, meskipun pengguna Internet terus meningkat pesat namun hanya sebagian kecil saja yang menjadi pasar potensial dalam bisnis online. Kebanyakan pengguna Internet sekarang lebih memilih aktif di situs jejaring sosial, bermain game online atau sekedar browsing ke situs di sana sini.

Pada dasarnya bisnis online memang tidak cocok untuk semua jenis bisnis jadi kalau banyak pelaku bisnis online yang gagal wajar saja. Selain itu sebagaimana prinsip dasar bisnis maka bisnis online juga harus dikelola secara sungguh-sungguh. Pada sekitar pertengahan tahun 1990-an di Indonesia mulai muncul situs belanja eceran online, salah satunya dikelola oleh mantan aktris terkenal Lenny Marlina. Pada awalnya situs tersebut mampu menjangkau konsumen cukup banyak namun kemudian situs itu dijual ke pihak lain dan tidak jelas keberadaannya sekarang. Tahun 1999 juga pernah ada toko buku online yang bernama sanur.com namun sekarang juga tidak terdengar lagi namanya. Kalaupun ada situs bisnis online yang cukup baik pada umumnya itu adalah perusahaan yang basisnya adalah bisnis konvensional. Sebut saja, bhinneka.com (bisnis barang elektronik) dan gramediaonline.com (toko buku). Kekurangan dari situs bisnis online di Indonesia yang menjual produk adalah hampir semua situs bisnis online tersebut belum mampu menyediakan fasilitas pembayaran lewat kartu kredit sebagai salah satu ciri bisnis online. Pembayaran biasanya dilakukan dengan cara konvensional seperti transfer sehingga situs bisnis online lebih berperan sebagai tempat memesan barang.

Jenis bisnis online yang benar-benar menikmati manfaat dari Internet adalah situs-situs forex online seperti interbank.com, asiafxonline.com, forex.com dan betting and gambling misalnya ladbros.com, bet365.com, mansion.com. Kabarnya pemilik mansion.com adalah pengusaha Indonesia setelah memperoleh uang yang sangat banyak dari hasil menjual pabrik rokoknya. Bisnis online jenis ini meskipun pangsa pasarnya lebih terbatas namun perputaran uangnya dalam jumlah yang sangat besar.

Pemasaran

Peranan Internet dalam dunia bisnis yang sangat signifikan adalah berubahnya konsep pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan mulai memanfaatkan Internet sebagai ajang promosi ke seluruh dunia dengan membuat sebuah situs resmi perusahaan. Situs perusahaan umumnya menampilkan *company profile*, produk yang dijual dan berita menyangkut aktivitas perusahaan. Perusahaan juga menyediakan fasilitas email bagi orang yang hendak menghubungi perusahaan. Tidak hanya perusahaan besar bahkan perusahaan yang lebih kecilpun memiliki situs karena membuat sebuah situs tidaklah sulit dan biayanya relatif terjangkau. Yang membedakan adalah tampilan situs tersebut dimana situs perusahaan besar biasanya dikelola secara khusus sehingga data dan tampilannya sering diperbarui. Internet juga dijadikan sebagai media untuk menggaet calon konsumen atau pelanggan. Caranya adalah

dengan mengirim email dan *newsletter* yang dalam teori pemasaran Philip Kotler) merupakan contoh pemasaran langsung melalui Internet.

Salah satu jenis pemasaran yang memanfaatkan berbagai media yang ada di Internet adalah viral marketing atau pemasaran viral. Pemasaran viral adalah model pemasaran dari mulut ke mulut dengan menggunakan media Internet atau Internet Word of Mouth. Viral berarti virus yang penyebarannya berlangsung dengan cepat. Datta et.al (2005 : 72) menjelaskan apa yang dimaksud dengan viral marketing,

”On the internet, viral marketing is a marketing technique that induces web sites or users to pass on a marketing message to other sites or users, creating a potentially exponential growth (like a virus) in the message’s visibility and effect”

Media yang dapat digunakan dalam viral marketing yaitu email, blog, situs jejaring sosial dan situs berbagi video.

