

## MEDIA BARU DAN PERUBAHAN PERILAKU

**Elismayanti Rambe**

STAIN Mandailing Natal

elismayantirambe@stain-madina.ac.id

---

### ***Kata kunci***

*Media Baru,  
Perubahan Perilaku*

### ***Abstrak***

Penulis melakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang mendasar di antaranya adalah: Bagaimana perkembangan media baru saat ini, apakah dampak media baru terhadap perubahan perilaku manusia saat ini dan bagaimana pemanfaatan media baru agar tidak salah digunakan. Adapun metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Sehingga dari penelitian ini peneliti menghasilkan Setiap individu pengguna media baru seharusnya memiliki kesadaran pribadi, bahwa apapun yang diunggah ke dalam media sosial selain dapat mempengaruhi citra diri sendiri, juga dapat mempengaruhi hubungan sosial dengan pihak lain. Keluasan informasi hendaklah dipilah dengan bijaksana, mana saja yang dapat digunakan dengan baik tanpa melanggar norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam kehidupan sosial. Kebebasan dan mampu mengendalikan harus tetap berpegang pada prinsip-prinsip etika komunikasi yang baik. Dalam pemanfaatan media baru secara berkualitas, menyimpulkan beberapa hal yang dapat dilakukan dalam menghindari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya. Hal tersebut adalah proteksi informasi pribadi, etika dalam berkomunikasi. Oleh karena itu harus digunakan secara bijak untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan

### ***Keywords***

*New Media, Change  
Behaviour*

### ***Abstract***

*The author conducted this study aimed to see the underlying problems are: How is the development of new media today, what is the impact of new media on changing human behavior today and how the use of new media is not mistaken for use. The method used is a qualitative approach with interview, observation and documentation techniques. So from this research, the researchers produced that every individual new media user must have personal awareness, that whatever is uploaded to social media can affect one's own image, it can also affect social relationships with other parties. The extent of the appropriate information is wisely sorted, which ones can be used properly without proper norms and values in social life. Freedom of expression must adhere to good communication ethics and self-control. In the use of new media in a quality manner, concludes a number of things that can be done in order to avoid the problems previously described. These are protection of personal information, ethics in communication. Therefore it must be used wisely to avoid things that are not desirable.*

## Pendahuluan

Saat ini media baru sangat membawa perubahan yang mendasar pada seluruh aspek kehidupan masyarakat saat ini. Karena media baru adalah sebagai ruang publik bagi, penggunaannya akibat dari intervensi kecanggihan teknologi media baru. Pengaruhnya begitu tampak mulai individu hingga hubungan sosial.<sup>1</sup>

Penggunaan media baru seperti internet dan media sosial membuka pintu munculnya pemikiran baru dan kreatif tentang bagaimana mengatur dan merencanakan suatu gerakan dan revolusi sosial yang cepat memberikan dampak perubahan dalam diri individu maupun secara global. Media baru memberi pengaruh yang mendasar mulai dalam bidang sosial<sup>2</sup>, politik, ekonomi, dan budaya hingga merasuk pada aspek pemikiran.<sup>3</sup>

Diantara yang sangat penting perubahan dalam aspek keagamaan adalah pergeseran otoritas keagamaan dan pola-pola hubungan antara pengikut dengan tokoh-tokoh atau pemimpin agama yang menjadi panutan dalam kehidupan sehari-hari. Sebelumnya otoritas keagamaan hanya dimiliki oleh para ulama, mursyid, guru agama, ustadz, pemerintah melalui Kementerian Agama, dan lembaga-lembaga non-pemerintah.<sup>4</sup>

Kini otoritas keagamaan mengalami pergeseran ke media baru yang tampak impersonal dan berbasis pada jejaring informasi (internet). Setiap orang dapat mengakses pengetahuan menurut selera dan kebutuhan masing-masing. Seseorang yang memerlukan jawaban atas suatu persoalan tidak harus bertanya langsung kepada media yang saat ini berkembang dan mudah dipercayai, dengan mudah setiap orang bisa menemukan jawaban dan mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tersedia di media, sebab media sebagai media yang sangat transparansi dalam segala aspek kehidupan.<sup>5</sup>

Penelitian ini mengulik yang terjadi antara perubahan perilaku dengan perkembangan media baru dalam kehidupan masyarakat saat ini. Karena itu, tulisan ini akan membahas dampak media baru perubahan perilaku di Indonesia serta manfaat perubahan tersebut bagi dinamika kehidupan.

