

KONTEN DIGITAL DAN FENOMENA SOSIAL MASYARAKAT

EDITOR :

**A. DIAN FITRIANA
NURHAKKI**

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 tentang

Hak Cipta

Pasal 2

1. Hak Cipta merupakan hak eksklusif bagi pencipta atau pemegang hak cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku

Ketentuan Pidana

Pasal 72 :

1. Barangsiapa dengan sengaja atau tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah) atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah).
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan/atau denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Konten Digital dan Fenomena Sosial
Masyarakat

*@Hak Cipta Penerbitan Pada Penerbit
Nusantara IAIN Parepare Press
All right reserved*

ISBN :

Penerbit Nusantara IAIN Parepare Press

Jl. Amal Bakti n0.8 Soreang Kota Parepare
Sulawesi Selatan
91132

Diterbitkan atas dukungan dari Institut Agama
Islam Negeri Parepare
Tahun 2022

Cetakan Pertama, November 2022
Ukuran 14,8 x 21 cm; Halaman x + 449

Perancang Sampul :
Tata Letak : **Andi Dian Fitriana**

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak tanpa izin
dari penerbit dan penulis kecuali untuk kepentingan
penelitian atau promosi

KATA PENGANTAR

Sangat menggembirakan hati karena buku dengan judul **Konten Digital dan Fenomena Sosial Masyarakat** akhirnya telah selesai. Puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas limpahan berkah dan rahmatnya akhirnya buku ini terselesaikan, setelah sebelumnya melewati proses yang tidak singkat, mulai dari penulisan, penyuntingan sampai pada penerbitan buku.

Pada buku ini pembaca akan disajikan berbagai sudut pandang terkait penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam kegiatan dakwah. Terdiri dari 25 bagian, buku ini memuat tentang bagaimana fenomena sosial yang terjadi ditengah-tengah masyarakat mulai dari dampak positif seperti endorsment, bagaimana menjaga keamanan data pribadi, pemanfaatan teknologi sebagai sumber penghasilan, dan pembentukan budaya atau kebiasaan baru sebagai efek dari pemanfaatan teknologi digital.

Selain itu pada buku ini juga membahas ragam dampak negatif seperti hatespeech, hoaks, fenomena LGBT yang marak dipertontonkan, etika dan bahasa sarkasme, sampai pada pelaksanaan ibadah yang terimbas akibat penggunaan platform digital. Keberadaan buku ini diharapkan mampu

untuk memberikan literasi atau pemahaman dan pengalaman bagi pembaca mengenai bagaimana menggunakan media digital secara bijak.

Buku ini ditulis sebagai bagian dari salah satu tugas akhir pada mata kuliah metode penulisan karya ilmiah, sehingga teknik penulisan yang digunakan merupakan teknik penulisan ilmiah. Diharapkan buku ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Terima kasih yang sedalam-dalamnya pada semua pihak yang terlibat pada proses penyusunan buku ini. Motivasi yang kuat dari segala penjuru yang akhirnya memicu para penulis untuk segera menyelesaikan penulisan buku ini. Kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah dan yang akan memberikan bantuan, kritik, saran dan sumbangan pikiran dalam rangka penyempurnaan karya ini. sangat disadari bahwa karya ini masih perlu diperbaiki dan disempurnakan.

Semoga Allah SWT meridhoi buku ini.

Penulis

DAFTAR ISI

Cover	I
Kata Pengantar	IV
Daftar Isi	V

Bagian 1

Dampak Hate Speech Bagi Kesehatan Mental Dan Psikologi	1
Rita Dwi Lestari & Sukmawati	

Bagian 2

Efektifitas Endorsement Oleh Public Figure di Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk.....	19
Nur Andini Sari, Rafli & Putri Mega Pratiwi	

Bagian 3

Problematika Lgbt Pada Di Media Sosial Terhadap Perspektif Hukum Islam Dan Ham.....	38
Annisa Nursyahbaniah, Azwarani & Andi Lau	

Bagian 4

Peran Orang Tua Dalam Mendukung Pembentukan Psikososial Anak Serta Mencegah Dampak Internet Dan Teknologi Pada Anak Usia Dini	56
Khalis Usman, Luqmanul Hakim, Sindi Safitri	

Bagian 5

Efek Bandwagon Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Anak Remaja	74
Almayani, Nur Hasan S.M., Wilda Widayani	

Bagian 6

Menjaga keamanan data pribadi dalam media sosial	95
Nurasisah, Chairunnisa, Selvi Octapiani	

Bagian 7

Etika Berkomentar Di Akun IG Artis	116
Haiza, Apriani Pamessangi, Dasia Mayangsari	

Bagian 8

Facebook dan Hoax	124
--------------------------------	------------

Bagian 9

Game Sumber Penghasilan Dimasa Pandemi.....	134
Imran Hidayat, Fauzan	

Bagian 10

Dampak Penggunaan Plastik Sekali Pakai Pada Packaging Setiap Pembelajaran Online	114
Sarmila, Syah Indrawan, Supian Sauri	

Bagian 11

Dampak Penggunaan Game Online Mobile Legend Terhadap Pelaksanaan Ibadah Sholat Bagi Masyarakat	158
Ismail, Nur Aini Riswan, Muh. Nasrul	

Bagian 12

Dampak Jejak Digital Pada Setiap Aktivitas Yang Diunggah Di Internet Bagi Reputasi Penggunaanya	173
Hajirah , Arianti , Muhammad Nashir As'ad	

Bagian 13	
Peran Orang Tua Dalam Mendukung Kegiatan Pembelajaran Rumah Pada Masa Pandemi	189
Deka Darmawan, Nur Akhlia Fajrin, Fildza Az Zahra	
Bagian 14	
Youtube Sebagai Sarana Belajar Mengajar Bagi Siswa Dan Guru	215
Sakina, Rangga Aditya Abubakar, A. Sarmiani	
Bagian 15	
Fenomena Pencemaran Nama Baik Melalui Media Sosial Dan Upaya Perlindungan Bagi Korbannya	236
Nurul Syafika, Nur Aini	
Bagian 16	
Efek Tontonan Anak Melalui Aplikasi Youtube Bagi Perkembangan Anak Usia Dini	250
Nurul Fadhilah Afiqah, Harnia, Nur Isra	
Bagian 17	
Pemanfaatan Platfrom Tiktok Dalam Penyebaran Islam	269
Nur Reski Amalia, Febryanti	
Bagian 18	
Kehadiran E-Commerce Menggeser Kebiasaan Belanja Secara Langsung	286
Ahsanul Amalia, Muh. Fadly, Nadya Raihana Putri	

Bagian 19

**Dampak Peralihan Penggunaan Telepon Biasa
Menjadi Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi
Antar Pribadi 309**

Amira Nurul Inayah, Cahya Ramadhani, Muh
Zaldy

Bagian 20

**Youtube Sebagai Sarana Mengurangi Depresi
Dan Penyemangat Bagi Lansia..... 338**

Nurafni. D, Nurhikma , Syamsyuriadi

Bagian 21

**PEmanfaatan Akun Informasi Berita Regional
Pada Instagram Dalam Memberikan Informasi
Kepada Masyarakat 356**

Zarah Indriyani, Ayu Azhara

Bagian 22

**Efektifitas Akun Instagram Selebritis Dan
Selebgram Dalam Memberikan Informasi
Perkembangan Fashion 371**

Sri Kartika Abidin , Faikatul Hikmah , M.Ryan
j.s.patintingan

Bagian 23

**Pengaruh Pemakaian Bahasa Sarkasme
Didalam Media Sosial Bagi Kalangan Remaja 387**

Amalia Nurul Fitria, M Amin Syam

Bagian 24

Adab Dalam Bermedia Sosial 406

Nurfadilla Muslimin, Muhammad Fatur Ridha

Bagian 25

Keamanan Crypto Sebagai Mata Uang Digital

Indonesia 427

Lilis Karmila, Nur Clara Watra, Sahabi

Bagian 1

DAMPAK *HATE SPEECH* DI MEDIA SOSIAL BAGI KESEHATAN MENTAL DAN PSIKOLOGI

Rita Dwi Lestari & Sukmawati

Membahas terkait media sosial, media sosial adalah wadah yang paling efektif dalam menyebarkan data informasi kepada orang-orang pada umumnya. Hal ini disebabkan karena tidak perlu didistribusikan ke khalayak dengan turun langsung ke lapangan, cukup dengan menggunakan jejaring media sosial informasi sudah tersebar luas ke berbagai penjuru dunia. Karena naluri manusia yang selalu ingin berkomunikasi antar sesama, didukung oleh kemajuan inovasi teknologi sehingga berbanding lurus dengan perkembangan media sosial.

Jejaring sosial yang berbeda mempunyai tujuan yang berbeda: transmisi opini (Twitter atau Facebook), kontak bisnis (LinkedIn), berbagi gambar (Instagram), transmisi video (YouTube), dan sebagainya. Namun, aplikasi tersebut memiliki satu kesamaan: bertujuan untuk menghubungkan orang. Media sosial juga memiliki banyak konsekuensi positif dan negatif. Media sosial merupakan sarana

komunikasi yang mudah dimasuki oleh siapa saja. Hal ini memberikan nilai tambah bagi media jurnalistik untuk menarik massa.

Berita tidak hanya dapat ditemukan di media cetak dan elektronik, tetapi juga di jejaring media sosial. Penggunaan media sosial dan situs berita online yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun menimbulkan fenomena baru. Semua orang diizinkan untuk berkomunikasi apa pun melalui akun media sosialnya. Bahkan berita di media sosial bisa dikomentari oleh warga internet lainnya. Kabar tersebut kemudian ditanggapi berbeda oleh netizen ada secara positif, negatif dan netral. Namun pesan yang masif dan tanpa filter yang diposting di media sosial adalah fenomena yang saat ini menimbulkan alarm sosial, terutama ketika pesan-pesan tersebut berisi *hate speech* yang ditujukan kepada individu atau kelompok tertentu. Dalam konteks ini, pemerintah dan organisasi non-pemerintah (LSM) prihatin tentang kemungkinan dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh pesan-pesan ini terhadap individu atau masyarakat. Namun hal ini juga membawa persoalan baru, yaitu berkembangnya ujaran kebencian (*hate speech*).

Meskipun platform *social media* dapat meningkatkan mitra dalam membangun komunikasi yang lebih baik, ada aspek lain yang dapat digunakan untuk melakukan pelecehan psikologis. Adanya hak atas kebebasan berekspresi, dan informasi yang hampir tidak memiliki batas dengan privasi menjadi beberapa faktor yang berkontribusi terhadap penyebaran ujaran kebencian. Terkait fenomena ujaran kebencian di laman media sosial, bisa berdampak lebih besar jika diabaikan. Hal ini dapat menghasut, memprovokasi, bahkan dapat menimbulkan kerugian baik mental maupun materiil dan dapat menimbulkan perpecahan hanya karena penyampaian tertulis. Segala bentuk ujaran kebencian yang tersebar di laman media sosial baik secara sengaja maupun tidak sengaja dapat merugikan orang lain atau suatu kelompok. Inilah alasan mengapa penting untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk ujaran kebencian.

Dalam beberapa tahun terakhir, jejaring sosial (terutama Twitter) telah digunakan untuk menyebarkan pesan kebencian. Ujaran kebencian mengacu pada jenis ucapan yang merendahkan seseorang atau beberapa orang berdasarkan keanggotaan mereka dalam suatu kelompok,

biasanya ditentukan oleh ras, etnis, orientasi seksual, identitas gender, disabilitas, agama, afiliasi politik, atau sudut pandang terhadap sesuatu.

Isu ujaran kebencian bukanlah hal baru tetapi menjadi perhatian yang berkembang di seluruh dunia. Ujaran kebencian tidak mengenal batas. Sean MacAvaney, *et.al.* (2019) menegaskan garis antara ujaran kebencian dan kebebasan berpendapat di jejaring sosmed yang tepat masih kabur, membuat beberapa pihak waspada untuk memberikan definisi yang tepat tentang ujaran kebencian. Misalnya, *American Bar Association* tidak memberikan definisi resmi, melainkan menegaskan bahwa ucapan yang berkontribusi pada tindak pidana dapat dihukum sebagai bagian dari kejahatan rasial. Namun berikut adalah pemaparan definisi dari *hate speech* dari berbagai sumber:

- *Encyclopedia of the American Constitution*:
“Ujaran kebencian adalah ucapan yang menyerang seseorang atau kelompok berdasarkan atribut seperti ras, agama, asal etnis, asal negara, jenis kelamin, kecacatan, orientasi seksual, atau identitas gender.”
- Twitter: “Perilaku kebencian: mempublikasikan kekerasan atau secara langsung menyerang

atau mengancam orang lain berdasarkan ras, etnis, asal negara, orientasi seksual, jenis kelamin, identitas gender, afiliasi agama, usia, kecacatan, atau penyakit serius.

- Fortuna, *et.al.* Ujaran kebencian adalah bahasa yang menyerang atau mengurangi, yang menghasut kekerasan atau kebencian terhadap suatu kelompok. Berdasarkan ciri-ciri tertentu seperti penampilan fisik, agama, keturunan, asal kebangsaan atau etnis, orientasi seksual, identitas gender atau lainnya, dan dapat terjadi dengan perbedaan gaya linguistik, bahkan dalam bentuk halus atau ketika humor digunakan.

peneliti media digital global yang bekerja dengan ujaran kebencian online harus menegosiasikan penggunaannya baik dalam doktrin hukum dan hukum pidana, dan dalam penggunaan yang lebih bebas untuk retorika politik di depan umum debat.

Salah satu kalangan manusia yang sering mengalami fenomena ini yaitu di kalangan anak remaja. Pemanfaatan media sosial bagi anak muda (remaja) telah berubah menjadi perbudakan. Remaja saat ini menjadi hiperaktif di medsos dan sering

memposting rutinitas keseharian mereka dengan tujuan agar publik dapat mengetahuinya. Pengguna aktif media sosial saat ini mayoritas para remaja, mereka terbiasa memberikan kritik, berbagi aktivitas, dan berkomentar di media sosial. Media sosial dijadikan untuk tujuan eksistensi diri oleh sebagian besar remaja sekarang ini. Kondisi tersebut memungkinkan terjadinya perbuatan kejahatan di media sosial, salah satunya adalah *hate speech* atau ujaran kebencian. Faktor yang memengaruhi tingkah laku *hate speech* di kalangan remaja yaitu cara pengasuhan yang otoriter (keras) dari orang tua mengakibatkan pembatasan kebebasan anak dalam berkreasi dan juga dengan memberikan hukuman kepada anak, mengakibatkan anak tersebut meluapkan kemarahannya di lingkungan eksternal (media sosial). Faktor lain yang memengaruhi perilaku *hate speech* diantaranya adalah perkembangan psikologis dan fisiologis yang tidak sinkron, mencari sensasi, ingin dipandang kuat, serta kurangnya pengetahuan tentang konsekuensi tingkah laku yang diperbuat nantinya.

Indonesia merupakan negara hukum , dalam artian semua tingkah laku yang di lakukan di Indonesia diatur oleh peraturan perundang-

undangan. Perwujudan Indonesia sebagai negara hukum tentu sangat baik untuk dijunjung tinggi dan didukung. Dalam usaha menjadi negara hukum terdapat komponen besar di antaranya menghargai martabat manusia dan hak asasi manusia. Hal ini menunjukkan tidak ada kebebasan sepenuhnya bagi rakyat, penyelenggara negara maupun lembaga-lembaga negara secara bebas berperilaku semaunya dalam menjalankan kehidupannya. Negara dengan peraturan yang baik dan benar tentu akan mengarahkan bagaimana rakyatnya harus berkehidupan. Sebagai warga negara yang baik dan mematuhi hukum serta mengatur bagaimana pemerintah harus menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Pengakuan Indonesia sebagai sebuah negara hukum dalam mengatur semua hal yang ada di dalam negara tidak lepas dari warga negaranya. Karena hukum merupakan tatanan atau peraturan yang harus dipelihara oleh individu dalam suatu negara. Terkait dengan itu, dalam perlindungan korban *hate speech* yaitu berbentuk perlindungan yang langsung dan tidak langsung.

Social media sangat kuat dalam membentuk cara berperilaku setiap orang. Akhir-akhir ini media sosial seolah menjadi tempat “kebebasan digital”,

dimana setiap orang diwajibkan untuk bijak bermedia sosial. Eddy Syarif (2019: 138) menjelaskan bahwa ujaran kebencian merupakan tindakan komunikasi yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam bentuk bujukan, hasutan, atau menyinggung orang lain karena berbeda terkait warna kulit, gender, ras, kebangsaan, dan sebagainya.

Efek dari *hate speech* bagi para korban bisa sangat berisiko. Terlebih lagi media sosial merupakan panggung terbuka sehingga *hate speech* yang dilontarkan dapat diketahui oleh khalayak publik. Hal ini dapat menyebabkan stres, tekanan sosial, trauma, dan berakibat fatal hingga bunuh diri. Selain itu, Kondisi ini juga bisa membuat korban merasa takut berada di lingkungan sosial. Sehingga, korban akan memutuskan untuk bersembunyi, mengumpat di rumah, dan tidak lagi berinteraksi. Media sosial juga memiliki etika, tata krama seperti halnya aktivitas sehari-hari di dunia nyata.

Etika komunikasi adalah suatu adab atau norma kesopanan dalam berkomunikasi dengan orang lain. Termasuk di dalamnya adalah budi pekerti yang baik serta tutur kata yang sopan dan santun. Irwansyah & Moniaga (dalam Surniandari, 2017:139 - 141) menjelaskan terkait kode etik dalam

berperilaku di internet yang dikenal dengan istilah *netiquette*. Lebih jelasnya lagi beliau menjelaskan *netiquette* merupakan seperangkat prinsip implisit yang mengarahkan para user berpartisipasi dalam berjejaring di media sosial sehingga apa yang dilakukan tidak mengabaikan standar dan peraturan perundang – undangan yang terkait. Sebagai contoh misalnya, dalam sebuah pertemuan memiliki dua perspektif yang berbeda tentunya masing-masing pandangan memiliki pembenaran terhadap ideologinya.

Riansi (dalam Jamilah & Wahyuni, 2019: 337) mengemukakan bahwa Sarkasme (kata yang menohok untuk menyakiti hati orang lain; mencemooh, menjelekkkan dan melakukan ejekan kasar) yang paling sering muncul dan digunakan para penulis pesan dalam kolom komentar virtual adalah channel YouTube. Penggunaan kata-kata brutal, yang mengandung sumpah serapah, sindiran, ejekan, kritikan pedas serta panggilan menghina pada orang lain dengan tidak menghormati atau bahkan merendahkan serta menghina (seperti hitam, pendek, gemuk, pesek, dan lain sebagainya). Dengan adanya fenomena ujaran kebencian dalam kolom komentar channel YouTube tersebut

menjadikan fungsi bahasa tersebut penting untuk dikritisi lebih mendalam lagi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Muhammad Aulia Ash-Shidiq (Ash-Shidiq, 2020) diperoleh hasil yaitu masyarakat Indonesia secara keseluruhan sudah memberikan indikasi bahwa mereka tanpa henti memahami *hate speech* melalui medsos dan sebagian besar sudah tepat dalam memberikan argumen di medsos yaitu unggahan tersebut adalah sebuah unggahan yang tidak tepat atau salah. Namun, mayoritas dari mereka memutuskan untuk duduk diam atau bahkan apatis (acuh) terhadap unggahan tersebut tetap berada di media sosial dengan pandangan bahwa selama ujaran kebencian tersebut bukan diperuntukkan bagi dirinya dan kelompoknya. seperti yang terjadi pada hasil analisis ujaran kebencian terhadap kaum agama minoritas dan ujaran kebencian terhadap individu beragama minoritas dan bersuku bangsa minoritas. Di lain sisi masih terdapat juga sebagian kecil responden yang ikut menyebarkan atau mengunggah ujaran kebencian tersebut baik dengan pemikiran yang dilandasi oleh segala hal yang ada di media sosial atau memang dilandasi rasa benci kepada suatu kelompok.

Suatu tindakan frontal yang dilakukan oleh seseorang terhadap orang lain yang mentalnya lebih lemah atau *down* dengan tujuan untuk menyakiti secara psikologis maupun fisik. Ada banyak jenis siksaan, *bullying* secara langsung yang sering terjadi di sekolah-sekolah, lingkungan pertemanan, lingkungan sekitar atau juga bisa di sosial media, seperti mengolok-olok dengan alasan bercanda, tindakan bercanda berlebihan, memukul dan lainnya.. Bulu, *et.al.* (2019) menjelaskan ada 3 faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *bullying* pada remaja awal yaitu faktor teman sebaya, faktor media sosial, dan faktor lingkungan sosial.

Bahaya dari ujaran kebencian yaitu terjadinya kesenjangan sosial (Kesenjangan sosial disebut juga ketimpangan sosial karena ketidakseimbangan masyarakat sehingga terlihat perbedaan yang mencolok), intoleran (tidak saling menghargai), dan hilangnya nilai-nilai humanisme (mendambakan dan memperjuangkan terwujudnya pergaulan hidup yang lebih baik berdasarkan asas peri kemanusiaan).

Pemuda harus turun tangan dalam menangkal hoax dan *hate speech* yaitu pertama dengan terjun mengabdikan diri di masyarakat, seperti mengajar anak desa, menjadi relawan dalam kegiatan sosial yang

mampu mengedukasi masyarakat terkait *hoax* dan *hate speech*. Kedua dengan aktif melakukan sosialisasi seperti penyuluhan, diskusi dengan masyarakat, dan aktif berkomunikasi dengan masyarakat (Gani, *et.al.*, 141). Di Dalam dunia pendidikan, mahasiswa sering dijuluki sebagai agen perubahan yang dapat mengubah masyarakat sekitar menjadi lebih baik. Di samping itu, status pelajar yang dimiliki seorang mahasiswa tentu berbeda dengan status siswa SD, SMP, dan SMA, perbedaannya terletak pada tanggung jawab yang lebih besar dalam kontribusi bagi masyarakat melalui pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki selama mengenyam pendidikan tinggi.

Dalam menangkal berbagai *hate speech* di jejaring media sosial, maka hadirilah rancangan sebuah sistem, HaterNet, yang mampu mengidentifikasi dan mengklasifikasikan ujaran kebencian di Twitter, serta memantau dan menganalisis *trend* kebencian dan sentimen negatif lainnya. Sistem ini memungkinkan untuk mendeteksi pemicu gelombang kebencian, terutama terhadap kelompok minoritas dan individu yang tergabung dalam kelompok tersebut.

Ini memberikan informasi berharga bagi badan keamanan dan korps polisi, terutama untuk memprediksi kejahatan di masa depan atau untuk mengambil tindakan setelahnya. Faktanya, HaterNet telah dikembangkan bekerja sama dengan Sekretariat Negara Spanyol untuk Keamanan Kementerian Dalam Negeri (SES) dan lebih konkretnya, Kantor Nasional Spanyol Melawan Kejahatan Kebencian (SNOAHC-SES). Secara khusus, HaterNet bertindak sebagai termometer visual emosi yang memungkinkan untuk memetakan keadaan kebencian suatu wilayah dan evolusinya dengan menargetkan, aspek, penghasil, dan penerima kebencian. Karena HaterNet telah dikembangkan untuk melaksanakan tugas pemolisian. Perhatikan bahwa ini dapat digunakan di bidang investigasi lain, seperti jurnalisme atau analisis sosial. HaterNet mengilustrasikan istilah, penerima, dan penghasil yang relevan diidentifikasi di dalam teks ujaran kebencian. Fitur ini dapat digunakan untuk mempelajari lebih lanjut korelasi atau aspek berbeda di dalam teks yang mengandung kebencian, atau untuk mendeteksi bias.

Transparansi dan kemampuan menjelaskan saat ini menjadi topik hangat di bidang alat kecerdasan buatan, serta bias dalam algoritma klasifikasi. Penggunaan lain dari fungsi ini terkait dengan kepolisian dan jurnalisme. Faktanya, pengamat dapat menggunakan HaterNet untuk menganalisis evolusi berbagai tren kebencian, kata kunci, atau aktor; pelajari pemicunya; dan merancang protokol untuk mengurangi puncak kebencian yang nyata; diantara yang lain.

Difinisi metodologi yang menggabungkan klasifikasi teks dan analisis jaringan sosial untuk memantau evolusi kelas dokumen (dalam hal ini ujaran kebencian) di SM dan mengidentifikasi aktor dan kelompok utama yang terlibat. Di lain sisi terdapat pemolisian prediktif. Pemolisian prediktif terdiri dari penggunaan metode analisis kuantitatif untuk mendeteksi dan memperkirakan potensi aktivitas kriminal. Sampai saat ini, ada empat jenis strategi kepolisian prediktif yaitu:

- Metode untuk memprediksi kejahatan: digunakan untuk meramalkan tempat dan waktu dengan eskalasi kejahatan.

- Metode untuk memprediksi pelanggar: digunakan untuk mengidentifikasi individu yang berisiko melakukan kejahatan di masa depan
- Metode untuk memprediksi identitas pelanggar: digunakan untuk membentuk profil yang secara tepat cocok dengan kemungkinan pelanggar dengan kejahatan masa lalu tertentu
- Metode untuk memprediksi korban kejahatan: digunakan untuk mengidentifikasi kelompok, prototipe, atau dalam beberapa kasus, individu yang mungkin menjadi korban kejahatan.

Klasifikasi ini dapat digunakan sebagai sumber informasi terbuka oleh organisasi, observatorium, atau LSM khusus.

- Menyesuaikan sistem ke domain lain yang ditujukan untuk penyelidikan polisi, misalnya, terorisme, kekerasan gender, atau perundungan siber.
- Memperkuat pengetahuan dan kapasitas institusi dan masyarakat sipil dengan memiliki termometer ujaran kebencian online.
- Menetapkan peringatan dini yang memungkinkan untuk mengambil tindakan terhadap potensi dampak ujaran kebencian.

- Memahami korelasi antara ujaran kebencian dan kejahatan dengan motivasi kebencian akhirnya dilaporkan ke polisi. Ini akan memungkinkan pengujian hipotesis bahwa ujaran kebencian adalah awal dari kejahatan kebencian.