Berkaitan dengan situs jejaring sosial dan blog yang termasuk ke dalam media sosial, dikatakan oleh Philip Kotler dalam acara peresmian workshop Hyundai di Denpasar Bali sebagai berikut:”New marketing is social media”. Lebih lanjut dikatakannya,” pola pemasaran lewat *social media* memungkinkan interaksi antara produsen dengan konsumen produknya. Hal yang tidak mungkin ditemukan bila menggunakan pemasaran dengan cara lama. Konsumen yang puas akan menyebarkan kepuasan itu ke teman-temannya. Ini tidak bisa dilakukan lewat iklan.” (Wijoseno,2011)

Dunia perbankan juga memanfaatkan Internet sebagai media untuk melayani nasabahnya yang dikenal dengan konsep Internet Banking. Bank-bank besar di Indonesia seperti BCA, Mandiri, BNI, Permata sudah menyediakan layanan Internet Banking. Pada umumnya fasilitas yang disediakan oleh Internet Banking adalah transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa yang dilakukan dengan cara mendebet rekening nasabah yang bersangkutan. Paling tidak nasabah tidak perlu antri lagi di depan kasir bank seperti dahulu kala apabila hanya mentransfer atau membayar tagihan. Pengguna Internet Banking di Indonesia semakin banyak yang menyebabkan perputaran uang juga semakin besar sehingga Bank Indonesia rencananya akan membuat aturan baru mengenai penyelenggaraan Internet Banking yang lebih menjamin keamanan transaksi perbankan yang dilakukan.

2.3. Bidang Pendidikan

Manfaat Internet sebagai *new media* juga sangat dirasakan oleh dunia pendidikan, utamanya pada level pendidikan tinggi. Bagi mahasiswa yang hendak melanjutkan pendidikan di luar negeri akan sangat mudah mencari informasi tentang PT di luar negeri yang diminatinya hanya dengan mengakses situs PT tersebut yang ada di Internet. Bahkan beberapa PT terkenal di luar negeri menyediakan fasilitas untuk mengunduh formulir pendaftaran.

Konsep pendidikan konvensional banyak berubah setelah munculnya Internet. Model kuliah, perpustakaan, pembuatan tugas, pengisian rencana studi dan lain sebagainya sudah disesuaikan dengan apa yang dapat dilakukan melalui Internet. Sebagian besar PT di Indonesia sudah mengikuti perkembangan teknologi Internet

yang diharapkan dapat mempermudah mahasiswa dalam mendapatkan layanan yang disediakan oleh kampus.

Pemanfaatan Internet oleh kampus secara garis besar dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Situs resmi Perguruan Tinggi Perguruan Tinggi (PT) memiliki situs resmi yang dapat diakses oleh setiap pengguna Internet mengenai informasi yang dicari oleh pihak-pihak yang membutuhkan. Informasi yang paling sering dicari adalah jadwal Ujian Saringan Masuk (USM) PT tersebut beserta persyaratannya. Sudah banyak PT yang menyediakan fasilitas pendaftaran online untuk mengisi data yang diminta meskipun formulir pendaftarannya harus dibeli secara langsung, biasanya di bank-bank. Hasil USM juga sudah dapat dilihat oleh peserta USM di situs PT tempat ia mengikuti ujian. Semakin bagus situs PT tentunya akan mendapat respek yang baik dari para pengakses terutama dari calon mahasiswa.
2. Urusan Administrasi Setiap PT mungkin tidak persis sama mengenai apa yang bisa disediakan melalui pemanfaatan Internet namun umumnya adalah sebagai berikut:
 - a. Pengisian Formulir Rencana Studi (FRS) online. Sebaiknya pengisian FRS online dapat dilakukan melalui situs PT di Internet bukan melalui LAN sehingga mahasiswa dapat mengisi FRS dari mana saja bahkan kalaupun yang bersangkutan sedang liburan di luar negeri. Mengenai konsultasi dengan Dosen Wali dapat dilakukan melalui kontak email meskipun tidak semua Dosen Wali memiliki waktu untuk menjawab email dari mahasiswa.
 - b. Melihat nilai secara online Mahasiswa dapat melihat nilai tugas, praktikum, UAS, UTS secara online melalui situs PT di Internet. Seringkali mahasiswa setelah UAS pergi berlibur atau pulang kampung, namun melalui Internet mahasiswa tersebut tetap dapat mengakses semua nilai yang berkaitan dengan kegiatan perkuliahannya. Melalui situs itu juga sebaiknya mahasiswa dapat mencetak nilai-nilainya dalam format yang resmi sehingga hasil cetakan tersebut dapat dijadikan rapor atau Lembar Hasil Studi (LHS) per semester sehingga mahasiswa tidak perlu repot-repot mendatangi TU Fakultas/Jurusan untuk memperoleh LHS dan hal itu juga akan mengurangi kesibukan bagian akademik Fakultas/Jurusan.
3. Metode pengajaran Internet telah nyata mengubah metode atau cara pengajaran yang dilakukan oleh Dosen kepada mahasiswa. Hal-hal yang dapat dilakukan Dosen berkaitan dengan pemanfaatan Internet sebagai media pengajaran antara lain:
 - a. Dengan menggunakan lap top atau PC plus proyektor LCD maka dengan memanfaatkan fasilitas Internet kampus Dosen dapat memberikan materi kuliah dengan contoh-contoh yang ada di Internet.

