

## Peran Media Baru Dalam Membentuk Cyber Society

**Alim Puspianto**

STAI Luqman al Hakim Surabaya  
alimpuspianto@gmail.com

### Abstrak

Kita sekarang hidup di tengah tengah kemajuan dan kecanggihan teknologi yang begitu luar biasa. Satu aspek yang sangat terasa percepatan perkembangannya yaitu dibidang teknologi informasi dan komunikasi khususnya di aspek media. Bahkan kadang kita tidak bisa memprediksikan dan seakan gagap akan dahsyatnya kecanggihan teknologi yang ada. Kemajuan teknologi tersebut telah mengantarkan dan merubah “wajah” baru dunia media. Apalagi dengan kehadiran media baru yang berupa internet dan serba serbi di dalamnya seperti youtube, facebook, instagram, twiter, line dan lain sebagainya. Hal itu memunculkan sebuah tatanan dunia baru yang bernama *cyber society* atau *masyarakat maya*. Dimana interaksi dan hubungan antar manusia modern tidak hanya berada di dunia nyata saja tetapi keberadaan ruang maya menjadi sebuah keniscayaan.

Eksistensi *cyber society* tentunya merupakan bagian tak terpisahkan dari peran media baru yang menjadi ruang hidupnya. Dimana tentunya kehadiran entitas baru ini punya perbedaan dengan kelompok kelompok masyarakat sebelumnya. Bahkan perbedaan tersebut sangatlah jelas dan terasa. Karena dizaman ini, dunia nyata hampir hampir sudah tergantikan dengan dunia maya atau *cyber spacy*. Kehidupan *Cyber society* sudah tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu. Dari sinilah babak baru kehidupan dimulai, dimana semua info dan berita bahkan kebutuhan hidup bisa diakses dengan mudah oleh semua orang tanpa ada sekat dan penghalang.

Dalam tulisan ini penulis memaparkan tentang peran media baru dalam membentuk cyber society atau masyarakat maya. Dimana kehadiran media baru telah merubah tatanan kehidupan seluruh masyarakat dunia. Yaitu sebuah wajah baru yang dengan kecanggihannya mampu menerobos dan merobohkan tembok tatanan kehidupan sebelumnya. Semua manusia diajak untuk hidup dalam ruang maya yang penuh dengan kemudahan dan kecanggihan.

Dari pembahasan yang disajikan, penulis menyimpulkan bahwa hadirnya media baru sangat berperan penting dalam lahirnya *cyber society*. Karena tanpa media baru dengan serba serbi didalamnya khususnya media sosial akan sangat mustahil kiranya *cyber society* bisa terbentuk. Kehadiran *cyber society* menjadi sebuah wajah baru bagi tatanan kehidupan umat manusia. Tentunya tanpa menghilangkan tatanan kehidupan masyarakat sebelumnya. Dari sinilah babak baru sebuah tatanan kehidupan masyarakat dimulai.

*Kata kunci: Media baru dan Cyber Society*

## **Pendahuluan**

Berbicara tentang cyber society sangat erat kaitannya dengan pembahasan new media (media baru). Karena tidak bisa di pungkiri bahwa kehidupan *cyber society* sangat diwarnai dan tergantung dengan keberadaan new media. Didalam memahami makna media baru kita akan mendapatkan banyak makna atau tafsiran yang dimiliki oleh kata media. Media bisa berarti medium tempat kita menikmati konten atau pesan tertulis, atau audio visual.

Terkadang konten media pun dimaknai sebagai media. Sehingga kata media bisa identik dengan misalnya, media cetak, radio, tv atau konten dari media tersebut. makna yang berikut adalah media bisa mermakna institusi media sehingga ketika kata media diucapkan maka asosiasi bisa menuju pada brand dari sebuah media misalnya jawa pos, suara surabaya, tempo. Selanjutnya kata media memiliki keterkaitan dari media massa yang mana media memiliki kemampuan menyalurkan sebuah pesan ke audien dengan massal. Salah satu ide besar terkait audiens ini adalah jangkauan dan akses media yang berkaitan dengan seberapa besar dan luas akses audien ke media itu sendiri.

Dengan menambahkan kata baru ke media maka mediaupun seakan akan memiliki dua alternatif makna. Yang pertama kata “baru” yang menandakan kata sifat dari media itu sendiri. Sehingga “media baru” memiliki makna media yang baru, misalnya baru dalam artian kronologis. Akan tetapi hal ini pun tidak terlepas dari kritik terkait konsistensi dari baru”, misalnya pada tahun 1960an TV adalah sebuah media yang baru.

“media baru” bisa dimaknai sebagai portmanteau sehingga media baru” menjadi tidak teknis dan inklusif. Singkatnya *portmanteau* adalah penggabungan dari dua kata yang memiliki dua makna yang berbeda menjadi sebuah kata baru dengan makna yang baru. Contohnya, “produser dan consumer”. Media menjadi *portmanteau* “prosumer” media, yang artinya seorang individu yang adalah produser dan konsumen media.<sup>1</sup>

Sehingga istilah media baru memiliki makna pada medium yang bernuansa digital, terkoneksi dan interaktif, institusi media berbasis digital yang menawarkan progress dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Ketika kata media baru diucapkan maka yang muncul di benak masing masing bisa saja website, media sosial, virtual reality, dan terpasang di depan mata kita.

---

<sup>1</sup> Jandy Luik, *Media Baru*, (Jakarta: Kencana, 2020), 2

Sementara itu "media baru" dari segi institusi bisa saja bermakna perusahaan Youtube, facebook, line, Ig, dan semisalnya. Disaat yang sama "media baru" juga memberikan suntikan semangat baru dalam hal misalnya memfasilitasi audien untuk berpartisipasi aktif dalam proses komunikasi. Dengan media baru, pembaca tidak hanya membaca tapi juga bisa dibaca hasil pemikirannya, pendengar tidak hanya mendengarkan api juga didengarkan "suaranya", penonton tidak hanya menonton tapi juga "ditonton" responnya.

Dari situ kita melihat bahwa kemunculan media baru mampu mengubah proses komunikasi manusia. Dimana selanjutnya akan terbentuk sebuah komunitas baru yaitu cyber society. Ada dua pandangan terkait dengan proses komunikasi manusia. yang pertama media baru mengubah proses komunikasi manusia bermakna dengan hadirnya media baru maka proses komunikasi melalui media bisa berubah dari *one way flow* menjadi *two way flow* bahkan *multi way flow*.<sup>2</sup> Dari transmisi penyiaran pesan melalui satu stasiun tv atau audio ke audiense menjadi penyebaran atau distribusi pesan melalui sebuah akun pengguna youtube ke multi pengguna. Dimana dalam platform daring ini bisa terjadi interaksi antara pengirim pesan dan antar penerima pesan.

Dalam makna yang lebih luas kehadiran media barupun bisa memediasi komunikasi antar manusia dalam berbagai konteks. Misal untuk menyampaikan pesan selamat ulang tahun atau selamat merayakan hari raya maka pesan tersebut disampaikan melalui mediator media baru. Bahkan pesan tersebut busa ditambahi dengan emoticon atau ekspresi symbolic melalui platform platform daring tersebut.

Pandangan kedua, proses komunikasi antar manusia yang terkendala oleh adanya perbedaan ruang (space) dan waktu (time) dari komunikator dan komunikan menjadi pemicu untuk diciptakannya berbagai media baru. Sebagai contoh seorang mahasiswa di jakarta dimana seorang mahasiswa di Jakarta itu harus menjalin komunikasi dengan keluarganya di kampung. Ketika belum ada teknologi komunikasi, mungkin komunikasi bisa dilakukan dengan surat menyurat atau telp wartel yang sangat terbatas dan terkendala berbagai hambatan. Sehingga untuk memerikan solusi terkait masalah tersebut berbagai varian aplikasi media barupun hadir memberikan jawaban. Hadirnya media baru dalam kehidupan kita, membuat proses komunikasi

---

<sup>2</sup> Jandy Luik, *Media Baru*, (Jakarta: Kencana, 2020), 7

bisa berlangsung kapanpun, dimanapun, dan tentunya melalui teknologi komunikasi yang lebih canggih.