Referensi

- Ash-Shidiq, Muhammad Aulia. Analisis Kesadaran akan Ujaran Kebencian di Kalangan Pengguna Media Sosial di Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/29262/17523058%20Muhammad%20Aulia%20Ash-Shidiq.pdf?sequence=1> (diakses pada 2 Juli 2022).
- Bulu, Yunita, Neni Maemunah, dan Sulasmini. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Bullying pada Remaja Awal". *Nursing News*, 4.1 (2019).
- "Detecting and Monitoring Hate Speech In Twitter", <https://www.mdpi.com/1424-8220/19/21/4654/htm> (diakses pada tanggal 31 Juli 2022)
- Gani, Andika Wahyudi, Muhammad Asriadi, dan Tri Angriawan. Peran Pemuda dalam Menangkal Hoax dan Hate Speech. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=generasi+digital+natives+melayan+digital+dan+hate+speech&btnG=#d=gs_qabs&t=1656775182695&u=%23p%3DeEowSqH3ZcIJ (diakses pada 2 Juli 2022).

- Irawan. "Hate Speech di Indonesia: Bahaya dan Solusi". *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 9.1 (2018).
- Jamilah, Fitri dan Wahyuni, Primasari. "Ujaran Kebencian dalam Kolom Komentar Youtube pada Tahun Politik Pemilihan Presiden 2019". *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing*, 3.2 (2020).
- Kardiyasa, I Made, A.A Sagung Laksmi Dewi dan Ni Made Sukaryati Karma. "Sanksi Pidana Terhadap Ujaran Kebencian (Hate Speech)". *Jurnal Analogi Hukum*, 2.1 (2020).
- MacAvaney, Sean, *et.al.*, 2019. *Hate Speech Detection: Challenges and solutions*. <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0221152> (diakses pada 31 Juli 2022)
- Nasution, Muhammad Muslim, Julisah Izar, dan Istiqomah Husnun Afifah." An Analysis Of Hate Speech Against K-Pop Idols And Their Fans On Instagram And Twitter From The Perspective Of .Pragmatics." *JETLi: Journal of English Teaching and Linguistics*, 2.2 (2021).
- Purbaningsih, Endah Sari. "Perilaku Hate Speech Di Media Sosial Dengan Pola Asuh Orang Tua Di Kalangan Remaja Pengguna Media Sosial". *Syntax Literate*, 6.2 (2021).
- Rahmadhany, Anissa , Anggi Aldila Safitri, dan Irwansyah. "Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial". *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3.1 (2021).

Syarif, Eddy. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Dan Pendapat Pemuda Mengenai Ujaran Kebencian". *Jurnal Common*, 3.2 (2019).

Surniandari, Artika. *Hatespeech Sebagai Pelanggaran Etika Berinternet dan Berkomunikasi di Media Sosial*. <http://seminar.bsi.ac.id/simnasiptek/index.php/simnasiptek-2017/article/view/132> (diakses pada 2 Juli 2022).

Bagian 2

Efektifitas Endorsement Oleh Public Figure di Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk

Nur Andini Sari, Rafli & Putri Mega Pratiwi

Terjadinya perubahan yang begitu pesat dalam dunia teknologi juga mengakibatkan perubahan media yang digunakan dalam memasarkan produk. Sebelum populernya penggunaan media internet, teknik pemasaran menggunakan media-media cetak. Namun dewasa ini, mayoritas perusahaan memperkenalkan produknya ke publik melalui internet seperti instagram, twitter, facebook, whatsapp, web dan sebagainya. *Social media* merupakan hal penting bagi generasi milenial. Media sosial dapat dipahami sebagai sistem teknologi digital yang menyediakan ruang untuk melakukan aktivitas sosial secara *online* bagi setiap warganet. Manusia menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara *online*.

Salah satu metode pemasaran produk yang dapat dilakukan di media sosial yaitu teknik *endorsement* (iklan atau promosi dengan menggunakan *famous people*). Kegiatan ini merupakan salah satu siasat pemasaran yang

mempromosikan suatu produk dengan melibatkan seseorang dengan pengaruh publik yang kuat. Orang yang biasanya melakukan *endorsement* yaitu para influencer. Dampak dari *followers* yang banyak di media sosial, mengakibatkan influencer memberikan pengaruh yang besar terhadap paradigma publik yang memengaruhi cara berpikir, bersikap dan tingkah laku publik. Berikut daftar influencer dan pengikutnya di instagram berdasarkan hasil pengamatan saya:

- a. Margin Winaya Hermawan; 1,6 JT pengikut
- b. Fujianti Utami; 11,8 JT pengikut
- c. Raffi Ahmad dan Nagita Slavina; 63,3 JT pengikut
- d. Aurel Hermansyah; 26,8 JT pengikut
- e. Nathalie Holscher; 5 JT pengikut
- f. Tasya Farasya; 5,7 JT pengikut
- g. Abel Cantika; 1 JT pengikut
- h. Nanda Arsyinta; 2,5 JT pengikut
- i. Ayudia Bing Slamet; 2,5 JT pengikut
- j. Suhay Salim; 650 RB pengikut
- k. Marcella Febrianne; 846 RB pengikut
- l. Dinda Hauw; 14,4 JT pengikut

Mereka yang sering mengunggah kehidupan personalnya di media sosial memberikan kedekatan dengan pengikut / penggemarnya, meskipun tidak

berinteraksi secara langsung namun mereka mudah dipercaya oleh penggemarnya.. *Endorsement* dianggap sebagai strategi pemasaran yang praktis, tanpa harus bertemu langsung dengan pembeli. Sehingga dapat mengoptimalkan waktu, usaha dan tenaga untuk mempromosikan produknya. Terdapat dua hal yang mempengaruhi aktivitas *endorsement*.

Pertama, menarik atau tidaknya influencer pada saat melakukan *endorse* memiliki pengaruh terhadap hasil akhir. Influencer yang memiliki pembawaan menarik dan memiliki reputasi yang baik di mata publik biasanya lebih dipilih oleh pemilik produk untuk mempromosikan barang miliknya. Influencer yang menarik, akan memberikan magnet kepada konsumen agar tertarik untuk memakai produk yang dipromosikan. Kedua, produk yang akan dipasarkan mempunyai relasi yang cocok dengan influencer. Antara produk yang di posting di media sosial dengan produk yang di *endorse* harus sama. Dalam artian Influencer yang membagikan konten produk makanan juga melakukan *endorse* produk makanan. Jangan sebaliknya produk yang di posting terkait

produk makanan namun produk yang di *endorse* adalah produk pertanian.

Pusat penelitian ilmu hukum sipil dan komersial dari *Renmin University of China* menerbitkan draf artikel yang memiliki penjelasan rinci tentang definisi tokoh masyarakat (*public figure*). Tokoh masyarakat didefinisikan sebagai pemimpin, artis, film dan bintang televisi, bintang olahraga, aktivis sosial, dan lain-lain. Di Cina, tokoh masyarakat belum menjadi konsep hukum yang biasa; masyarakat belum membentuk pemahaman yang utuh tentang *public figure*. Namun, figur publik di mata orang sering mewakili mode sosial, sehingga mereka memiliki suara dan pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan orang biasa.

Kita sering kali mendengar istilah *endorsement* (bentuk iklan yang dilakukan atau dipromosikan oleh orang terkenal, *public figure*) di media sosial. Julyanti Simehate Munthe (2019: 70-71) melakukan sebuah riset dengan kesimpulan menegaskan bahwa teknik periklanan dengan sistem *online* khususnya *endorsement* memengaruhi konsumen berminat membeli suatu produk tertentu.

Kepercayaan, daya pikat, dan kemampuan memerankan sesuatu membawa dampak positif terhadap ketertarikan konsumen untuk membeli suatu barang. Khususnya pengguna sosial media yang mengamati *endorsement*. Minat beli seseorang dipengaruhi oleh siapa yang memposting produk tersebut, lokasi promosi produk yang mengundang daya tarik (itulah sebabnya banyak artis ataupun selebgram yang rela ke tempat dengan pemandangan yang indah pada saat memasarkan sebuah produk di sosial media), tajuk produk yang menarik, teknik promosi yang menarik, person yang memiliki banyak *followers*, postingan tokoh yang memiliki banyak *like*, dan *endorse* yang memiliki banyak komentar positif. Kegiatan *endorsement* dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen atas produk yang dipromosikan.

Semakin berkembangnya teknologi, bertambah pula strategi pemasaran yang mengakibatkan tingginya persaingan produk. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pemasaran yang cocok dalam memperkenalkan suatu produk.

Pratiwi Budi Utami (2014: 18-21) menjelaskan bahwa dalam rangka menarik minat

para konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan digunakan strategi *endorsement*, yaitu teknik pemasaran dengan menggunakan *famous figure* sebagai instrumen pendukung dan penunjang. Artis, *fashion blogger* (seseorang yang mempunyai minat dan bakat serta kegemaran dalam merancang sebuah *fashion* dan mode kemudian ditulis penjabaran mengenai *fashion* yang dia ciptakan dalam blog miliknya), model, *fashion stylist* (seseorang yang berprofesi sebagai perancang busana) sebagai tenaga *endorse*. Strategi *endorsement* membutuhkan perencanaan yang matang.

Keunikan dan keaslian merupakan faktor penting jika pengguna ingin dianggap sebagai pemimpin opini di Instagram. Selain itu, kepemimpinan opini memengaruhi niat perilaku konsumen terhadap influencer (niat untuk berinteraksi) dan industri mode (niat untuk mengikuti saran mode yang diposting). Para pemimpin opini ini menjadi aset hubungan sosial yang nyata, untuk membantu merek mencapai tujuan pemasaran mereka. Kesesuaian akun dengan kepribadian konsumen memperkuat pengaruh kepemimpinan

opini terhadap niat untuk mengikuti saran yang dipublikasikan.

Patimah & Gorda (2017:99) menjelaskan bahwa instagram telah dimanfaatkan dengan baik dan merupakan salah satu media sosial yang digunakan dalam kegiatan *endorsement*.

Endorsement selebgram (selebriti instagram) telah efektif dalam menarik calon pelanggan / pembeli yang dilihat dari banyaknya followers (pengikut). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya perhatian, minat terhadap iklan atau produk, dan keinginan terhadap produk yang telah diunggah memberikan pengaruh terhadap minat beli. Contohnya usaha kecantikan menyediakan produk yang dapat diandalkan untuk di *endorse* sehingga meningkatkan kepercayaan diri konsumen dan penjualan. Bagi *online shop* untuk lebih memperhatikan selebgram, tidak perlu menggunakan banyak selebgram dengan produk yang sama.

Beberapa keuntungan menggunakan strategi *endorse* yaitu: pertama, pemasaran lebih cepat. Dengan bantuan teknologi yang semakin canggih. Kegiatan *endorsement* berjalan dengan cepat dengan banyaknya pengikut akun (jumlah

followers). Kedua, menghemat biaya pemasaran produk. Teknik *endorse* membutuhkan biaya yang lebih sedikit jika dibandingkan pemasaran melalui televisi, radio, dan lain sebagainya. Ketiga, Sebagai media promosi yang efektif. produk dapat langsung ditawarkan sesuai dengan estimasi permintaan pasar yang luas dan bisa diterima oleh banyak pengikut. Keempat, memiliki daya tarik yang tinggi.

Teknik *endorse* membutuhkan artis, *public figure*, selebgram, atau influencer yang mempunyai banyak fans atau *followers* yang tentunya setiap postingannya akan mempunyai daya tarik yang tinggi dari fansnya sehingga produk ditawarkan lebih terkenal dan dipercaya oleh konsumen.

Mulianda Lestari & Wahyono (2021) mengemukakan persaingan bisnis yang semakin ketat dan memaksa para pelaku bisnis untuk selalu bertahan dengan hadirnya beragam merek kosmetik baru. Di mana pemasaran *online* dapat digunakan sebagai alat untuk menciptakan hubungan antara perusahaan dengan konsumen, sehingga memudahkan konsumen untuk dapat melihat dan membandingkan satu produk dengan produk lainnya.

Efektivitas menggunakan selebriti untuk mendukung produk perusahaan dapat sangat ditingkatkan dengan mencocokkan citra selebriti dengan kepribadian produk dan konsep diri yang aktual atau yang diinginkan dari pasar sasaran. Setiap perusahaan akan selalu berusaha melakukan berbagai cara dalam memelihara keunggulan citra merek produk mereka.

Citra merek adalah seperangkat asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen. Setiap peningkatan nilai *celebrity endorser* atau semakin sering menggunakan selebriti sebagai *endorser* suatu produk, maka tingkat keputusan pembelian akan meningkat. Para *celebrity endorser* memiliki tampilan fisik yang menarik dan telah memasarkan berbagai jenis produk. Meskipun demikian *endorsement* juga bisa membawa dampak buruk terhadap produk yang dipasarkan. Contoh kasusnya, para artis yang memiliki skandal tindakan asusila. Akan memiliki pengaruh yang kuat terhadap citra produk yang dipasarkan akan menurun. Mayoritas perusahaan akan langsung memutuskan kontrak kerja sama dengan pihak *endorser* jika menemukan kasus miring pada citra *endorser*. Bahkan bisa

berakibat fatal, mengakibatkan artis tersebut kehilangan popularitasnya.

Menurut Farco Siswiyanto Raharjo *personal branding* merupakan suatu cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas dirinya. *Personal branding* juga diartikan sebagai sebuah citra yang ditampilkan seseorang secara konsisten dan berkesinambungan. Di seluruh dunia saat ini, ada dua kelompok: pertama individu yang memahami intensitas *personal branding* dan menerapkannya pada semua aspek kehidupan mereka.

Kedua, individu yang bahkan tidak menyadari kehadirannya sebagai kekuatan yang memengaruhi sesuatu. Beberapa orang tidak menganggap pentingnya *branding* dan sering mengabaikannya, karena mereka merasa seolah-olah tidak benar-benar membutuhkannya. Ketika berbicara tentang bisnis, *branding* memungkinkan untuk mengontrol bagaimana orang memandang kita. Pada dasarnya, kita dapat menggunakannya untuk menonjolkan aspek positif bisnis yang kita miliki, sehingga menghadirkan citra yang lebih baik dan sangat menarik perhatian konsumen. Hal ini merupakan tujuan *personal branding*. Tiara Mita (2022: 134-138)

menjelaskan bahwa para selebgram dalam mengelola akun instagram miliknya untuk membentuk *personal branding*.

Pengertian dari *Personal branding* adalah kesan seperti apa jati diri yang sebenarnya. Latihan yang benar-benar kita lakukan dapat menghasilkan penguasaan, karakter dan menjadi kualitas tersendiri yang kemudian menjadi kepribadian untuk seseorang. Untuk mencapai *personal branding* yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan seseorang harus memiliki kepekaan atas dirinya untuk menggali potensi dan bakat yang dimiliki, menjaga penampilan dan memperbaiki sesuatu yang dianggap kurang pada dirinya.

Selebgram harus menampilkan di instagram sesuatu yang tidak kontradiktif dengan kesehariannya sebagai bentuk kesatuan dalam membangun *personal branding* mereka. Dalam penelitian ini memanfaatkan instagram sebagai media membangun *personal branding*. Strategi lain yang bisa digunakan yaitu dengan konsisten memposting foto, video maupun *instastory*. Sedangkan menurut Farco Siswiyanto Raharjo *personal branding* merupakan suatu cara seseorang untuk mengambil kendali penilaian orang lain atas

dirinya. *Personal branding* juga diartikan sebagai sebuah citra yang ditampilkan seseorang secara konsisten dan berkesinambungan.

Celebrity endorser merupakan adalah salah satu *person* dalam kegiatan promosi atau alat iklan dengan menggunakan selebriti yang memiliki daya pikat, disenangi, dan dapat dipercaya oleh masyarakat yang dituju sehingga produk yang dipromosikan untuk diketahui dan dikenal bahkan bisa menjadi *booming*. *Celebrity endorser* berperan dalam mempengaruhi paradigma konsumen (membujuk konsumen), yang mengakibatkan kontertarik) terhadap merek (sebuah produk). Persepsi nilai yang positif akan membuat konsumen berminat untuk membeli produk yang di *endorse*.

Hasil penelitian yang dimuat dalam jurnal manajemen dan bisnis Sriwijaya dijelaskan bahwa fungsi *endorser* periklanan menjadi penting untuk memperkenalkan suatu merek / produk dan membantu konsumen untuk memahami fungsi, karakteristik dari produk, hingga cara pemakaian suatu produk. Ada 2 pendekatan yang ingin dituju yang pertama terkait dengan Pengaruh *celebrity endorser* terhadap persepsi nilai (pengorbanan yg diberikan dengan manfaat yang diterima).

Pendekatan yang kedua yaitu Peran *endorser* terhadap *Purchasing Intention* (kecenderungan untuk membeli sebuah produk berdasarkan kesesuaian antara keinginan dengan produk yang ditawarkan). *Purchasing Intention* ada 2 yaitu terhadap produk dan keputusan akhir yang kemungkinan akan tergantung pada promosi seperti diskon, *display* khusus, dan lainnya.

Yuliandari Putri Kusumowardhani (2012) mengungkapkan kredibilitas (kekuatan memberikan kepercayaan) dari sebuah perusahaan memainkan peran yang penting dalam memengaruhi sikap dan keputusan pembeli. Terdapat 3 hal dalam membangun kredibilitas perusahaan yaitu kejujuran, kompetensi, dan inspirasi. Di samping itu, perusahaan dituntut tidak hanya Sekedar membuat dan meningkatkan produk berkualitas, menetapkan harga, kemudian mendistribusikan kepada konsumen. Namun lebih dari itu, perusahaan harus melakukan komunikasi dengan konsumen dengan cara melakukan periklanan.

Riset yang dimuat dalam majalah ilmiah bijak menjelaskan bahwa media informasi adalah salah satu faktor yang memberikan pengaruh besar di berbagai lini kehidupan. Dengan bantuan

teknologi melalui jaringan internet media informasi berkembang pesat, bahkan ada beberapa inovasi yang telah dilakukan. Dengan adanya promosi secara digital yang dilakukan untuk mendorong penjualan produk dari suatu *brand*. suatu produk menjadi sangat mudah untuk dipromosikan sehingga dapat memengaruhi para konsumen untuk membeli produk tersebut meskipun sebenarnya mereka tidak terlalu membutuhkan produk tersebut.

Adanya keterikatan dengan *followers* ataupun kredibilitas yang dimilikinya mengakibatkan influencer dapat meningkatkan sifat konsumtif para konsumen. Namun di lain sisi, diperlukan sikap bijak terhadap segala macam promosi barang dan jasa yang ada di sosial media. Influencer sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pengetahuan mengenai produk yang akan dibeli atau menentukan prioritas kebutuhan para konsumen. Produk apa yang diinginkan dan produk apa yang dibutuhkan. Dengan upaya tersebut, maka sikap konsumtif (gaya hidup yang suka berbelanja tanpa perhitungan yang matang) dapat diminimalisir.

Terdapat dampak positif dan substansial antara *brand image* (gambaran konsumen tentang sebuah produk) terhadap minat beli. Konsumen akan

tertarik dengan suatu produk jika *brand image* positif (baik). Hal ini harus didukung oleh kenyataan yang bukan sekedar hal yang dikomunikasikan tanpa adanya bukti. Jika awalnya sebuah produk hanya sebuah nama, logo, atau simbol, tetapi dengan daya saing yang ketat sebuah merek harus bertarung untuk mengambil hati konsumen, sehingga konsumen memiliki minat untuk membeli produk tersebut.

Schiffman & Kanuk (dalam Riadi: 2018) menyatakan bahwa terdapat 5 aspek minat beli pada konsumen, yaitu: pertama minat transaksional, keinginan seseorang untuk membeli kembali suatu barang. Kedua minat referensial, yaitu khususnya kecenderungan individu untuk merekomendasikan barang tersebut kepada orang lain untuk membeli barang serupa. Ketiga minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan cara berperilaku individu yang memiliki kebutuhan pada suatu barang. Keempat minat eksploratif, yaitu cara berperilaku seseorang yang terus-menerus mencari data tentang produk yang mereka minati.

Purnama (2020) menegaskan penggunaan promosi *online* dan *endorsement* memberikan dampak terhadap minat beli konsumen yang akan

meningkatkan omset pemasukan suatu produk. Hal ini akan memberikan 2 keuntungan yaitu bagi para *endorser* dan bagi perusahaan. Adapun Indikator *endorsement* selebgram yaitu, popularitasnya, keahlian dan kepercayaan, daya tarik dari segi fisik dan non fisik, serta memiliki kekuatan untuk melakukan teknik persuasif (mempengaruhi konsumen). Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan dan menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat antara promosi *online* dengan minat beli konsumen. Artinya semakin baik dan menarik promosi *online* yang dilakukan, konsumen juga akan semakin tertarik membeli produk tersebut.

Maulana, *et.al.* (2020) menjelaskan terdapat dua pengaruh influencer di dunia digital. Pertama adalah Keterikatan influencer dengan pengikutnya, komunikasi yang dibangun secara berkesinambungan oleh influencer mengenai produk yang dipromosikan dengan calon pembeli membawa dampak terbangunnya interaksi 2 arah antara *followers* dan influencer. Kedua adalah *credibility* Influencer. Umumnya, seorang Influencer memiliki 3 peran utama. Peran tersebut diantaranya adalah *to inform* (memberikan informasi), *to persuade*

(memengaruhi), dan *to entertain* (menghibur para warga internet atau biasa disebut dengan warganet).

Referensi

- Daud, Islahuddin dan Fitrianto, M. Eko. "Peran Celebrity Endorser Dalam Membentuk Perceive Value Dan Purchasing Intention". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13.3 (2015).
- Huang, Yanchuan. 2015. Discussion on the Influence of Public Figures in the Dissemination of Public Service Advertising. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icadce-15/23826> (diakses pada 1 Juli 2022).
- Kusumowardhani, Yuliandari Putri. 2012. *Pengaruh Celebrity Endorser dan Kredibilitas Perusahaan terhadap Keputusan Menonton Konsumen*. <https://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20304002-T30405-Pengaruh%20celebrity.pdf> (diakses pada 30 Juni 2022).
- Lestari, Mulianda dan Wahyono.' The Influence of Celebrity Endorser and Online Promotion on Purchase Decision Through Brand Image'. *Management Analysis Journal*, 10.2 (2021).
- Maulana, Irfan, Jovanna Merseyside br. Manulang dan Ossya Salsabila. "Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital". *Majalah Ilmiah Bijak*, 17.1 (2020).
- Mita, Tiara. "Strategi Selebgram dalam Membangun Personal Branding Melalui Pengelolaan Akun Instagram". *Jurnal PIKMA: Publikasi Media Dan Cinema*, 4.2 (2022).

- Munthe, Julyanti Simehate. 2019. *Analisis Penggunaan Promosi Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*. https://docplayer.info/213034515-Analisis-penggunaan-promosi-endorsement-terhadap-minat-beli-konsumen-skripsi.html#show_full_text (diakses , 1 Juli 2022)
- Patimah, Siti dan Gorda, A.A.N. Oka Suryadinatha "Strategi Social Media Marketing: Model Endorsement Selebgram". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14. 2 (2017)
- Purnama, Indah.. "Pengaruh Promosi Online dan Endorserment Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen". *Youth & Islamic Economic Journal*, Vol 1.2 (2020).
- Prasojo, Eko. 2016. *Pengaruh Celebrity Endorsement Melalui Brand Image Terhadap Minat Beli*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/33247/14911017%20Eko%20Prasojo.pdf?sequence=1> (diakses pada 1 Juli 2022).
- Qiarasyifa, Syakhira. 2020. *Endorsement di Kalangan Influencer Media Sosial*. <https://dikom.fisipol.ugm.ac.id/endorsement-di-kalangan-influencer-media-sosial/> (diakses pada 2 Juli 2022).
- Riadi, Muchlisin. 2018. *Aspek, Jenis, Tahapan dan Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli*. <https://www.kajianpustaka.com/2018/12/aspek-jenis-tahapan-dan-faktor-yang-mempengaruhi-minat-beli.html> diakses (23 Juli 2022).

- Ubaidah, Ahmad Nur. 2021. *Keuntungan Memasarkan Produk Menggunakan Teknik Endorse*.
<https://www.logique.co.id/blog/2021/01/13/keuntungan-teknik-endorse/> (diakses pada 30 Juni 2022).
- Utami, Pratiwi Budi. 2014. *Strategi Komunikasi Pemasaran*.
<https://eprints.untirta.ac.id/843/1/SKRIPSI%20PRATIWI%20BUDI%20UTAMI%20-%20Copy.pdf> (diakses pada 30 Juni 2022).

Bagian 3

PROBLEMATIKA LGBT PADA DI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN HAM

Annisa Nursyahbaniah, Azwarani & Andi Lau

LGBT DAN PENYEBARANNYA PADA PLATFORM MEDIA SOSIAL

Menurut survey CIA pada tahun 2015 yang dilansir di topikmalaysia.com Populasi LGBT Indonesia adalah terbesar kelima di dunia setelah Cina, India, Eropa dan Amerika Serikat. Selain itu, beberapa lembaga pemungutan suara independen di dalam dan luar negeri telah menunjukkan bahwa Indonesia menyumbang 3% dari populasi LGBT. Jadi, dari 250 juta orang, 7,5 juta adalah LGBT, atau sederhananya, 100 dari 1000 orang tinggal di satu tempat. , Tiga di antaranya adalah LGBT. Pada akhir tahun 1960-an, gerakan LGBT mulai berkembang dengan mengorganisir sekelompok perempuan transgender, kegiatan yang dijalankan oleh Warriors. Mobilisasi laki-laki gay dan perempuan lesbian terjadi di seluruh Indonesia pada tahun 1980-an melalui penggunaan media cetak dan pembentukan kelompok-kelompok kecil. Mobilisasi

ini semakin diperkuat dengan maraknya HIV pada tahun 1990-an, membentuk berbagai organisasi di beberapa daerah.