- b. Dosen dapat meminta kepada mahasiswa untuk membuat sebuah milis di Yahoo atau Google dan sejenisnya sebagai media komunikasi antara Dosen dan mahasiswa yang berkaitan dengan materi kuliah, pengumpulan tugas dan bahan presentasi.
 - c. Dosen memberi tugas kepada mahasiswa dengan mencari data-data yang ada di Internet. Sayangnya sebagian besar mahasiswa hanya melakukan "copy paste" terhadap materi yang didapatkan dari Internet. Sebaiknya Dosen tidak mentolerir hal tersebut dan memberi nilai yang jelek kepada tugas model "copy paste" sehingga ke depannya mahasiswa tidak lagi berani melakukan hal yang sama dan materi dari Internet hanya sebagai referensi saja.
 - d. Dosen juga dapat melakukan *video conference* dengan PT lain baik di dalam ataupun di luar negeri apabila fasilitas di PT tersebut memungkinkan untuk melakukan kegiatan tersebut. Sebenarnya sekarang ini *video conference* sudah lebih murah biayanya dengan memanfaatkan layanan dari MSN Messenger, Yahoo Messenger atau Skype.
4. Perpustakaan digital Sudah banyak PT yang menyediakan layanan perpustakaan digital dimana buku yang ada diperpustakaan sudah diubah ke format digital, biasanya menggunakan format pdf. Fasilitas ini memang biasanya hanya dapat diakses oleh pengguna Internet yang memiliki akses ke fasilitas tersebut, misalnya mahasiswa dan dosen PT tersebut saja atau pihak lain dalam kaitan kerjasama antar universitas yang berbentuk jaringan seperti APTIK (Asosiasi Perguruan Tinggi Katolik) Indonesia.
 5. Jurnal online Sebagian besar PT di Indonesia telah berlangganan jurnal online yang sesuai dengan kebutuhan PT tersebut. Pengelola jurnal online yang terkenal antara lain Proquest, JSTOR, Elsevier dan Springer. Kehadiran jurnal online sangat membantu Dosen dan juga mahasiswa dalam menyusun sebuah karya tulis ilmiah, apakah itu makalah, artikel, skripsi, tesis dan disertasi. Apabila dulu kebanyakan karya tulis menggunakan buku teks sebagai referensi maka sekarang ini jurnal sudah menjadi referensi utama dalam penulisan karya tulis ilmiah. Melalui jurnal online dapat diperoleh bahan bacaan yang sangat banyak sehingga dapat dihindari kasus plagiasi dan karya tulis ilmiah tersebut seharusnya lebih berbobot.