### **Media Baru**

Istilah “media baru” pada umumnya merujuk pada media digital, yang bersifat interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah dan melibatkan beberapa bentuk komputasi. Media baru tentu saja berbeda atau bahkan berlawanan dengan media lama seperti telepon radio dan televisi. Namun banyak media baru muncul sebagai bentuk penggabungan media lama dengan chip komputer dan Hard Drive. Ketika kita menggunakan istilah media baru kita secara umum menunjukkan bahwa semua media yang baru muncul adalah media baru. Ada yang mengatakan bahwa media lama dan baru saling memulihkan atau membentuk ulang satu sama lain. Apa yang baru tentang media baru berasal dari cara-cara khusus di mana mereka mengubah bentuk media yang lebih lama dan cara-cara di media-media yang lebih tua mengubah diri untuk menjawab tantangan media baru.

Sebagai gambaran kita dapat mengatakan bahwa pada tahun 1950 televisi diklasifikasikan sebagai bagian dari media baru pada masanya tetapi tidak sebagai media baru seperti yang telah kita tentukan pada istilah di atas. Tetapi ketika televisi terintegrasi dengan komputer untuk membentuk perekam audio visual digital maka dapat diklasifikasikan sebagai contoh media baru. Demikian pula dengan media cetak pada abad ke-15 di Eropa yang dianggap sebagai media baru. Sejak itu Perjalanan dimulai dan setiap penemuan yang baru adalah media baru. Apa yang baru hari ini akan menjadi sesuatu yang lama pada nantinya.

Penggunaan istilah media baru tentu saja relatif. Saat Mc Luhan menganalisis televisi dan teknologi otomatisasi maka hal ini adalah media baru pada masanya. Pada suatu waktu tertentu akan selalu ada media baru atau mungkin media yang lebih baru dan lebih akurat. Istilah media baru seperti yang digunakan saat ini mengacu pada media dengan platform digital dan interaktif dan karenanya berbeda dari media massa elektronik. Media baru dalam konteks era digital sekarang adalah media yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi yang mengandalkan kecepatan dalam hal penyebaran konten. Teknologi perangkat keras dan perangkat lunak komputer menjadi faktor penentu dalam perkembangan media baru. Laptop tablet dan smartphone telah menjadi sarana utama dalam mengakses media baru.

Media baru yang dipelajari Mc Luhan adalah media komunikasi massa elektronik yang memanfaatkan teknologi hardware dan software komputer yang secara jelas memiliki dampak yang sangat berbeda dibandingkan dengan media mekanik dan teknologi seperti mesin cetak koran dan majalah. Meskipun akhirnya media massa elektronik juga memanfaatkan teknologi komputer dan digital namun mereka tidak interaktif dan komunikasi yang terjadi hanya satu arah sehingga tidak dapat disebut sebagai media baru. MC Luhan juga mengatakan bahwa karena konten dari medium apapun selalu merupakan medium lain maka medium tersebut juga selalu merupakan pesan. Misalnya konten Media elektronik adalah musik elektronik dari gitar elektronik maka salurannya adalah listrik dan bentuk suara yang di digitalkan adalah media baru.

Perbedaan penting antara media baru dan lama adalah bahwa media lama sebagian besar adalah media massa yang berbeda dengan media baru yang meskipun dapat berupa media massamassa, namun memiliki ciri interaktif dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah. Jadi meskipun jutaan orang mengakses internet dan web setiap hari sebagaimana media massa namun web dan internet berbeda dari media massa seperti televisi dan radio karena mereka mampu memfasilitasi komunikasi dua arah. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa media lama adalah media massa pasif dan media baru sebagai media interaktif yang diakses secara Individual. Saat ini internet sebagai pelopor media baru dengan berbagai macam varian yang dimiliki telah mengubah perilaku individual dan sosial masyarakat. Mungkin Michael dertozous pelopor arpanet yang merupakan cikal bakal internet tidak pernah membayangkan atau dengan sengaja menciptakan teknologi yang berdampak pada sistem ekonomi sosial budaya dan demokrasi di beberapa negara. Evolusi pemfungsian internet dari sarana komunikasi antar komputer menjadi media komunikasi baru yang berdampak pada proses demokratisasi dapat dipahami dalam kerangka teori konstruksi sosial teknologi atau (*social konstruktion of Technology*) dimana perkembangan teknologi tidaklah bersifat linier.

Perkembangan suatu teknologi adalah hasil dari konstruksi sosial atau socially constructed suatu teknologi berkembang sebagai suatu hasil bentukan sosial atau social shaping di mana teknologi tersebut berada. Ahli teknik dan ahli desain yang merancang suatu produk teknologi hanyalah agen-agen teknis yang tunduk pada proses sosial antara produk teknologi dan masyarakat pengguna. Teknologi bukanlah suatu entitas vakum dan bebas nilai. Ketika berinteraksi dengan masyarakat pengguna teknologi mengalami proses penyesuaian atau appropriation. Appropriation adalah suatu

proses pemberian makna oleh kelompok-kelompok masyarakat berdasarkan nilai-nilai serta kepentingan yang ada pada masyarakat tersebut terhadap suatu produk teknologi. Pemberian makna yang beragam baik antar individu maupun antar kelompok menjadikan proses perkembangan teknologi menjadi sangat beragam.

#### 1. Karakteristik media baru

Istilah media baru mulai muncul pada akhir 1980-an di mana dunia media dan komunikasi mulai terlihat sangat berbeda dengan sebelumnya. Dari dunia percetakan fotografi televisi hingga telekomunikasi media terus berkembang seiring perubahan atau pengembangan teknologi kelembagaan dan budaya. Media baru dimulai dari pengkodean digital atau dalam pengertian komputer disebut sebagai binary coded, di mana semuanya di kodekan dan memiliki nilai dalam biner.<sup>3</sup> Komputer mewakili segala bentuk data melalui kode biner tersebut dan tidak mengerti bahasa lain. Sementara saat ini seseorang yang menggunakan istilah media baru mungkin berpikir tentang teknologi digital internet atau mungkin tentang televisi digital cara-cara baru untuk mencitrakan tubuh lingkungan virtual permainan komputer atau blog.

Media baru tidak dapat di kotak-kotakan dalam domain yang sangat kecil karena merupakan konsepsi yang muncul dari berbagai bidang yang ditambahkan bersama-sama menghasilkan domain yang besar. Jadi media Baru adalah penggabungan dari semua jenis media ke dalam satu bentuk baru semua konsepsi ide dan teori media asli dimasukkan ke dalam bentuk baru. Definisi media baru dapat dibagi menjadi tiga aspek berbeda yaitu aspek teknologi aspek sosiokultural dan aspek lingkungan.

Aspek teknologi dari media baru dapat didefinisikan dari sudut pandang teknologi karena new media tidak lain adalah teknologi baru yang membantu dalam pembangunan berkelanjutan di bidang komunikasi. Media baru tidak dapat dilepaskan dari kemajuan teknologi di bidang komunikasi teknologi komunikasi informasi teknologi komputer dan fisika atau quantum dan nano-teknologi. Adapun aspek sosikultural adalah bahwa teknologi dikembangkan oleh manusia karena suatu alasan yaitu pengembangan. Pengembangan yang dimaksud adalah pengembangan sosial. Hanya teknologi semata yang tidak memiliki kekuatan untuk mendorong perubahan perkembangan dalam masyarakat

---

<sup>3</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society*, (Jakarta: Kencana, 2020) 29

sehingga kita dapat mendefinisikan media baru sebagai kemajuan teknologi baru untuk mendorong perubahan sosial budaya di masyarakat.

Adapun aspek lingkungan berhubungan dengan pengembangan dan penggunaan teknologi baru atau perubahan sosial akibat teknologi baru yang tidak terkendali membawa Sisi Gelap di mana kemajuan teknologi seperti adaptasi sumber daya energi tak terbarukan telah mengancam lingkungan alam dan manusia. Jadi kita dapat mendefinisikan media baru sebagai media yang bekerja tidak hanya untuk pengembangan teknologi sosial atau budaya tetapi juga untuk pengembangan lingkungan yang berkelanjutan.

Istilah media baru sebenarnya mengacu pada berbagai perubahan dalam produksi distribusi dan penggunaan media. Perubahan dari old media ke new media adalah perubahan yang bersifat teknologi tekstual konvensional dan budaya. Mengingat hal ini sejumlah konsep telah muncul yang menawarkan untuk mendefinisikan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan. Beberapa istilah utama dalam wacana tentang media baru diantaranya digital interaktif hipertekstual virtual jaringan dan disimulasikan.

Karakteristik utama dari media baru adalah interactivity. Interaktivitas adalah istilah sehari-hari di mana pengguna media baru melibatkan dua atau lebih peserta yang saling memproduksi mendistribusi dan sekaligus menerima pesan dengan difasilitasi teknologi komputer. Komputer mediated communication atau komunikasi yang dimediasi komputer berdiri di atas prinsip interaktivitas yang sekaligus menjadi pembeda media baru atas media lama. Interaktivitas ini akan menjadi tidak jelas jika bahasa manusia dan bahasa komputer tidak dapat dikomunikasikan Melalui penggunaan hypertext.