Setiawan dan Sukmadewi (2017) mengungkapkan bahwa ***“Fenomena sosial yang belakangan ini sering menjadi pembahasan adalah munculnya kecenderungan seseorang menyukai sesama jenis atau melakukan perilaku homoseksual, fenomena ini lebih dikenal dengan LGBT atau (Lesbian, Gay, Bisexual, dan Transgender)”***.

Sujana et al (2018) menjelaskan bahwa ***“Munculnya aktivitas LGBT berawal dari internet dan media social, sering ditemukan akun media sosial yang mendukung dan mengekspresikan pemahaman LGBT.). Lesbian adalah sebuah istilah yang mengacu kepada seorang wanita yang mengarahkan orientasi seksual mereka kepada sesama wanita. Istilah ini juga digunakan kepada seorang wanita yang mencintai wanita lain baik secara fisik, seksual, emosional, dan secara spiritual. Lesbian juga bisa menjadi kata benda yang mengarah kepada wanita yang menyukai sesama jenisnya dan bisa menjadi kata kerja apabila mengandung karakterisasi sebuah***

objek atau sebuah aktifitas mengenai hubungan seksual sesama jenis antar Wanita” .

Marhaba (2018) mengungkapkan bahwa “***Gay adalah seorang pria atau laki-laki yang memiliki orientasi seksual sesama jenis atau ketertarikan seksual terhadap jenis kelamin yang sama. Dengan kata lain menyukai pria atau laki-laki secara emosional dan seksual. Gay bukan hanya menyangkut kontak seksual antara seorang laki-laki dengan laki-laki yang lain tetapi juga menyangkut individu yang memiliki kecenderungan psikologis, emosional dan sosial terhadap laki-laki yang lain. Gay tetap mengakui identitas jenis kelaminnya sebagai laki-laki, namun orientasi seksualnya ditujukan kepada laki-laki”.***

Banyaknya akun akun pada platform media social terutamanya pada tiktok dan Instagram akhir akhir ini menampilkan dengan bebas sikap LGBT, dengan konten mini vlog mereka mempertontonkan gaya hidup LGBT. Bahkan akhir akhir ini dengan bebas di platform media social munculnya penggunaan hastag LGBT atau bendera Pelangi. Keberadaannya telah dibantah oleh banyak orang di Indonesia, tetapi kebutuhan dasar mereka untuk

interaksi manusia satu sama lain tetap berlaku. Seperti rata-rata orang yang merasa perlu untuk berinteraksi satu sama lain, orang-orang LGBT merasa perlu untuk berbicara dan berkomunikasi baik melalui tatap langsung atau lewat perantara media sosial.

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI KAUM LGBT UNTUK MENARIK PERHATIAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL

Fenomena bahwa pekerja seks gay/LGBT ada yang bekerja individu dan sebagai kebiasaan kehidupan mereka tidak dapat dipungkiri dan lazim di dunia pendidikan, termasuk universitas di Padang. Mereka membentuk asosiasi kelompok-kelompok sosial kecil dengan saling bertukar pesan melalui media komunikasi dimana mereka bisa mendapatkan keinginan mereka tanpa melihat sikap, dan permusuhan dari masyarakat sekitar. Proses transaksi kaum gay telah difasilitasi media baru (media sosial). Prostitusi gay/LGBT telah menjadi lebih lancar bahkan sampai saat ini. Migrasi komunikasi dan transaksi tradisional (tradisional) langsung tergantikan oleh kemudahan dan kecanggihan yang ditawarkan oleh media baru. Selain itu, homoseksual dan aktivitas prostitusinya

juga merupakan upaya untuk mengelak dari sanksi yang ada.

Orang gay menggunakan sosial media untuk saling komunikasi serta terlibat dalam seks. Homoseksual (gay) merupakan jenis orientasi seksual yang dianggap menyimpang di masyarakat. Sejumlah besar homoseksual akhirnya tertutup dalam lingkungan sekitar. Beberapa homoseksual memilih jalan tersebut dan bergabung, terutama karena norma dan budaya sekitar yang memeluk agama Islam. Oleh karena itu, kaum homoseksual memilih Facebook sebagai media untuk mencapai identitas homoseksual mereka. Homoseksual di Medan menggunakan Facebook dan Twitter sebagai mediator untuk mendapatkan pasangan. Gay selalu hadir dan merupakan grup yang tersedia di tiktok, facebook, twitter, dan masing-masing peran gay, yaitu Top, Bot, Flexible, dan contact, menggunakan akun media sosial pribadi dengan ID palsu dan kadang juga asli.

Prostitusi gay/LGBT telah berkembang menjadi aktivitas dunia maya. Kegiatan prostitusi gay sebagian besar dilakukan di media sosial. Keamanan dan dalam transmisi dan pemrosesan usaha legal ini dilakukan dengan lancar dan tanpa

hambatan di dunia maya. Pelacur gay memanfaatkan kehadiran media baru dalam melakukan kampanye dan kegiatan prostitusi. Media sosial memudahkan untuk berkomunikasi dengan tamu dan bahkan menemukan mereka. Kehadiran media sosial tidak hanya memudahkan orang untuk mengejar pekerjaan yang sah, tetapi juga memungkinkan praktik ilegal seperti prostitusi gay.

LGBT DALAM PERSPEKTIF HAM

Pada dasarnya di negara hukum kita, semua perilaku sosial bernegara dan bernegara harus diperhatikan di hadapan hukum. Hal ini dikarenakan warga memiliki pendapat yang berbeda-beda mengenai persoalan pertanyaan yang tidak jelas atau ketentuan hukum yang tidak jelas (legal blanks), terutama mengenai keberadaan kaum LGBT dari perspektif hukum dan sosial kemasyarakatan, hak asasi manusia, artinya boleh saja. Penilaian perilaku dan hukum terhadap keberadaan kaum LGBT merupakan kewenangan lembaga negara dalam mempertimbangkan setiap persoalan dan persoalan dalam kerangka hukum sesuai dengan UUD 1945 Penyelesaian UUD 1945. Hak Asasi Manusia, dan tidak dapat dipisahkan secara hukum Republik Indonesia. Hakikat manusia

adalah entitas sosial yang membentuk struktur atau sistem sosial di mana manusia menghasilkan nilai-nilai dan norma-norma standar cara hiduparganya. Norma-norma sosial yang ada dalam masyarakat membantu menghindari konflik atau konflik antar individu dalam hubungan antar masyarakat.

Mengenai perkembangan praktik LGBT yang menyebar selama ini, masyarakat di Indonesia umumnya memasukkan nilai-nilai moral sebagai orang Timur, termasuk perjuangan kemerdekaan yang didominasi umat Islam dari nenek moyangnya. Sangat sulit untuk merangkul praktik-praktik LGBT yang diprioritaskan, sopan dan dilakukan oleh sebagian kecil masyarakat. Hak Asasi Manusia adalah hak dasar yang melekat pada diri manusia dan bersifat universal. Oleh karena itu, hak-hak ini tidak boleh dilindungi, dihormati, didukung, diabaikan, dibatasi atau dirampas dari siapa pun. Pasal 28 (1) UUD 1945 dengan jelas menyatakan bahwa setiap orang berhak untuk hidup dan berhak atas hidupnya serta berhak atas perlindungan hidupnya. Selain itu, Pasal 71 Undang-Undang Hak Asasi Manusia Nomor 39 Tahun 1999 menyatakan bahwa Pemerintah berkewajiban dan bertanggung jawab untuk menghormati, melindungi,

mengesahkan, dan memajukan hak asasi manusia yang diatur oleh undang-undang, peraturan perundang-undangan lainnya, dan hukum hak asasi manusia internasional. menyatakan bahwa dia bertanggung jawab Republik Indonesia. Karena tidak ada batasan dalam pandangan universal hak asasi manusia, kebebasan individu tidak dapat dibatasi dan pelanggaran tersebut dianggap sebagai pelanggaran hak asasi manusia. Nilai-nilai individu yang ada dalam konsep HAM mensyaratkan bahwa HAM tidak boleh dilanggar. Hak asasi manusia muncul dari nilai-nilai pribadi liberal yang biasa ditemukan di negara-negara Barat. Hal ini berkaitan dengan perspektif aliran HAM saat ini. Sekelompok negara yang melihat nilai universalitas percaya bahwa di mana pun orang berada, hak mereka harus diakui dan dilindungi.

LGBT DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

Fenomena yang begitu mengerikan belakangan ini berani melegalkan kaum LGBT, dengan menghadirkan tafsir kontekstual syair-syair Al-Qur'an tentang sejarah Nabi, itulah konsep Luth and Before. Logika sederhana yang digunakan kaum liberal ini sebagai dasar adalah cara untuk mengkontekstualisasikan pemahaman Al-Qur'an,

salah satunya adalah teori relativitas tafsir, sehingga tidak ada kebenaran yang mutlak. Karena tidak adanya standar dan metode yang baku, hal ini dapat membatalkan ajaran Islam yang definitif atau mengubahnya sesuai dengan keinginan mereka yang ingin mengubah hukum Islam. Berikut adalah Ayat al-qur'an yang dijadikan dasar pembelaan bagi kaum LGBT dan pendukungnya serta penjelasannya :

Surat Al-Isra ayat 84 dalam mengartikan kata syakilatih:

سَيِّئًا أَهْدَىٰ هُوَ يَمْنُ أَعْلَمُ فَرُبُّكُمْ شَاكِلَتِيَّةٌ عَلَىٰ يَعْمَلُ كُلُّ قُلٍّ

“katakanlah: Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya (syakilatih) masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.

Pendukung LGBT menempati posisi itu dalam Al-Qur'an melalui penafsiran kata Syakira pada ayat di atas, yang memiliki arti fitra atau fitrah yang diberikan Tuhan dalam kedudukan yang sama dengan kaum heteroseksual. Ketika menjelaskan kata keraguan, para ilmuwan pertama-tama mempertimbangkan aspek linguistik. Kata curiga dalam surah al-Israh ayat 84 memiliki banyak arti kebahasaan, antara lain keadaan, arah, niat, cara,

dan kebiasaan. Berdasarkan hal tersebut, makna kitab suci adalah sebagai berikut: "Misalnya, setiap orang bertindak sesuai dengan keadaan, arah, niat, metode, dan kebiasaan mereka." Seperti yang diinginkan oleh pendukung LGBT, kondisi, cara, arahan, dan kebiasaan yang menyebabkan seseorang bertindak dan bergerak menurut keadaan tersebut tidak dapat diterima sebagai kodrat manusia. Berdasarkan hal tersebut, aransemen puisi di atas dapat dipahami oleh setiap orang untuk bertindak sesuai dengan keadaannya masing-masing (kepribadian/kepribadian).

Inilah pemahaman para penafsir dari dulu hingga sekarang. Tafsiran Abu Sud adalah bahwa "setiap perbuatan kamu (orang beriman) atau di luar kamu (kafir) tergantung pada keadaannya, baik dalam bimbingan atau kesalahpahaman, atau sesuai dengan kepribadian dan sifat spiritualnya. bertambah". Orang mukmin selalu bertindak menurut kepribadian dan kepribadiannya yang mentaati perintah Tuhan, sedangkan orang kafir selalu bertindak sesuai kepribadian dan kepribadiannya yang melanggar perintah Tuhan.

HAK ASASI MANUSIA DALAM ISLAM

HAM dalam Islam memiliki perbedaan dengan HAM dalam pengertian luas atau secara umum. Dalam Islam, semua hak asasi manusia merupakan kewajiban nasional dan individu yang tidak seharusnya diabaikan begitu saja. Selain hak asasi manusia, kita berkewajiban menjaga dan menjami hak itu. Nilai-nilai HAM perlu memegang peranan penting dalam pendidikan di Indonesia. Hasil pendidikan haruslah masyarakat yang mampu menghargai segala hal termasuk suku, agama dan lainnya. Dikarenakan tantangan pendidikan, secara paradoks, yaitu membentuk manusia yang mempunyai adab di tengah maraknya pemahaman globalisasi yang telah membawa berbagai bentuk kesadaran dan budaya baru ke masyarakat mainstream.

Kita membutuhkan pendidikan ganda, hak asasi manusia, dan demokrasi yang dapat mengakomodir perubahan tersebut, lahirnya manusia yang beradab dan beradab. Lagi pula, orang menulis bahwa pendidikan adalah hak asasi manusia dan ini adalah dasar yang seharusnya setiap orang memilikinya, baik nasional maupun global. Negara memiliki kewajiban untuk memberikan pendidikan apapun kondisinya.

Mengelilinginya. Karena misi negara dalam masalah hak asasi manusia adalah untuk melindungi, mempromosikan dan mencegah pelanggaran hak-hak sipil,

SEJARAH LGBT DALAM AL-QUR'AN BERDASARKAN ZAMAN NABI LUTH

Berdasarkan banyak kasus, banyak tanggapan tentang kaum yang dianggap tidak normal. Dalam islam sendiri sebenarnya pernah terjadi fenomena penyuka sesama jenis atau LGBT seperti yang telah dibicarakan dalam al-qur'an tentang kisah nabi luth. Yang dimana kaumnya melakukan gay (hubungan laki laki dengan laki laki). Perbuatan tersebut dikategorikan perbuatan keji dalam surah al-a'raf ayat 80-84. Perbuatan tersebut lah yang merusak atau menyalahi kodrat manusia. LGBT bukanlah Fitra, melainkan penyimpangan dari zaman Nabi Luth. Jika Fitra, itu akan ada sebagai orang pertama sejak zaman Nabi Adam. Fakta ini cukup membuktikan bahwa kaum LGBT menyimpang tidak hanya dari alam murni, tetapi juga dari politeisme dari kepercayaan monoteistik.

Dalam tafsir al-Manar dijelaskan bahwa Nabi Luth diutus Allah untuk memperbaiki akidah serta akhlak kaumnya yang tinggal di negeri Sadum,

Adma', Sabubim dan Bala' di Tepi Laut Mati. Nabi Luth menetap di kota yang paling besar dari lima kota tersebut, yaitu Sadum. Sadum mengalami kehancuran moral, kaum laki-laki lebih senang bersyahwat kepada sesama jenisnya yang lebih muda dan tidak bersyahwat kepada wanita **(Rasyid Ridha, 1950: 509).**

HUKUM SANKSI BAGI PELAKU LGBT DALAM SYARIAT ISLAM

Hukuman bagi homoseks , walaupun banyak ulama yang berbeda pendapat. Diantaranya :

- 1) Dibunuh secara mutlak.
- 2) Dihad seperti had zina, Bila pelakunya jejak maka didera dan rajam apabila di telah menikah.
- 3) Dikenakan hukum ta'zir. **(Sayyid Sabiq, 1981: 432).**

Homoseksualitas tidak diizinkan dalam keadaan apa pun. Pembunuhan dapat dibenarkan dengan pembelaan diri atau sanksi hukum, dan seks dengan lawan jenis diperbolehkan oleh agama dan sampai batas tertentu dapat diterima, kecuali perzinahan yang terjadi dalam situasi yang mencurigakan. Mengenai larangan perilaku homoseksual, Rasulullah Saw bersabda : Dari

Ikrimah, dari Ibn Abbas, Rasulullah bersabda: “Barang siapa yang kamu dapati melakukan perbuatan kaum Nabi Luth (homoseksual) maka bunuhlah si pelaku dan yang dikerjainya (objeknya)”.

(HR. Lima ahli Hadis kecuali an-Nasa’i)

PEMAHAMAN AGAMA DALAM PENCEGAHAN SIFAT LGBT

Kegiatan dakwah perlu diperkuat dan diperluas agar tidak ada pembelot Korea Utara dari Madu, terutama dari kelompok minoritas seperti kelompok LGBT. Selain itu, para pengkhotbah perlu mengadopsi pendekatan yang efektif dan beragam untuk secara efektif menyampaikan nilai sejati kehidupan Islam kepada kelompok LGBT.

Dakwah bial-ḥāl, Dakwah oleh Hiburan, di antara pendekatan yang tepat digunakan dalam kegiatan dakwah untuk menyikapi kelompok LGBT, menggunakan pendekatan yang digunakan oleh Organisasi Amal Firdausi (PAFI), dakwah dengan hiburan, da' wah bial-ḥāl, dakwah dengan konstruksi sosial, dakwah dengan pengembangan diri. Selain itu, pendakwah perlu menjauhi sikap menghakimi terhadap kelompok LGBT. Hal ini karena membuat rugi bidang dakwah dan menciptakan pemisah yang

panjang antara mahar dan kelompok sasaran, kelompok LGBT.

Referensi

- Yanuarti, E. (2019). Pola Asuh Islami Orang Tua dalam Mencegah Timbulnya Perilaku LGBT Sejak Usia Dini. *Cendekia: Jurnal Kependidikan dan Kemasyarakatan*, 17(1), 57-80. doi:<https://doi.org/10.21154/cendekia.v17i1.133> **Diakses pada tanggal 20 juni 2022 pada pukul 17:21 WITA**
- Rafi, S. Y., Hamzah, R. E. E., & Pasaribu, M. (2021). Pengalaman Komunikasi LGBT Genarasi Z Melalui Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(1), 31-40. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/1841> **Diakses pada tanggal 20 juni 2022 pada pukul 17:30 WITA**
- Muzakkir, M. (2021). LGBT DALAM PERSPEKTIF HAM DAN MENURUT UUDN 1945. *Al Mashaadir: Jurnal Ilmu Syariah*, 2(1), 1-14. [LGBT DALAM PERSPEKTIF HAM DAN MENURUT UUDN 1945 | Muzakkir | Al Mashaadir : Jurnal Ilmu Syariah \(stisummulayman.ac.id\)](https://stisummulayman.ac.id) **Diakses pada tanggal 20 juni 2022 pada pukul 17:43 WITA**
- Nugrahani, N. F. (2016). Bahaya Komunitas Homoseksual Di Media Sosial (Studi Kasus: Interaksi Virtual Community Media Sosial Grindr) (Bachelor's thesis, FAKULTAS ILMU DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA 1437 H/2016 M). <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/1234>

[56789/33690](#) ***Diakses pada tanggal 20 juni 2022 pada pukul 18:10 WITA***

Ermayani, T. (2017). LGBT dalam perspektif islam. Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, 17(2), 147-168.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/humanika/article/download/18569/10359> ***Diakses pada tanggal 20 juni 2022 pada pukul 18:33 WITA***

Ameliola, S., & Nugraha, H. D. (2013, June). Perkembangan media informasi dan teknologi terhadap anak dalam era globalisasi. In Prosiding In International Conference On Indonesian Studies" Ethnicity And Globalization (pp. 362-371).
<https://www.academia.edu/download/34462625/2013-02-29.pdf> ***Diakses pada tanggal 29 juni 2022 pada pukul 14:16 WITA***

Anwar, F. (2017). Perubahan dan permasalahan media sosial. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, 1(1), 137-144.
<http://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/343> ***Diakses pada tanggal 29 juni 2022 pada pukul 14:42 WITA***

Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. Publiciana, 9(1), 140-157.
<http://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79> ***Diakses pada tanggal 29 juni 2022 pada pukul 15:11 WITA***

Prakoso, S., Setyawan, S., & Kom, M. I. (2017). Coming Out Gay Dalam Media Sosial Path

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Coming Out Gay Di Surakarta Melalui Media Sosial PATH) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/57909> **Diakses pada tanggal 29 juni 2022 pada pukul 19:25 WITA**

Rakhmawati, I. (2016). Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah. AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4(1), 49-70. <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2906> **Diakses pada tanggal 1 juli 2022 pada pukul 12:30 WITA**

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. Jurnal Common, 3(1), 71-80. <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950> **Diakses pada tanggal 1 juli 2022 pada pukul 13:14 WITA**

Nugraha, M. T. (2017). Kaum LGBT dalam Sejarah Peradaban Manusia. <https://core.ac.uk/download/pdf/291677020.pdf> **Diakses pada tanggal 2 juli 2022 pada pukul 16:30 WITA**

Khakim, A. (2018). Hak Asasi Manusia dalam Perspektif Pendidikan Islam. Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, 2(1), 371-381. <https://e-journal.staima-alhikam.ac.id/evaluasi/article/view/84> **Diakses pada tanggal 2 juli 2022 pada pukul 16:44 WITA**

- Ghozali, A. M. (2017). Fenomena LGBT Dalam Perspektif HAM dan Doktrin Agama (Solusi dan Pencegahan). *Refleksi*, 16(1), 29-66. <https://core.ac.uk/download/pdf/292069257.pdf> **Diakses pada tanggal 2 juli 2022 pada pukul 17:19 WITA**
- Sifa, L. (2021). Intertekstualitas Hukuman Bagi LGBT dalam Al Quran dan Hadis Perspektif Semiotika Julia Kristeva. *Syariati: Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hukum*, 7(2), 183-194. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/syariati/article/view/2109>. **Diakses pada tanggal 2 juli 2022 pada pukul 17 : 47 WITA**
- Arif, M., & Sayska, D. S. (2018). LGBT DALAM TINJAUAN AL-QURAN DAN SUNNAH. *El-Hikam*, 11(2), 253-280. <http://ejournal.kopertais4.or.id/sasambo/index.php/elhikam/article/view/3380> **Diakses pada tanggal 2 juli 2022 pada pukul 18:23 WITA**
- Mafaza, M. A., & Royyani, I. (2020). LGBT Perspektif Hadis Nabi SAW. *Al Iman: Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, 4(1), 131-153. [LGBT Perspektif Hadis Nabi SAW | Al Iman: Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan \(kopertais4.or.id\)](http://kopertais4.or.id). **Diakses pada tanggal 24 juli 2022 pada pukul 00:08 WITA**

Bagian 4

PERAN ORANG TUA DALAM MENDUKUNG PEMBENTUKAN PSIKOSOSIAL ANAK SERTA MENCEGAH DAMPAK INTERNET DAN TEKNOLOGI PADA ANAK USIA DINI

Khalis Usman, Luqmanul Hakim, Sindi Safitri

Orang tua merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam pembentukan psikososial anak terlebih lagi dimasa yang semakin modern ini peran orang tua menjadi sangat krusial bagi tumbuh kembang anak. Internet merupakan salah satu ancaman yang paling dekat dengan anak sehingga dengan begitu peran orang tua sangat berpengaruh pula dalam mencegah dampak yang negative bagi anak. Keluarga merupakan lingkungan pertama bagi setiap anak ketika lahir di dunia. Secara otomatis, keluarga menjadi sumber pendidikan pertama yang akan didapatkan oleh seorang anak.

Orang tua akan berperan sebagai pendidik pertama dan anak berperan sebagai peserta didik di lingkungan keluarga. Sehingga orang tua akan memiliki kewajiban dalam mengembangkan

pendidikan anak. Orang tua mendapatkan peran dalam mendidik dan membimbing bukan hanya dari sisi pendidikan saja, namun orangtua juga harus dapat mendidik anak dalam sisi agama, sosial, kasih-sayang, kedisiplinan, karakter, dan lain-lain. Keluarga sebagai lembaga pendidikan yang paling utama diharapkan untuk selalu bersedia dalam mencukupi kebutuhan baik pada psikologis maupun biologis anak serta dapat menghasilkan anak-anak yang berkembang dengan pribadi yang bisa hidup di tengah lingkungan masyarakat luas. Hal ini dilakukan agar seorang anak dapat beradaptasi, mewarisi, dan menerima nilai kehidupan serta kebudayaan yang ada di masyarakat.

Lingkungan keluarga akan menjadi sumber pengetahuan bagi anak dan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan serta prestasi anak. Sehingga keluarga, terutama orang tua harus dapat menyiapkan dan memberikan pendidikan kepada anak-anaknya agar dapat menjadi di generasi penerus bangsa yang terdidik dan berwawasan luas melalui proses pendidikan dalam mengembangkan kepribadian serta karakter yang baik, beradab,

terampil, dan berjiwa sosial. Namun, tidak semua anak lahir ke dunia ini dalam keadaan yang normal. Di dunia ini, terdapat beberapa anak yang lahir dalam keadaan tidak normal atau biasa disebut dengan istilah anak berkebutuhan khusus (Rohmawati, 2017; Thaibah et al., 2018).

Pengasuhan dan pembinaan dari setiap orang tua kepada anak tentunya akan berbeda-beda. Hal ini tergantung dari keadaan dan lingkungan sosial, budaya, dan kebiasaan yang dilakukan. Sehingga akan tercermin dari pola pengasuhan yang diberikan kepada anak. Namun, dalam hal ini orang tua tetap harus memahami berbagai kondisi anak dari mulai psikis dan juga fisik, terutama bagi anak berkebutuhan khusus. Orang tua diharapkan untuk lebih ekstra dalam menangani dan menghadapi masalah yang dimiliki oleh anak-anak berkebutuhan khusus, tidak hanya perilaku dan emosinya, namun juga pada pendidikannya. Dalam proses tumbuh dan berkembangnya, anak berkebutuhan khusus akan lebih terhambat dari anak-anak lain di seusianya, sehingga mereka membutuhkan pelayanan dalam pendidikan khusus. Banyak orang berpendapat

bahwa anak berkebutuhan khusus terkesan pasif. Tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa semua anak berkebutuhan khusus ini bersikap pasif, banyak juga anak-anak berkebutuhan khusus yang aktif. Jadi, setiap anak pasti memiliki karakteristik khususnya masing-masing dan tentu berbeda satu sama lain, walaupun pasti ada beberapa ketidakmampuan dalam kondisi fisik, emosi, mental, maupun perilaku sosialnya.

Orang tua akan menjadi seorang pendamping pertama yang membantu dalam mencapai tujuan pendidikan anak berkebutuhan khusus yang mengusahakan memahami dan menjaga hak serta kewajiban anak dalam mendapatkan kesempatan layanan pendidikan sesuai karakteristik khusus yang dimiliki.

Seiring dengan berkembangnya waktu maka banyak kemajuan teknologi yang telah menjadi berkembang sangat pesat serta sangat canggih. Adapun salah satunya yakni kemajuan dibidang internet dan tidak bisa dipungkiri bahwa internet telah menjadi keperluan utama bagi sebagian besar orang. Karena adanya kemajuan teknologi dalam

bidang internet, ada banyak orang dalam kelompok yang berbeda, yakni dari anak-anak, remaja hingga dewasa, dapat memenuhi semua kebutuhannya. Melalui internet, seseorang dapat menjalin interaksi maupun komunikasi yang dilakukan tidak secara langsung sehingga dengan begitu komunitas dunia maya menjadi berkembang seiring dengan perkembangan zaman.