Internet juga dijadikan media untuk program kuliah jarak jauh (*distance learning*) yang diselenggarakan oleh PT yang menyediakan perkuliahan jenis itu. Beberapa PT di luar negeri sering menawarkan program tersebut di Internet dan mungkin saja peminatnya banyak karena siapapun yang memenuhi syarat dapat menempuh program tersebut di negara manapun dia berada. Tentunya calon mahasiswa harus hati-hati dalam memilih PT yang dituju dengan mempertimbangkan reputasi PT penyelenggara kuliah jarak jauh tersebut.

2.4. Bidang Sosial Budaya

Riaz (2010:3) mengatakan, "Today, we are living in digital world where new media technology has changed the world. We all have been heavily influenced by new media technology. We all use internet for information and connection purpose. The advent of internet has drastically changed our life styles". Internet sebagai new media dengan berbagai macam aplikasinya telah mengubah dunia. Gaya hidup dan perilaku masyarakat banyak dipengaruhi oleh Internet.

Dampak dari Internet sangat terasa dalam bidang sosial budaya yang menyangkut kehidupan sehari-hari masyarakat. Beberapa aplikasi Internet yang populer di kalangan pengguna Internet dan adalah koran online, situs jejaring sosial, situs berbagi video dan blog. Pengaruh dari *new media* tersebut sering juga menjangkau masyarakat yang tidak mengakses internet.

Situs jejaring sosial

Begitu banyak orang yang gandrung terhadap situs jejaring sosial di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Situs jejaring sosial yang populer di Indonesia adalah Facebook dan Twitter. Indonesia termasuk papan atas dalam jumlah pengguna per negara (ranking dunia) di kedua situs tersebut. Dikutip dari International Business Times online disebutkan bahwa pengguna Facebook di Indonesia berjumlah 33 juta orang dan menempati peringkat kedua di dunia. Untuk Twitter, Indonesia juga masuk ke dalam 3 besar dunia dalam hal jumlah pengguna. Apakah hal tersebut merupakan prestasi? Paling tidak, Presiden SBY menganggap itu sebagai hal yang positif, seperti diucapkannya saat memberikan sambutan dalam Overseas Private Investment Corporation (OPIC) yang berlangsung di Ballroom Hotel Sangri La, Jakarta, Rabu tanggal 4-5-2011. "Pemuda kami ini bisa dibilang paling '*connected*'. Saat ini kita adalah pengguna Facebook tertinggi kedua di dunia, dan tertinggi ketiga pengguna Twitter," kata SBY.

Jumlah pengguna Facebook sebanyak 33 juta orang masih perlu dipertanyakan, apakah perhitungannya berdasarkan jumlah akun? Pengguna Internet dari Indonesia seringkali berlaku "usil", misalnya seseorang membuka akun di Facebook lebih dari satu, belum lagi berapa banyak akun Facebook palsu. Meskipun demikian harus diakui bahwa pada dasarnya orang Indonesia memang senang berkomunikasi dengan pihak lain. Hal itu sesuai dengan ciri bangsa Indonesia sebagai bangsa yang ramah sehingga wajar saja terdapat banyak pengguna Facebook dan juga Twitter dari Indonesia.

Pada dasarnya situs jejaring sosial adalah sebuah media komunikasi yang melintasi batas negara karena menggunakan fasilitas Internet. Meskipun Facebook dapat dijadikan sebagai media bisnis atau pemasaran namun Facebook lebih berperan sebagai media sosial. Situs jejaring sosial dapat digunakan untuk:

1. Mencari teman lama atau saudara yang sudah putus komunikasi
2. Menjalani hubungan dengan anggota situs lainnya.
3. Menggalang dukungan untuk orang-orang atau sesuatu hal tertentu.