## 2. Tiga point kebaruan media

Ada tiga hal utama yang baru dari media baru. Tiga poin kebaruan ini tidak bermaksud untuk menjadi sebuah daftar yang exhaustive dan eksklusif. Artinya ada peluang poin-poin kebaruan lain yang bisa muncul. Begitu juga setiap poin kebaruan ini memiliki potensi untuk saling beririsan. Dengan demikian berikut adalah penjelasan masing-masing kategori kebaruan media baru dalam konteks komunikasi.

a. Semangat budaya baru

Satu hal yang baru dari media Baru adalah semangat atau budaya yang baru. Yang dimaksud dengan budaya atau semangat yang baru ini adalah adanya sebuah niatan harapan dan dorongan untuk menjadi lebih dari sekedar audiens yang aktif. Adanya semangat atau budaya untuk menjadi pengguna menjadi lebih dari sekedar audience. Konsep audience pada kajian Media memiliki keterkaitan dengan penerimaan pesan bahkan penikmat pesan. Dorongan dari penerima menjadi pengirim pesan tentunya tidak bisa disederhanakan bahwa ini baru ada pada era media baru karena hal ini akan mengabaikan manusia sebagai makhluk yang kreatif. Namun yang penulis maksud adalah lebih mengarah pada media baru yang menjadi semacam “enabler” dalam semangat atau budaya baru ini.

Semangat dan budaya untuk lebih dari sekedar audiens aktif ini difasilitasi oleh media baru yang digital dan interaktif. Adapun yang dimaksud lebih dari sekedar audience active contohnya sebagai berikut. Jika kita melihat sebuah unggahan Instagram teman Anda, Lalu Anda memikirkan makna dari pesan yang ada tersebut. Selanjutnya, silahkan identifikasi pemaknaan atau posisi terkait konten yang diposting tersebut. Terdapat sebuah aktivitas yang bernuansa audiens aktif karena anda bisa setuju, tidak setuju, atau berupaya melakukan negosiasi pemaknaan terhadap konten tersebut.

Sehingga itu adalah budaya atau semangat audience yang mana audience itu identik dengan menonton atau melihat dan atau mendengar atau watching on listening seperti pada aktivitas diatas. Sebaliknya, dalam media baru, kita berbicara mengenai pengguna (users), daripada sekedar audience. seorang user atau pengguna berimplikasi pada menggunakan tidak hanya melihat atau menonton atau mendengarkan tetapi juga memodifikasi dan menciptakan atau creating content (bisa juga medium). Menciptakan atau berkreasi konten dan bahkan aplikasi, media baru yang kemudian bisa pengguna distribusikan melalui berbagai pilihan media baru.

Ini adalah satu tanda penting dari semangat atau budaya yang baru. penerima pesan di new media adalah users atau pengguna, lebih daripada audiens. ini bukan hanya masalah istilah saja, tapi ini sudah masuk pada level semangat dan budaya yang dibawa oleh media baru ini. Sehingga, bisa saja Istilah yang dipakai adalah audience 2.0, yang memiliki makna interaktif atau audience yang bisa kreasi konten dan distribusi konten ke dalam media baru ini tidak masalah karena yang menjadi fokus di sini adalah semangat atau budaya baru, atau semangat 2.0 tersebut. Semangat 2.0 inilah yang

menjadi penekanan pada semangat budaya baru ini.<sup>4</sup> Sehingga penggunaan istilah dalam tulisan ini terkadang menggunakan audience atau pengguna, namun makna yang diarahkan adalah pada semangat aktif memaknai dan berkreasi.

b. Teknologi aplikasi baru

Poin kedua terkait bahasan kebaruan media Baru adalah berkaitan dengan hadirnya berbagai teknologi/aplikasi baru. Sekilas, jika kita memikirkan apa yang baru dari segi teknologi, maka jawaban yang umum adalah digital atau interaktif. Penulis setuju dengan jawaban ini, Dan inilah yang setidaknya menjadi dua ciri-ciri awal dari media baru.

Kemudian Apakah buku bukan media yang interaktif, Apa definisi interaktif? tentunya, jika kita mengambil kata dasarnya yaitu interaksi, maka ketika penulis membaca buku, penulis sedang berinteraksi dengan buku tersebut ada proses negosiasi makna ada proses Deep thinking yang bisa terjadi; namun, bukan itu interaktif yang penulis maksud di sini titik melainkan, yang dimaksud dalam bahasan ini adalah adanya unsur fisik atau material atau fitur interaktif dalam media baru yang memungkinkan pengguna mendapatkan kontrol dan berinteraksi dengan media tersebut, bahkan bisa berinteraksi dengan pengguna yang lain.

Lebih lanjut lagi, apa yang baru dari sisi material atau fitur teknologi bisa dipraktekkan melalui aktivitas berikut. Silakan Anda ambil HP anda, atau yang sering disebut dengan smartphome, Lalu Anda bandingkan dengan gambar misalnya televisi analog. Silakan memikirkan dan menuliskan di catatan atau note HP Anda apa yang membuat dua benda ini berbeda dari sisi material atau fiturnya?

Setidaknya ada tiga hal yang membedakan Kedua jenis teknologi atau medium komunikasi yaitu pertama, melalui TV analog, Penulis tidak bisa "memasukkan karya" penulis, tapi penulis bisa melakukannya di HP. Kedua satu TV analog terhubung dengan TV analog lain melalui frekuensi, sementara HP bisa terhubung dengan HP lainnya dengan koneksi internet. Ketiga, dalam TV analog hanya ada program-program TV yang bisa ditonton, tapi dalam HP ada berbagai aplikasi untuk berbagai fungsi.

Dari realita tersebut setidaknya ada tiga ciri pendukung dalam kebaruan teknologi ini yaitu interaktif, digital, dan konvergensi divergensi. Interactive yang diusung oleh teknologi-teknologi media Baru adalah fitur atau kapasitas sebuah media baru yang memberikan pengguna memiliki

---

<sup>4</sup> Jandy Luik, *Media Baru*, (Jakarta: Kencana, 2020), 15

kontrol terhadap konten dan juga medium tersebut. Misalnya, interaktif navigasional yang memungkinkan pengguna atau penonton Untuk menghentikan sementara sebuah tayangan, melanjutkan pada adegan berikutnya atau bahkan memilih episode mana yang ingin ditonton. contoh lainnya adalah komunikasi interaktif yang memungkinkan pengguna untuk memberikan umpan balik, baik synchronous atau asinkronous, melalui media baru. Pengguna bisa mengunggah konten yang telah dikreasi ke dalam media baru dan konten tersebut bisa diakses oleh pengguna lainnya. sehingga, terkadang kita menemukan adanya istilah media interaktif yang dipakai untuk menggambarkan media baru.

Sementara itu, digital merupakan sebuah ciri yang menjelaskan adanya transformasi objek media fisik atau analog menjadi konfigurasi numerik. Sehingga, apa yang tampil atau terlihat di media baru merupakan sebuah representasi numerik dari objek material atau sebuah fenomena. Terakhir, selain interaktif dan digital, ada arus konvergensi ke dalam sebuah media atau sebuah teknologi atau bahkan aplikasi, dan di saat yang sama ada juga arus diversifikasi di dalam media baru atau aplikasi tersebut. Jika kita bandingkan dengan media analog yang sebelum era digital ini, maka terjadi diversifikasi medium: televisi tersendiri, radio tersendiri, koran tersendiri, namun konvergensi teknologinya belum terjadi titik Sementara itu, pada era digital ini, apa yang ingin penulis Garis bawah yaitu. Pertama, media komunikasi: writing, audio, visual, video augmented reality, virtual reality, media sosial bahkan alat pembayaran pun terkonvergensi ke dalam media baru. Misalnya mobile teknologi. Kedua, disaat bersamaan, di dalam media baru, yang dalam hal ini mobile teknologi, juga terjadi diversifikasi applications. walaupun terjadi konvergensi, bukan berarti hanya pada satu, tapi di dalam satu media baru itu, ada banyak atau (divergensi) variasi atau aplikasi.

c. Kelompok pengguna masyarakat baru

Poin yang ketiga dalam menjawab apa yang baru dari media Baru adalah adanya generasi pengguna atau masyarakat yang baru. beberapa istilah pada saat ini, kelompok atau generasi pengguna yang identik dengan netizen, milenials atau Gen Z singkatnya Network Society. Ada juga istilah “digital native” dan “digital immigrance” dan “net generation” yang dipakai untuk mengidentifikasi generasi pengguna di era media baru ini. Akan tetapi, perlu diingat bahwa istilah-istilah ini bukan hanya praktik pelabelan semata, namun ada faktor mendasar seperti masyarakat yang terkoneksi adanya interaktivitas, dan Keluwesan dalam berteknologi digital. Terlepas dari berbagai

penamaan ini, pertanyaan yang perlu kita bahas di sini adalah Apakah media baru menyebabkan munculnya jenis generasi pengguna yang baru ini?