Berbagai penelitian tentang penggunaan Internet di kalangan anak muda menunjukkan bahwa Internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari Internet. Terlepas dari keseharian anak-anak dan remaja Indonesia. Oleh karena itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika meyakini bahwa diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan keterampilan terkait keamanan *cyber*. Hal ini dapat dicapai melalui sosialisasi, literasi, dan pendidikan. Anak muda dengan segala keistimewaan dan tugas perkembangannya tidak dapat dipisahkan dari berbagai layanan internet. Konten yang mengakses internet sangat bebas dan sulit untuk difilter, sehingga dianggap sangat penting bagi anak-anak

dan remaja untuk memahami penggunaan dan keamanan media digital. Selama ini, ruang lingkup kejahatan dunia maya telah meningkat secara signifikan seperti terjadinya pornografi, penipuan, perjudian, pencurian data, opini menyesatkan, dll. Potensi negatif ini didominasi oleh remaja, sehingga terdapat kekhawatiran bahwa besarnya dampak negatif internet akan merugikan generasi mendatang kecuali dikendalikan oleh berbagai aktivitas internet yang aman. Padahal internet juga menyediakan banyak informasi yang berguna bagi masyarakat. Internet saat ini merupakan sumber informasi termudah, tercepat, dan terpopuler. Namun, sayangnya tidak semua orang dapat mengakses hal-hal positif di dalam internet. Terlalu banyak dampak negatif yang ditimbulkan dari diaksesnya internet, terutama di kalangan remaja yang belum memiliki pemikiran yang matang mengenai pemanfaatan teknologi di kehidupan masyarakat (Hakim *et. al.*, 2016; Halim, 2015).

Internet adalah jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Internet juga merupakan salah satu kemajuan

teknologi yang disukai kebanyakan orang. Pengguna tidak hanya dapat mengakses informasi Internet dengan mudah, tetapi mereka juga dapat memiliki akses cepat ke hal-hal yang berkaitan dengan informasi yang akan dicari. Namun bagi remaja, selain sebagai upaya untuk mempermudah informasi dan mencari tugas, kini remaja menyalahgunakan fasilitas tersebut (Salainty, *et. al.*, 2015). Para ahli menganggap bahwa penggunaan Internet oleh remaja meningkat setiap hari dan cenderung berlebihan, yang dapat menyebabkan gangguan mental seperti gangguan antisosial, gangguan kecemasan, dan gangguan stres dalam jangka panjang. Internet layak mendapat perhatian serius. Padahal, sebagai pengguna perangkat internet terbesar, remaja adalah pihak yang paling rentan terhadap dampak penggunaan internet. Beberapa anak muda dapat membedakan antara penggunaan Internet yang membantu mereka berkembang dan penggunaan Internet yang kurang bermanfaat, sementara yang lain tidak. Dan juga orang tua sangat berperan di lingkungan anak- anaknya dimana jaman sekarang sudah banyak bermuculan aplikasi- aplikasi game

yang membuat anak jaman sekarang tergiur sehingga meluokan melupakan kegiatan lainnya seperti mengganggu kegiatan sekolah, jarang mengerjakan tugas sekolah sehingga banyak yang kecanduan game dan berhenti sekolah. Kebanyakan anak-anak sekolah dasar yang sudah kecanduan game, misalnya game Mobile Legends, PUBG, Free Fire, dan masih banyak game lainnya yang membuat anak-anak jaman sekarang kecanduan.

Internet ini terdapat banyak dampak negatif di dalamnya, di mana remaja terindikasi mendapatkan dampak negatif dengan berkurangnya sikap sosial ketika menggunakan media internet dalam mengakses seluruh kebutuhannya. Selain itu remaja juga mendapatkan dampak negatif dari internet yakni pada penurunan pola interaksi pada remaja dan intensitas yang tinggi dalam pemanfaatan internet bagi remaja hanya dapat dilakukan dengan cara berinteraksi secara maya melalui internet sehingga intensitas yang tinggi dalam berinternet menyebabkan seseorang tidak lagi membutuhkan orang-orang di lingkungannya untuk berinteraksi di dunia nyata. Dalam pengaksesan internet, terindikasi

bahwa dalam penggunaannya memungkinkan para remaja untuk melakukan dan mengenali dunia kriminalitas. Kemudian, hal yang paling banyak dirasakan oleh remaja dari dampak penggunaan internet ini yaitu membuat mereka kecanduan terhadap media internet ini. Sangat banyak hal negatif yang dapat diakses di internet, dan remaja yang hal tersebut seperti pornografi maupun kecanduan pada permainan di internet. kebanyakan remaja tidak mempertimbangkan dalam pengeluaran biaya hanya untuk memenuhi keinginannya dan kebutuhannya di dalam internet. Sehingga karena diawali dari penggunaan internet yang kemudian membuat remaja menjadi kecanduan, maka membuat mereka tidak segan-segan dalam mengeluarkan biaya untuk penggunaan internet (Maryono dan Istiana, 2007).

Dampak negatif lainnya yang dapat ditimbulkan dari kemajuan media internet adalah mendorong masuknya nilai-nilai budaya asing dari negara lain yang terkesan negatif, seperti cara berpakaian dan berkomunikasi yang tidak sesuai dengan etika serta mendorong pergaulan bebas di

kalangan remaja Indonesia. Selain itu dengan berkembangnya internet, Internet sebenarnya memiliki manfaat yang sangat banyak, namun seringkali internet disalahgunakan oleh beberapa pihak, dimana mereka mengetahui bahwa remaja atau anak-anak banyak menggunakan internet sehingga mereka menjadikan media internet sebagai wadah dalam berbuat kejahatan penipuan maupun penculikan (Hellara, 2014).

Dalam penggunaan internet sebenarnya dapat dijadikan sebagai edukasi baru karena di dalam internet sangat banyak manfaat positif yang dapat diakses oleh para remaja maupun anak-anak. Tetapi sangat perlu diperhatikan juga berbagai kelemahan dan hal negatif yang ditimbulkan dari penggunaan internet. Sangat terbukanya situs ataupun berbagai web di media internet yang dapat dimanfaatkan oleh banyak pengguna, sehingga sering juga melampaui batas hukum dan norma pada etika. Orang dewasa yang tentu sudah memiliki pemikiran yang matang dan luas serta dapat membedakan hal negatif dan positif mungkin tidak akan terlalu mengkhawatirkan dalam penggunaan internet. Namun apabila

dipikirkan penggunaan bagi para remaja dan anak-anak tentu harus adanya perhatian pengawasan dan dan peninjauan dari orang yang lebih dewasa agar tindakan atau pengaksesan dalam internet tidak melewati batas dan aman digunakan bagi remaja maupun anak-anak.

Dunia internet telah merambat juga ke dalam dunia pendidikan, di mana penggunaan internet ini dijadikan sebagai media pembelajaran dalam proses belajar mengajar di sekolah. sehingga akan semakin banyak remaja dan peserta didik yang mahir dalam penggunaan internet.

Sudah sepatutnya para remaja diarahkan untuk cerdas dalam menggunakan dan mengakses internet. Hal ini dikarenakan internet telah membuat para remaja mengabaikan kehidupan sosial di dunia nyata, dan mereka lebih nyaman berada di dunia maya. Internet membuat mereka menghabiskan waktu yang begitu lama hanya untuk mengakses komputer smartphone maupun laptop yang di mana ini akan menjadi dampak negatif bagi para remaja. Oleh karena itu, untuk meminimalisir dampak negatif yang terjadi di dunia remaja dalam

pengaksesan internet, diperlukan dukungan dan juga pendidikan dari orang-orang terdekat untuk memberikan edukasi mengenai berinternet yang cerdas sebagai salah satu upaya dalam pemanfaatan teknologi secara bijak dan sesuai dengan etika serta kode etik dalam penggunaan internet di media teknologi. Bukan berarti para remaja dihindari dari penggunaan internet, namun lebih kepada menghindari dampak negatif yang ditimbulkan dari media tersebut. Berbagai upaya ini dilakukan, agar masyarakat dan juga remaja remaja di Indonesia tetap dapat mengikuti perkembangan zaman modern, namun sesuai dengan norma yang ada di lingkungan masyarakat Indonesia (Miskahuddin, 2017).

Schachter, Ventura (2008) menegaskan terdapat enam komponen yang saling terkait dalam pembentukan identitas seorang anak. Orang tua sebagai peserta aktif dan reflektif dalam pembentukan identitas anaknya.

1. Kekhawatiran identitas: Kekhawatiran identitas berarti bahwa orang tua prihatin dengan isu-isu yang berkaitan dengan perkembangan identitas anak, melihat diri mereka sendiri sebagai satu-

satunya atau sebagian bertanggung jawab atas aspek perkembangan tersebut. Keterlibatan orang tua tidak semata-mata karena kepedulian terhadap kesejahteraan, kesuksesan, atau bahkan moralitas anak-anak. Identitas tradisional ini dipandang sebagai potensi yang bermakna bagi perkembangan anak-anak mereka dan karena itu mewariskannya kepada mereka dipandang sebagai bagian dari tugas mengasuh anak. Selain itu, meskipun mungkin tampak seolah-olah sejauh mana perhatian identitas orang tua ini sama dengan keterlibatan mereka dengan identitas sosial anak-anak mereka, pembacaan yang cermat mengungkapkan bahwa orang tua juga memperhatikan aspek identitas-ego.

2. Tujuan Identitas: Memiliki tujuan mengenai perkembangan identitas anak-anak mereka, dan identitas ini pada gilirannya, dapat melayani tujuan psikologis dan pendidikan yang lebih luas. Menekankan identitas agama sebagai media untuk menciptakan kewajiban terhadap moralitas interpersonal, pentingnya identitas agama budaya tertentu sebagai landasan yang

diperlukan untuk menciptakan keterlibatan otentik dan vital dengan diri dan dunia.

3. Praksis: Bertindak berdasarkan perhatian dan tujuan identitas mereka, menerapkan praktik yang dimaksudkan untuk memajukan tujuan ini dan meningkatkan partisipasi mereka dalam pembentukan identitas. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai cara. Orang tua dapat mengubah gaya hidup, tempat tinggal, jaringan sosial, dan komitmen sehari-hari mereka hanya untuk tujuan pembentukan identitas anak-anak mereka. Mereka dapat mengatur batas-batas lingkungan sosial yang kemungkinan besar akan dihadapi anak atau membentuk dialog terbuka yang berkelanjutan dengan anak untuk mengimbangi kemungkinan pengaruh berbahaya. Pertemuan sehari-hari dengan anak-anak dipandang sebagai kesempatan untuk mempraktikkan agen identitas.
4. Penilaian: Terus-menerus menilai dan memantau anak dan lingkungannya pada tingkat yang berbeda untuk memediasi identitas dengan lebih baik. Kedua orang tua mengembangkan

kesadaran akan pengaruh makro-sosial yang lebih besar yang berkaitan dengan identitas anak-anak mereka.

5. Teori implisit: Agen memegang teori psikologis implisit mengenai pengembangan identitas yang memandu praktik mereka. Apakah itu keyakinan akan pentingnya konsistensi atau pentingnya memahami tahap perkembangan anak? Keyakinan implisit semacam itu memandu orang tua ini dalam mengelola paparan anak-anak mereka terhadap konteks mikro yang beragam di rumah, sekolah, kakek-nenek, dll.
6. Refleksivitas: Terakhir, berpotensi menjadi praktisi reflektif. Ini berarti bahwa mereka tidak secara pasif mengadopsi tujuan dan meniru praktik dari sosialisasi mereka sendiri. Kedua orang tua merefleksikan kelayakan tujuan dan praktik identitas yang berbeda yang mereka temui di masa kecil mereka atau di komunitas mereka saat ini. Keduanya juga merefleksikan dilema mengenai cara yang tepat untuk membangun identitas bersama. Misalnya,

ketegangan antara aspirasi untuk menginisiasi anak-anak ke dalam identitas tradisional.

Kesimpulan

Internet telah menjadi kebutuhan utama bagi sebagian besar orang. Berkat kemajuan teknologi internet, ada banyak orang dalam kelompok yang berbeda, yakni dari anak-anak, remaja hingga dewasa, dapat memenuhi semua kebutuhannya. Keberadaan internet dalam kehidupan manusia tidak dapat dielakkan, namun harus mampu merespon internet secara tepat dan akurat.

Internet yang penggunanya terutama para remaja dan remaja tidak dapat dipisahkan dari dunia internet, perlu mendapat perhatian lebih dari orang tua dan pemerintah. Efek negatifnya berubah dengan cepat, sehingga Internet perlu dipantau pengguna dan penggunaannya. Dengan adanya internet dapat digunakan sebagai sarana komunikasi dan pencarian informasi positif, serta sebagai tempat menimba segala ilmu. Pengembangan pengetahuan sangat dibutuhkan oleh anak-anak, terutama ketika memperoleh pengetahuan dari

internet. Tapi tentu saja, sebagai orang tua, tidak hanya mengizinkan anak atau remaja mengakses Internet. Tentu saja, ketika menggunakan Internet sebagai orang tua, diperlukan pengawasan ketika anak menggunakannya.

Referensi

- Hakim, S. N., Raj, A. A., & Prastiwi, D. F. C. (2016). Remaja dan internet. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi, 2008*, 311–319.
- Halim, N. A. (2015). Penggunaan Media Internet di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman. *Risalah, 26*(3), 132–150.
- Hellara, S. S. (2014). Penggunaan Internet pada Siswa Kelas X dan XI SMAN 1 Pengasih. *Skripsi*.
- Maryono dan Istiana. (2007). Pemanfaatan internet dan dampaknya pada pelajar sekolah menengah atas di surabaya. *Libri-Net, 3*(1), 407–412.
- Miskahuddin, M. (2017). Pengaruh Internet Terhadap Penurunan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal MUDARRISUNA: Media Kajian Pendidikan Agama Islam, 7*(2), 293.
<https://doi.org/10.22373/jm.v7i2.2366>
- Rohmawati, U. (2017). Peran Keluarga dalam Mengurangi Gangguan Emosional pada Anak Berkebutuhan Khusus. *Al Ulya: Jurnal Pendidikan Islam, 2*(2), 108–

- Salainty, F. R., Walandouw, A., & Rondonuwu, S. (2015). PENGARUH PERMAINAN INTERNET TERHADAP PERILAKU REMAJA DI KELURAHAN KAROMBASAN UTARA. *Acta Diurna*, IV(1).
- Schachter, Elli P, and Ventura, Jonathan J. 2008. *Identity Agents: Parents as Active and Reflective Participants in Their Children's Identity Formation*, < <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1532-7795.2008.00567.x> > (diakses pada tanggal 1 Agustus 2022)
- Sukardari, D. D. H. (2019). Model Pendidikan Inklusi Dalam Pembelajaran Anak Berkebutuhan Khusus. In *Journal of Elementary School*
- Thaibah, H., Putri, A. A., Pratiwi, A. A., & Palloan, S. C. (2018). Peran dan Tanggung Jawab Keluarga Anak Berkebutuhan Khusus. *Universitas Lambung Mangkurat*.

Bagian 5

EFEK BANDWAGON PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP ANAK REMAJA

Almayani, Nur Hasan S.M., Wilda Widayani

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna media yang besar di dunia. Pengguna facebook, Twitter, Intagram, Tiktok dan lain-lain dari indonesia menempati pori yang cukup besar dari keseluruhan pengguna media sosial tersebut.

Pada dasarnya pers umum dapat dianggap sebagai tipe media. Media umumnya mengacu pada alat yang digunakan untuk sosialisasi (kolaboratif, perorang, kelompok, dan lain-lain.) Beberapa istilah di jejaring sosial, termasuk jejaring sosial, SNS, dan Media Network. Umumnya media sosial menggunakan sistem yang sama, yaitu media online yang terhubung ke Internet. Di jejaring sosial, banyak orang terhubung satu sama lain tanpa batasan oleh geografis, ruang bahkan waktu untuk berkomunikasi, mengembangkan sesuatu, memberikan pendapat, teman, bahkan dalam beberapa hal mencari jodoh. Ada perbedaan

eksklusif antara jejaring sosial, inti dalam cara yang dipakai. Jejaring sosial mengacu pada sarana hubungan online seperti blog, organisasi, perangkat lunak obrolan untuk menggunakan jejaring sosial. Contoh media sosial antara lain gmail, chat, dll. Social network mengacu pada media umum online yang memuat hubungan dan hubungan antar individu dalam bentuk aplikasi atau website yang memungkinkan penggunanya yang berkomunikasi dengan cara chatting, mengomentari, mengirim pesan pribadi, foto, film, dll. Oleh karena itu, kita dapat memiliki pemahaman yang jelas tentang komunikasi multimedia.

Media publik di Indonesia mulai pesat mengikuti pertumbuhan akses internet untuk pengguna di Indonesia, selanjutnya dengan berkembangnya infrastruktur Internet di Indonesia, seperti akses wifi, jaringan fiber optic, dll. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2012, sekitar 63 juta orang Indonesia yang terhubung ke Internet dan 95% bisnis mereka terbuka untuk media massa. Indonesia diprediksi menjadi negara dengan pengguna media sosial paling aktif dan terbesar. Hal ini dimungkinkan bahwa perangkat Internet seluler menjadi semakin

terjangkau bagi orang-orang, memungkinkan akses jaringan ke lebih banyak pengguna. Pertumbuhan gadget juga mendukung pertumbuhan akses jejaring sosial di Indonesia.

Smartphone seperti Android, iOS, dll, serta berbagai contoh IoT seperti phablet, tablet, dll, telah membantu memperluas akses internet dan jejaring sosial bagi masyarakat Indonesia. Saat ini, jejaring sosial tidak hanya dipakai sebagai platform untuk berkomunikasi atau pengenalan, tapi juga untuk tujuan politik, pemerintahan, dan lainnya, seperti yang terjadi pada pemilihan presiden 201 di mana sebagian besar kampanye besar dilakukan melalui Internet. Membangun eksperimen sosial dari berita atau acara eksklusif sangat mudah dilakukan dengan jejaring sosial. Petisi online juga sering, menunjukkan bahwa pengguna jejaring sosial tidak hanya mengetahui fungsinya jejaring sosial sebagai keterlibatan, tetapi juga melakukan gerakan atau advokasi hak ide unik sehingga mereka dapat berkontribusi pada regulasi pengembangan masyarakat. di sekitar mereka, misalnya, petisi untuk menghentikan siaran televisi non-pendidikan, membubarkan beberapa gerakan massa, dan lain-lain.

Riset Data Reportal menunjukkan peningkatan pengguna jejaring sosial di Indonesia mencapai 191,1 juta pada Januari 2022. Jumlah ini mencapai 21 juta atau 12,6% dibandingkan tahun 2021. Di laporan bertajuk Digital 2022: Indonesia, Data Reportal menjelaskan bahwa jumlah tersebut sama dengan 68,9 dari jumlah populasi di Indonesia. Sebagai perbandingan, jumlah penduduk Indonesia saat ini 277,7 juta jiwa pada Januari 2022.

Yiming, seorang insinyur perangkat lunak dengan gelar asal Universitas Nankai, mendirikan perusahaan teknologi ByteDance pada Maret 2012. Berkat perusahaan inilah Yiming menyusutkan perangkat lunak TikTok.

TikTok disebar luaskan sebagai pembuat video pendek yang misinya menangkap dan mengekspresikan kreativitas dan momen berharga. TikTok memberdayakan semua orang untuk menjadi pencipta dan menyarankan pengguna untuk berbagi realisasi diri kreatif melalui video berdurasi 15 detik. TikTok juga mudah digunakan karena simple dan memungkinkan siapa saja untuk menjadi kreator. perangkat lunak yang di negara sumber diketahui secara resmi akan menggunakan nama Douyin mulai September 2016.

Sepanjang 2018, perangkat lunak TikTok menduduki puncak App Store dengan lebih dari 500 juta unduhan. Mayoritas pengguna TikTok yang dikenal adalah anak muda. Hal ini sejalan dengan tujuan TikTok untuk menyasar pengguna generasi muda.

Pengguna TikTok aktif di seluruh dunia berdasarkan Hootsuite adalah mencapai 689 juta per bulan dan daftarkan pemakai aplikasi TikTok baru di Desember 2020 mencapai 56 juta orang.

TikTok adalah salah satu jejaring sosial yang memungkinkan pengguna membuat berbagai konten, seperti konten lucu, mendidik, menantang (challenge) dan menari (dance) menggunakan fungsi dalam bentuk pengeditan dan pembuatan video. (Mackenzie dan Nichols, 2020)

Perangkat Lunak ByteDance, Perusahaan internet di Beijing selalu disukai oleh pemakai dari anak muda karena fitur yang mudah digunakan produksi musik dan video kreatif (Hui, 2017). Hingga TikTok adalah aplikasi paling banyak diminati dan diunduh oleh banyak masyarakat, tidak terkecuali menggunakan Gen Z, TikTok digunakan sebagai alat hiburan ketika jarak sosial dari keluarga. Lihat sumber kenaikannya unduh software TikTok selama ini.

TikTok juga menerima tempat pertama dalam peringkat aplikasi seluler (wearresocial.com). Unduh perangkat lunak TikTok di tahun 2019 sebelum ada covid di peringkat 7 hingga 2021 akan meningkat secara signifikan cukup tinggi, peringkat di nomor 1 menurut jumlah perangkat lunak sebelumnya diunggah oleh pengguna. TikTok adalah perangkat lunak produksi video yang populer saat ini dengan durasi dari 15 hingga 60 detik. Begitu juga pemakai TikTok di Indonesia naik 13 di tahun sebelumnya. Menurut Forbes, lebih dari 60% pengguna TikTok berasal dari Generasi Z, menuju pada pengguna yang lahir setelah tahun 1996.

Generasi Z singkatan dari salah satu generasi yang paling beragam, menggunakan tingkat pendidikan bertubuh tinggi, berkompeten di dunia digital dan cenderung lebih ekspresif. (Muliadi, 2020)

TikTok adalah singkatan dari media sosial atau jejaring sosial yang sedang tren, sebagai akibatnya TikTok bisa mempengaruhi anak-anak. Salah satunya seperti kehadiran dalam menggunakan TikTok. TikTok dapat mempengaruhi anak-anak, karena konten software TikTok yang menampilkan konten terutama tentang orang, tidak dapat dianggap tidak tahu malu, karena sebagian besar konten di TikTok terdiri dari video yang

mengekspresikan pidatonya dengan gaya era sebelumnya. sehingga di Zaman Terakhir menunjukkan hal seperti itu dan memiliki konten yang tidak sesuai dengan konten yang sebenarnya.

Media perangkat lunak Tiktok menciptakan anak-anak, yang bertanya-tanya bagaimana menggunakan konten dalam video, tetapi anak-anak terus meniru gaya video. biarkan itu membentuk jiwa anak. Anak-anak asyik meniru gaya dan menonton video unik dan menarik, pecinta media Tiktok bisa merasakan hal ini. Kecuali itu, media Tiktok dapat meningkatkan informasi atau wawasan kepada anak, sehingga anak tidak mudah frustrasi.

Di Tiktok, konten kreator yang merilis video unik dan menarik, seperti video lucu, video olahraga, video konsep, dan lain-lain. Media sosial TikTok telah membuat media terlaris sejak awal, dan penggunaannya juga beragam. Berawal dari remaja banyak warga yang mengikuti gaya atau trend yang ada di Tiktok untuk media hiburan atau bisa dibilang menggunakan media sebagai pelarian remaja, remaja dan dewasa. menggunakan aplikasi Tiktok sekarang, orang hampir tidak bosan, terutama di masa covid ini, dapat membentuk preferensi sendiri bagi mereka yang meniru gaya atau konten konten.

Software Tiktok beredar di mana-mana, mulai dalam Indonesia hingga luar negeri. Hal ini tentu tidak asing lagi bagi pemakai tiktok, media massa yang semakin trend. Keberadaan media Tiktok memiliki pengaruh yang lebih besar bagi masyarakat. Ada banyak kejadian akibat media Tiktok, baik dampak positif maupun negatifnya. itu tergantung pada penggunanya sendiri. Lebih baik digunakan untuk kreativitas, pekerjaan, hiburan agar tidak stres, dll. Bagi yang masih di bawah umur dalam menggunakan media massa Tiktok sebaiknya ditemani oleh orang tua atau orang yang sudah lanjut usia.

Agar dapat memberikan instruksi yang baik kepada anak-anak mereka. karena jika tidak maka akan berpengaruh buruk bagi anak contohnya memprioritaskan bermain Tiktok dari pada belajar, karna akan mempengaruhi keberhasilan anak. Oleh karena itu, orang tua dituntut untuk dapat menemani anaknya bermain game di jejaring sosial. Tidak hanya aplikasi Tik tok tapi juga media sosial lainnya.

Tik Tok memungkinkan pemakai untuk membuat berbagai konten trend yang instan pendek dengan menggunakan berbagai fitur seperti pengeditan, filter, teks, musik, stiker emoji, dll. Tidak

hanya dikenal menggunakan konten dan fitur lainnya, pemakai Tik Tok juga berkesempatan untuk mendapatkan keuntungan berupa poin yang dapat ditukarkan dengan uang tunai dengan mengajak pemakai baru untuk mengunduh software Tik Tok, aktif dalam menonton video, memposting video, dan menjadi pencipta.

Melalui pendekatan ini, Tik Tok telah menciptakan pembuat konten trend dengan berbagai macam konten video trend yang dapat mengajak pengguna di seluruh dunia maupun se Indonesia.