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan media baru saat ini ?
2. Apakah dampak media baru terhadap perubahan perilaku manusia saat ini ?
3. Bagaimana pemanfaatan media baru agar tidak salah digunakan?

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui perkembangan media baru saat ini
2. Untuk Mengetahui dampak media baru terhadap perubahan perilaku manusia saat ini
3. Untuk Mengetahui pemanfaatan media baru agar tidak salah digunakan

## Metode

Metode penelitian merupakan suatu desain penelitian yang utuh, mencakup pendekatan yang digunakan, tehnik pengumpulan data, sampai pada penentuan lokasi penelitian. Adapun jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan ini diarahkan

---

<sup>1</sup>Anang Sugeng, *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, Jurnal Sosial, No. 2, Vol. 1 Tahun 2020

<sup>2</sup>Pada bidang sosial akan sangat berdampak pada kemajuan ekonomi dan system tatanan politik saat ini.

<sup>3</sup>Hubungan atas nilai dan agama yang telah ada sejak dulu kini harus dapat berkolaborasi terhadap IPTEK sehingga mampu menyeimbangi antara agama dan IPTEK itu sendiri.

<sup>4</sup>Fahmi Anwar, *Perubahan dan permasalahan media sosial*, Jurnal *Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan seni*, Vol. 1, No. 1, April 2017.

<sup>5</sup>Errika Dwi, *Komunikasi dan Media Sosial*, Jurnal *The Messenger*, Vol III, No. 1 Edisi Juli 2011

pada latar dan individu secara holistik/utuh.<sup>6</sup> Sebagai informan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan media baru dengan batasan jumlah sebanyak 15 informan. Adapun sebagai sumber data terdapat data buku-buku pendukung dan jurnal yang membantu dalam landasan teorinya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara secara mendalam, observasi dan dokumentasi.

## Hasil dan Pembahasan

Media baru dipahami sebagai produk teknologi komunikasi media masa mendatang sehingga bersama terus berkembang yang dikenal dengan computer digital. Pada masa 1980-an media kala itu yang digunakam terutama pada media cetak dan analog seperti koran, bioskop, televisi, radio dan lain sebagainya.<sup>7</sup> Sekarang masih ada radio, televisi, digital dan bioskop, dan mesin cetak telah diubah oleh teknologi digital yang baru seperti perangkat lunak merekayasa gambar seperti penggunaan Adobe Photoshop dan alat-alat desktop publishing yang menarik lain .

Media baru adalah seperangkat media yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi pada abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki ciri diantaranya dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak. Beberapa contoh seperti Internet, website, komputer multi-media sosial, game di computer.

Vin Crosbie menjelaskan ada tiga media komunikasi yang selama ini berlangsung. Pertama, media interpersonal (Komunikasi Interpersonal) yang disebut *one to one*. Media ini bisa mengajak seseorang saling komunikasi atau tukar informasi dengan seseorang lainnya. Kedua, dikenal sebagai massa media. Media ini digunakan sebagai sarana menyebarkan informasi dari satu orang ke banyak orang (*one to many*). Media komunikasi ketiga disebut *new media*. Media ini merupakan percepatan sekaligus penyempurnaan dari dua media sebelumnya. Lebih jauh media ini digunakan untuk mengkomunikasi ide maupun informasi dari banyak orang ke banyak orang (*many to many*).<sup>8</sup>

Berdasarkan terminologi di atas, karakteristik media baru, yakni dapat memberi akses ke konten di mana pun dan kapan pun, bersifat digital dan interaktif. Media ini memberi kesempatan siapa pun untuk berpartisipasi kreatif dan kolektif di dalamnya.