Dua perspektif bisa dipakai untuk menjawab. yang pertama mengikuti sudut pandang yang ditawarkan oleh *medium is the message* maka media baru memiliki andil untuk membentuk pola pikir dan perilaku dari generasi pengguna yang baru ini. Apalagi, dengan melihat pada “pesan” yang dibawa oleh media-media yang interaktif dan interkoneksi seakan-akan menyarankan kita untuk interaktif atau produktif dalam komunikasi. Kedua, melalui sudut pandang yang lain misalnya melalui Teori Sosial konstruksi of teknologi. Kita tidak bisa melupakan andil dari manusia juga bahwa manusia dengan keaktifan dan kreativitasnya juga berperan dalam terciptanya sebuah teknologi atau praktik menggunakan teknologi.

Dengan demikian, menimbang dua sudut pandang ini, kita bisa menyimpulkan bahwa: kita membentuk media, dan kemudian, media membentuk kita (*we shape media and in turn, media shape us*). Membentuk mengacu pada membentuk identitas kita, membentuk pola pikir, perilaku, dan aktivitas berelasi kita. Pandangan ini tidak hanya melihat bahwa relasi antara manusia dan media adalah sebuah relasi statis atau fixed namun ada relasi yang kontinuitas dan dinamis.

Lebih lanjut lagi, dua aktivitas berikut ini akan menjadi ilustrasi dari pandangan integratif ini. membuka aplikasi *messaging* atau *chat* baik itu imessage, whatsapp, line messenger dan fitur chat dari media sosial. Kemudian mengidentifikasi fitur-fitur tipikal dalam aplikasi chat tersebut. Lalu mengidentifikasi manfaat dari berbagai fitur utamanya.

Penulis memberi contoh tiga jenis fitur yaitu keyboard qwerty, deretan emoticons dan pilihan stikers. Tiga fitur tipikal ini diciptakan untuk membantu kita berkomunikasi interpersonal ataupun berkomunikasi kelompok dengan cepat, ringkas, dan ekspresif. Dalam sekejap saja proses komunikasi kelompok untuk sebuah kelas bisa dipermudah dengan aplikasi Chat ini. Komunikasi bisa berjalan dengan cepat ringkas dan ekspresif dengan tiga fitur tadi.

Akan tetapi, dorongan kreativitas berekspresi yang ada di dalam diri kita, ditambah dengan pesan dari aplikasi atau medium ini untuk membuat kita menjadi kreatif dan produktif, maka kita pun bisa menjadi kreatif dalam berkomunikasi, misalnya dengan mengetik pesan hanya memakai kombinasi emoticon saja tanpa menggunakan karakter alfabetik.

Melanjutkan contoh diatas,silahkan Anda mengirim pesan kepada rekan Anda atau di dalam grup hanya dengan memakai kombinasi emoticon.

Poin dari dua Aktivitas ini bagi sub bahasan kebaruan ini adalah karena kita ingin berkomunikasi dengan singkat, cepat dan kreatif, maka muncullah aplikasi chat dengan quarti keyboard, deretan emoticon, dan pilihan stiker (*we shape the media*). Namun Seiring berjalannya waktu, potensi kreatif yang dimiliki media tersebut bertemu dengan potensi kreatif yang kita sebagai manusia miliki, maka lahirlah praktek komunikasi berbasis *emoticons* (atau *media shaped us*). Untuk meringkas apa yang telah dibahas mari kita perhatikan tabel dibawah ini.<sup>5</sup>

**Tabel. Kebaruan media baru**

<b>Kebaruan Media Baru</b>	<b>Perubahan Komunikasi yang terjadi</b>
“Semangat” dan budaya yang baru	Pergeseran dari audiens menjadi users
	Pergeseran “consuming” saja menjadi using creating
Teknologi/aplikasi baru	Pergeseran dari analog (“one way”) menjadi digital-interaktif (“two way”)
	Pergeseran dari divergensi menjadi konfergensi-divergensi
Kelompok pengguna/”masyarakat” yang baru	Munculnya network society, Gen Z, Millenials, Netizen, Digital Natives dan Net Generation
	Kita membentuk media dan kemudian media membentuk kita

### 3. Manfaat kebaruan media baru

Tiga kebaruan media baru seperti yang terangkum dalam tabel di atas memiliki implikasi bagi proses komunikasi secara umum yang dilakukan manusia. lebih khusus lagi, manfaat dari kebaruan media baru bagi para pelaku komunikasi, termasuk para mahasiswa komunikasi. Penulis memakai istilah pelaku Komunikasi untuk merangkum secara luas: Creator konten, sosial media influencer, pengguna media sosial, pengguna Messenger Application komunikator website, analisis dan peneliti media dan komunikasi, video editor, kreatif tim, writer dan pelaku komunikasi lainnya.

<sup>5</sup> Jandy Luik, *Media Baru*, (Jakarta: Kencana, 2020), 23

Ada tiga dampak dari kebaruan media baru bagi pelaku komunikasi:

a. Proses komunikasi berbasis users

Yang pertama akibat dari kebaruan yang dibawa oleh media baru, Maka proses komunikasi melalui media baru yang kita lakukan, baik itu proses produksi konten dan medium, proses transmisi atau distribusi konten dan medium dan proses konsumsi konten atau medium, perlu dilakukan dengan berorientasi atau berbasis pada pengguna aktif. Pengguna memiliki keaktifan dalam memaknai, berinteraksi atau memberikan umpan balik dan berkreasi melalui sebuah media baru tertentu. Sehingga, Maksud dari proses komunikasi media baru berbasis users adalah memasukkan faktor audiens aktif dan kreatif atau produksing ke dalam pesan atau aplikasi yang diciptakan. Sehingga, ide besarnya adalah: users adalah kombinasi dari audiens aktif dan berkreasi.

Lebih lanjut, implementasi ide besar ini, misalnya, ketika membuat pesan atau konten di media baru maka perlu diingat bahwa pesan tersebut adalah pesan atau konten untuk pengguna yang memiliki: Pertama, Kemampuan memaknai konten. Kedua, kemampuan merespons di media baru, seperti, respons dengan low complexity misalnya menekan tombol. Atau respons dengan medium kompleksitas misalnya mengetik komentar dan membalas komentar. Bisa juga dengan respon dengan high Kompleks City misalnya dengan posting konten lainnya yang terkait. Terakhir kemampuan untuk mengambil tindakan melalui proses komunikasi tersebut.

b. Proses komunikasi yang tersegmentasi dan serempak ke masyarakat

Manfaat atau dampak yang ketiga dari kebaruan media Baru adalah proses komunikasi menjadi semakin tersegmentasi dan berjalan serempak. Hal ini disebabkan konsep massa atau audience massal yang mengalami fragmentasi yang mana massa yang ada bukan lagi homogen tapi sudah menjadi heterogen. Bersamaan dengan ini, walaupun sudah terpecah-pecah jenis pengguna, proses komunikasi bisa tetap berjalan serempak. Sehingga, singkatnya, proses-proses komunikasi menjadi lebih banyak atau bermultiplikasi karena adanya segmentasi dari pengguna media baru. Selanjutnya, penulis memberikan dua contoh untuk proses komunikasi yang tersegmentasi dan serempak ini.

Ilustrasi yang pertama adalah terkait netflix. Ini adalah pengalaman pribadi penulis ketika melakukan akses netflix dari 2 lokasi berbeda penulis mengakses dari Malaysia dan Indonesia. Ternyata, pilihan film-film dan TV series berbeda-beda di setiap negara. Walaupun ada juga pilihan film-film atau TV series yang sama di dua negara tersebut. Ini menunjukkan bahwa terjadi

segmentasi pengguna netflix yang berjalan secara serempak. Netflix memberikan akses atau preferensi konten yang berbeda-beda ke pengguna atau audiens yang berbeda. Pada saat yang sama, hal ini dilakukan secara serempak.