Beberapa tahun yang lalu Facebook digunakan sebagai media untuk menggalang dukungan untuk Bibit dan Chandra, dua orang pimpinan KPK yang terkena proses hukum dan pada akhirnya kasus Bibit dan Chandra dideponering oleh Kejaksaan Agung. Terakhir ini muncul pula sebuah group di Facebook yang berjudul "Sejuta dukungan untuk keluarga AL yang bongkar contekan massal di Surabaya". Dukungan yang dimaksud adalah untuk Siami, Ibu dari Alif, murid yang disuruh memberikan contekan kepada teman-temannya yang dikenal sebagai "kasus contekan missal" saat Ujian Nasional di SDN Gadel II/577 Surabaya. Sebagaimana diketahui, Siami adalah orang yang melaporkan terjadinya kasus contekan massal di SD tersebut. Dukungan lewat Facebook bisa saja menular kepada masyarakat karena beritanya biasanya diekspos oleh televisi yang ditonton oleh masyarakat banyak.

Situs jejaring sosial juga sering menimbulkan masalah, antara lain:

1. Banyak akun palsu (di Indonesia paling sering terjadi di situs Facebook) yang umumnya menimpa orang-orang terkenal, bisa artis, politikus, pejabat, tokoh agama dan yang lainnya. Akun Facebook palsu ini sering dijadikan sebagai alat untuk melakukan penipuan dengan mencatut nama tokoh terkenal tersebut.
2. Keributan rumah tangga yang dipicu oleh salah satu pihak yang lupa waktu bermain situs jejaring sosial ataupun salah satu pihak cemburu karena pasangannya menjalin hubungan dengan orang lain.
3. Kasus kejahatan yang menimpa seseorang (umumnya wanita) dimana yang bersangkutan diajak bertemu oleh orang lain yang baru dikenalnya lewat situs jejaring sosial dan kemudian yang bersangkutan ditipu, dibawa lari atau juga dianiaya oleh orang yang baru dikenalnya itu.
4. Pengguna situs jejaring sosial ada yang mengunggah gambar porno di salah satu akun, biasanya akun palsu dan juga mengirim gambar porno tersebut ke akun orang lain. Hal tersebut dapat menjadi masalah serius karena pengguna situs jejaring sosial banyak yang berusia muda.
5. Karyawan yang hobi Internet menjadi lebih sibuk bermain situs jejaring sosial dibandingkan mengurus pekerjaannya. Di beberapa negara misalnya AS, Inggris, Swiss banyak perusahaan yang melarang karyawannya membuka situs jejaring sosial pada saat jam kerja. Berikut ini dikutip dari *Metrotvnews.com* (2009), "Lebih dari separuh perusahaan di Amerika Serikat melarang karyawannya membuka situs jejaring sosial seperti Facebook, MySpace, dan Twitter, di saat jam kerja. Ini berdasarkan hasil survei terbaru perusahaan penelitian independen Robert Half Technology, penyedia profesional teknologi informasi yang berpusat di California. Survei itu membuktikan, sekitar 54 persen kepala petugas penerangan (CIO) dari 1.400 perusahaan di AS melarang sama sekali karyawannya membuka jejaring sosial. Dave Willmer, Direktur Pelaksana Robert Half Technology, mengatakan, penggunaan laman jejaring sosial bisa menurunkan kinerja pegawai. Konsentrasi para pegawai bisa terpecah dan menjauhi target."

Bagaimanapun, situs jejaring sosial masih menjadi primadona sebagai *new media* dalam berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia sehingga jumlah

pengguna situs jejaring sosial, paling tidak di Indonesia bertambah secara signifikan. Pengguna situs jejaring sosial ternyata tidak hanya pandai berteman di Internet melainkan juga di dunia nyata, seperti ditulis oleh Kristo (2011) berikut ini,” Terdapat spekulasi tentang dampak penggunaan jejaring sosial pada kehidupan sosial seseorang dan kebanyakan berpusat pada kemungkinan situs semacam itu merusak relasi dan menjauhkan mereka dari partisipasi di dunia nyata,” tukas pemimpin riset dari lembaga Pew Research Center di Amerika Serikat, Keith Hampton. ”Kami menemukan hal sebaliknya, bahwa orang yang memakai situs seperti Facebook sebenarnya memiliki lebih banyak relasi dan cenderung lebih terlibat dalam aktivitas kenegaraan dan politik,” katanya.

