

"Peran Media Digital dalam Perubahan Cara Berinteraksi di Indonesia: Implikasi dan Pentingnya Pemahaman Komunikasi Digital dan Media Baru"

Komunikasi melalui teknologi digital seperti internet dan ponsel telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi di Indonesia. Peningkatan penggunaan internet di Indonesia mencapai sekitar 204,7 juta pengguna aktif pada tahun 2022, atau sekitar 74% dari total populasi (We Are Social & Hootsuite, 2022). Berbagai macam kategori media digital, seperti website, email, forum internet, blog, aplikasi pesan instan, dan siaran internet, telah muncul sebagai akibat dari pertumbuhan teknologi digital.

Menurut Davis (1989), media digital menjadi sarana penting dalam membangun komunikasi antara individu dan bisnis di era digital ini. Namun, kehadiran teknologi digital juga memiliki implikasi signifikan bagi aspek sosial, budaya, bisnis, dan pendidikan. Oleh karena itu, memahami bagaimana komunikasi digital dan media baru berperan dalam kehidupan sehari-hari kita sangat penting untuk memaksimalkan manfaatnya dan meminimalkan dampak negatifnya. Dalam rangka mengikuti perkembangan teknologi, kita perlu terus belajar dan mengikuti perkembangan teknologi agar dapat memanfaatkannya secara optimal.

Komunikasi digital memengaruhi cara manusia berinteraksi satu sama lain, terutama di Indonesia yang mengalami peningkatan signifikan pada penggunaan teknologi digital. Internet, sebagai salah satu bentuk teknologi digital, tidak hanya menjadi media komunikasi dan informasi, tetapi juga telah menjadi kultur dan artefak kultural pada zaman digital ini. Artefak kultural seperti meme, video, dan konten viral seringkali menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat di era digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami pengertian komunikasi digital dan internet sebagai kultur dan artefak kultural agar dapat memaksimalkan manfaat teknologi digital dan mengurangi dampak negatifnya.

Media digital telah membuka banyak kemungkinan untuk komunikasi dan interaksi manusia. Terdapat 7 kategori media digital yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, yaitu situs (website), e-mail, forum di internet, blog, aplikasi pesan, internet "broadcasting," dan media sosial (social media). Situs adalah halaman web yang berisi informasi atau layanan yang dapat diakses melalui internet, seperti Google, Wikipedia, dan Facebook. E-mail adalah surat elektronik yang digunakan untuk komunikasi formal dan informal, serta untuk mengirimkan dokumen dan file.

Internet sebagai Kultur dan Artefak Kultural Internet tidak hanya sebagai media komunikasi dan informasi, namun juga sebagai kultur dan artefak kultural. Internet memengaruhi kebudayaan manusia dan menghasilkan artefak kultural seperti meme, video, dan konten viral (Castells, 2009).

Kategori media digital yang umum digunakan meliputi website, e-mail, dan forum di internet. Situs web berisi informasi atau layanan yang dapat diakses melalui internet (Kaplan & Haenlein, 2010), sedangkan e-mail digunakan untuk komunikasi formal dan informal (Preece, 2000). Forum di internet memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, pengalaman, dan pendapat mengenai topik tertentu (Preece, 2000).

Kategori media digital lainnya yang sering digunakan selain website, e-mail, dan forum di internet, terdapat juga kategori media digital lainnya seperti blog, aplikasi pesan, internet broadcasting, dan media sosial. Blog digunakan untuk berbagi informasi, pemikiran, dan pandangan dengan cara menulis (Bruns & Jacobs, 2006), sedangkan aplikasi pesan digunakan untuk mengirimkan pesan teks, suara, dan video secara instan (Kietzmann et al., 2011). *Internet broadcasting* atau di Indonesia lebih umum dikenal dengan istilah

“streaming” digunakan untuk mengirimkan konten seperti video dan audio secara langsung atau on-demand (Dellarocas et al., 2003), sedangkan media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi konten dengan orang lain secara daring (Kaplan & Haenlein, 2010).

Penggunaan media digital dan teknologi informasi dapat memberikan keuntungan dalam membangun komunikasi antara individu dan bisnis di era digital ini, namun hal ini juga harus diimbangi dengan kesadaran akan dampak negatifnya terhadap aspek sosial dan kesehatan Davis (1989). Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memahami penggunaan media digital secara bijak dan memanfaatkannya dengan tepat guna dalam memaksimalkan manfaatnya dan meminimalkan dampak negatifnya.

Pemahaman komunikasi digital dan media baru memberikan dampak yang signifikan pada kehidupan sosial, budaya, bisnis, dan pendidikan. Perubahan dalam bentuk komunikasi dan akses informasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, berbelanja, dan belajar. Beberapa implikasi pemahaman komunikasi digital dan media baru antara lain berupa implikasi bagi kehidupan sosial dan budaya manusia, yang memicu peningkatan penggunaan media sosial dan internet membawa dampak yang signifikan pada interaksi sosial manusia. Meningkatnya kecanduan media sosial, perubahan pola komunikasi, dan meningkatnya paparan informasi palsu menjadi implikasi yang harus diwaspadai. Lebih lanjut, implikasi bagi bisnis dan industri berupa kemajuan teknologi digital telah memungkinkan bisnis untuk beroperasi secara online dan menjangkau pasar yang lebih luas. Peningkatan perdagangan elektronik dan model bisnis online telah mengubah cara kita membeli dan menjual barang dan jasa. Lalu, implikasi bagi dunia pendidikan berupa kemajuan teknologi digital telah mengubah cara kita belajar dan mendapatkan akses ke informasi. Pendidik dapat menggunakan media digital sebagai alat bantu pengajaran, serta meningkatkan aksesibilitas informasi dan fleksibilitas dalam cara belajar.

Melalui pemahaman komunikasi digital dan media baru lewat 7 kategori media digital, kita dapat memahami peran teknologi digital dalam mengubah cara manusia berkomunikasi dan berinteraksi. Pemahaman ini membawa dampak yang signifikan pada kehidupan sosial, budaya, bisnis, dan pendidikan. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk terus mempelajari dan mengikuti perkembangan teknologi digital, sehingga kita dapat menggunakannya secara optimal.

Daftar Pustaka

- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dellarocas, C. (2003). The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Manag. Sci.*, 49, 1407-1424.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious!
- Preece, J. (2000), "Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 100 No. 9, pp. 459-460. Diambil dari: <https://doi.org/10.1108/imds.2000.100.9.459.3>
- We Are Social & Hootsuite. (2022). Digital 2022: Indonesia. Diambil dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
-