Yang kedua adalah praktek yang terkait influencer di media sosial. Influences, yang merupakan evolusi dari endorses di media sosial, sudah mengarah pada pemilik akun media sosial yang memiliki followers yang tidak perlu sampai ratusan ribu atau jutaan. Mereka ini dikenal dengan sebutan mikro influencers, yang biasanya memiliki pengikut 1000 sampai Rp10.000.

Dengan mengandalkan *engagement* dalam akun media sosial dan kelokalan dari *influencer*, *mikro influencer* menjadi sebuah fenomena yang tersegmentasi dan serempak. Partisipasi dan keaktifan pengguna media sosial pun seakan-akan terpecah-pecah mengikuti para mikro influencers ini. Dengan demikian proses komunikasi yang dilakukan, misalnya, oleh agensi media sosial atau manajer komunikasi media menjadi proses komunikasi yang tersegmentasi dan serempak.<sup>6</sup> Begitu juga dengan iklan yang muncul di masing masing beranda medsos kita, tentunya setiap kita akan melihat iklan dan tampilan yang berbeda. Hal ini terjadi karena segmentasinya sudah terpetakan.

### **Cyber Society**

Internet dengan platform media barunya telah menjadikan fenomena sosial yang ada dimana mana. Seperti telepon dan televisi, internet menjadi elemen standar dalam kehidupan masyarakat. Munculnya internet serta meningkatnya penggunaan sistem informasi telah membawa perubahan yang sangat besar dalam kehidupan anak manusia di era ini. internet dengan segala platform media barunya telah merubah pertumbuhan di berbagai belahan dunia. Berbagai halangan yang sebelumnya menganga hilang secara tiba tiba. Kemajuan yang ada mengantarkan masyarakat dunia untuk berkomunikasi, berkolaborasi dan bertukar ide tanpa batasan transdisional, lokasi geografis dan waktu.

Sistem internet yang saling terkoneksi telah menciptakan ranah virtual global. Yaitu suatu ruang dan dunia baru yang sifatnya maya atau *cyberspace*, namun dapat memenuhi berbagai macam kebutuhan umat manusia. baik kebutuhan informasi, ekonomi, sosial politik, budaya dan berbagai kebutuhan lainnya. istilah *cyberspace* pertama kali diciptakan oleh William Gibson dalam cerita pendeknya pada tahun 1982 dengan judul Burning Chrome untuk menunjuk pada realitas virtual

---

<sup>6</sup> Aep Wahyudi, *Melawan Hoax*, (Yogyakarta: Askopis Press, 2017) 54

yang dihasilkan oleh komputer. Istilah ini menjadi populer pada tahun 1984, setelah digunakan pada novel *Neuromancer* Gibson. Secara etimologis, ruang maya merupakan kata majemuk dan asal pertama dari kata cyber yang berasal dari Yunani *kybernetes* yang berarti pilot, gubernur dan penguasa. Kata cyber juga terkait dengan kata *cyborg*, yaitu sebuah istilah yang menggambarkan sintesis mesin manusia yang dihasilkan dengan menghubungkan tubuh manusia dalam perangkat berteknologi modern.

Perkembangan teknologi internet telah membentuk ruang maya atau virtual yang didasarkan pada integrasi operasional metafora spasial yang berkaitan dengan informasi, komunikasi dan berbagai jenis interaksi serta keragaman kepentingan dan lain sebagainya. Hal ini mampu meranahkul dan mengintegrasikan banyak bentuk aktifitas manusia yang berhubungan dengan tempat nyata dan kedekatan fisik sebagaimana disampaikan. Manuel Castells, bahwa melalui internet yang kuat sebagai sistem komunikasi yang baru yang di mediasi oleh kepentingan sosial, kebijakan pemerintah, strategi bisnis dan budaya baru. Secara lebih lanjut dunia maya dipandang sebagai virtualitas nyata dan bukan realitas virtual karena ketika lingkungan simbolis kita pada umumnya terstruktur dalam *hypertext* yang inklusif, fleksibel dan beragam dimana keutamaan *text* ini sebenarnya adalah realitas kita simbol darimana kita hidup dan berkomunikasi.

Di era yang serba modern seperti sekarang ini, hampir seluruh individu dan lembaga di dunia mulai di pemerintah, bisnis, organisasi dan individu semakin mengadopsi teknologi ruang maya untuk meningkatkan produktifitasnya. *Cyberspace* telah mengubah kegiatan sosial, keamanan, budaya, dan menciptakan peluang serta inovasi baru.<sup>7</sup> Ruang cyber juga telah memperluas sarana untuk meningkatkan tata kelola umum dan kesejahteraan rakyat secara global. Dunia maya telah mengantarkan pada pilihan yang lebih baik untuk penelitian, pengembangan dan inovasi. Sehingga pada akhirnya akan mengantarkan pada pertumbuhan ekonomi yang mengarah pada kesejahteraan masyarakat dunia secara lebih cepat.

Gelombang inovasi yang dihasilkan dari konvergensi teknologi informasi dan komunikasi serta mobilitas yang berkembang dalam teknologi *mobilephon* dan bentuk media sosial yang semakin beragam telah membentuk dunia baru ditambah lagi dengan kemajuan dan kecanggihan teknologi *smartphone* telah menghasilkan perubahan yang sangat cepat khususnya dalam hal interaksi dan

---

<sup>7</sup> Nurudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo persada, 2017),103

komunikasi serta kebutuhan lainnya. Perangkat media sosial yang dapat dengan mudah dipasang pada smartphone membuat akses ke dunia maya semakin mudah dan murah serta bebas hambatan. Konsekuensi logis dari peningkatan akses terhadap penggunaan internet yaitu populasi dunia maya akan semakin meningkat yang tentunya akan berdampak kepada segmen-segmen yang berkaitan.

Dari kondisi diatas, kita bisa tahu bahwa terjadi transisi dari dunia fisik ke ruang virtual. Manusia tidak sekedar hidup didalam ruang realitas fisik tetapi hadir pula didalam ruang ruang maya yang menjadi ruang publik baru. Dimana orang orang yang terlibat didalamnya dapat berpartisipasi dan berinteraksi sesuai keinginan dan kebutuhan masing-masing. Ruang maya telah menghubungkan individu-individu dan juga komunitas dalam sebuah jaringan yang saling terhubung satu sama lainnya. poin pentingnya yaitu sekarang kita hidup tidak hanya dalam dunia nyata realitas fisik tapi juga dalam dunia maya (cyber society).

#### 1) Telecommunity dan Cybercommunity

Setiap hari kita menonton tv, membaca surat kabar, membuka email, menerima informasi sporadis tanpa batas dari media sosial, secara tidak sadar hal itu membawa kita menjadi manusia baru. Media membuat anak remaja lebih dewasa dari yang seharusnya dan para orang tua terlihat lebih muda dari yang seharusnya. Sekarang kita berada di era globalisasi yang telah dimanjakan dengan berbagai jenis teknologi media komunikasi. Media komunikasi yang berkembang begitu cepat dan pesat memudahkan kita berkomunikasi tanpa perlu memusingkan jarak. Terdapat dua macam media komunikasi mainstream, yaitu media cetak dan media elektronik. Kedua media tersebut telah banyak mengalami perkembangan. Sekarang telah ada media cetak yang akhirnya telah diterbitkan melalui media elektronik, seperti situs kompas.com dan republik online. Situs tersebut juga menyajikan kabar berupa informasi yang tertera pula dalam surat kabar. Jadi masyarakat dapat menerima informasi sesuai dengan media apa yang ingin mereka gunakan.<sup>8</sup>

Sekarang ini jarak dan waktu sudah tidak jadi hambatan dalam kehidupan sosial. media massa dan media baru sangat berperan menjadi jembatan bagi banyak individu untuk saling terhubung relasi yang dibangun oleh seseorang terhadap orang lain dalam jangka waktu dan wilayah tertentu terkadang menimbulkan fragmentasi sosial yang berpengaruh pada relasi atau hubungan antar komunitas yang berbeda beda. Lama atau tidaknya suatu hubungan bisa diukur dari dimana kita

---

<sup>8</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society*, (Jakarta: Kencana, 2020) 95

berada dan di wilayah mana kita melakukan interaksi. Fragmentasi yang terjadi dapat bermanfaat bagi orang-orang terdekat di sekitar kita. Contoh seorang anggota komunitas akan sangat dekat dan turut berpartisipasi dalam bentuk apapun selama itu terkait dengan komunitas tersebut. Kesamaan identitas akan membuat hubungan intim terjadi begitu cepat, meskipun pada tataran realitas tidak saling mengenal.