Situs Berbagi Video

Situs berbagi video yang sangat populer di seluruh dunia adalah YouTube yang sekarang merupakan anak perusahaan dari Google. Jadi tidak heran orang mengidentikkan situs berbagi video adalah YouTube padahal masih banyak situs berbagi video lainnya seperti Albino Blacksheep, Break.com, Collegehumor.com, Fail Blog, Funny or Die, JibJab, LiveVideo, Metacafe, Newgrounds.com, Pandora tv, Veoh.com dan ebaumsworld. YouTube memang menjadi favorit pengguna Internet sebagai media untuk mencari video yang lagi trend ataupun video lainnya yang jumlahnya sangat banyak. Selain itu juga seseorang dapat mengunggah hasil rekaman video yang dibuat atau dimilikinya.

Seseorang dapat menjadi terkenal melalui YouTube apabila rekaman videonya ditonton oleh banyak pengguna Internet. Masih ingat kisah Sinta dan Jojo, dua orang gadis asal Bandung yang tiba-tiba populer melalui rekaman video di YouTube yang berisi aksi *lipsync* mereka dengan kepala yang digeleng-gelengkan. Atau cerita mengenai Norman Camaru, seorang anggota Brimob Gorontalo yang tiba-tiba menjadi artis dadakan lewat aksi ”chaiya-chaiya”nya. Tidak ada yang istimewa dari aksi yang mereka lakukan namun nyatanya sebagian besar pengakses YouTube sangat menyukai aksi mereka dan kemudian meluas ke tengah masyarakat lewat pemberitaan televisi dan media cetak. Kabarnya banyak juga orang di negara lain yang menjadi populer setelah aksinya ditonton banyak orang melalui situs YouTube seperti pernah diberitakan oleh salah satu televisi swasta nasional lewat acaranya berjudul ”On the Spot”.

Gambar dari situs berbagi video sangat cepat menyebar bagai virus. Hal itu juga yang terjadi dalam kasus video porno yang menimpa Ariel Peterpan. Awalnya kasus itu diunggah ke situs YouTube oleh seseorang, ditonton oleh beberapa orang dan berita itu cepat menyebar ke banyak orang yang kemudian mencoba melihatnya langsung di YouTube. Gambar video di YouTube seperti video Ariel sangat mudah diunduh dan kemudian dikirim ke telepon genggam dan sejenisnya sehingga semakin banyak orang yang pernah melihat video porno tersebut. Sesuatu yang bermula dari Internet nyatanya dapat menyebar ke masyarakat luas yang bukan pengguna Internet.

Kita harus melihat sisi positif situs sejenis YouTube. Sudah banyak orang yang mengunggah video ke situs tersebut sehingga apapun dapat kita lihat videonya di YouTube seperti sejarah perjuangan bangsa, sejarah dunia, ilmu pengetahuan, tokoh-tokoh terkenal, tempat-tempat terkenal dan lain sebagainya. Tidak hanya video rekaman, YouTube juga menyajikan gambar live melalui siaran langsung selu-

ruh pertandingan Copa America 2011 yang dimulai tanggal 1 Juli lewat alamat youtube.com/copaamerica

Koran Online

Sekian tahun setelah Internet muncul maka dimulailah era koran online. Di Indonesia salah satu pelopornya adalah detik.com yang berdiri pada tanggal 9 Juli 1998. Situs ini dengan cepat menjadi populer bagi pengguna Internet asal Indonesia. Setelah itu koran online mulai bertambah satu per satu sehingga sekarang koran online sudah banyak. Sebagian besar koran online itu milik koran nasional yang tradisional atau konvensional misalnya kompas.com adalah koran online milik harian Kompas, suarapembaruan.com milik harian Suara Pembaruan dan lain sebagainya. Koran online milik koran nasional dipelopori oleh Kontan yang berdiri pada Juli 2008. Sebetulnya agak janggal juga koran tradisional membuat koran online namun koran tradisional menyadari bahwa era *new media* di bidang jurnalistik sudah dan terus berlangsung, salah satunya adalah koran online. Pengguna Internet dipersilakan mengakses koran online sementara yang setia kepada koran tradisional dipersilakan membeli atau berlangganan koran tersebut.