Bandwagon effect atau efek ikut-ikutan menunjukkan salah satu realitas sosial yang ada dalam diri manusia. Seperti dilansir Investopedia, dampak rotasi adalah kesamaan individu untuk mencapai gaya, tingkah laku, atau sikap tertentu karena semua orang melakukannya. Singkatnya, efek kereta musik dapat dikonfirmasi menggunakan efek kereta musik. Metafora kereta musik adalah asal usul kereta kuda yang dirujuk menggunakan kereta musik itu sendiri. Band ini akan menginspirasi orang untuk mengikuti dan mendengarkan musik yang dimainkan. Dalam jurnal *Economic Theory of Fertility Decline* (1975), Harvey Leibenstein menjelaskan bahwa

“Bandwagon effect adalah kasus dimana seorang individu menginginkan suatu produk sama dengan individu lainnya, karena sebagian atau seluruh individu tersebut juga menginginkan produk yang eksklusif”. Harvey Leibenstein *Economic Theory of Fertility Decline* (1975).

Bandwagon effect cenderung lebih banyak dialami oleh anak muda atau Generasi Z, hal ini dikarenakan maraknya penggunaan media sosial saat ini khususnya di Indonesia. Hal ini didukung oleh data yang ada, dimana menurut survei Napoleon Cat, usia pengguna jejaring sosial tertinggi di Indonesia saat ini dimulai pada usia 18-2 tahun.

Olehnya itu, tidak heran pada saat ini banyak anak muda yang mengikuti tren jejaring sosial. Kebanyakan anak muda memiliki sifat dan pemikiran kepribadian yang belum matang. Kecenderungan anak muda untuk bersikap atau bertindak tanpa berpikir telah lama menjadi salah satu alasan mengapa anak muda mudah terpengaruh oleh tren yang ada. Keinginan untuk menemukan jati diri di kalangan anak muda juga memotivasi mereka untuk berusaha menjadi seperti orang lain karena takut dikucilkan, berbeda dan ditinggalkan oleh orang lain. Hal ini memungkinkan Gen Z lebih mudah terkena pengaruh gaya hidup ini.

Efek dari tanda mental ini biasanya tidak bahaya. Tetapi, itu bisa saja berbahaya apabila beberapa saran mulai diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut adalah jenis contoh yang berbahaya dari efek ikut-ikutan:

- Orang-orang yang terpengaruh oleh gerakan anti-vaksinasi seringkali cenderung tidak mendapatkan vaksinasi rutin untuk anak-anak atau untuk diri remaja. Menolak vaksin yang meluas ini telah disamakan dengan perkembangan penyakit tertentu.
- Para pakar ahli telah menemukan bahwa ketika seorang mengetahui bahwa seorang tertentu memimpin dalam jajak pengetahuant, dia lebih mungkin untuk merubah suara mereka agar sesuai dengan partai pemenang.

Meskipun tanda ini mempunyai akibat yang berbahaya, itu akan dapat mengarah ke sesuatu yang baik. Contohnya, jika kebanyakan penduduk menolak sikap tidak sehat (contohnya merokok) dan memilih pilihan yang sehat (contohnya olahraga), lebih banyak penduduk yang cenderung menghindari pilihan berakibat dan melakukan tindakan yang sehat.

Tiktok merupakan Sebuah aplikasi yang booming di kalangan masyarakat saat ini baik itu pada orang tua, anak muda, remaja, bahkan pada anak kecil sekalipun semua pasti mengenal tiktok, aplikasi tiktok merupakan sebuah media audio visual yang menyebarkan berbagai kreatifitas bagi penggunaannya, aplikasi ini dapat memberikan efek positif dan efek negatif secara bersamaan.

Dimana dampak positif yang paling menonjol adalah sebagai wadah atau media jualan, kreatifitas, keunikan, dan lain-lain. Namun tak jarang pula aplikasi tiktok dapat memberi dampak yang buruk dimana aplikasi ini menjadi sebuah sarana intimidasi dan ejekan terkhusus bagi kalangan remaja, bisa kita lihat dari komentar penggunaannya yang saling menyudutkan, mengintimidasi, bahkan saling mengejek dimana hal ini bisa digolongkan dalam cyberbullying.

Cyberbullying sendiri dilihat dari pengertiannya adalah sebuah kejahatan yang dilakukan secara sengaja dalam bentuk hinaan, cemoohan, dan kata-kata kasar dan itu semua bisa kita dapatkan dalam aplikasi tiktok ini. Olehnya itu didikan orang tua sangat penting untuk mengawasi anaknya terutama dalam masa

pertumbuhan atau masa remaja yang rentan terpengaruh akan segalanya baik itu dari apa yang dilihat dari media sosial bahkan pada lingkungannya.

Efek negatif itu diakibatkan oleh berkurangnya bentuk diri itu sendiri, contohnya dalam gunakan pakaian seksi dan berdansa dan mereka sensual sensasional tidak cocok untuk kenyataannya, mengejek, tinggi pengguna terutama untuk remaja yang sedang berusaha maka melakukan dan menjadi pusat keindahan kemudian menjadi Sebaran.

Tinggi pengguna telah mengunduhnya trend serupa tanpa mengenali dan ini apa yang diikuti tidak pantas ditiru dan jika tidak dikontrol dengan benar itu bisa ilegal. Semua kesulitan persoalan permintaan buruk dan diterima pakar ahli, semua urusan ini, kedudukan dan bantuan dari keluarga dan orang tua dalam pemakaian handphone yang menyediakan mengarahkan kaum muda agar mereka bisa memakai jejaring sosial, terutama media TikTok yang bijak dan baik. Hubungan akan perlu bertambah tangkas dalam memantau kegiatan pemuda di media sosial, mulai dengan teman dunia mayanya, akun apa yang dia ikuti Pesan apa yang diunggah ke jejaring sosial media.

Fenomena sikap konsumen tentunya akan terus berkembang karena adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya sikap konsumen, termasuk gaya hidup.

Perilaku konsumtif terjadi karena timbulnya gaya hidup barat. Pola perilaku seperti ini diperkuat banyaknya majalah remaja, iklan, serta media lain yang secara langsung maupun tidak langsung untuk mengeksploitasi gaya hidup mewah dan mencolok. Chaney (Fransisca & Suyasa, 2005)

“Dewasa ini, gaya hidup hedonis merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang memiliki daya tarik bagi remaja. Dengan adanya fenomena tersebut, remaja cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras”. (Gushevinalti, 2010)

Lalu apakah konten yang menyesatkan tersebut dapat memengaruhi perilaku anak di bawah umur. model permasalahan yang terjadi di simpang sentul bogor dimana terdapat Remaja Menghentikan truk dengan putus asa untuk menemukan konten di mana mereka berhenti sebuah truk yang lebih besar dari tubuh mereka, di mana salah satunya Pria itu ditabrak truk. kemudian seorang psikolog solo bernama hening Widyastuti jawabannya ini adalah "remaja adalah masa remaja

pertama dimana bonding" persahabatan lebih kuat dari ikatan keluarga", disinilah para remaja bergabung nantinya Model geng tipe ini akan menjadi contoh bagi remaja ini. Bergabunglah dengan komunitas seperti Ada beberapa hal seperti pelacakan identitas, situasi anak di bawah umur tidak stabil.

Tenang mengungkapkan "Sistem saraf terbentuk di masa dewasa, dari usia 20" karena Sistem saraf belum terbentuk, sehingga sulit untuk berpikir ke depan di masa dewasa. di depan, sehingga remaja itu putus asa untuk menghentikan truk.

Banyak sekali efek tidak baik tiktok pada Remaja dan bahkan anak-anak yang mulai terkena demam tiktok. Contoh efek tidak baiknya yaitu:

1. Secara tidak langsung, tiktok bertanggung jawab atas goyangan abnormal beberapa remaja dan anak-anak.
2. Membuat konten trend yang tidak pantas.
3. Banyak sekali video yang bukan pantas, yang biasa jadi contoh tidak baik bagi sikap anak muda dan dewasa waktu ini.

Seorang semakin kreatif dan memiliki konten yang menyenangkan yang memukau dan dapat

mengukur dan berhasil dan yang tidak. Semua akan seolah-olah dan semua belum berfikir mendaftar untuk apa dan semua lakukan. Semua itu akan jadi pengukuran kepada penduduk Indonesia karna sebelumnya tiktok tersebut dibekukan oleh pejabat negara Indonesia. Kasus pemblokiran tiktok ini oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika karena item non-edukasi untuk remaja, di suatu kelompok usia 7 sampai 17 Tahun sebelumnya akan mempergunakan tiktok ini, karena konten negatif, bahkan konten dengan tren yang agak banyak. Pejabat negara Indonesia tidak menginginkan anak jaman sekarang dirugikan dengan tiktok yang dibuat oleh suatu karna beberapa kontennya tidak pantas dipertontonkan.

Tren remaja kecanduan Tik Tok kehidupan sehari-harinya berubah secara dramatis, seperti meningkatnya narsisme di kalangan siswa, mencari ketenaran dan kehilangan rasa malu. Tampilan pribadi aktivitas mereka sehingga mereka suka berlama-lama di cermin, berhias atau penyamaran, harga diri yang berlebihan, semakin dengki kepada masyarakat lain, dan mempertimbangkan masyarakat lain dengki kepadanya.

Mengubah sikap kecanduan Tiktok. Tentu saja, siswa juga mempengaruhi perilaku belajar mereka. Perilaku Belajar mandiri mengacu pada aktivitas atau kegiatan dan berhubungan di aktivitas pembelajaran. Semuanya adalah kemungkinan faktor siswa culas dalam belajar dan sulit berkonsentrasi dalam cara pembelajaran kuliah, semakinn banyak siswa ataupun mahasiswa memakai Tik Tok untuk menjadi culas dalam belajar dan tidak tertarik dengan pekerjaan rumah. itu tik tok secara tidak langsung memiliki efek negatif pada perilaku remaja.

Tidak hanya aplikasi Tiktok yang berkembang Konten Tiktok sudah memiliki informasi yang tidak dimiliki siswa atau remaja tahu selama ini dibuat dari pemakai tiktok adalah seperti pelajaran untuk orang-orang yang menonton konten video. Karna semua orang yang menonton dan menyukai konten video itu, semakin banyak peluang belajar jadi selebgram yang mendapatkan uang dengan video itu. Itu sebabnya TikTok bukan hanya untuk hiburan, Tiktok juga merupakan tempat untuk mengasah bakat dan mendapatkan duit.

Referensi

- Fajria Anindya Utami. (2020, July 7). Asal Mula TikTok, Diganderungi Milenial tapi Penuh Kontroversial. Retrieved July 22, 2022, from Warta Ekonomi website:
<https://wartaekonomi.co.id/read293550/asal-mula-tiktok-diganderungi-milenial-tapi-penuh-kontroversial> (Diakses pada tanggal 22 July 2022 pukul 21.29 WITA)
- Sofwatin Nikmah. (2021, December 30). Dampak Sosial Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Anak-Anak. Retrieved July 22, 2022, from retizen.id website:
<https://retizen.republika.co.id/posts/23290/dampak-sosial-penggunaan-aplikasi-tiktok-terhadap-anak-anak> (Diakses pada tanggal 22 July 2022 pukul 22.22 WITA)
- Khoirunnisa. (2021, September 11). Top 5 Platform Video Pendek, TikTok Kuasai Penonton Indonesia - Selular.ID. Retrieved July 23, 2022, from Selular.ID website: <https://selular.id/2021/09/top-5-platform-video-pendek-tiktok-kuasai-penonton-indonesia/> (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 10.21 WITA)
- Serafica Gischa. (2022, March 31). Efek Bandwagon: Pengertian, Faktor yang Mempengaruhi, dan Contohnya. Retrieved July 23, 2022, from KOMPAS.com website:
<https://www.kompas.com/skola/read/2022/03/31/110000269/efek-bandwagon--pengertian-faktor-yang-mempengaruhi-dan-contohnya> (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 10.34 WITA)
- Raja, R. (2022, May 20). Perilaku Konsumtif dan Efek Bandwagon di Kalangan Generasi Z. Retrieved July

23, 2022, from kumparan website:
<https://kumparan.com/dephiliadeki/perilaku-konsumtif-dan-efek-bandwagon-di-kalangan-generasi-z-1v6TTjAiEtE/3> (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 10.52 WITA)

Dr. Ursula Penny Putrikrislia (2021, November 25). Bandwagon Effect dan Pengaruhnya pada Pendirian Seseorang. Retrieved July 23, 2022, from Informasi Kesehatan dan Tips Kesehatan - DokterSehat website:
<https://doktersehat.com/psikologi/bandwagon-effect-dan-pengaruhnya-pada-pendirian-seseorang/> (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 11.22 WITA)

Fauziah, Y. (n.d.). KONSEP DIRI REMAJA PENGGUNA APLIKASI TIK TOK DI KOTA BANDUNG. Retrieved from
https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2048/13/UNIKOM_Yuliani%20Resti%20Fauziah_Jurnal.pdf (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 12.03 WITA)

Satria Cakra. (2021, January 22). Dampak Tik-Tok pada Generasi Sosial Millenial. Retrieved July 23, 2022, from kumparan website:
<https://kumparan.com/satria-cakra/dampak-tik-tok-pada-generasi-sosial-millenial-1v1sLqjPUCP/4> (Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 12.35 WITA)

Bimbingan, J., Oleh, K., Konseling, D., Tarbiyah, F., & Keguruan, D. (2021). DAMPAK KECANDUAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP PERILAKU BELAJAR MAHASISWA BIMBINGAN DAN KONSELING IAIN BATUSANGKAR SKRIPSI. Retrieved from

https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/21098/1621839892698_burning%20perpus%20meri%20zaputri.pdf?sequence=1&isAllowed=y **(Diakses pada tanggal 23 July 2022 pukul 12.56 WITA)**

Bimo. (2017, October 21). Perkembangan Media Sosial di Indonesia - PakarKomunikasi.com. Retrieved July 24, 2022, from PakarKomunikasi.com website: <https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-sosial-di-indonesia> **(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.03 WITA)**

Jemadu, L. (2022, February 23). Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022. Retrieved July 24, 2022, from suara.com website: <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022> **(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.19 WITA)**

Sejarah Singkat Aplikasi Tik Tok Yang Mendunia - Pranata Printing. (2020, August 27). Retrieved July 24, 2022, from Pranata Printing website: <https://www.pranataprinting.com/sejarah-singkat-aplikasi-tik-tok-yang-mendunia/> **(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.26 WITA)**

Safitri, U., Muhammad, A., Program, I., Ilmu, S., Fakultas, K., Sosial, I., & Politik, D. (n.d.). Retrieved from <https://www.jurnalkommas.com/docs/Jurnal%20D0217095.pdf> **(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.34 WITA)**

VALIANA, L., & VALIANA, L. (2020). DAMPAK
PENGUNAAN APLIKASI TIK TOK TERHADAP
PERKEMBANGAN KARAKTER SISWA KELAS
VI MIN 1 ACEH UTARA. PERPUSTAKAAN
IAIN LHOKSEUMAWE. <https://doi.org/2020-07-27>
(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.45)

Tyas, A. (2019, November 18). Video Pendek Jadi Lebih
Menarik dengan Fitur TikTok Ini. Retrieved July 24,
2022, from detikinet website:
[https://inet.detik.com/cyberlife/d-4788614/video-
pendek-jadi-lebih-menarik-dengan-fitur-tiktok-ini](https://inet.detik.com/cyberlife/d-4788614/video-pendek-jadi-lebih-menarik-dengan-fitur-tiktok-ini)
**(Diakses pada tanggal 24 July 2022 pukul 22.57
WITA)**

Bagian 6

Menjaga keamanan data pribadi dalam media sosial

Nurasisah, Chairunnisa, Selvi Octapiani

Menurut tekno.kompas.com, pada awal tahun 2019, penelitian yang dilakukan oleh perusahaan media We Are Social meningkat pada tahun 2018. Saat statement ini dikeluarkan, Indonesia masih memiliki 150 juta pengguna media biasa. Setahun lalu, tepatnya pada 2018 pengguna online dihebohkan dengan bocornya 87 juta data pribadi orang-orang yang menggunakan Facebook mengalami pencurian. Selain itu, banyak juga kasus dimana data pribadi mengalami pencurian tepatnya di Indonesia.

Nuha et al. (2018) mengemukakan bahwa mengangkat kekhawatiran atau permasalahan yang berkaitan tentang keamanan pada media sosial dalam penelitian yang mereka sedang lakukan. Di situs jejaring sosial tepatnya pada media online sudah menjadi sumber dari ancaman atau permasalahan tingkat lanjut bagi intelijen dan penjahat yang sering menjelajahi situs online atau dunia maya untuk mengalihkan segala macam fokus pada serangan atau ancaman yang mereka lakukan

didunia maya jejaring sosial. Hal tersebut sangat dapat menunjukkan bahwa sifat atau watak dalam menggunakan jejaring sosial telah menjadi alat atau senjata yang dapat menjadi ancaman untuk berpindah dengan cepat melalui berbagai lika-liku dari satu pengguna ke pengguna lain. Saluran pada jejaring sosial ini memainkan atau mendapatkan tempat dan peran penting dalam memfasilitasi beberapa pengguna dari berbagai macam ancaman seperti contohnya keamanan, geografis, dan politik.

Milenial adalah mereka yang lahir saat perkembangan teknologi terkhususnya internet saat itu yang kian hari kian melonjak pesat, atau mereka yang kini berusia 19-38 tahun, dan mudah diekspos. Masalah yang ditimbulkan dari keamanan terkhususnya pada dunia digital dan penggunaan langsung di berbagai alat atau tempat yang berbasis online untuk berbagi data atau informasi yang dapat menyebabkan konvergensi media yang meningkatkan risiko permasalahan pada dunia digital. Hal tersebut membuat berbagai pertanyaan muncul seperti bagaimana cara menangkap kerentanan keamanan pada jaringan ini dan pemahaman kebanyakan orang tentang hal ini membuat pertanyaan menarik yang perlu atau

sangat penting diketahui dan dipelajari. Beberapa sikap atau perilaku dapat tergantung pada pengetahuan dan pengalaman yang telah terjadi seperti pemahaman aktual kebanyakan orang di media sosial.

Seperti contohnya, pengguna yang nasibnya sangat malang yaitu mengalami pencurian dan peretasan identitas atau dapat disebut dengan CyberBullying dimana sangat tidak cocok karena keamanan dan kepercayaan pengguna yang dirampas dan diambil alih tanpa sepengetahuan pengguna media sosial tersebut dan berakibat data yang dimilikinya menjadi milik sang peretas. (Zhang dan Gupta, 2016) berpendapat bahwa, adapun hal yang ingin dicapai dari hal ini adalah dimana mereka telah dapat memastikan bahwa kebanyakan orang dapat memahami atau mengetahui akibat dari hal-hal yang terjadi pada dunia digital khususnya pengguna media sosial yang berusia sangat muda atau kalangan remaja yang sangat aktif dan menyukai bermain atau berinteraksi di jejaring sosial. Nah, hal ini yang mengakibatkan media sosial pada tahun 2019 memiliki sebuah sistem yang memungkinkan beberapa orang atau pengguna media sosial dapat

mengirim, melihat, membaca ataupun mengakses informasi kepada publik.

Dibeberapa kasus ketersediaan atau kecepatan dalam mengakses Internet yang berkecepatan sangat pesat tinggi akan semakin melambung tinggi bahkan sangat terkenal. Konsep seperti ini telah menyebabkan lahirnya situs jejaring sosial yang dikenal dengan nama My Space dan ditahun selanjutnya muncullah facebook.

Kaplan and Haenlein (2009) berpendapat, bahwa istilah media sosial ini lahir dan terbentuk dan menarik perhatian antusiasme serta dengan manfaat dan kelebihan seperti sekarang ini. Web versi kedua sendiri adalah istilah yg pertama kali digunakan dengan mendeskripsikan, menjabarkan gaya, sistem bahkan aturan baru bagi pengembang dan pertumbuhan pada sistem pada aplikasi dan juga pengguna untuk memulai menggunakan sistem pada platform atau web World Wide, di mana konten tersebut tidak lagi berproses dan dibuat serta diterbitkan oleh individu, namun juga dapat dikatakan partisipatif dan kolaboratif untuk semua pengguna.

Atzori A.lera (dalam Ali, dan Badawy, 2015), pemikiran tentang intrnet dibagi menjadi tiga bagian,

yaitu Internet-oriented (Middleware) fungsi dari middleware sendiri adalah pemberi layanan dan sebagai penghubung bagian yang berbeda-beda dari sebuah aplikasi dari sistem operasi, thing-oriented (Sensor) dan sensor inilah yang berkemampuan mendefinisikan instrumen, yang juga mengubah lot jari jaringan yang standar dan cenderung pasif dalam perangkat, dan kemudian dijadikan suatu sistem yang aktif yang sanggup diintegrasikan di kehidupan sehari-hari, dan semantic-oriented (Knowledge) pengetahuan dan kesadaran beserta pemahaman akan fakta, kebenaran atau informasi yang diperoleh melalui pengalaman.

Di era dan zaman sekarang ini atau masa dimana setiap orang individu dapat saling terhubung atau berhubungan serta memperluas jarak antar satu sama lain juga membuat masalah ancaman keamanan pribadi serta privasi pengguna. Pengamanan jaringan dapat dikatakan sebagai keterangan krusial pada dunia digital yang erat atau berhubungan kaitannya dengan privasi dan keamanan data pengguna. Melihat contoh dari sebuah aplikasi yang cukup terkenal dan sangat populer bahkan digunakan hampir oleh setiap orang diseluruh dunia seperti Facebook, risiko pencurian

dan juga data yang telah dikumpulkan akan dijual kembali hal tersebut termasuk dalam pelanggaran keamanan. Dalam hal keamanan sendiri, Internet akan menghadapi berbagai macam tantangan yang lebih berat.

Seperti contohnya, dapat memperluas Internet, jaringan seluler, dan jaringan sensor tradisional. Setiap materi atau bahan sistem akan tersambung atau terhubung ke Internet, dan hal-hal tersebut membuat seseorang atau individu dibagian atau belahan dunia manapun bisa atau bahkan dapat berinteraksi dan berkomunikasi antara satu sama lain dengan bebas tanpa masalah hanya dengan aplikasi yang baik dan jaringan yang memadai. Oleh karena itulah, akan mengakibatkan masalah keamanan dan privasi.

Pengguna atau pemilik akun tersebut harus lebih memperhatikan atau memfokuskan masalah atau ancaman yang mengikutsertakan kerahasiaan, keaslian, dan integritas data. Pada generasi muda dijamin sekarang ini, yang keberadaannya yang sangat dekat atau tiap hari berinteraksi dan selalu menemui hal berbau teknologi bertepatan dengan tumbuh pesatnya teknologi pada beberapa web dimana terdapat jejaring media sosial (social media)

yang tumbuh berkembang dan diperbarui setiap harinya diikuti keluarnya smartphone, dan berkembangnya teknologi internet.

Itulah yang salah satu penyebab generasi milenial di jaman sekarang dapat dikatakan atau dianggap sebagai generasi yang “melek teknologi” atau terbuka dengan teknologi bahkan tidak gagap dalam perkembangan teknologi. Pembentukan mereka ini menjadikan generasi muda dengan literasi digital yang memadai terhadap pemahaman mereka tentang keamanan dan privasi.

Taylor and Keeter (2010) berpendapat bahwa, penelitian ini sangat terpercaya agar dapat mengetahui berbagai kondisi digital pada generasi di jaman sekarang ini, terutama pemahaman pada bidang media, dimana generasi anak muda jaman sekarang dan bahkan manusia digital akan dihadapkan dalam dua konsep yang diharapkan bisa dilepaskan yaitu kebebasan dan privasi. Penggunaan teknologi tersebut telah menjadi bagian dari perkembangan mereka yang tertanam atau terbentuk di dalam hati dan pikiran mereka sendiri.

Dalam beberapa tahun terakhir, Internet telah menjadi topik hangat dan alat yang sangat penting, sebagai fungsi dari kehidupan sehari-hari

negara-negara maju (misalnya, belanja online dalam berbagai bentuk, berbagi lagu, foto atau gambar dan bahkan dokumen). komunikasi online lainnya). Ini dapat meningkatkan jumlah penggunaan dan penggunaan Internet, dan cara mengumpulkan informasi dan menggunakan penggunaannya sendiri mulai berubah. Semakin banyak frekuensi telah digunakan di lingkungan yang tepat dan berkelanjutan untuk menggabungkan dan mengumpulkan berbagai data atau berita, dan bahkan membuat individu lebih transparan.

Apalagi seseorang akan menggunakannya dengan cara yang begitu sederhana, dan bahkan membicarakan isi hati, pikiran, dan bahkan semua isi kesehariannya, dalam komentar di beberapa akun jejaring sosial yang sangat populer di kalangan remaja, seperti: twitter , facebook, friendster dan lain-lain. Beberapa peneliti mengekspos komentar tersebut secara publik, bahkan mengandung beberapa konten yang bahkan terlihat vulgar dan tidak pantas.

Anehnya, kebanyakan orang bahkan tidak menyadari bahaya atau dampak dari komentar atau konten yang mengancam target. Ada kemungkinan orang yang dikomentari tidak dapat menerima kritik

atau komentar dari yang seseorang yang menuliskan komentar tersebut. Jika masih ada pandangan bahwa “masalah privasi saat ini bukanlah masalah utama, karena pesatnya perkembangan teknologi telah menyebabkan munculnya fakta, orang dapat mengumpulkan, menyimpan, bahkan menyebarkan dan meningkatkan jumlah data pribadi. Byford Schatz (dalam Helmy Prasetyo 2015) berpendapat serupa dengan uraian di atas maknanya terkait dengan pelabuhan sosial atau berbagai bentuk pengiriman dan biaya keuangan yang dikeluarkan untuk memperoleh analisis data yang andal dan meningkat pesat dengan kemajuan teknologi, dan fenomena ini dapat menyebabkan kasus privasi. Beberapa orang khawatir bahwa Internet tampaknya dapat mengikis atau menembus batas privasi pribadi, yang sesuai dengan pernyataan Rust, Kannan, dan Peng (2002), yang mengungkapkan offline atau tatap muka -kasus privasi tatap muka Hubungan sosial tatap muka semakin diperkuat oleh kasus-kasus seperti hubungan online.