Media komunikasi massa dapat menumbuhkan berbagai fungsi bagi budaya, seperti berbagai komunitas yang anggotanya terpisah oleh jarak dan waktu. Komunitas jarak jauh yang terbentuk dan berinteraksi antar anggota karena pemanfaatan media massa ituah yang disebut telecommunity. Beberapa konsepsi menegaskan bahwa komunitas harus terikat pada wilayah fisik, dimana anggota komunitas hidup bersama dan saling berinteraksi. Namun karena banyak faktor yang berkaitan dengan teknologi dan globalisasi, wilayah mungkin tidak lagi jadi faktor utama dalam mendefinisikan masyarakat dan komunitas. Sehingga komunitas saat ini didefinisikan dengan pendekatan interaksional, dimana anggota komunitas dapat berinteraksi dan berkirip pesan meski terpisah jarak dan wilayah yang berbeda.

Sehingga media dapat menjadi sarana untuk menghubungkan satu dengan yang lainnya dalam diskusi dan penyelesaian masalah. Dalam telekomunitas, media dapat menjadi sarana untuk bersosialisasi antar budaya, contohnya para supporter bola yang berada di berbagai belahan dunia. Tentunya hal ini sangat dipengaruhi oleh media media maya karena jarak dan wilayahnya yang sangat jauh berbeda. Pada perkembangannya, telecommunity tidak di fasilitasi oleh media massa karena teknologi internet dan serba serbi didalamnya telah mengubah pemanfaatan media didalam kehidupan masyarakat global. Pada akhirnya telekomunitas berkembang dalam dunia baru yang eksis di dunia maya dalam bentuk cyber community.

*Cyber community* adalah ruang sosial di dunia maya. Dimana banyak orang berinteraksi , bertukar pikiran dan gagasan dengan begitu mudah dan cepat. Pertumbuhan dan perkembangan cybercommunity merupakan salah satu fenomena sosial di abad ini. Para anggota yang terlibat dalam komunitas ini mampu menciptakan sendiri lingkungan, situasi dan masyarakat . komunitas cyber menjadi ruang yang mempertemukan manusia dari berbagai penjuru dunia. Tentunya dengan berbagai kepentingan yang berbeda beda untuk kemudian saling berbagi, komunikasi dan berinteraksi

membentuk komunitas kelompok virtual. Pertumbuhannya sangat luar biasa yaitu di picu oleh kebutuhan untuk bersosialisasi dalam dunia yang penuh ketidakpastian dan kekacauan.

Hal ini telah mendorong banyak orang untuk mencari gaya hidup alternatif dan cyber community menjadi salah satu pilihan solusinya. Ada beberapa alasan mengapa beberapa orang merasa mempunyai kepentingan dalam *cyber community* ini. Diantaranya tergantung pada interpretasi dan individualistik dan identifikasi individualistik, kondisi teknologi modernitas, identitas diri dan kemajuan teknologi lainnya. Interpretasi dan identifikasi didasari atas apakah seseorang memiliki nilai yang lebih besar untuk otonomi dirinya atau rasa aman, kebebasan, dan lain sebagainya. Cybercommunity merupakan komunitas di dunia maya bukan di dunia nyata. Tidak ada individu yang benar benar tinggal di cyber community. Proses pembentukan komunitas *cyber community* memakan waktu yang cukup lama yang biasanya bermula dari kelompok kecil, terdiri dari beberapa orang dan selanjutnya bertambah-bertambah seiring dengan berjalannya waktu. Dinamika didalam kelompok akan sangat menarik karena ada forum diskusi yang sifatnya terbuka.

Biasanya dalam *cyber community* seseorang akan menggunakan nickname yakni nama alias atau nama samaran yang biasa dikenal dalam *cyber community*. Proses seleksi alam akan terjadi dalam komunitas cyber. Dimana topik diskusi akan bergeser ke hal-hal yang menguntungkan sebagian besar komunitas. Ada beberapa contoh komunitas cyber yang eksis di indonesia saat ini seperti Kaskus, Facebook, Ig, Line dan Whatsapp. Komunitas cyber yang saat ini mengalami booming adalah situs komunitas atau jejaring sosial (social network) yaitu situs yang mampu mengakomodasi keinginan penggunanya untuk saling berinteraksi secara langsung real time dengan anggota sesama komunitas lainnya. jenis situs seperti ini yang populer di indonesia yaitu, fb, line, twitter dan ig.

## 2). Bentuk Cyber society

Kamunculan masyarakat maya menjadi fenomena yang tidak terelakkan. Hal ini terjadi karena dampak kemajuan teknologi modern. *Cyber society* adalah istilah yang biasa dipakai dalam berbagai perbincangan formal, informal maupun akademis dalam berbagai informasi. Istilah *cyber society* lebih ditekankan pada sosial budaya yang ada dalam konsep virtual atau maya.

Masyarakat cyber dapat diartikan sebagai masyarakat yang berbasis pengetahuan dan teknologi. Dalam pengertian tersebut masyarakat cyber merupakan bentuk lanjutan dari interaksi antar manusia dan teknologi. Interaksi manusia dan teknologi ini tidak hanya melibatkan satu atau dua manusia tapi

juga mencakup hub antar manusia dalam jumlah yang banyak dan sistem jaringan yang terhubung secara global. Secara kategoris kehidupan masyarakat modern dibedakan menjadi 3 macam yaitu yang pertama masyarakat realitas, masyarakat symbolic dan masyarakat cyber. Dengan begitu manusia masa kini pada dasarnya berada dalam 3 macam fenomena masyarakat yaitu realitas, symbolic dan cyber.<sup>9</sup> Fenomena masyarakat realitas merujuk pada interaksi masyarakat atas dasar nilai dalam proses objektifikasi dan subjektifikasi. Masyarakat yang menciptakan dan mengolah makna yang terbentuk dalam interaksi sosial di dunia nyata. Masyarakat realitas hidup berinteraksi dan berkomunikasi dalam ruang-ruang kehidupan sehari-hari. seperti ruang keluarga, ruang kelas di sekolah atau kampus, ruang kerja di kantor, ruang ekonomi dan lain sebagainya. indera manusia digunakan secara langsung untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan manusia lainnya.

Adapun masyarakat simbolik yaitu masyarakat yang dibentuk oleh konstruksi media atas realitas yang terjadi didalam masyarakat. Media dilihat dari satu sisi sebagai instrumen dari kekuatan kekuasaan Ekonomi dan atau politik dengan memproduksi secara monopoli nilai kebenaran untuk pengendalian dominasi dan hegemoni masyarakat. Pada sisi lain media juga dilihat sebagai institusi yang memiliki otonomi dan independensi dalam memproduksi makna kultural masyarakat. Masyarakat simbolik mengikuti simbol-simbol dan pemaknaan atas simbol yang dilakukan oleh media. Contohnya ketika media melalui berbagai kontennya membuat pemaknaan atas perempuan cantik dengan konstruksi mereka yang dimunculkan dalam simbol perempuan berkulit putih tinggi berambut panjang dan berhidung mancung. Masyarakat realitas Mungkin banyak yang terpengaruh dengan realitas simbolik yang dibentuk media tersebut meskipun dalam kehidupan sehari-hari perempuan cantik adalah sesuatu yang subjektif sesuai dengan pemaknaan masing-masing individu.

Fenomena masyarakat cyber berada dalam struktur model komunikasi yang kompleks. Secara mendasar setiap orang dipaksa untuk melek atau harus tahu media digital digital media literasi yang berbasis pada teknologi digital sebagai syarat untuk bisa menjadi konsumen informasi maupun produsen informasi. Sejalan dengan pemikiran Jean baudrillard tentang hyper reality di dalam masyarakat cyber terjadi implotion realitas di mana realitas nyata dan realitas simbolik bercampur dengan realitas palsu yang akhirnya menimbulkan ledakan ke dalam dan mengaburkan realitas di dalamnya. Kebenaran menjadi semakin sulit untuk ditemukan dalam kehidupan masyarakat cyber

---

<sup>9</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society*, (Jakarta: Kencana, 2020), 102

karena tumbuh suburnya realitas palsu tersebut. Di media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram terdapat banyak sekali “cyber account” atau akun dengan identitas palsu yang kita tidak tahu sama sekali identitas sesungguhnya dari akun palsu tersebut.