Koran online yang semakin banyak tentu saja membuat oplah koran tradisional berkurang dan itu diakui oleh beberapa penerbit surat kabar. Tidak heran apabila beberapa bulan yang lalu harian Kompas menyelenggarakan undian hadiah mobil bagi pelanggan baru harian Kompas pada periode itu. Kalau ditanya mungkin Kompas menampik kalau undian itu tujuannya untuk menambah jumlah pelanggan yang sudah semakin berkurang namun ketika dulu harian Kompas masih menjadi pemimpin pasar rasanya tidak pernah mengadakan undian hadiah mobil bagi calon pelanggannya.

Keunggulan koran online adalah berita yang disajikan selalu berita hangat atau kalau ada berita tentang sesuatu hal maka berita itu selalu diperbarui, jadi tidak heran kalau berita di koran online pendek-pendek. Apabila ada kasus yang menjadi perbincangan masyarakat maka orang yang penasaran tinggal mengakses koran online dan informasi yang disajikan akan di terus diperbarui secara periodik. Koran online juga dapat diakses selama 24 jam jadi tidak soal apakah seseorang baru bisa membaca berita pada tengah malam ataupun dini hari. Koran online menggunakan media Internet sehingga dimanapun seseorang mengakses Internet tidak ada masalah baginya untuk membaca koran online yang terbit di negara manapun. Koran online semakin banyak dibaca orang karena *new media* juga bertambah misalnya i-pad dan smartphone yang memudahkan orang masuk ke Internet.

Blog

Blog pernah menjadi tren tersendiri di Internet sebelum situs jejaring sosial menjadi sangat populer. Dalam laporan "State of the Blogosphere", Technorati, sebuah mesin pencari blog, mengklaim telah melacak lebih dari 57 juta blog pada bulan Oktober 2006 dan 100.000 blog baru dibuat setiap harinya. (Scott, 2007:297). Blog dijadikan media komunikasi melalui materi yang disajikan dalam blog dan kemudian ada pengguna Internet lain yang menanggapi. Hampir sama dengan situs jejaring sosial, blog yang banyak dikunjungi adalah blog-blog yang isinya tentang sesuatu yang tengah menjadi sorotan khalayak ramai. Isi dari blog juga sangat beragam mulai dari yang rada ngawur sampai yang serius, mulai dari guyonan, gosip, puisi,

cerita sampai ilmu pengetahuan. Salah satu situs yang khusus berisi blog adalah www.xanga.com yang dikenal sebagai *weblog community*.

Meskipun membuat blog tidaklah sulit namun banyak pengguna Internet yang tidak mau membuat blog karena mengurus blog memerlukan keseriusan dimana pemilik blog (blogger) yang baik harus sering mengganti isi blognya. Jumlah blog di Internet memang sangat banyak tetapi hanya sedikit blog yang benar-benar oke. Banyak blog yang ketika diakses sudah tidak bisa. Blogger berkesan lebih intelek karena seorang blogger pada dasarnya harus membuat materi untuk blognya dan tidak semua orang mampu melakukannya. Paling tidak seorang blogger memiliki pendidikan dan pengetahuan yang cukup baik. Berbeda dengan situs jejaring sosial yang untuk menjadi anggotanya sangat mudah, sehingga banyak orang dari kalangan bawah yang menjadi anggota situs jejaring sosial.

3. Kesimpulan

Dalam pembahasan sudah dikemukakan bahwasanya Internet menjadi *new media* yang paling banyak dimanfaatkan oleh manusia. Hal tersebut dapat terjadi disebabkan oleh, pertama, pengguna Internet di seluruh dunia sangat banyak yang diperkirakan tahun 2011 ini berjumlah 2 milyar orang dan kedua, Internet menyediakan aplikasi yang sangat beragam yang memungkinkan orang melakukan bermacam kegiatan di Internet, sebut saja situs jejaring sosial, situs berbagi video, game online, blog, bisnis online, konferensi video, e-books, koran online, forum *chatting* online, milis dan lain sebagainya.