Dapat dilihat dari masalah yang dialami Google & fitur mode senyap yang diusulkan dari browser contohnya seperti Chrome atau Mozilla Firefox tidak menanggung keselamatan data pribadi

kita dengan benar, menggunakan peralatan yang aman. Disaat kita sedang menjelajahi atau mengakses internet, misalnya berbelanja keperluan sehari-hari secara online, belanja kendaraan beroda empat, rumah, ataupun saat meninggalkan jejak tanda suka pada Instagram ataupun Facebook, bahkan saat membayar tagihan kartu kredit pula tetap saja meninggalkan jejak digital. Barangkali belum ada yang memedulikan apabila jejak digital yang kita tinggalkan itu menjadi tempat Broker data mendapatkan penghalisan.

Apa itu Broker data? Broker data ialah pihak yang menerima data mengenai konsumen lalu nantinya akan menjual data tadi ke perusahaan ataupun ke personal. Pihak Broker data ini juga memiliki hubungan atau interaksi terhadap orang-orang yang datanya diambil. Secara tidak rahasia, orang-orang yang mengakses internet kebanyakan dari mereka tidak menyadari apabila datanya sedang diambil dengan cara diam-diam saat mereka berselancar didunia maya.

Amul Kalia, Analis Electronic Frontier Foundation, mengatakan jika masih banyak orang atau orang yang sibuk menyukai postingan di media sosial, mereka tidak tahu perusahaan mana yang

menggunakan atau memanfaatkan data langsung dari pengguna internet. Katakan "Untuk beberapa orang yang tidak tahu siapa perusahaan ini atau bagaimana mereka dapat menyimpan data pribadi seseorang, dapat dikatakan bahwa orang akan sangat terkejut mengetahui berapa banyak informasi pribadi yang mereka miliki tentang pengguna ini"

Beralih ke pertanyaan berikutnya, dari mana agen mendapatkan data pengguna? Jawabannya sebenarnya adalah bahwa pialang data mengumpulkan banyak informasi dari banyak file yang tersebar di Internet. Seperti dokumen publik, dokumen properti, dokumen pengadilan, dokumen SIM, data sensus, akta kelahiran, akta nikah, dokumen perceraian. Selain semua hal yang berkaitan dengan penggunaan data pribadi atau data pribadi, broker ini juga membeli informasi komersial dengan menggunakan dan mengambil riwayat pembelian pengguna, seperti tanggal, jumlah, metode pembayaran, dan bahkan kupon milik pengguna. Mereka sering digunakan. Hal ini berasal dari data atau laporan yang mereka peroleh, yang kesemuanya terutama didasarkan pada media sosial, riwayat penelusuran atau riwayat pengguna di

web browser, kuis, dan hal-hal yang tersedia untuk umum.

Hasil yang sudah diperoleh setelah penelitian menyatakan bahwa dari segi gender terbukti bahwa secara umum pengguna menguasai sosial media terkhususnya di Surabaya, menurut segi usia berusia 45-59 tahun 60% masyarakat menggunakan atau bisa dikatakan dapat mengakses sosial media. Alvin Ilham F mengatakan bahwa sebuah perlindungan kabar pribadi, 2015 dan masih ada yang lebih mengkhawatirkan mengenai kepedulian generasi muda pada jaman yang sangat cepat diduduki oleh teknologi terkhususnya terhadap Sistem berfungsi sangat penting dalam keamanan pada persepsi yang memudahkan seorang pengguna yang menunjukkan berdasarkan pernyataan hampir beberapa persen responden akan melewati sistem keamanan pada media generik bila mereka merasa terlalu rumit & bahkan akan menggunakan situs webiste yang bisa dikatakan kondusif asalkan itu sanggup dalam hal membantu.

Berdasarkan pada pengaturan keamanan, dapat dikatkan hasilnya menerangkan bahwa individu akan lebih sadar terhadap pengaturan istilah

sandi atau kata kunci yang umumnya mempunyai taraf pencerahan yang lebih tinggi tercermin dari niat pengguna itu sendiri dalam menaruh perhatian lebih jauh pada menciptakan dan membuat kata sandi yang lebih rumit atau bahkan hanya diketahui olehnya saja untuk menjamin keamanan ketika memakai media umum.

Fakta menarik selanjutnya adalah ketika seseorang mengakses media sosial dan menciptakan kita menjadi memiliki rasa kepekaan terhadap pengumpulan data broker. Beberapa orang masih lengah, dengan mudah memakai tanggal lahir menjadi password hal yang pasti dapat dengan mudah ditebak bahkan oleh orang terdekat atau di sekelilingnya, alih-alih agar mudah diingat.

Cara terbaik untuk melindungi data pribadi kita dapat menggunakan kata yang lebih agresif dan juga menaruh informasi ke orang lain termasuk dalam hal berbisnis. Harus mempercayai dengan orang yang ditempati berkomitmen tentunya dalam hal menjaga data yang kita miliki. Tak hanya sampai di situ saja, untuk mengakses sosial media pengguna harus lebih disiplin misalnya mengaktifkan atau menghidupkan mode privat pada Instagram atau Twitter sebagai langkah pertama yg benar

dalam hacker yang berusaha mengumpulkan bahkan membobol fakta dan data Anda. Kemudian, jangan coba-coba kuis online yang sering beredar dan lewat ketika kita sedang bermain atau mengakses internet biasanya berupa iklan atau jebakan agar kita menekan dan terpancing sehingga dengan mudah mereka membobol data pribadi yang kita miliki, lantaran dapat dipastikan masih ada atau banyaknya yang bisa menjamin keamanan warta yang Anda berikan saat mengikuti kuis.

Koordinator regional Southeast Asia Damar Juniarto (dalam Dailysosial) selaku pemilik Free Expression Network atau yang dikenal dengan nama safenet, menyampaikan bahwa sangat banyak masalah yang kerap kali ditemukan atau dijumpai terhadap penyalahgunaan data pribadi seseorang khusus nya di dunia maya, hal ini dikarenakan literasi digital masyarakat di indonesia yang mungkin masih dapat dikatakan masih rendah sehingga terkadang gegabah dalam mengambil keputusan dan bersifat fatal untuk diri sendiri daan mungkin juga menyeret lingkungannya.

Selain itu dari motif atau rencana sang pelaku, masih sulit bagi kebanyakan orang untuk membedakan data mana yang boleh di publikasikan

ke publik dan data mana yang tidak boleh atau dirahasiakan untuk diedarkan. Dan hal yang lebih fatal lagi, kita ataupun orang disekitar kita dapat dengan mudah dan gampang menemukan data diri kitai, seperti misalnya nomor orang tua atau bahkan kartu keluarga seseorang, hanya dengan mencari nomor identifikasi atau identitas seseorang pada mesin pencari.

Padahal, perlindungan data langsung tidak hanya mencakup informasi seperti nomor pada kartu tanda pengenal atau kartu keluarga, tetapi juga semua data lain yang terkait dan berhubungan dengan para pihak, termasuk juga data keluarga, bahkan aset. Meskipun sudah banyak regulasi tentang pengawasan data pribadi warga atau masyarakat, kita diharuskan tetap waspada dan perlu mengawasi anggaran yang terkhusus untuk pengolahan data, yaitu "undang-undang Perlindungan Data Pribadi".

Seperti yang dikatakan Ahli (Information Technology) atau TI (Teknologi Informasi) sekaligus Dosen Ilmu Komputer Universitas Sebelas Maret Surakarta Rosihan Ari Yuana mengatakan bahwa, tuduhan pencurian data pengguna oleh seperti contohnya pada aplikasi seperti Tiktok, adalah

tuduhan usang, sejak akhir tahun 2019. "Jika dicermati dengan benar dari Privacy-Policy yang terdapat dalam aplikasi tersebut yang kita kenal dengan nama aplikasi Tiktok, ya memang mereka meng-collect data pengguna" Membicarakan hasil dari inspeksi yang dilakukan beberapa negara mengenai tuduhan pencurian data pada aplikasi Tiktok ini belum dirilis. Namun dikatakan aplikasi ini sudah menambal celah melalui peluncuran pada versi terbarunya, maka solusi bagi yg masih ingin memakai aplikasi ini diharapkan untuk memperbaharui atau mengupdate sistem pada aplikasi tersebut supaya terhindar dari pencurian data dan juga mengamankan data.

Cara agar lain yang dapat digunakan, saat ingin menginstal atau memasang yang terpenting dan harus diperhatikan adalah pada bagian option data yg bisa diakses oleh aplikasi yang ingin diinstal atau dipasang. Rosihan juga menyebutkan bahwa, "Kalau kita tentu saja jika menekan ok pada setting atau pengaturan, ya berarti seluruh data bisa dan dapat diakses, dan pilihan yang bersifat privasi usahakan jangan disetting atau allow yang dapat diartikan sebagai memperbolehkan sesuatu. Misalnya kontak (buku telepon) dan akun media

sosial lainnya. Kemudian mengatur kontak, lokasi, dan opsi penyimpanan.

Jika menurut kita pribadi tidak aman, kita sebagai pengguna dapat menonaktifkan izin aplikasi. Di peringatkan untuk sangat berhati-hati dan waspada ketika akan menginstall implementasi apa pun, terutama media universal. Baik itu pada smartphone atau aplikasi di komputer. Data penting yang kita miliki mungkin akan dicuri atau dibobol oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Sangat penting untuk memahami hal dalam akses ini, karena kalau kita telah mengatur dan mengambil keputusan seputar izin, maka aplikasi tersebut akan dapat menggunakan data yang kita miliki dan dan semua hal yang telah kita lakukan tentu saja memiliki konsekuensi, pengguna harus menyelidiki atau menyusun langkah langkah atau taktik yang biasanya dimiliki atau masih ada di setiap aplikasi. Kebijakan dan ketentuan ini biasanya dirinci di situs web resmi aplikasi.

Jika dirasa tidak aman, saya selaku penulis memperingatkan Anda dan kita semua untuk tidak pernah menginstal aplikasi yang membahayakan data pribadi kita selaku pengguna . Cara untuk selalu aman dalam menggunakan media sosial

adalah dengan selalu membiasakan diri untuk tidak menggunakan data pribadi yang asli atau yang sesungguhnya, menggunakan password atau kata sandi yang unik seperti kata yang tidak terfikirkan oleh kebanyakan orang namun mudah diingat untuk diri sendiri, jika diperlukan, tidak melakukan kontak dengan akun penting lainnya contohnya seperti email pribadi , jika ada akun fungsi private, setting atau atur akun sebagai private atau hanya bisa dilihat atau diakses oleh kita dan teman teman dekat yang kita izinkan, dan menerapkan content filtering atau penyaringan, karena terkadang handphone milik kita dipinjam oleh orang lain. Disarankan juga untuk membuat konten-konten yang bijak, jangan mengabaikan hak cipta, dan nonaktifkan izin aplikasi yang tidak perlu atau tidak penting dan tidak sering digunakan. Kalau kita menemukan masalah pada aplikasi, jangan ragu untuk melaporkannya ke penyedia aplikasi.

Internet adalah wadah atau tempat yang terbuka untuk semua jenis transmisi atau penerusan informasi antar satu sama lainnya. Tetapi, dengan mudahnya pengungkapan informasi yang kita peroleh, terdapat begitu banyak resiko, bahaya, dan ancaman, termasuk merusak privasi pengguna dan

rahasia pribadi yang seharusnya tidak diketahui oleh orang lain. Banyaknya upaya malware atau perangkat lunak yang bisa membahayakan pengguna misalnya, virus, peretas, atau sekedar untuk iseng, inilah alasan mengapa kita harus mewaspadai keamanan informasi atau data pribadi kita di dunia maya, dan jumlah peretas data toko online sudah sangat tinggi saat ini. Salah satu langkah dari beberapa metode yang ada adalah melindungi data dengan memberikan password atau kata sandi yang kuat untuk media sosial yang kita miliki. Kata sandi yang kuat adalah kombinasi dari banyak karakter. Bukan hanya itu, semakin panjang karakter sandi yang digunakan, semakin kuat kata sandi dan semakin sulit untuk dibobol atau diretas oleh orang lain, kita dapat menambahkan verifikasi dua langkah setiap kali kita masuk. Oleh karena itu, jika ingin mengakses media sosial yang kita miliki, kita perlu menggunakan kata sandi pengguna serta harus menggunakan kode lain seperti yang terdapat dalam nomor handphone atau interaksi lain milik pengguna secara pribadi setiap kali login atau masuk ke akun miliknya. Cara ini dapat dikatakan dengan dua lapis pengamanan.

Referensi

Fatimatuzzahro, Cara Menjaga Keamanan Data Pribadi agar Tidak Bocor ke Peretas 22 mei 2021,
<https://www.google.com/amp/s/amp.tirto.id/cara-menjaga-keamanan-data-pribadi-agar-tidak-bocor-ke-peretas-ggck> diakses pada 19/juni/2021.

Helmy Prasetyo Yuwinanto, Privasi online dan keamanan data, Departemen Informasi dan Perpustakaan, FISIP, Universitas Airlangga. Jl. Airlangga 4-6 Surabaya, 60286, Indonesia.
https://www.google.com/urlsa=t&source=web&rct=j&url=http://journal.unair.ac.id/download-fullpaperspalim0d249692cafull.pdf&ved=2ahUK_Ewj_YzKxaLxAhVKaCsKHbm8CWEQFjAFegQIFBAC&usg=AOvVaw2kNvTBY73r3ycOl6nf8r3q, diakses pada 19/juni/2021.

Imam teguh islamy, pentingnya memahami penerapan privasi di era teknologi informasi, Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Institut Teknologi Sepuluh November,
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/293755-pentingnya-memahami-penerapan-privasi-di-02798696.pdf&ved=2ahUKEwiljOPY8aLxAhWZlbcAHeKJAcgQFjAAegQIBBAC&usg=AOvVaw2FZcGXvqzCTiMfnDsg6qMq>, Diakses pada 18/Juni/2021

Vannyora Okditazeini & Irwansyah, ANCAMAN PRIVASI DAN DATA MINING DI ERA DIGITAL: ANALISIS META-SINTESIS PADA SOCIAL NETWORKING SITES (SNS), Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Departemen

Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Kampus Salemba, Jakarta Pusat, Indonesia Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia, Kampus Salemba, Jakarta Pusat, Indonesia, <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://media.neliti.com/media/publications/272931-none-356efe3e.pdf&ved=2ahUKEwiljOPY8aLxAhWZlbcAHeKJAcgQFjABegQIBRAC&usg=AOvVaw3LeLn4WLI6jVY2cMo3VNJ4> Diakses pada 19/Juni/2021.

Restu saputra, "Alasan Pentingnya Menjaga Keamanan Data Pribadi Kita di Media Sosial" <https://www.lefo.id/menulis/tulisan/445/alasan-pentingnya-menjaga-keamanan-data-pribadi-kita-di-media-sosial> diakses pada 02/juli/2021.

Ali, Zainab, Hesham Ali, and Mahmoud Badawy. "Internet of Things (IoT): Definitions, Challenges and Recent Research Directions." *International Journal of Computer Applications* 128 no.1 (2015): 37–47. Diakses pada 01/juli/2021.

Bozart, Jane. *Social Media for Trainers_ Techniques for Enhancing and Extending Learning*, 2010. Diakses pada 01/juli/2021.

Centre for Strategic and International Studies. "Ada Apa Dengan Milenial? Orientasi Sosial, Ekonomi Dan Politik." *Survei Nasional CSIS* 2017, no. November(2017): 1–45. Diakses pada 01/juli/2021.

Aldi “ Cara Menjaga Keamanan Data Pribadi di Internet (Media Sosial)” 2- juni- 2020, Diakses pada 01/juli/2021.

Bagian 7

Etika Berkomentar Di Akun IG Artis

Haisa, Apriani Pamessangi, Dasia Mayangsari

Teknologi adalah alat yang dapat membantu atau mempermudah manusia dalam melakukan suatu aktivitas. Teknologi mempunyai kemampuan dan keunggulan, sehingga perkembangannya pada saat ini, mempunyai dampak terhadap penggunaan bahasa di media sosial.

Interaksi pada media sosial seperti instagram pada umumnya, banyak ditemukan penggunaan bahasa yang kurang etis khususnya dalam berkomentar di sebuah akun instagram. Selain itu, para pelagiat media sosial kebanyakan orang menjadikan wahana untuk melepaskan segala bentuk kekesalan terhadap sesuatu, seseorang dan peristiwa serta berbagai bentuk kejadian.

Komentar yang tidak etis dalam media sosial dikembangkan melalui berbagai cara, misalkan memberikan tanggapan atau komentar yang mengandung ujaran kebencian, hinaan, pembulyan dan sejenisnya. Namun dalam kebebasan berekspresi atau berpendapat di sebuah media sosial, yang paling aktif adalah netizen atau haters, dalam hal ini di layankan kepada para

selebriti melalui media sosial instagram. Peristiwa ini sangat potensial memicu dalam memicu terjadinya kriminalisasi dari pihak lain ke pihak tertentu, baik sifatnya itu individu atau kelompok.

1. Etika Sopan Santun

Etika adalah salah satu cabang ilmu yang membahas masalah seputar moralitas (norma-norma), prinsip-prinsip moral, dan teori-teori moral. Adapun intisari dari etika yaitu budi yang berarti tahu. Orang yang berpengetahuan dengan sendirinya berbudi baik. Sehingga aturan dalam bergaul dituntun oleh pedoman etis untuk mencapai harmonisasi anatara individu, atau perkelompok masyarakat hingga lapisan internasional.

2. Media sosial

Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunaanya dapat berbagi banyak hal seperti berita, foto, pengalaman, informasi dan lain-lainnya. (Risnawati, dkk. 2019:57). Adapun salahsatu media sosial yang menjadi populer saat ini dikalangan masyarakat yaitu:

Instagram merupakan salahsatu media sosial yang muncul dengan fitur fokus pada foto. (Risnawati, dkk. 2019:58). Selain itu, instagram juga

telah menjadi salahsatu wadah yang benar-benar menjanjikan didalam dunia berbisnis.

Pengguna teknologi sudah sangat mendunia bahkan seluruh lapisan telah menggunakan teknologi mulai dari kalangan anak-anak, remaja, orang dewasa, bahkan lansia. Teknologi juga dapat menjadi boomerang negatif bagi penggunanya apabila dimanfaatkan dalam secara tidak profesional. Bahkan ada menjadi salahsatu kasus saat ini adalah dimana pengguna media sosial tidak lagi menggukan bahasa yang baik jika berkomentar.di sebuah akun media.

Media sosial memang menjadi salahsatu wahana untuk berinteraksi tanpa batas, akan tetapi tidak semua pesan- pesan yang ada di media sosial dapat di terima oleh setiap individu, dikarenakan penggunaan bahasanya. Pada saat ini banyak haters terutama dari kalangan anak remaja yang menjadikan Instagram sebagai medan presensi diri, dan tanpa disadari postingannya akan dilihat oleh seluruh dunia atau bagi pengguna media sosial.

Bullying yang di lakukan para netizen ini di posting via Instagram dan media sosial lainnya hingga banyak sekali komentar yang dilontarkan para netizen terhadap kasus ini, dari mulai memaki,

mengucapkan kata kotor, hingga merendahkan diri si pelaku. (Nurrachmi, dkk. 2018:2). Adapun contoh kasus yang dapat kita lihat pada sekarang ini, yaitu ada pada akun instagram @den*se*** dimana para haters melontarkan komentar seperti “*dasar go*lok*”, “*Harus di rukiah ni orang*”, “*Udah gede masih kutilan*”, “*yaaa ampun suara loe burung gagak aja mati kalau dengar*”, “ ini orang makan apayah??? ☺☺☺ bener-bener gak ada urat malunya☺☺☺☺, dan masih banyak lagi komentar komentar yang menggunakan bahasa tidak sopan atau etis.

Beberapa kata di atas potensial mengandung ujaran kebencian yg dapat memicu terjadinya kekerasan dan konflik berkepanjangan. Fenomena ini tentu menjadi pemandangan yang tdk layak untuk para pengguna media sosial. Hal ini tidak boleh di anggap hal sepele oleh para penegak hukum dan para penggiat teknologi dan lebih khusus pemerintah yang saat ini menjabat. Oleh karena itu perlu adanya edukasi bermedia sosial yang tepat dan efektif untuk seluruh lapisan masyarakat.

Teknologi memang merupakan salahsatu patner yang dapat mempermudah manusia dalam melakukan suatu kegiatan atau aktivitas. dan di era perkembangan teknologi pada saat ini banyak yang

menyalahgunakannya, terkhususnya pada penggunaan bahasa, baik itu pada saat menanggapi atau berkomentar pada media sosial.

Media sosial merupakan suatu tempat dimana kita dapat berinteraksi antara setiap perindividu atau kelompok. Di media sosial juga kita seringkali mendapatkan beberapa kritik atau pendapat seseorang yang dimana mereka saat berkomentar disebuah akun pasti tidak etis lagi penggunaan bahasanya. Di era modern ini, yang paling sering mendapatkan komentar yang kurang sedap dan menjadi bulan-bulanan netizen adalah Artis, sering kali mendapatkan komentar yang kacau dengan kata yang tidak sopan bahkan berlebihan dalam mengolok-olok.

Jadi sebagai pengguna media gunakan dan manfaatkanlah media sosial dengan baik dan gunakan bahasa yang santun jika berkomentar atau pada saat menanggapi sesuatu, agar menjadi salahsatu pengguna teknologi dan media sosial yang bersifat profesional berlaku pada, baik secara indivial atau secara perkelompokan, yang dimana semestinya.

Referensi

- Dewi Rosita. 2019. Islam Dan Media Beretika (Kajian Etika Komunikasi Netize di Media Sosial Instagram Dalam Perspektf Islam). Jurnal komunikasi Penyiaran Islam Istitut Islam Mamba'ul 'Ulum (Ilm).
<http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/rsfu/article/view/2574/2306>
- Risnawati Eris, Dan kawan-kawan. 2019. Penggunaan Bahasa Dalam Berkomentar Bermuatan Kebencian Dan Hinaan Di Media Sosial Instagram Dan Twitter. Jurnal Program Studi Sastra Indonesia.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/view/4054>
- Silvia Andriyani. 2020. Implementasi Layanan Bimbingan Kelompok Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mengurangi Perilaku Narsistik Pengguna Instagram Pada Peserta Didik Kelas XII IPS SMA NEGERI 3 KOTA Tegal Tahun Pelajaran 2019/2020. Jurnal Studi Bimbingan Dan Konseling Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=implementasi+layanan+bimbingan+kelompok+berbasis+teknologi+informasi+dan+komunikasi+untuk+mengurangi+perilaku&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DkDkQ1v-oJ
- Nurrachmi Syafrida. Dan kawan-kawan. 2018. Etika Komunikasi Netizen Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Terhadap Etika Berkomunikasi Netizen Dalam Menerima Berita dan Informasi Pada Halaman Facebook E100 Radio Suara Surabaya). Jurnal Ilmu Komunikasi UPN

Veteran
Jatim.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=etika+komunikasi+netizen+di+media+sosial&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DROW0IKMg-vcJ

William L. Rivers, Jay W. Jense, Theodore Peterson.
2003. *Media Massa Dan Masyarakat Modern*,
Edisi 2, Fajar Interpretama Mandiri.

Dr. Eni Maryani, Dra M.Si. 2010. *Media Dan Perubahan Sosial*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rerin Maulinda, S.Pd, M.Pd, Dan kawan-kawan,
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Proceedings/article/download/1182/950#:~:text=bermasyarakat%20dan%20bernegara,-,Adapun%20Etika%20komunikasi%20yang%20baik%20dalam%20media%20sosial%20adalah%20jangan,serta%20memberikan%20komentar%20yang%20relevan>. Diakses pada tanggal 19 Juni 2021.

<https://yoursay.suara.com/news/2020/12/23/125525/etika-dalam-berpendapat-di-media-sosial>.
Diakses pada tanggal 18 Juni 2021.

Pandu Adi Cakranegara, Ety Susilowati. 2017.
Analisis strategi implementasi media sosial
(studi kasus ukm “xyz”), Firm Journal Of
Management Studies 2.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=implementasi+bermedia+sosial&og=implementasi+bermedia+so#d=gs_qabs&u=%23p%3DQqEOmyiGLYkJ

Hari Kusmanto, Chiristina Purbawati. 2019. Impoliteness Commenting On Social Media Instagram: Politicopragmatic Study ketidaksopanan Berkomentar Pada Media Sosial Instagram. Jurnal Kata Vol 3 (2), 218. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=berkomentar+di+media+sosial&oq=berkomen#d=gs_qabs&u=%23p%3DeDodkb1qoioJ

Bagian 8

Facebook dan Hoax

Meski terlihat cukup sederhana, namun Facebook tak kalah dalam pelayanan komunikasi salah satunya dalam bidang pemberitaan. Namun, karena pengguna Facebook tidak terlalu cakap dalam menggunakannya maka Facebook menjadi salah satu media dalam merebaknya berita hoax. Untuk itu, dibutuhkan kemampuan perbaikan dalam berkomunikasi melalui facebook, agar dapat mengurangi potensi terjadinya ketidakpastian dalam interaksi secara tidak langsung tersebut.

Hal ini sesuai dengan yang dituliskan di dalam jurnal dosen tetap sekolah tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Samarinda (2013 : 107-108) *"Walaupun komunikasi tersebut hanya berbentuk kata-kata atau tulisan dan simbol, tetapi makna sebuah kata itu sangat banyak dan beragam, sehingga komunikasi melalui Facebook menjadi sarat dengan makna yang tidak dipahami."* Dari pernyataan tersebut dapat ditegaskan bahwa di dalam membagikan sebuah berita, memilah kata dan kalimat tentu menjadi sangat penting agar nantinya tak terjadi penafsiran yang beragam.

Kecenderungan masyarakat percaya akan berita yang beredar membuat beberapa informasi yang sejenis saling bertabrakan. Maksudnya, bahwa informasi mengenai satu peristiwa bisa saja beredar dengan dua sisi pendapat seperti negatif dan positif. Contohnya, jika seseorang yang menganut paham bahwa vaksin untuk covid-19 sangat penting untuk dilakukan memperoleh berita atau artikel mengenai vaksin yang menyebabkan seseorang menjadi lemas, maka otomatis berita tersebut memberi energi negatif kepada *audiens* seperti munculnya keraguan dalam dirinya karena membaca artikel atau berita yang sebelumnya berbeda dengan pendapat yang ia percayai.