Bahkan terjadi *disruption of information* atau gangguan informasi dalam masyarakat cyber karena begitu banyaknya informasi yang dapat diakses. Hal ini berdampak pada meningkatnya tingkat saling ketergantungan antara komponen fisik dan virtual atau teknologi orang dan proses tanpa henti membuka kerentanan ancaman dan resiko yang tidak terduga. Kelebihan atau *overload* sumber informasi tersebut terkadang justru menjebak individu Dalam lautan informasi tanpa dapat membedakan informasi yang benar dan palsu. Masyarakat di dunia maya terus dihadapkan pada kerentanan ancaman dan risiko yang terus-menerus mendorong eksploitasi konspirasi dan konflik yang tidak berkesudahan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang revolusioner menuntut masyarakat cyber untuk dapat memanfaatkan berbagai manfaat dan kegunaannya jika tidak mau terlindas oleh disrupsi informasi yang terjadi. Sebagai contoh adalah konsep uang yang tidak lagi membutuhkan entitas fisik atau koin kertas atau tagihan tetapi telah digantikan dengan perubahan angka-angka dalam akun yang disimpan di dalam sistem komputer. Kita tak perlu lagi membawa lembaran-lembaran uang untuk dapat berbelanja atau membayar tagihan karena telah banyak aplikasi mobile yang menyediakan fasilitas pembayaran secara elektronik dan daring. Tokoh-tokoh dan pusat perbelanjaan harus siap dengan disrupsi ini jika tidak ingin tenggelam dalam era yang serba tidak pasti.

### **Peran Media Baru**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang selaras dengan perkembangan teknologi perangkat keras dan perangkat lunak secara langsung dan tidak langsung menimbulkan perubahan di dalam masyarakat. Era cetak yang muncul setelah Gutenberg menemukan mesin cetak press, telah memunculkan satu era baru yang bertahan hingga ratusan tahun lamanya. Dan Gutenberg mungkin tidak sadar bahwa penemuannya dalam bidang teknologi cetak telah membawa perubahan dalam agama Katolik ketika Injil pada akhirnya dapat diperbanyak secara cepat dan akhirnya sampai ke masyarakat yang lebih luas di berbagai penjuru dunia. Pun ketika pada akhirnya

Al-Quran sebagai kitab suci umat Islam dapat diperbanyak secara cepat dan massal dan akhirnya menjadikan Islam tersebar ke seluruh penjuru dunia.

Ketika Karl Marx Mencetuskan ideologi sosialis dan komunis mungkin Thomas Alva Edison tidak berpikir bahwa penemuannya berupa bola lampu telah membantu menyebarkan ideologi komunis tersebut ke berbagai penjuru dunia. Begitu pula yang terjadi dengan ideologi kapitalis sebagai akar dari kolonialisme di Eropa. Ketika Adam Smith Mencetuskan ide tentang kapitalisme di Inggris mungkin dia tidak bermimpi bahwa ideologi itu masih bertahan sampai sekarang dan menjadi ideologi yang paling dominan di muka bumi ini. Namun ide kapitalis Adam Smith itu hanya akan ada di desa-desa kecil di Inggris seandainya James Watt tidak mengembangkan mesin uap yang memfasilitasi transportasi massal di daratan Eropa dan di penjuru dunia.<sup>10</sup>

Seperti disampaikan MC Luhan bahwa *medium is the message*, di mana setiap artefak teknologi adalah satu medium yang membawa pesan kepada masyarakat, dan pada akhirnya membawa perubahan. Perkembangan teknologi, yang disokong kekuatan ekonomi dan politik telah menciptakan lingkungan masyarakat mengalami perubahan. Namun dampak teknologi dan inovasi terhadap nilai-nilai sosial dan norma-norma terkadang dianggap merusak tatanan budaya suatu bangsa atau masyarakat.

Lebih lanjut Horkheimer dan Adorno menyampaikan bahwa dasar di mana teknologi mendapatkan kekuasaan atas masyarakat adalah kekuatan mereka yang posisi ekonominya paling kuat di masyarakat. Rasionalitas teknis saat ini adalah rasionalitas dominasi. Ini adalah karakter kompulsif dari masyarakat yang terasing dari dirinya sendiri (*Alienated Society*). Teknologi telah menguasai hidup manusia bahkan memisahkan manusia dari lingkungan realitas tempat mereka tinggal. Ketika mereka (manusia) berkumpul dalam suatu tempat yang sama namun dunia mereka berbeda-beda. Menjadi hal yang lumrah ketika kita mendapati sekumpulan orang di cafe atau caffe shop, tetapi mereka tidak saling berinteraksi dan berkomunikasi karena mereka berinteraksi dan berkomunikasi di dunia cyber.

Globalisasi, selain menciptakan keseragaman juga telah memunculkan sifat-sifat individualistik dan materialistik. Teknologi dan media hasil ciptaan manusia pada satu titik telah mengubah perilaku dan budaya manusia itu sendiri. Bahkan teknologi telah mampu memperbudak manusia untuk selalu

---

<sup>10</sup> Catur Nugroho, *Cyber Society*, (Jakarta: Kencana, 2020) 121

menghamba dan tidak lepas darinya.<sup>11</sup> Televisi, film, internet dan segudang platform media baru telah membentuk suatu sistem komunikasi massa yang menciptakan konstruksi masyarakat akan realitas dengan berbagai macam simbol. Media telah menciptakan realitasnya sendiri yang celakanya diikuti oleh sebagian besar masyarakat sebagai realitas yang nyata.

Migrasi teknologi komputer dari industri dan laboratorium penelitian ke rumah selama 30 tahun terakhir telah meningkatkan proses ini. Budaya populer media baru dimulai dengan video game, sebuah media yang dikembangkan dengan imajinasi teknologi tentang masa depan dan akhirnya membentuk dunia maya. Internet dan berbagai perangkat teknologi media digital telah menghasilkan perubahan sosial besar-besaran dalam perilaku dan pola gaya hidup masyarakat. Media baru telah membentuk budaya modern dengan mempengaruhi cara orang berperilaku, berkomunikasi, belajar dan memahami diri sendiri dan dunia mereka.

Saat ini, penonton televisi dapat menonton acara favorit di layar smartphone tanpa terbatas lagi pada jam tayang dan tempat. Teknologi mobile phone berbasis internet telah jauh melebihi fungsi aslinya sebagai alat berkomunikasi dengan pesan suara dan tulisan. Telepon pintar sekarang telah dapat memainkan peran televisi, radio, pemutar musik, games, dan bahkan film. Dengan satu smartphone, orang telah dapat mengobrol dengan orang asing di ruang obrolan atau bersosialisasi dengan teman-teman di grup WhatsApp, sambil membaca surat kabar online, serta memainkan pemutar musik pada saat yang bersamaan. Kegiatan *multitasking* yang mungkin dahulu tak pernah kita bayangkan, sekarang telah menjadi suatu rutinitas masyarakat modern.

Saat ini, siapapun yang memiliki akses internet dapat memperoleh informasi tentang masalah, peristiwa, atau tempat apapun, tanpa batasan waktu, biaya, wilayah geografis, dan politik yang digunakan untuk membatasi pengumpulan informasi tersebut. Hal ini tentu saja juga membawa dampak negatif terhadap kehidupan masyarakat, karena tidak semua informasi yang tersedia di dunia maya adalah informasi yang benar dan sesuai fakta. banyak informasi yang sengaja dibuat salah (disinformation) dan ditujukan untuk menyesatkan atau merugikan orang lain. Hal ini yang pada akhirnya dapat menimbulkan konflik horizontal di dalam masyarakat. Perbedaan pandangan politik atau agama telah di peruncing dengan berbagai macam hoax atau informasi salah yang banyak bertebaran di ruang maya.

---

<sup>11</sup> Nurudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*, (Jakarta: Rajagrafindo persada, 2017),12

Selain itu, dalam bidang ekonomi terjadi *distruction* besar-besaran dengan terciptanya sistem transaksi dan pembayaran berbasis elektronik dan digital atau yang disebut sebagai financial teknologi atau fintech. Menurut Bank Indonesia, sebagaimana dikutip dalam laman resmi [www.bi.co.id](http://www.bi.co.id), fintech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Kita sekarang tak lagi harus membawa uang kertas atau koin untuk dapat berbelanja di minimarket, karena telah tersedia berbagai macam aplikasi pembayaran digital yang memungkinkan kita untuk membayar barang belanjaan, atau sering disebut sebagai uang elektronik atau e-money.

Kehadiran fintech memberikan efisiensi dan efektivitas bagi konsumen, selain mendapatkan pelayanan yang lebih baik, konsumen juga mendapatkan pilihan produk yang lebih banyak dengan harga yang murah. Berbagai macam aplikasi pembayaran seperti Go-Pay, OVO, Link Aja dan Dana telah terkoneksi dengan begitu banyak *merchant* yang dapat menerima pembayaran secara elektronik. Uang kertas dan logam sebagai alat pembayaran telah berubah menjadi bentuk angka-angka dalam perangkat elektronik.