Secara umum, semua media baru memiliki karakteristik yang sama, yang berhubungan dengan perubahan di media, distribusi, produksi dan konsumsi. Menurut Alwi Dahlan, karakteristiknya adalah: digital, interaktif, hypertextual, virtual, berjejaring, dan simulatif.<sup>9</sup> Tanpa elaborasi teknis, karakteristik ini memungkinkan media baru untuk menyajikan bentuk berbagai konten, seperti teks, gambar video, dan suara, semua bersama-sama sebagai bagian dari media yang sama, berdasarkan teknologi digital. Hal ini juga mengubah audien media baru menjadi pengguna, mandiri, otonom, yang bebas untuk memilih konten tertentu atau topik, dalam bentuk presentasi, dari setiap situs di internet, atau kombinasi dari keduanya, pengguna terasa lebih nyaman karena karakteristik interaktif, hypertextual dan jaringan dari media baru.<sup>10</sup> Sehingga hal tersebut, memberi dampak pada khalayak media massa, atau

---

<sup>6</sup>Moleong, Lexy. J, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2000), h. 3.

<sup>7</sup>Ardianto, E. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama, 2011

<sup>8</sup>Wahyu, T. . *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2012

<sup>9</sup>Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra 2008), hal. 12.

<sup>10</sup>Peran media baru dalam gejolak politik Musim Semi Arab, misalnya, tentu harus dianalisis dalam konteks komunikasi yang lebih luas daripada komunikasi massa. Didalam Mutoharun Jinan,

pengguna media baru tertentu, tapi ruang lingkup yang lebih luas dari masyarakat, bahkan lebih luas.<sup>11</sup>

Meningkatnya pengguna internet, khususnya kenaikan pengguna ponsel, jangkauan media baru akan memiliki peluang paling potensial. Sementara media lama seperti koran, majalah, radio, dan televisi lambat laun akan berkurang peminatnya, meski juga tetap masih ada penggunanya. Era media sekarang sebagai kematian perlahan budaya surat kabar, semua media massa tersebut berangsur-angsur digantikan - dalam beberapa cara atau dalam beberapa bagian- oleh media yang telah dikenalkan baru menjelang akhir dekade terakhir abad ke-20 di sebagian besar dunia. Namun, pengaruh dan jangkauan new media telah berkembang pada tingkat yang lebih cepat daripada apa yang dicapai old media dalam periode waktu yang lebih lama.

Berbeda dengan media konvensional seperti koran atau majalah, new media bersifat real time, sehingga dapat menyajikan informasi up to date atau terkini. Media Baru juga dianggap lebih demokratis dan independen baik dalam pembuatan, penerbitan, distribusi, maupun dalam hal konsumsi konten yang tersedia. Media ini relatif lebih “merdeka” dalam menyampaikan informasi karena tidak terkungkung oleh kekuasaan dan kepentingan penguasa (baik pemerintah maupun pemegang modal). Begitu juga pembaca bebas menikmati konten yang disediakan dengan privasi tinggi. Bahkan saat ini sejatinya antara pemilik media dengan pengguna bisa jadi saling berinteraksi dan dapat bersama-sama.<sup>12</sup> Media baru menjadikan audien sebagai bagian dari komunitas, karena pengirim dan penerima memiliki lebih banyak kesamaan, bukan hanya dalam kepentingan, tetapi juga dalam gaya budaya di posisi sosial. Meskipun tidak seluas sebagai produksi dan konsumsi dari kaset dan pamphlets, internet mereproduksi banyak fitur dalam skala sosial.<sup>13</sup>

Setiap manusia selama hidup pasti mengalami perubahan-perubahan. Perubahan dapat berupa pengaruhnya terbatas maupun luas, perubahan yang lambat dan ada perubahan yang berjalan dengan cepat. Perubahan dapat mengenai nilai dan norma sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan sebagainya. Perubahan- perubahan yang terjadi pada masyarakat merupakan gejala yang normal. Bentuk-bentuk Perubahan diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Perubahan lambat dan perubahan cepat. Perubahan-perubahan yang memerlukan waktu yang lama, rentetan rentetan perubahan kecil yang saling mengikuti dengan lambat, dinamakan evolusi. Pada evolusi perubahan terjadi dengan sendirinya tanpa rencana atau kehendak tertentu. Perubahan tersebut terjadi karena usaha- usaha masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan keperluan-keperluan, keadaan- keadaan, dan kondisi-kondisi baru yang timbul sejalan pertumbuhan masyarakat<sup>14</sup>. Sementara itu perubahan-perubahan sosial yang berlangsung dengan cepat dan menyangkut dasar-dasar atau sendi- sendi pokok kehidupan masyarakat. Secara Sosiologis agar suatu revolusi dapat terjadi, maka harus dipenuhi syarat-syarat tertentu antara lain