Secara natural perasaan positif dalam diri seseorang akan timbul jika opini atau keyakinannya mendapat bukti atau argumen yang sejalan dengan pendapatnya sehingga ia cenderung untuk tidak peduli terhadap kebenaran informasi tersebut dampaknya ia akan dengan mudah untuk menyebarkan berita tersebut. Hal ini cenderung sering terjadi karena minimnya pengetahuan dalam penggunaan internet dan kurangnya kesadaran terhadap bahaya berita hoax.

Sebelum membagikan informasi mengenai sesuatu, ada baiknya kenali dulu pembahasan dalam berita tersebut. Misalkan, terkadang ada artikel yang judulnya sama sekali tidak mempunyai sangkut paut dengan isi yang dijelaskan di dalamnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk menelaah informasi dengan baik sebelum akhirnya membagikan berita tersebut. Pemahaman terhadap isi berita yang ingin di sharing tentu sangat penting, sebab tidak dapat dipungkiri bahwa berita yang di sharing tidak akan mendapat pertanyaan dari netizen mengenai kebenaran dari berita yang di bagikan, menurut Benedictus A. Simangunsong (2016 : 74) yaitu:

"suatu pemberitaan bukan saja menyajikan isi yang faktual tetapi juga actual dan tidak membohongi publik. Namun, dalam percakapan di media sosial Facebook, ada juga pengguna yang mempertanyakan tentang keabsahan suatu berita tersebut."

Penyebaran berita di facebook sangat dipengaruhi oleh kemampuan literasi seseorang. Bagaimana ia dapat menyerap dan menelaah informasi sebelum akhirnya menyebarkan informasi tersebut kepada masyarakat luas. Ketidakmampuan atau kurangnya kemampuan dalam literasi media

dapat berdampak pada semakin tingginya angka penyebaran hoax disebabkan oleh ketidakpiawaian dalam mengelola informasi dengan baik, untuk itu diperlukan tindakan tegas oleh pihak yang bersangkutan dalam menangani hal tersebut.

Dalam mengantisipasi penyebaran berita hoax agar tak semakin tidak terkendali, untuk berita hoax yang berasal dari situs pemerintah dapat langsung dilakukan pemblokiran namun untuk media sosial perlu dilakukan kerjasama terlebih dahulu. Menurut Rudiantara dalam Interaksi komunikasi Hoaks di media sosial serta Antisipasinya oleh Christiany judihta (2018:31-44).

Beberapa hal memang harus diperhatikan sebelum memutuskan untuk membagikan konten berita melalui *Facebook*, selain untuk mencegah penyebaran hoax hal ini juga tentu mencegah terjadinya keambiguan atau perbedaan pendapat mengenai berita yang tersebar.

Perbedaan pendapat yang timbul karena ketidakjelasan berita, dapat menyebabkan tanggapan yang simpang siur atau keraguan terhadap pendapat yang dipercayai. Waktu juga menjadi salah satu konteks yang harus diperhatikan sebelum membagikan berita, jangan sampai berita

yang dibagikan merupakan berita yang sudah lama atau tidak lagi dihiraukan oleh masyarakat tetapi karena ada yang membagikan berita tersebut maka bisa saja menjadi pembahasan kembali meskipun faktanya bahwa peristiwa dalam berita tersebut sudah terjadi. Seperti yang dikatakan oleh JOHN sebagai VP feed and stories Facebook yaitu:

"...bagi media massa yang menerbitkan berita tersebut, juga menjadi perhatian mereka. Terlebih jika dibagikan di media sosial. Sebab, bisa dikira sebagai berita terupdate. Hal itu jelas menimbulkan kesalahpahaman, sebab konteks waktunya tidak tepat" (Merdeka, 2020 : 1).

Hal ini menunjukkan bahwa *facebook* yang menjadi media penyebaran berita ini juga sangat menghimbau kepada para pengguna agar tidak sekedar membagikan berita, tetapi menganalisis kebenaran berita sesuai dengan konteks waktu. Sangat penting untuk menerapkan pemahaman terhadap budaya untuk menganalisis berita terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membagikan berita tersebut. Hal ini tentu untuk menghindari meluasnya penyebaran berita hoax.

Pada tahun 2016 dan 2017 dimana diyakini sebagai tahun penyebaran hoax terbesar di Indonesia tentu mendapat perhatian besar dari masyarakat, untuk itu presiden RI mengeluarkan

perintah agar semua pihak segera menghentikan penyebaran hoax, Christiany Juditha dalam interaksi Komunikasi hoaks di media sosial serta Antisipasinya (2018:41).

Meski kelihatan begitu sepele namun, jika dibiarkan akan membawa dampak yang besar dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat akan dengan sangat mudah untuk menerima berita yang ia dengar atau yang dibaca karena kurangnya tuntutan untuk tidak menyebarkan berita saat ada suatu peristiwa yang cukup menghebohkan. Sebab, jika terjadi Miss komunikasi dalam suatu berita yang sedang dibicarakan maka anggapan sudah tentu akan berbeda dan hal ini akan menyebabkan kekacauan dalam sistem pemberitaan karena yang membagikan berita itu sendiri tidak memahami secara jelas terkait dengan apa yang sebenarnya terjadi. Seperti maksud komunikasi pemahaman tentu akan berdampak pada perilaku seseorang karena, pendapat seseorang akan melahirkan tindakan yang tentu akan sesuai dengan persepsi tersebut dan jika tidak maka dapat disimpulkan bahwa ia masih meragukan pendapat tersebut. Tujuan utama komunikasi adalah agar terciptanya pemahaman bersama atau mengubah pendapat yang akan

berpengaruh pada perilaku atau tindakan. Dalam manfaat jejaring sosial Facebook (2017:4).

Untuk menangani agar berita hoax tidak semakin menyebar maka tuntutan akan kecakapan dalam Bermedia Digital dan kemampuan literasi masyarakat sangat dibutuhkan. Untuk itu, setiap pihak yang bersangkutan dapat memahami bagaimana sebenarnya media itu agar berjalan dan berfungsi dengan semestinya.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kurangnya analisis terhadap suatu berita dapat memicu timbulnya hoax. Maksudnya bahwa hoax dapat terjadi karena kurangnya rasa tanggung jawab dalam menyebarkan berita, untuk itu semua pihak tentu terlibat untuk dapat berpartisipasi dalam mengurangi resiko penyebaran berita hoax tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa analisis berita sebelum membagikannya ke Facebook bukanlah hal yang sepele karena dampak yang ditimbulkan juga tidak dapat dianggap sebagai hal kecil.

Referensi

Pawallino, Sapriadi. 2017. "Santun dalam Bermedia Sosial, Saring dulu Sebelum Sharing",

<https://kumparan.com/adi-pallawalino/santun-dalam-bermedia-sosial-saring-dulu-sebelum-sharing>. (Diakses pada 18 Juni 2021, pukul 19:15)

Anitasari, Nuraini. 2017. "Pentingnya Etika dalam menggunakan media Sosial", <https://zahiraccounting.com/id/blog/etika-dalam-media-sosial/> (diakses pada 18 Juni 2021, pukul 20:30)

Rahmana, Ilham. 2020. "Pentingnya Memahami Cyber Ethica dalam Media Sosial", <https://yoursay.suara.com/news/2020/12/16/130917/pentingnya-memahami-cyber-ethics-dalam-media-sosial> (diakses pada 18 Juni 2021, pukul 20:49)

Maulidi, Ahmad. 2015. "Kesantunan Berbahasa pada Media Jejaring Sosial Facebook" dalam: e-jurnal Bahasantodea volume 3 nomor 4(hlm. 42-49). Publishing Jurnal Untad (<http://jurnal.untad.ac.id/jurnal/index.php/Bahasantodea/article/download/6328/5031>) diakses pada 18 Juni 2021 pukul 13:20

Palupi, Muncar Tyas dan Endahati Nafisah. 2019. "Kesantunan Berbahasa di Media Sosial Online: Tinjauan Deskriptif pada Komentar Berita Politik di Facebook" dalam :Jurnal Skipta volume 5 (hlm. 26-31). Publishing Al-Balagh (<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/509/409>) diakses pada 19 Juni 2021 pukul 13:25

Juditha, Christiany. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax di Media Sosial serta Antisipasinya" dalam : Jurnal Perkomnas volume 3(hlm.31-44).

Publishing Aplikasi Informatika dan Informasi
Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan
Informatika RI
(<https://media.neliti.com/media/publications/261723-hoax-communication-interactivity-in-soci-2ad5c1d9.pdf>) diakses pada 19 Juni 2021 pukul 13:44

Marlina. 2016. "Daya Tarik Facebook Sebagai Media Komunikasi Alternatif" dalam: Jurnal Uinsu volume 1(hlm.105-125). Publishing Al-Balagh (<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/balagh/article/view/509/409>) diakses pada 19 Juni 2021 pukul 14:53

Efranda, Nolan, Syamsuar Dedy, dan Atika Linda. 2020. "Memahami Perilaku Pengguna Media Sosial Dalam Menyebarkan Berita Hoax di Facebook" dalam: Jurnal univbinainsan volume 05 no 01 (hlm. 69-78). Publishing Jurnal sistem Informasi Musirawas (<http://jurnal.univbinainsan.ac.id/index.php/jusim/article/view/735>) diakses pada 20 Juni 2021 pukul 18:52

Juli, Saribuddin. 2019. "Saring sebelum Sharing, Menangkal berita Hoax, Radikalisme di Media Sosial" dalam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam volume 10 no 1 (hlm. 22-40). Publishing ejournal.uinib. (<https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/article/download/486/404>). Diakses pada 20 Juni 2021 pukul 19:39

Rizal, Adam. 2020. "Facebook jadi Sarang penyebaran Berita Hoaks di Indonesia", <https://infokomputer.grid.id/read/122436686/facebook-jadi-sarang-penyebaran-berita-hoaks-di->

[indonesia?page=all](#) (diakses pada 20 Juni 2021 pukul 20:01)

Merdeka. 2020." Facebook Berencana Peringatkan Pengguna sebelum Bagikan Berita Lawas", <https://m.merdeka.com/teknologi/facebook-berencana-peringatkan-pengguna-sebelum-bagikan-berita-lawas.html> (diakses pada 21 Juni 2021 pukul 07:05)

Rohman, Beby Nurdiana. 2019. "5 Hal yang harus diperhatikan Sebelum Posting atau Komentar di Media Sosial", <https://rencanamu.id/post/fun/did-you-know/5-hal-yang-harus-diperhatikan-sebelum-posting-atau-komentar-di-media-sosial> (diakses pada 21 Juni 2021 pukul 07:35)

Abner, Khaidir, dan Ridho, Muhammad dkk. 2017. "Penyalahgunaan Informasi/Berita Hoax di Media Sosial", <https://mti.binus.ac.id/2017/07/03/penyalahgunaan-informasiberita-hoax-di-media-sosial/> (diakses pada 21 Juni 2021 pukul 07:40)

Bagian 9

Game Sumber Penghasilan Dimasa Pandemi

Imran Hidayat, Fauzan

Pada masa pandemic ini orang-orang makin sering memainkan game online demi menghibur diri. Game online merupakan salah satu hiburan bagi orang-orang, dengan bermacam genre game. Selain itu, game juga sudah menjadi sumber penghasilan bagi sebagian orang. Ada orang yang menjadikan game online sebagai penghasilan tetap dan ada juga orang yang menjadikannya sebagai pekerjaan sampingan.

Terdapat beberapa faktor yang menjadikan game online sebagai pendapatan mulai dari berkurangnya pendapatan yang telah disediakan hingga Pemutusan Harapan Kerja (PHK). Dengan semakin menyebarnya virus Covid-19 hidup orang-orang semakin sulit. Bisakah orang bertahan hidup hanya dengan bermain game, dan bagaimana cara game bisa menghasilkan uang. Kedua hal tersebut perlu diteliti apakah dapat mempengaruhi kualitas hidup manusia dalam masa pandemi.

Cara game online menghasilkan uang

Saat ini game online banyak dijadikan sebagai

sumber penghasilan, tak sedikit orang yang menjadikan gamer sebagai profesi atau pekerjaan tetap. Ada pula orang yang menjadikan itu sebagai pekerjaan sampingan. Game online dapat menghasilkan uang dengan cara sebagai berikut

Real money trading (RMT)

“Real Money Trading atau biasa disebut RMT merupakan istilah yang paling sering digunakan gamers untuk memperoleh uang.. Artinya, para pemain melakukan jual beli dengan menggunakan uang nyata. Nah, barang yang sering diperjual belikan adalah uang virtual yang ada di dalam game, item, equip dan sebagainya”.(Aufi Ramadhania Pasha, 2018).

Biasanya, barang yang didapat mempunyai harga yang berbeda tergantung kelangkaan dan attribute apa yang di tambahkan oleh barang atau equipment tersebut. Seperti equipment pada game free fire harga barang dengan kelangkaan umum biasanya berharga sekitar Rp. 10.000 sampai Rp. 50.000

Jasa joki

“Joki juga menjadi salah satu cara mendapatkan uang dari game online yang banyak dilakukan. Biasanya pemulik karakter game online

memiliki waktu sibuk, tidak sempat bermain atau hanya ingin hasil yang instan, maka pemilik akun akan menggunakan jasa joki untuk memainkan karakternya”. (Aufi Ramadhania Pasha, 2018)

Harga joki pun sangat bervariasi tiap tingkatan yang akan dilalui dan tiap game. Seperti game mobile legend harga pasaran joki saat ini mencapai Rp. 6.000 sampai Rp. 20.000 per satu kali main atau perbintang. Dan pada game PLAYERUNKNOWN BATTLEGROUNDS MOBILE (PUBGM) harga jasa joki mencapai Rp. 20.000 hingga Rp. 130.000 per tier atau pangkat.

Youtuber gamer

“Jika anda adalah gamer sejati dan sudah merasa profesional, tidak ada salahnya kalau anda berbagi pengalaman melalui youtube channel. Mulai dari tips dan trik saat bermain, atau ketika sedang bertarung. Pastinya para gamer lain akan tertarik untuk melihat keahlian anda dalam bermain game online dan anda akan mendapatkan pundi-pundi yang tidak sedikit jumlahnya dari You Tube”. (Aufi Ramadhania Pasha, 2018). Saat ini menjadi youtuber mungkin telah menjadi cita-cita anak milenial

Karena selain berpenghasilan mereka juga

bisa bekerja semau mereka, banyak macam-macam youtuber didunia tapi gamer biasanya menjadi youtuber gaming dikarenakan dalam hal game mereka sudah bisa kuasai dan sudah menjadi style atau gaya dari mereka.

Menjadi tester game atau uji coba game

“Sebuah perusahaan game akan melakukan uji coba game baru atau yang dikembangkan dengan membayar para gamers yang sudah profesional, artinya para gamer yang dipilih harus memiliki pengalaman dan keahlian yang tinggi di dunia game”. (Aufi Ramadhania Pasha, 2018).

Saat ini tester belum bisa masuk di Indonesia dan menjadi pertimbangan bagi para developer game mengingat perkembangan teknologi yang tiap hari makin berkembang.

Menjadi jurnalis game

“Mengkombinasikan jurnalistik dengan video game menjadi cara selanjutnya I.Kalian bisa memulai ini dengan bergabung bersama situs yang telah ada atau meluncurkan situs sendiri dan mulai menulis berita, review, atau berbagai jenis konten jurnalistik”. (Budy, 2020).

Menjadi proplayer

“Jika seseorang memiliki skill atau keterampilan bermain game yang baik atau di atas rata-rata dia bisa mencoba untuk terjun ke industri gaming sebagai gamer profesional dan bergabung dengan tim kebanggaan atau tim yang tertarik dengannya.

“Kalian bisa bergabung dengan tim esport, lalu mulai mengikuti turnamen dari situ. Jika ini berjalan dengan baik, kalian bisa mendapatkan penghasilan yang besar dari kemenangan di tiap turnamen atau sponsor”.(Budy, 2020)

Macam-macam game yang bisa menghasilkan uang

Setelah membahas bagaimana cara game online bisa menghasilkan uang, sekarang kita membahas game apa saja yang bisa menghasilkan uang.

1. Mobile legends

“Mobile legends (ML) masuk dalam jajaran game terfavorit di dunia saat ini. Menjadi salah satu pemain alternatif pengganti DOTA yang hanya bisa dimainkan di komputer. Namun, mobile legends bisa dimainkan di ponsel sehingga lebih praktis”.

“Kini para pemain mobile legends bisa mendapatkan uang dari bermain dengan menjual akun, atau pengganti kompetisi. Hadiah yang ditawarkan buat

pemenang pun gak tanggung-tanggung hingga jutaan rupiah".(Budy, 2020)

2. DOTA 2

'Permainan berjenis Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) ini termasuk permainan paling laris di dunia'. 'Ketekunan dalam memainkan game ini bisa membuat pundi-pundimu bertambah. Jadi, gak cuma sekedar main menghilangkan penat, tapi juga bisa mendatangkan rezeki buat kamu'.

'Caranya adalah dengan menjual item atau jagoan langka yang kamu dapatkan ke pemain lain. Besaran harga jualnya tergantung dari tingkat kelangkaannya. Semakin langka tentu semakin mahal, bisa sampai jutaan rupiah'.

"Selain dengan berjualan item, kamu juga bisa mengikuti berbagai kompetisi tingkat nasional atau internasional yang memperebutkan hadiah jutaan rupiah sampai miliaran rupiah". (Budy, 2020)

2. Eve online

"Eve Online sangat cocok dimainkan oleh kamu penggemar antariksa. Pasalnya, eve online merupakan game bergenre RPG yang mengangkat tema luar angkasa".

“Cara memainkan game ini pun sangat mudah, kamu hanya perlu menjelajahi luar angkasa menggunakan pesawat luar angkasa”..

“Sambil berjelajah, kamu juga diharuskan untuk menyelesaikan misi yang diberikan. Sedangkan, untuk mendapatkan uang dari game ini, kamu bisa menjual barang-barang unik dan langka atau rare item, ke pemain lainnya. Selain itu, kamu juga bisa menjual akun eve online-mu apabila sudah mencapai level profesional”. (Budy, 2020)

3. Garena Free Fire

“Game battle royal Garena FreeFire mungkin tidak memiliki reputasi sebesar game sebelah yang jauh lebih populer”.

“Tapi, game ini sangat terkenal di indonesia. Pada 2019, Garena FreeFire berhasil masuk youtube rewind dan berhasil mengalahkan popularitas PUBG di platform tersebut”. “Game penghasilan uang langsung ke rekening tanpa modal ini juga muncul di turnamen esport besar seperti pisala presiden dan SEACA dengan total hadiah miliar rupiah”. (Budy, 2020). Selain game tersebut, masih banyak game online yang dapat menghasilkan uang.

I. Cara platform menghasilkan uang

Banyak aplikasi atau platform streaming bisa menghasilkan uang dengan cara yang sama. Aplikasi ini memudahkan para streamer untuk mendapatkan uang membuat kontrak dengan platform salah satunya. Dengan membuat kontrak seseorang akan mendapatkan penghasilan tetap ditambah dalam aplikasi ini seorang streamer bisa mendapat donasi dari para penonton bukan hanya dari kontrak tadi sebagai contoh facebook gaming.

“Ada tiga sumber penghasilan yang bisa didapatkan oleh para kreator konten game di facebook gaming, yakni dari iklan (ads), stars (“mata uang” facebook gaming), dan fan support (langganan). Seperti video di youtube, kreator video game di facebook gaming bisa memonetisasi konten mereka dengan menyisipkan iklan”. (Bill Clinton, 2020).

Iklan yang diletakan pada platform tersebut tidak akan mengganggu penonton tetapi iklan ini akan muncul di jendela utama platform, dan stars yang didapat dari para penonton itu bisa ditukar dengan uang yang telah ditentukan oleh pihak facebook di awal bulan. Jika penonton ingin berlangganan mereka akan membayar dengan sejumlah uang yang telah ditentukan oleh pihak

facebook. Mereka berlangganan juga kan mendapat keuntungan, seperti mendapat stiker yang tidak dipunyai oleh penonton lain, nama mereka akan muncul ketika orang itu masuk ke live streaming, dan biasanya para orang yang berlangganan akan mendapat konten special dari streamer

II. Game online yang bisa menghasilkan uang tanpa mengeluarkan item game

Tidak semua game online dapat menghasilkan uang dengan cara menjual ataupun membuka jasa joki. Ada juga game online yang dapat menghasilkan uang hanya dengan bermain dan menukarkan berlian yang telah dikumpulkan menjadi uang seperti contohnya game MPL (Mobile primer League).

“MPL merupakan aplikasi mobile game yang berbasis dengan lebih dari 30+ pilihan permainan dan juga fitur fantasy. Semua permainan yang tersedia akan menguji ketangkasan pemain, pemain akan diminta untuk bertanding dan pemenangnya akan mendapatkan “berlian kemenangan” berlian kemenangan tersebut dapat ditukarkan langsung menjadi uang elektronik Gopay dan LinkAja”. (Mia Chitra Dinisari, 2020)

Referensi

Pasha, Auji Ramadhania. 2018. "Mendadak Kaya dari Game Online, Ini Tipsnya", <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.co.id/artikel/amp/mendadak-kaya-dari-game-online-ini-tipsnya>, diakses pada 18 Juni 2021 Pukul 21.36.

Budi, Okky. 2020 "Daftar Game Penghasil Uang 2020 Bermodalkan HP dan PC", <https://lifepal.co.id/media/15-game-yang-menghasilkan-uang/>, diakses pada 18 juni 2021 pukul 21.41.

Clinton, Bill. 2020. "Begini Cara Gamer Dapat Uang dari Facebook Gaming", <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2020/05/08/19150007/begini-cara-gamer-dapat-uang-dari-facebook-gaming>, diakses pada 18 juni 2021 pukul 21.55.

Dinisari, Mia chitra. 2020. "Bermain Game jadi Tren di Masa Pandemi, MPL Perkenalkan Konsep Baru", <https://teknologi.bisnis.com/read/20201223/564/1334803/bermain-game-jadi-tren-di-masa-pandemi-mpl-perkenalkan-konsep-baru>, diakses pada 20 juni 2021 pukul 22.39.

Bagian 10

Dampak Penggunaan Plastik Sekali Pakai Pada Packingan Setiap Pembelajaran Online

Sarmila, Syah Indrawan, Supian Sauri

Bukan hal yang aneh lagi jika mendengar kata plastic. Diseluruh dunia plastic menjadi suatu salah satu bahan yang sangat digemari dan sering digunakan. Plastik menjadi salah satu hal dapat ditemui di mana saja baik dalam negeri maupun luar negeri dan selalu meningkat setiap tahunnya sehingga Pengelolaan sampah sudah diatur dalam Undang Undang Nomor 18 Tahun 2008 Tentang pengelolaan sampah, yang dimaksud sampah adalah sisa kegiatan sehari-hari manusia dan/atau proses alam yang berbentuk padat. Sampah yang dihasilkan manusia setiap melakukan aktivitas sehari-hari.

Indonesia menjadi penghasil sampah plastik kedua di dunia jadi sudah dipastikan begitu banyak sampah yang ada diberserakah dinegara kita jika dibiarkan akan selalu menambah masalah baru dalam kehidupan sehari-hari, sampah plastic menimbulkan penyakit, bau tidak sedap dan mengakibatkan lingkungan kotor.

Penduduk Indonesia diketahui meningkat berjumlah 275,77 juta jiwa hingga pertengahan 2022. Juga ikut meningkatkan penggunaan plastic maka ada beberapa industry yang mengelolah sampah plasrik di Indonesia. Diantaranya yaitu: CV. Cahaya api karunia, PT. Polyolast Sukses abadi. Graha mulai teknik, PT. Majar Plastics, CV. Changdong Indonesia, Water basis pratama, PT. Putra gunung rajabasa, Ramajaya plastic, CV. Aromy export Indonesia, CV. Mutiara plastindo, PD. Karya mitra usaha, Rejeki abadi PS Bening giling. Asia teknik kreasido 2, CV. barokah plastindo, UD Anugerah sejahtera, Chozen Plasindo, Rajawali plasinda perkasa, UD. tali Ravia, Lenggeng jaya group, PT. Prima Geotex indo, Bengkel 33, CV Cokiwa teknik putra wahya perkasa, Surabaya 99 dan Nagara seah plastic.

Dunia semakin berkembang dari masa kemasa baik teknolongi-teknologi yang menghasil pabrik plastic yang paling sering kita temui. Ekadina (2017:5400) yang mengungkapkan bahwa "Kementrian Lingkungan Hidup (KLH), setiap hari penduduk Indonesia menghasilkan 0,8 kg sampphah per orang atau secara total sebanyak 189 ribu ton/hari. Dari jumlah tersebut berupa sampah plastik

atau sejumlah 28,4 ribu ton sampah plastik/hari". Penggunaan sampah plastic terus meningkat. Akibatnya sampah plastic pun terus bertambah dari waktu ke waktu ,padahal sampah plastic sangat berbahaya baik bagi manusia,hewan dan lingkungan sehingga mengakibatkan tumbuhan akan sulit hidup.Manusia dan hewan mati karena tumbuhanya terlilit plastic maka perlu kesadaran diri untuk mengurangi penggunaan plastic sekali pakai dengan menggunakan barang yang dapat di cuci ulang dan /atau barang tahan lama.

Teknologi memang telah berkembang dari zaman ke zaman .Dizaman sekarang ini yang terbilang modern Penggunaan media online atau teknologi semakin meningkat sehinggakan banyaknya masyarakat yang menggunakan media online untuk mempermudah melakukan sesuatu ,salah satunya adalah belanja menggunakan media online,untuk mempermudah masyarakat dengan tidak perlu keluar rumah,sehingga mengakibatkan banyak penggunaan plastic sekali pakai.Adapun sesuatu yang perlu dilakukan untuk meminimalisir sampah plastic yaitu,masyarakat, pemerintah maupun swasta .keberadaan kelompok-kelompok pengelolaan sampah berbasis masyarakat ,maupun stakeholder

lainnya diharapkan menjadi pendorong Indonesia bebas sampah. Hal ini memang sangat perlu untuk dilakukan bukan hanya menyangkut sampah mengotori lingkungan akan tetapi juga berbahaya bagi kesehatan. Merakanya penggunaan media online semakin terlihat dimasa covid-19 salah satunya adalah belanja online hanya dengan menggunakan *handphone* mereka .