Tokoh-tokoh online yang menjadi penyedia bagi berbagai macam barang dan jasa, seperti Bukalapak, Tokopedia, Blibli, Lazada, dan Shopee telah terkoneksi dengan aplikasi pembayaran elektronik tersebut. Hal ini pada akhirnya menyederhanakan rantai distribusi dan transaksi ekonomi dengan mempertemukan penjual dan pembeli secara daring, sehingga mampu menekan biaya operasional dan biaya modal bagi produsen. Kehadiran teknologi *e-commerce* dengan *financial technology* telah mengubah perilaku masyarakat dalam aktivitas ekonomi. Kita tak perlu lagi pergi ke warung, toko atau mall untuk mendapatkan barang keperluan sehari-hari, karena berbagai platform perdagangan elektronik telah menyediakan hampir semua kebutuhan hidup manusia. Lebih dari itu *financial technology* telah memunculkan sistem peminjaman dana daring atau yang disebut “fintech lending”. Persyaratan untuk mendapatkan pinjaman dana dari pinjaman online ini juga sangat mudah, karena peminjam cukup mengunduh aplikasi di smartphone dan menyiapkan identitas diri atau e-KTP untuk selanjutnya mengikuti langkah-langkah yang sudah ditentukan oleh masing-masing fintech lending.

Teknologi dan media baru (internet) dan media sosial telah memicu pengguna, atau sering disebut netizen atau singkatan dari Internet Citizen atau warga internet untuk membangun identitas baru di dunia maya. Internet dan media sosial telah mengubah interaksi dan pola komunikasi masyarakat, ketika internet dapat memberikan fasilitas komunikasi dan sosialisasi dengan berbagai platform media sosial, maka terjadilah berbagai bentuk hubungan interpersonal kelompok, organisasi, publik, dan masa di dalam dunia maya. Media sosial telah mampu membuka peluang bagi setiap individu untuk membangun identitas dirinya yang seringkali berbeda dengan identitas diri di dunia realitas. Media sosial memberikan tempat bagi individu untuk membangun identitas diri yang akan digunakan untuk bersosialisasi di dunia maya baik sebagai diri sendiri yang asli, maupun sebagai individu lain.

Media sosial telah menciptakan wilayah virtual (virtual territories) di mana wilayah pribadi seseorang berada di area terbuka sekaligus. Jika dahulu orang membedakan beberapa wilayah dalam hubungan antar pribadi atau kelompok, seperti wilayah primer (primer territories) yang merupakan wilayah eksklusif, dan wilayah sekunder (secondary territories) yang merupakan hubungan personal seseorang yang tidak eksklusif dengan sebuah area, dan juga wilayah publik (publik territories) yang tidak melibatkan afiliasi personal, sebagai area yang terbuka bagi semua orang. Maka saat ini sosial media menciptakan wilayah yang berbeda, di mana tidak ada lagi batasan-batasan wilayah dalam hubungan antar personal, yaitu wilayah virtual, dimana orang dapat tampil sesuai dengan keinginan dan kemampuannya dalam menciptakan identitas diri.

Selanjutnya, ketika media baru memicu terbentuknya suatu dunia baru, cyberspace, tercipta pula satu bentuk masyarakat baru, yaitu masyarakat maya (cyber society). Masyarakat yang tidak hanya memuja simbol-simbol media, tetapi bahkan telah menciptakan realitas-realitas virtual yang tidak ada dalam kehidupan masyarakat riil di kehidupan sehari-hari. Masyarakat maya telah mengubah tatanan sosial secara signifikan. Anonimitas individu dalam jaringan sosial media memudahkan individu untuk mengambil kebebasan dan berperilaku tanpa konsekuensi. Di media sosial orang tidak bisa langsung mempercayai identitas seseorang yang baru dikenal. Kebohongan, penipuan, dan kecurangan seakan tak ada kontrol di dalam dunia media sosial. orang dapat dengan mudah membuat akun-akun palsu atau fake account di berbagai platform media sosial sesuai keinginan dan kepentingannya.

Mekanisme kontrol sosial yang hampir tidak ada di dalam media sosial telah mengubah sikap dan pandangan orang dalam hal ketertiban dan etika di dunia virtual. Media sosial dengan berbagai bentuk dan medialitas mampu menyediakan informasi dalam jumlah banyak bahkan berlebih. Kita hidup dikelilingi oleh produk media seakan produk dan konten media tersebut seperti udara yang kita hirup sehari-hari.

### **Kesimpulan**

Dari pembahasan yang telah diuraikan diatas, yaitu tentang “Peran media baru dalam membentuk cyber society” setidaknya kita dapat mengambil beberapa poin penting. Kemajuan teknologi telah mengantarkan dan merubah “wajah” baru dunia media. Apalagi dengan kehadiran media baru yang berupa internet dan serba serbi di dalamnya seperti youtube, facebook, instagram, twiter, line dan lain sebagainya. Hal itu menjadikan masyarakat global untuk berbaur dengan hiruk pikuk kehidupan *cyberspacy*. Lebih dari itu hampir hampir seluruh kebutuhan masyarakat modern sudah terpenuhi lewat aplikasi aplikasi yang ada dalam smarphonenya. Termasuk di dalamnya adalah kebutuhan akan informasi dan hiburan tentunya. Bahkan eksistensi status sosial masyarakat modern juga bisa ditentukan lewat akun kaun di media sosisialnya. Daris inilah kemudian memunculkan sebuah tatanan dunia baru yang bernama *cyber society atau masyarakat maya*. Dimana interaksi dan hubungan antar manusia modern tidak hanya berada di dunia nyata saja tetapi keberadaan ruang maya menjadi sebuah keniscayaan. Mengingat efek atau dampak yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi cyber sangat besar pengaruhnya di masyarakat modern.

Disadari atau tidak bahwa peran media baru sangat terasa dalam membentuk tatanan sosial kemasyarakatan yang ada di seluruh belahan dunia. Dimana eksistensi *cyber society* tentunya merupakan bagian tak terpisahkan dari peran media baru yang menjadi ruang hidupnya. Kehadiran entitas baru ini punya perbedaan dengan kelompok kelompok masyarakat sebelumnya. Bahkan perbedaan tersebut sangatlah jelas dan terasa. Karena di zaman ini, dunia nyata hampir hampir sudah tergantikan dengan dunia maya atau *cyber spacy*. Kehidupan *Cyber society* sudah tidak lagi terhalang oleh jarak dan waktu. *Cyber society* atau kita bisa menyebutnya juga sebagai masyarakat maya sudah menemukan eksistensinya melalui media baru yang sangat canggih. Dari sinilah babak baru kehidupan dimulai, dimana semua info dan berita bahkan hampir hampir semua kebutuhan hidup bisa diakses dengan mudah oleh semua orang.

### Daftar Pustaka

- James W. Tankard, Jr. Werner J. Severin, *Teori komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)* Jakarta: Prenada Media Group, 2015
- Junaidi, Fajar, *Etika Komunikasi Di Era Siber*, Depok: Rajawali Press, 2019
- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, Jakarta: Salemba Humanika, 2011
- Mulyana, Deddy, *Komunikasi Massa*, Bandung: Widya Padjadjaran, 2008
- Mungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, 2008
- Nasrullah, Rully, *Komunikasi Antarbudaya di Era Cyber*, Jakarta: Kencana, 2014
- Nasrullah, Rully, *Komunikasi Antar Budaya di era budaya siber*, Jakarta: Kencana, 2012
- Nurudin, *Media Sosial Agama Baru Masyarakat Milenial*, Malang: Intra Publising, 2018
- Nurudin. *Komunikasi massa*, Malang: Cespur, 2003
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014
- Nurudin, *Perkembangan Teknologi Komunikasi*, Jakarta: Rajagrafindo persada, 2017
- Pureklolon, Thomas Tokan, *Komunikasi Politik*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2016
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011
- Romli, Khomsahrial, *Komunikasi Massa*, Jakarta: Grasindo, 2016
- Tamburaka, Apriadi, *Adenda Setting Media Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013
- Toto Sugiarto, *Panduan Menjadi Jurnalis Profesional*, Yogyakarta: Araska, 2019
- Wahyudi, Aep, *Melawan Hoax*, Yogyakarta: Askopis Press, 2017
- Wahyuni, Isti Nursih, *Komunikasi Massa*, Yogyakarta: Garha Ilmu, 2014