---

*Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia*, Jurnal *Komunikasi Islam*, Vol 3, No. 2 tahun 2013

<sup>11</sup>Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi*, (Badung: Rosdakarya, 2006), hal. 34

<sup>12</sup>semakin berkembangnya citizen journalism (participatory journalism). Jurnalisme kewargaan mengandaikan suatu jalinan komunikasi bahwa siapa pun bisa menjadi sumber informasi sekaligus sebagai user bagi khalayak sepanjang tidak bertentangan dengan kode etik jurnalistik. Pada titik ini muncul pertanyaan, manakah dari berbagai new media yang paling relevan dan paling potensial untuk kebutuhan masa depan.

<sup>13</sup>Agus effendi, Dkk, *Analisis Pengaruh Penggunaan Media baru terhadap pola interkasi sosial anak di kabupaten Sukoharjo*, Jurnal *Humaniora*, Vol 18, No. 2 Tahun 2017

<sup>14</sup>Soerjono Soekanto, *Pengantar Sosiologi*, (UI: Depok, 2009), hal. 272.

- pertama* harus ada keinginan umum untuk mengadakan suatu perubahan. *Kedua* adanya seorang pemimpin atau sekelompok orang yang dianggap mampu memimpin masyarakat tersebut. *Ketiga* Pemimpin diharapkan dapat menampung keinginan-keinginan masyarakat untuk kemudian merumuskan serta menegaskan rasa tidak puas tadi menjadi program dan arah gerakan. *Keempat*, pemimpin tersebut harus dapat menunjukkan suatu tujuan pada masyarakat. Kelima, harus ada momentum yaitu saat dimana segala keadaan dan faktor sudah tepat dan baik untuk memulai suatu gerakan.
- b. Perubahan Kecil dan Perubahan Besar. Perubahan kecil adalah perubahan-perubahan yang terjadi pada unsur-unsur struktur sosial yang tidak membawa pengaruh langsung atau yang berarti bagi masyarakat. Perubahan mode pakaian, misalnya, tidak akan membawa pengaruh apa-apa bagi masyarakat dalam keseluruhannya, karena tidak mengakibatkan perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan. Sedangkan perubahan besar adalah perubahan-perubahan yang terjadi pada unsur-unsur struktur sosial yaitu membawa pengaruh besar pada masyarakat.
  - c. Perubahan yang dikehendaki (*intended-change*) atau perubahan yang direncanakan (*planned-change*) dan perubahan yang tidak dikehendaki (*unintended-change*) atau perubahan yang tidak direncanakan (*unplanned-change*). Perubahan yang dikehendaki atau direncanakan merupakan perubahan yang diperkirakan atau yang telah direncanakan terlebih dahulu oleh pihak-pihak yang hendak mengadakan perubahan didalam masyarakat. Pihak-pihak yang menghendaki perubahan dinamakan *agen of change* yaitu seseorang atau sekelompok orang yang mendapat kepercayaan masyarakat sebagai pemimpin satu atau lebih lembaga-lembaga kemasyarakatan. Sedangkan perubahan sosial yang tidak dikehendaki atau yang tidak direncanakan merupakan perubahan-perubahan yang terjadi tanpa dikehendaki atau berlangsung diluar jangkauan pengawasan masyarakat dan dapat menyebabkan timbulnya akibat-akibat sosial yang tidak diharapkan masyarakat.