Internet telah dimanfaatkan oleh semua ilmu pengetahuan dan oleh karenanya berkaitan dengan banyak bidang kehidupan manusia. Dalam tulisan ini pemanfaatan Internet dibatasi dalam bidang politik, bisnis, pendidikan dan sosial budaya. Pertimbangannya adalah karena berbagai *new media* yang ada di Internet hampir semuanya telah dimanfaatkan oleh keempat bidang tersebut. Pemanfaatan yang dimaksud adalah untuk tujuan positif meskipun dalam prakteknya Internet digunakan juga untuk tujuan negatif oleh sebagian kecil pengguna Internet. Beberapa *new media* di Internet seperti situs jejaring sosial dan situs berbagi video sering kali mempengaruhi gaya hidup pengguna Internet dan bukan hanya itu, materi yang diunggah ke kedua media itu juga mudah sampai ke masyarakat luas misalnya melalui telepon genggam yang sebagian besar masyarakat sudah memilikinya.

Internet merupakan bagian dari teknologi informasi yang terus akan berkembang sebagaimana yang sudah terjadi selama ini. Di masa depan pasti akan muncul *new media* yang akan menggantikan media yang ada sekarang yang nantinya akan bergeser sebagai *old media*. Siklus seperti ini akan terjadi selama peradaban manusia dengan Internetnya masih berlangsung.

Daftar Rujukan

- Chung Tai Cheng. 2009. *New Media and Event: A Case Study on the Power of the Internet*. Know Tech Pol, Vol.22.
- Datta, Palto R.et.al. 2005, Viral Marketing: New Form of Word-of-Mouth through Internet, *The Business Review*, Volume 3, No. 2.
- Flew, Terry. 2005. *New Media*. Oxford University Press
- Inggried, Maria Natalia. 2011. *Nazar Diingatkan Tak Sembarang Menulis. Blog*, Kompas.<http://nasional.kompas.com/read/2011/06/01/15373628/Nazar.Diingatkan.Tak.Sembarang.Menulis.Blog>.
- International Business Times. 2011. *Facebook Country Statistics Penetration Rank*. <http://www.ibtimes.com/articles/99179/20110110/facebook-country-statistics-japan-us-uk-indonesia-vatican-city-india-penetration-rank.htm>.
- Jarvis, Sharon E. 2010. *Communication-in-Chief: How Barrack Obama Used New Media Technology to Win the White House*. Presidential Studies Quarterly, Vol. 40 Iss 4.
- Khumaini, Anwar 2011. *Di depan Pengusaha AS, SBY Banggakan Pengguna Twitter RI*. <http://www.detikinet.com/read/2011/05/04/135153/1632201/398/di-depan-pengusaha-as-sby-banggakan-pengguna-twitter-ri>.
- Kristo, Fino Yurio. 2011. *Riset Pengguna Facebook Lebih Mudah Bergaul*. detikinet. <http://www.detikinet.com/read/2011/06/17/104224/1662326/398/riset-pengguna-facebook-lebih-mudah-bergaul?i991102105>.
- Metrotvnews. 2009. *Perusahaan di AS Larang Karyawan Buka Facebook*. <http://metrotvnews.com/index.php/metromain/newscat/internasional/2009/10/09/4259/Perusahaan-di-AS-Larang-Karyawan-Buka-Facebook>.
- Owen, Diana dan Richard Davis. 2008. *Presidential Communication in the Internet Era*. Presidential Studies Quarterly, Vol.38 Iss.4.
- Riaz, Saqib. 2010. *Effects of New Media Technologies on Political Communication*. Journal of Political Studies, Vol.1 Iss.2.
- Scott, David Meerman. 2007. *The New Rules of Marketing and PR*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Wijoseno, Gagah. 2011. *New Marketing is Social Media*. detikFinance. <http://www.detikfinance.com/read/2011/05/29/112500/1649442/4/philip-kotler-new-marketing-is-social-media>.
- William, Andrew Paul dan Kaye D. Trammel, 2005, Candidate Campaign E-mail Messages in the President Election 2004, *The American Behavioral Scientist*, Volume 49, Iss. 2.