Dengan hadirnya media baru, tentu saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan. Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak terhalang waktu, tempat dan biaya yang tidak terlalu mahal. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Masyarakat dapat berkomunikasi langsung dengan presiden melalui media sosial guna menyampaikan saran kritik dan ide yang membangun. Jika dalam metode konvensional masyarakat harus menjadi wakil rakyat / anggota DPR terlebih dahulu dan atau melakukan demonstrasi didepan istana kepresidanan guna menyampaikan aspirasi, sekarang cara tersebut cenderung ditinggalkan. Dari sisi ekonomi semakin tingginya minat masyarakat terhadap mediabar, tidak sedikit masyarakat kita memperoleh keuntungan dengan berbisnis melalui media baru. Maka masyarakat akan semakin tergantung dengan media sosial, dan hal ini akan mempengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Mengakses media baru setiap saat telah menjadi kebutuhan manusia yang baru untuk selalu meng-*update* informasi karena media baru telah menjadi sumber informasi yang lebih aktual dibandingkan media lainnya.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup>Pengaruh negatif terhadap perubahan sosial masyarakat diantaranya: sering terjadi konflik antar kelompok-kelompok tertentu dengan berlatar belakang suku, ras maupun agama. Mengatasnamakan agama, kelompok tertentu memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak pada media sosial cenderung memanfaatkan momen tertentu untuk menggerakkan massa dalam kegiatan

Dampak yang timbul dalam penggunaan media baru beraneka ragam dan setiap permasalahan akan berdampak pada setiap dimensi kehidupan sosial diantaranya adalah sebagai berikut:

**a. Perubahan sosial dan budaya**

Media baru mengarahkan kepada seseorang aktif didunia maya, diantaranya adalah komunikasi online yang berbeda dengan komunikasi satu arah seperti televise, redio, maupun surat kabar, pengguna online tidak hanya membacanya, namun kini dapat merespon pesat saat itu juga. Untuk memahami bagaimana proses yang mendasarinya antara lain ialah :

- 1) Bergabung dengan suatu kelompok secara virtual
- 2) Mendapat pesan updates mengenai kegiatan kelompok
- 3) Membaca, memberi komentar atau posting mengenai suatu berita atau informasi
- 4) Menerima atau mengirim pesan pribadi kepada ketua maupun anggota kelompok
- 5) Membaca dan ikut serta pada pembicaraan transparan yang dapat diketahui semua anggota
- 6) Mengintai di dalam grup yaitu membaca informasi di dalam grup tanpa membuat anggota lain sadar bahwa ia adalah anggota grup tersebut
- 7) Berinteraksi dengan orang lain tanpa memperdulikan batasan sosial maupun lokasi

Perubahan perilaku manusia dilihat dalam sosial dan budaya mengalami perubahan sifat dasar manusia yang selalu menginginkan perubahan itu sendiri. Perubahan yang disebabkan media baru dapat bersifat positif dan negatif. Perubahan positif diantaranya mempermudah seseorang berkomunikasi baik secara online dan maupun memperkenalkan antar budaya, pertukaran pengetahuan, dan mempermudah transaksi bisnis.<sup>16</sup> Sedangkan perubahan bersifat secara negatif, diantaranya adalah geger budaya (*culture shock*). Geger budaya ini terjadi akibat informasi yang diperoleh dari media baru diambil semua tanpa memfilter dengan bijak, sehingga informasi di yakini kebenarannya dan diterapkan dalam kehidupan keseharian walaupun sebenarnya tidak sesuai dengan budaya sekitar<sup>17</sup>. Hal ini dapat menyebabkan perubahan nilai, norma maupun aturan dalam berkomunikasi.

Samovar LA dan Porter RE<sup>18</sup> menyatakan perubahan yang diakibatkan media baru terdapat enam unsur budaya diantaranya adalah:

---

tertentu. Secara langsung media sosial berpengaruh terhadap terbentuknya kelompok-kelompok sosial tersebut dengan menanamkan prinsip, nilai dan akidah tertentu untuk menjadi perubah sistem. Bahkan dengan media baru yang berkelompok.

<sup>16</sup>Situmorang, J. R. *Pemanfaatan Internet Sebagai New media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya*, FISIP-Unpar: *urnal Administrasi Bisnis, Center for Business Studies* Vol.8, No.1: hal. 73–87, (ISSN:0216–1249), 2012.

<sup>17</sup>Ada pula berlatar belakang kesenjangan sosial yang sering mengundang komentar dan berujung konflik. Pola perilaku masyarakat yang menyimpang juga sering di *blow up* pada media sosial seperti komunitas penyuka sesama jenis seperti kaum gay dan lesbian. Jika dilihat dari sisi interaksi sosial pengaruh perubahan sosial di masyarakat terjadi karena semakin mudahnya manusia berinteraksi melalui media sosial, maka interaksi sosial di dunia nyata akan turut berkurang. Manusia tidak perlu lagi saling bertemu secara langsung untuk berkomunikasi, sehingga hal ini akan membentuk pola hidup masyarakat yang semakin tertutup.

<sup>18</sup> Samovar LA, Porter RE, McDaniel E., *Communication Between Cultures*. Cengage Learning, America. 2010.

- 1) Perubahan kepada kepercayaan, nilai dan sikap. Adanya media baru, masalah hubungan seseorang dengan sang pencipta tidak lagi dianggap sebagai hubungan individual tetapi kelompok. Seseorang dapat berbagi pengalaman rohaninya atau ucapan rasa syukur terhadap pencipta dengan orang lain maupun kelompok misalnya dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook, twitter dan instagram. Media baru juga mengubah nilai-nilai dalam masyarakat, yang biasanya beradap dan ramah terjadi pergeseran menjadi seseorang yang memberi kritik tajam, hujatan, bahkan makian secara langsung terhadap individu maupun kelompok.
- 2) Pandangan dunia (*Woldview*). Cara pandangan sempit (tradisional) yang berubah menjadi cara pada global (modern). Hal ini yang mengakibatkan geger budaya. Seperti tidak mampu memfilter budaya luar yang cenderung bebas ditiru oleh masyarakat di Indonesia yang diperoleh dari media baru.
- 3) Organisasi sosial, Organisasi sosial yang dibentuk di media sosial seperti Facebook tidak lagi bersifat resmi dan terikat seperti di dunia nyata. Seorang anggota organisasi sosial di Facebook dapat sangat aktif maupun pasif, tidak ada keterikatan dan rasa tanggung jawab seperti pada dunia nyata. Tetapi justru hal inilah yang membuat sebagian besar masyarakat merasa tertarik untuk bergabung dengan organisasi pada media sosial
- 4) Tabiat manusia, Status pada media sosial lain sering menunjukkan tabiat narsis, egosentris, ingin merasa lebih dari yang lain dan ingin menonjolkan kelebihan diri sendiri. Banyak juga yang terlihat berusaha membuka kekurangan dan memojokkan orang lain. Tabiat buruk yang dahulu ditutupi, sekarang jelas terpampang pada media sosial seseorang dengan atau tanpa disadari oleh pemilik akun tersebut, kendatipun semua hal yang di posting tergantung niat awal pemilik,
- 5) Orientasi kegiatan yang bersifat positif antara lain mengupload kegiatan untuk tujuan bisnis, perdagangan atau kegiatan sosial. Orientasi kegiatan yang bersifat negatif antara lain mengupload suatu kegiatan dengan tujuan pamer, atau membangun citra diri,
- 6) Persepsi tentang diri sendiri dan orang lain, Perilaku pengguna media baru yang berusaha membangun konsep diri mereka sendiri dengan menuliskan status pada laman media sosial mereka. Mengekspos diri sendiri untuk mendapat perhatian orang lain, misalnya dengan mengupload (upload) foto untuk berlomba mendapatkan “like” dari orang lain.

#### **b. Perubahan psikologis dan gangguan *privacy***

Remaja dan dewasa muda adalah pengguna media sosial terbesar yang sering mengungkapkan kekecewaan, kesedihan, dan kesulitan hidupnya di media sosial (Rideout, 2010). cyber-bullying di Indonesia banyak terjadi pada public figure seperti politisi, selebriti maupun tokoh publik lainnya (Anwar F, 2017). Remaja korban cyber-bullying juga berisiko mendapatkan perlakuan buruk di dunia nyata, seperti pelecehan seksual maupun kekerasan fisik (Berkman, 2008). Korban cyberbullying ini juga berisiko menjadi pelaku cyber-bullying pada orang lain (Ybarra, 2004), suatu kegiatan negatif viral yang seharusnya dapat dicegah.

Banyak studi yang menjelaskan bahwa remaja atau pengguna media sosial sebenarnya juga peduli dengan *privacy* mereka, walaupun disatu sisi mereka tak keberatan mengumbar informasi pribadi ke khalayak ramai. Beberapa fitur “private” sering dipakai pengguna media sosial untuk melindungi informasi diri mereka hanya kepada orang yang mereka kenal atau

inginkan Sebanyak 21% remaja mengatakan bahwa berbagi informasi pribadi secara online adalah kegiatan yang dianggap aman (Cox, 2007). The Huffington post (2016) menyatakan bahwa gangguan privacy akibat penggunaan media sosial adalah memungkinkannya peretas (hacker) meletakkan spyware yang dapat di install dengan mudah ke handphone, laptop, atau komputer melalui unduhan (downloads), email, shortened URLs, atau pesan singkat. Spyware akan memberikan informasi mengenai passwords akun apapun yang dapat diakses online. Data pribadi juga dapat dicuri dengan mudah dengan menghack email menggunakan data pribadi yang tertera pada profil media sosial. Status check in pada media sosial juga dapat menunjukkan lokasi penggunaannya kepada publik, sehingga dapat mempermudah pihak-pihak yang mempunyai maksud kurang baik.

Penggunaan media sosial juga dapat menimbulkan ketergantungan dan gangguan tidur. Suatu penelitian dari Wolniczak (2013) menunjukkan dari total 418 subyek penelitian dengan usia rerata 20 tahun (77% wanita), ditemukan ketergantungan Facebook pada 8,6% subyek, dimana gangguan tidur ditemukan pada 55% subyek. Gangguan tidur pada pecandu media sosial ini juga ditemukan berhubungan dengan gangguan pada kinerja harian.

#### c. Permasalahan baru : *Hoax, cyber-hate dan cyber bullying*

Studi penelitian menyimpulkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial juga diimbangi dengan meningkatnya *cyber-hate, hate-crime* dan *cyber bullying*. *Hatecrimes* adalah suatu aksi komunikasi, sering terprovokasi oleh suatu kejadian disuatu kelompok target, melalui kelompok yang memiliki karakteristik serupa dengan pelaku. *Cyber-bullying* adalah suatu bentuk bullying yang terjadi online, melalui media sosial, gaming atau ruang ngobrol (*chat room*). Berbeda dengan bullying tradisional, karena *Cyber-bullying* terjadi 24 jam/ hari, 7 hari/ minggu, dan mencapai korbannya dimanapun dia berada termasuk di rumah. *Cyber-bullying* memiliki banyak bentuk, antara lain:

- 1) Pelecehan/ provokasi emosi (*harassment/ trolling*), adalah mengirimkan pesan bersifat mengancam atau menyerang, berbagi foto atau video aib/vulgar, atau memposting pesan yang mengancam atau memancing amarah pada situs jejaring sosial.
- 2) Fitnah (denigration), adalah informasi palsu, salah, berupa gosip yang menyebar.
- 3) Penyulut kemarahan (flaming), menggunakan bahasa ekstrim untuk memancing perkelahian.
- 4) Mencuri identitas seseorang atau membajak situs seseorang (hacking).
- 5) Pengecualian (exclusion), meninggalkan seseorang secara sengaja.
- 6) Mengirimkan gambar atau memaksa seseorang untuk mengirim gambar seksual.

#### d. Pemanfaatan media sosial secara bijak

Perkembangan media baru sangat memperngaruhi perilaku dan keseharian seseorang. Sebagai individu tentu harus bijak dalam menggunakan media baru, diantaranya adalah :

- 1) Proteksi informasi pribadi. Bijak dalam berbagi informasi yang bersifat pribadi, karena hal ini dapat mencegah seseorang yang memiliki maksud kurang baik. Mengupload foto dan rutinitas pribadi dianggap hal yang wajar, namun di lain sisi dapat memberi kesempatan bagi pihak yang ingin mengambil keuntungan. Pikirkan mengenai konsekuensi sebelum mengunggah sesuatu ke dalam media sosial.
- 2) Etika dalam berkomunikasi. Gunakan kata-kata sopan dalam komunikasi antar sesama individu pada situs jejaring sosial, karena banyak ditemui kata-kata kasar dalam percakapan tersebut baik disengaja maupun tidak. Jangan lupakan etika dalam berkomunikasi, walaupun percakapan dengan teman atau kolega dekat untuk menghindari hal yang tidak diinginkan.

- 3) Hindari penyebaran SARA dan pornografi. Pastikan apapun yang akan disebarakan tidak mengandung informasi yang berhubungan dengan pornografi dan SARA di media sosial. Sebarkanlah informasi yang berguna dan bermanfaat yang tidak menimbulkan konflik antar sesama individu pada situs jejaring sosial tersebut
- 4) Memandang penting hasil karya orang lain. Jika menyebarkan informasi baik itu berupa tulisan, foto, video atau sejenisnya milik orang lain, alangkah baiknya sumber informasi tersebut dicantumkan sebagai bentuk penghargaan hasil karya orang lain. Hindari tindakan copy-paste tanpa mencantumkan sumber informasi tersebut

Baca berita secara keseluruhan, jangan hanya menilai dari judulnya. Ini merupakan bagian dari fenomena baru dalam jejaring media sosial. Sering sekali pengguna media sosial sekedar ikut-ikutan menyebarkan bahkan mengomentari hal-hal yang sedang ramai dibicarakan di media sosial tanpa membaca berita secara keseluruhannya

### **Simpulan**

Setiap individu pengguna media baru seharusnya memiliki kesadaran pribadi, bahwa apapun yang diunggah ke dalam media sosial selain dapat mempengaruhi citra diri sendiri, juga dapat mempengaruhi hubungan sosial dengan pihak lain. Keluasan informasi hendaklah dipilah dengan bijaksana, mana saja yang dapat digunakan dengan baik tanpa melanggar norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam kehidupan sosial. Kebebasan berekspresi harus tetap berpegang pada etika komunikasi dan pengendalian diri yang baik. Dalam pemanfaatan media baru secara berkualitas, menyimpulkan beberapa hal yang dapat dilakukan dalam menghindari permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya. Hal tersebut adalah proteksi informasi pribadi, etika dalam berkomunikasi,. Oleh karena itu harus digunakan secara bijak untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

### **Referensi**

- Sugeng, Anang, *Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, Jurnal Sosial, No. 2, Vol. 1 Tahun 2020
- Anwar, Fahmi, *Perubahan dan permasalahan media sosial*, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan seni, Vol. 1, No. 1, April 2017.
- Dwi, Errika, *Komunikasi dan Media Sosial*, Jurnal The Messenger, Vol III, No. 1 Edisi Juli 2011
- Ardianto, E. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama, 2011
- T, Wahyu, *Komunikasi Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2012
- Burton, *Media dan Budaya Populer*, (Yogyakarta: Jalasutra 2008), hal. 12.
- Mutoharun Jinan, *Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia*, Jurnal Komunikasi Islam, Vol 3, No. 2 tahun 2013
- Sobur, Alex, *Semiotika Komunikasi*, (Badung: Rosdakarya, 2006), hal. 34
- Effendi, Agus, Dkk, *Analisis Pengaruh Penggunaan Media baru terhadap pola interaksi sosial anak di kabupaten Sukoharjo*, Jurnal Humaniora, Vol 18, No. 2 Tahun 2017

- Nurudin, *Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat*, Litera, DP2M DIKTI, DP2M UMM, Malang. 2010.
- Soekanto, Soerjono, *Pengantar Sosiologi*, (UI: Depok, 2009), hal. 272.
- Situmorang, J. R. *Pemanfaatan Internet Sebagai New media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya..* FISIP – Unpar : Jurnal Administrasi Bisnis, Center for Business Studies Vol.8, No.1: hal. 73–87, (ISSN:0216–1249), 2012
- Samovar LA, Porter RE, McDaniel E, *Communication Between Cultures*. Cengage Learning, America. 2010.