Perkembangan teknologi sangat pesat di era saat ini, hal ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia seperti yang dikemukakan. "Kemajuan teknologi memang sangat penting untuk kehidupan manusia zaman sekarang karena teknologi adalah salah satu penunjang kemajuan manusia" (Aling indra, 2012)

Lembaga iprice.co.id. Dalam situs tersebut telah mensurvei bahwa 175,4 juta merupakan pengguna aktif internet dan memiliki kenaikan 17 Persen atau 25 juta yang menjadi pengguna internet. Situs yang sering diakses salah satunya adalah aplikasi belanja online, dan dimasa wabah covid-19 melanda Indonesia pembelanjaan online mengalami peningkatan pesat , untuk menghindari bertemu langsung dengan orang banyak dengan belanja dari rumah saja, akibatnya pecking

penggunaan plastic sekali semakin meningkat. Berdasarkan wilayah geografisnya, masyarakat Indonesia yang paling banyak menggunakan internet adalah yang berlokasi di Jawa, yang selanjutnya disusul oleh Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali-Nusa, dan Maluku-Papua (Fatimah Kartini, 2018)

Dalam pengemasan setiap barang akan menggunakan banyak plastic untuk menjaga barang konsumen tetap terjaga sehingga plastic tersebut menimbulkan penggunaan plastic sekaligus yang berlebih apalagi ketika sudah menerima barang dan membuang begitu saja tanpa memperhatikan lingkungan.

Maka perlu adanya perhatian yang benar-benar terhadap lingkungan dari sampah karena salah satu penyebab munculnya covid-19 adalah ketika tidak memperhatikan lingkungan dan banyaknya bakteri sehingga covid-19 muncul akibatnya adalah dari sampah itu sendiri. Salah satu sampah yang paling sering ditemui adalah plastic, Plastik bukan hanya sampah biasa akan tetapi plastic sangatlah berbahaya dan merugikan kesehatan dan plastic mengandung bahan yang tidak mudah hancur maka dari itu banyak yang memilih membakar namun membakar plastic bukan pilihan

yang tepat karena dapat menimbulkan gas oksigen yang tidak baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kuruniastuti (2016:37) yang mengungkapkan bahwa “ Platik dapat bertahan hingga bertahun-tahun sehingga menyebabkan pencemaran terhadap lingkungan ”.

Menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 terkait tentang bagaimana pengelolaan dilingkungan hidup. Lingkungan hidup yang dimaksud adalah keseluruhan yang menyangkut dengan manusia, hewan, tumbuhan dan lain sebagainya juga termasuk perilaku makhluk hidup dalam yang memengaruhi kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya, Terkadang manusia berperilaku terganutung bagaimana keadaan lingkungan sekitar sehingga perlu atau harus selalu memperhatikan lingkungan baik dari segi sumber daya maupun kebersihan lingkungan agar terhindar dari berbagai bahaya dan juga sumber daya akan subur jikalau berada dilingkungan yang bersih dari berbagai sampah khususnya sampah plastic

Berbagai upaya telah dilakukan untuk untuk menjaga lingkungan dari berbagai macam sampah khususnya sampah plastic, upaya yang paling sering dilakukan adalah pemerintah memberi perintah

melakukan pengecekan terhadap lingkungan, siswa siswi melakukan gorong royong dilingkungan sekolah maupun diluar, masyarakat melakukan pembesihan di sekitar rumah dan masih banyak cara yang dilakukan dalam menangani sampah khususnya sampah plastik. bukan membersihkan yang sulit namun kesadaran diri seseorang sulit kita temui.

Sampah plastic dapat dikelola menjadi sesuatu yang indah, ada berbagai kelompok yang memilih mengelola sampah plastik untuk dijadikan bahan kerajinan tangan sebagai upaya atau cara dalam mengurangi sampah plastic dengan membuat berbagai kreativitas yang dapat dibuat dari plastik dan tidak kalah bagus seperti pas bunga, tempat pensil, bunga dari plastic, tempat aksesoris, hiasan dinding, keranjang, hiasan lampu, mainan anak-anak, pot bunga dan masih banyak lainnya. Namun hanya sekian persen yang meluankan waktu untuk hal-hal tersebut.

Banyak sekali upaya yang telah dilakukan untuk mengurangi plastic tetapi jika dilihat sekarang ini bisa disebut dengan manusia sebenarnya hidup berdampingan dengan plastic dalam artian manusia sudah sangat terbiasa dengan adanya plastic maka

sangat sulit jika kita berfikir untuk menghilangkan plastic yang dapat kita lakukan adalah mengurangi penggunaan plastic sekali pakai berlebih

Sampah plastic sangatlah berpengaruh terhadap lingkungan maka perlu kesadaran diri mulai dari yang paling utama yaitu di rumah bagaimana meminimalisir sampah baik sampah plastic maupun sampah yang lainnya dan dapat kita kelola atau dibuang di tempat yang tidak mengotori lingkungan karena sampah juga sangat berpengaruh terhadap udara yang kita hirup jika lingkungan bersih maka kita dapat menghirup udara bersih, karena setiap sampah itu sendiri mengandung bermacam-macam bahaya. Muhajirin (2010:67) mengatakan secara sederhana “ sampah dalam rumah dapat dibagi menjadi 3 kategori yakni, sampah organik, sampah beracun, seperti baterai bekas, bola lampu bekas dan barang-barang yang mengandung zat kimia. ”

Banyak orang mengatakan mereka telah membuang sampah khususnya sampah plastic ditempatnya, namun secara tidak sadar mereka ternyata telah membuang sampah di tempat yang tidak seharusnya atau yang merusak lingkungan, salah satu tempat pembuangan limbah sampah plastic maupun sampah lainnya adalah laut

atau sungai dan hal tersebut sangatlah berakibat fatal karena bukan hanya merusak lingkungan namun mengganggu pertumbuhan atau hewan yang berada didalam air, selain itu air yang seharusnya terlihat indah dan memiliki udarah yang bersih malah sebaliknya, banyak orang yang gemar terhadap air tapi karena sampah mereka harus mengurungkan niatnya. laut atau sungai harusnya dijaga buka dirusak.

(Q.S.Ar-Rum Ayat 41-42) “Telah tampak kerusakan di darat dan dilaut disebabkan perbuatan tangan manusia; Allah menghendaki agar mereka merasakan sebagian dari (akibat) perbuatan mereka, agar mereka kembali (kejalan yang benar). Katakanlah (Muhammad), Berpergianlah di bumi dan lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyak dari mereka adalah orang-orang yang menyekutukan (Allah)”.

Isi kandungan dalam Al-Qur'an Surah Ar-Rum Ayat 41-42 dijelaskan bahwa segala sesuatu yang terjadi di bumi ini adalah akibat dari perbuatan manusia itu sendiri dan salah satunya adalah keserakahan manusia yang menyebabkan air tercemar, tanah yang tidak subur dan masih banyak lainnya akibat tangan-tangan

manusia itu sendiri karna akan salah adalh sebab akibat jadi untuk mencegah itu semua yang harus dilakukan adalah dengan peduli terhadap lingkungan dan tidak berlebihan dalam hal apapun conroh keciln adalah selalu peduli terhadap lingkungan sekitar buang sampah pada tempatnya dan lain sebagainya.

Penomena sampah plastic juga paling sering dilihat diberbagai tempat mulai dari Rumah,Tempat makan,Gerobak kaki lima dan masih banyak tempat lainnya,plastic paling sering digunakan untuk membungkus makanan tanpah kita sadari bahwa makaanan yang masih panas dibungkus menggunakan plastic akan sangat berakibat patal karena plastic akan meleleh dan sangat tdiak baik untuk kesehatan serta tanpa kita sadari juga karena banyaknya plastic disekitar kita sehigga ikut masuk dan larut dalam makanan kita dan lagi itu sangat berbahaya.

Selain sisi negatif plastic terhadap lingkungan dan tahan lama selama bertahun-tahun memeng plastik juga memiliki sisi positif yang sangat bermanfaat maka dalam penggunaan plastic perlu penanganan yang serius sepperti menggunakan metode produksi bersih (3R). maka untuk menerapkan itu semua harus dimulai dari diri kita

sendiri dengan slogan kita bias berubah karena segala sesuatu hanya dapat kita lakukan ketika kita punya keinginan untuk berubah dan tidak akan dapat berubah jika kita tidak punya yang namanya niat yang tulus mulai dari hal-hal seperti membersihkan kamar,kamar kos,rumah,halaman berbelanja menggunakan benda cuci ulang,mengurangi penggunaan plastic dan masih banyak lainnya yang dapat kita lakukan.

Referensi

- Astuti, A. D. 2016. *Penerapan kantong plastik berbayar sebagai upaya mereduksi penggunaan kantong plastik*. Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK, 12(1), 32-40. <http://ejurnal-litbang.patikab.go.id/index.php/jl/article/view/50>
- Qodriyatun, S. N., Indahri, Y., Andina, E., Suryani, A. S., & Prasetyawan, T.2019. *Sampah plastik dan implikasi kebijakan pembatasan plastik sekali pakai terhadap industri dan masyarakat*. Pusat Penelitian, Badan Keahlian DPR RI bekerja sama dengan Intrans Publishing. http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/buku_tim/buku-tim-public-121.pdf
- Adiwijaya, M. 2011. *Peran pemerintah, industri ritel, dan masyarakat dalam membatasi penggunaan kantong plastik sebagai salah satu upaya pelestarian lingkungan* (Doctoral dissertation,

Petra Christian University).
<http://repository.petra.ac.id/18241/>

Karuniastuti, N. 2013. *Bahaya plastik terhadap kesehatan dan lingkungan*. Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas, 3(1).
<http://repository.petra.ac.id/18241/>

Sahwan, F. L. (2005). *Sistem pengelolaan limbah plastik di Indonesia*. Jurnal teknologi lingkungan, 6(1).
<http://ejurnal.bppt.go.id/index.php/JTL/article/view/330>

Wandari, N. K. M. A., & Darma, G. S. 2021. *Pengelolaan Karakter Green-Behavior Pada Generasi Milenial Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan Green-Product*: Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis, 6(1), 49-61.
<http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/manajemen/article/view/14778>

Pradiani, T. (2017). *Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume digital marketing terhadap peningkatan volume* https://www.researchgate.net/profile/Dewi-Ayu-Safitri/publication/333744878_Dewi_Ayu_Safitri/links/5d01a19692851c874c623ab7/Dewi-Ayu-Safitri.pdf penjualan hasil industri rumahan: Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2), 46-53.
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka/article/view/45>

Safitri, D. A. *Dampak Penggunaan Plastik Berlebih dan Alternatif Penggantinya* : jurnal imilah .

Afrianto, A. P., & Irwansyah, I. 2021. *Eksplorasi Kondisi Masyarakat Dalam Memilih Belanja*

Online Melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis-JTEKSIS, 3(1), 10-29.
<http://www.jurnal.unidha.ac.id/index.php/jteksis/article/view/181>

Juniar, A. M., & Jusrianti, J. 2021. *Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Kota Makassar*. Emik, 4(1), 37-51.
<http://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/850>

Sumarni, N., Faddila, S. P., & Fauji, R. 2020. *Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Disaat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Anjun Karawang)*. Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif, 6(1), 1-22.
<http://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/1186>

Ma'rifah, N.2021. *Analisis fatwa Dsn-Mui No. 110/DSN-MUI/IX/2017 terhadap akad khiyar dalam jual beli online sistem Cod di toko online Shop Vy. Shopcollection*: (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
<http://digilib.uinsby.ac.id/53375/>

Suryati, T. 2009. *Bijak dan cerdas mengolah sampah*. AgroMedia.
https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=rGkINzHaLPsC&oi=fnd&pg=PA1&dq=bijak+dalam+berbelanja+dan+hindari+penggunaan+plastik+sekali+pakai+berlebih&ots=GUt-OtT1Rj&sig=hkPNGS7Yjrw_G2pDllaBx4B2XA8

Dewi, Y., & Raharjo, T. 2019. *Aspek hukum bahaya plastik terhadap kesehatan dan lingkungan*

serta solusinya. : Kosmik Hukum, 19.
<http://ejurnal.ppsdmmigas.esdm.go.id/sp/index.php/swarapatra/article/view/43>

Yeni, M. (2019). *Berdamai dengan Rasa Malas: Cara Paling Cepat Mengubah Kebiasaan Malas Menjadi Super-Produktif dan Disiplin*. Anak Hebat Indonesia.
https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=KPyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=kebersihan+lingkungan+membuatmu+nyaman&ots=Oul7_hEsyY&sig=cXaFY1eLNurhenu Karuniastuti 2013 *Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas 3 (1)* 0GYYUwsmJ-Ths3qwQPg

Nurhenu Karuniastuti 2013. *Swara Patra: Majalah Ilmiah PPSDM Migas 3*

<http://ejurnal.ppsdmmigas.esdm.go.id/sp/index.php/swarapatra/article/view/43>

ATIFAH NISA UNIMED, 2018. *PEMBERDAYAAN REMAJA MELALUI PELATIHAN PENGOLAHAN LIMBAH PLASTIK DI DESA MANGGA DUA KECAMATAN TANJUNG BERINGAN KABUPATEN SEWRDANG BERDAGAI*.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sd t=0%2C5&q=limpah+plastik&btnG=#d=gs_qabs &t=1658671112680&u=%23p%3DTHqp5jShnq 4J

Bagian 11

DAMPAK PENGGUNAAN GAME ONLINE MOBILE LEGEND TERHADAP PELAKSANAAN IBADAH SHOLAT BAGI MASYARAKAT

Ismail, Nur Aini Riswan, Muh. Nasrul

Pada zaman yang sangat begitu modern ini, begitu banyak perubahan yang sangat memberikan dampak bagi manusia pada umumnya. Baik itu dalam hal positif maupun negatif, seperti halnya teknologi yang sudah begitu sangat canggih dan sangat berkembang secara pesat. Setiap manusia tidak mampu untuk menghindari hal demikian disebabkan karena teknologi saat ini merupakan sebuah alat yang sangat membantu manusia di setiap harinya. Teknologi yang modern yaitu jaringan internet yang sudah merambah begitu luas di penjuru dunia, sehingga sekarang ini manusia sangat bergantung pada jaringan internet tersebut.

Zaman dulu masyarakat hanya menggunakan telepon perbayar yang harus antri berjam-jam untuk bisa berinteraksi dengan kerabat, keluarga, teman, maupun pasangan dengan jarak yang begitu jauh. Namun sekarang seiring berkembangnya teknologi sebuah alat canggih yang

kapan dan dimana saja bisa kita gunakan baik dalam posisi berbaring atau seperti apapun itu dapat digunakan. Alat tersebut adalah *Smartphone* atau *Handphone* (HP), alat ini dapat digunakan untuk berinteraksi jarak jauh, orang-orang tidak perlu lagi berantri berjam-jam demi berbicara sepatah kata. Handphone tersebut membutuhkan jaringan internet agar dapat diakses oleh penggunanya, tidak hanya itu untuk berkomunikasi dengan waktu yang lama juga membutuhkan yang namanya Pulsa. Ketika internet dan pulsa telah diisi, maka pengguna dapat sepenuhnya menggunakan *handphone* miliknya. Untuk harga *handphone* itu terbilang beragam harganya mulai dari merek dan type yang tinggi yakni mencapai 2 juta bahkan 10 juta.

Handphone dulunya digunakan sebagai media interaksi jarak jauh, namun karena bukti kemajuan internet maka hadirilah media hiburan didalamnya. Sehingga, penggunanya tidak lagi hanya berinteraksi tetapi juga dapat bermain *game*. *Game* disebut sebagai media hiburan untuk para pengguna *handphone*, beragam jenis *game* yang dihadirkan untuk mengisi waktu luang para pengguna *Handphone*. Karena berkembangnya

teknologi industri maka merek, type handphone pun kini semakin canggih, pengguna handphone kini sangat mengalami kenaikan yang drastis.

Berkembangnya Game Di Dunia

Pertumbuhan game akan terus mencengangkan di masa depan, sebab para pencipta teknologi dan yang menghadirkan *handphone* ingin apabila produknya mengalami penjualan yang sangat meningkat, sehingga selalu menghadirkan sebuah produk-produk yang begitu menarik perhatian penggunanya. Dengan aplikasi *game* canggih, pemain bisa mendapatkan kepuasan batin ketika bermain game. Media elektronik yang semenarik mungkin berupa multimedia dapat menciptakan dan menghadirkan *game-game* keren. Sehingga, bermain menjadi salah satu budaya masyarakat dan kegiatan sehari-hari. (Stores, 2012)

Budaya bermain merupakan gaya hidup yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya generasi muda, termasuk usia sekolah dasar baik di pedesaan maupun di perkotaan. Banyak jenis game yang disuguhkan, melalui aplikasi playstore pengguna hanphone dapat dengan mudah mendownload aplikasi game yang menurutnya menarik. Ada 2 jenis game yang digunakan

masyarakat ada yang berbasis *online* ada pula yang berbasis *offline*. *Game online* yang berkembang pada saat itu memunculkan adanya industri *game center* yang melayani para pemain untuk menghabiskan waktu bermainnya. Setidaknya, keberadaan

gameonline memiliki akibat positif dan negatif yang saling bertentangan. Misal, pengaruh negatifnya adalah orang yang suka game, terutama anak muda, jadi kecanduan.

Perkembangan Industri Game Di Indonesia

Pengembangan game online di Indonesia mulai pada 1990 pada saat game Nexia didistribusikan. Salah satu game *online* paling populer saat itu Disukai oleh masyarakat umum Ragnarok. Perkembangan yang sangat cepat game *online* ditampilkan Jenis game online lainnya Dota *Online*, Atlantik *Online*, Serangan balik, titik kosong, tiga Kerajaan daring. Saat memeriksa keberadaan pengembangan game online Berdasarkan beberapa manfaat yang disajikan game *online* lebih unggul dibandingkan dengan Game *offline*. Beberapa genre game online yang sangat banyak peminatnya khususnya negara Indonesia.

Walaupun berbasis online yang pastinya membutuhkan hubungan ke jaringan internet, masih banyak saja yang tertarik untuk memainkannya. Bahkan ketika data internet sudah habis, maka game tersebut tidak bisa lagi dimainkan dan harus data internet diisi ulang untuk bisa mengakses dan memainkan game tersebut.

Kini game online menjadi sebuah kegiatan yang sangat terkenal di manca negara, salah satunya di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan adanya peningkatan jumlah pengguna game online di Indonesia. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa salah satu konten hiburan yang paling banyak disukai kaum milenial jaman sekarang di Indonesia merupakan game daring (online) dengan tingkat persentase 16,5% (Buletin APJII, 2020) bahkan diperkirakan akan tumbuh pada tahun-tahun mendatang. 21%. 0,6% pada tahun 2025. Verizon juga mengatakan bahwa jumlah pengguna game online telah terjadi peningkatan sebesar 75 % selama wabah Covid-19. Verizon (2025)

Kurang lebih 59% pengguna internet di Indonesia pemakaian aplikasi game online setiap bulannya. Hasil riset Pokkt, Decision Lab and Mobile Marketing Association (MMA) (Maulida, 2018) juga menjelaskan jumlah pemain (game online) di Indonesia mencapai 60 juta orang. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat di tahun 2020 (Maulida, 2018), menetapkan Indonesia termasuk negara dengan jumlah pemain paling banyak di Asia Tenggara dan keenam di Asia (Sulistya, 2020). Berdasarkan

angka tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah orang yang bermain game online di Indonesia cukup tinggi. Wearesocial dan Hootsuite (2020),

Jenis Game online dan penggunaannya

Salah satu game online yang digandrungi banyak orang Indonesia khususnya anak muda merupakan Mobile Legend. Jenis game ini dirilis pada tanggal 9 November 2016, game ini kemudian merupakan game paling terpopuler dikalangan kaum muda dan aplikasi kedua yang paling banyak diunduh melalui Google Play Store maupun Apple App Store. Penggemar mobile legends rata-rata berusia 15 sampai dengan 25 tahun. Mobile legends bang-bang adalah game online multiplayer game mobile yang dikembangkan dan diterbitkan sang Moonton. Game ini dirilis diseluruh global pada tanggal 14 juli 2016.

Game Mobile Legends Bang Bang termasuk game online seperti Multiplayer Online Battle Arena (MOBA), sifatnya strategis serta umumnya dimainkan oleh 5-10 orang pada1 game. Mobile Legends Bang Bang sangat mirip dengan game RPG (Rolling Player Games) karena kita perlu menaikkan level untuk melawan musuh di dalam

game. Di Game Mobile Legends Bang Bang, setiap tim langsung menghadapi pertempuran sengit.

Mobile Legends BangBang biasanya memiliki banyak jenis hero atau hero yang berbeda-beda dimana player bisa kita bilang jagoan. Setiap orang yang ikut bermain hanya bisa memilih 1 Hero di 1 ronde pertandingan. Saat permainan selesai, mereka dapat memilih pahlawan lain untuk permainan berikutnya. Ulum Bahrul (2018)

Dampak positif dan negative game *mobile legend*

Ada beberapa alasan mengapa remaja suka bermain game online. Pertama, game online memungkinkan individu agar dapat melakukan hubungan interaksi sosial. Interaksi sosial disebut sebagai interaksi pemain saat mereka berbicara satu sama lain dalam game online dan berjuang dengan pemain lain untuk mencapai tujuan bersama. Tidak hanya itu pemain game online juga dapat berinteraksi didalam game online tersebut bersama dengan orang-orang yang sedang mengakses game tersebut dan memainkannya. Kedua, game online ini dijadikan sebagai alternatif untuk menghilangkan kebosanan, kejenuhan serta dapat dijadikan sebagai bahan untuk refreshing. Ketiga, banyak pemain game online bisa belajar untuk mengendalikan

emosinya. Keempat, dapat juga meningkatkan kemampuan dalam berbahasa inggris. Hal ini dibuktikan dari Riset pada Indonesia yang menerangkan bahwa banyak laki-laki yang mahir bahasa inggris dimana mereka adalah mereka yang suka bermain game.

Selain terdapat dampak yang terbilang membawa manfaat pada saat bermain game online ini, juga ada dampak negatif yang dapat mengakibatkan efek yang ditimbulkan dan membuat pengguna kecanduan. Seperti yang dinyatakan bahwa efek dari bermain game online antara lain kecanduan, mendorong individu untuk melakukan hal-hal negatif, lalai dalam melaksanakan aktivitas dunia nyata, perubahan pola makan dan istirahat, pemborosan, dan kesehatan yang buruk. Selain itu, game online dapat memberikan efek negatif seperti waktu yang terbuang, kesulitan belajar, kelelahan, pelupa, berbohong, kurangnya sosialisasi yang nyata dan kecemasan. dan yang paling penting lupa dalam hal beribadah.

Orang dengan masalah game online biasanya menghabiskan 8 sampai 10 jam atau lebih per hari serta setidaknya 30 jam per minggu bermain game online. Gejala ini mengarah pada perilaku negatif lainnya misalnya

mengabaikan aktivitas krusial lainnya seperti bermain game online, takut dan marah ketika game online dilarang, gangguan makan dan tidur, mengabaikan tanggung jawab seperti sekolah, pekerjaan atau keluarga. Dia bahkan mengabaikan shalat lima waktu. American Psychiatric Association (2013).

Masa remaja merupakan masa perkembangan manusia yang mempengaruhi sisa hidupnya. Semestinya menjadi tanggung jawab mereka untuk meningkatkan kualitas pemuda lebih baik, lebih berbakat daripada tanggung jawab bersama. Salah satunya adalah membimbing generasi muda untuk menunaikan kewajibannya, yaitu shalat lima waktu. Jika shalat mereka dikendalikan dengan baik, ini akan berdampak besar pada kaum muda dan sebaliknya. Ketika seseorang telah kecanduan dan terikat pada game online *mobile legend*, maka apapun akan dilakukan dan diperbuat. Bahkan ketika kuota data internetnya sudah abis atau jaringan internet loading maka bisa saja pemain yang sudah kecanduan dapat melakukan hal-hal negatif demi tercapainya misi yang diinginkan. Pemain yang kecanduan game online kini perilaku serta akidahnya telah dirusak oleh sebuah aplikasi yang tadinya dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya namun dalam sekejap

dapat merusak moralitas dan tingkat religius seseorang.

Dampak Spiritual Pemain Game

Ibadah shalat merupakan hal yang sangat wajib dilaksanakan bagi umat islam, sebagai umat islam diwajibkan melaksanakan shalat 5 waktu sebanyak 17 rakaat dalam sehari. Sholat wajib dilakukan tanpa kecuali bagi umat Islam, baik dalam keadaan sehat maupun sakit. Kita dituntut agar mampu menyempurnakan shalat sebagai umat beragama islam. Setiap umat yang beragama islam diwajibkan agar tetap melaksanakan ibadah sholat lima waktu baik laki-laki maupun perempuan yang telah baligh dan tidak mengalami gangguan jiwa atau gila, terkecuali bagi perempuan yang sedang dalam keadaan haid atau nifas.

Game online Berdasarkan pengamatan pertama penulis dari beberapa anak muda yang suka bermain game online, game online ini tidak hanya dapat mempengaruhi aktivitas sosial, tetapi juga mempengaruhi shalat lima waktu pemain. Jam sholat sudah masuk. mereka juga sibuk bermain game online mereka, game online tidak dapat dihentikan karena saat bermain game online mereka memutuskan untuk mengakhiri permainan terlebih dahulu mereka kehilangan permainan waktu mereka dan sehingga mereka lebih

memilih untuk memainkan game online hebat mereka sehingga mereka ketinggalan shalat mereka, dan ketika mereka meninggalkan permainan untuk shalat, yang terlalu banyak demi para pemain yang mereka tinggalkan, mereka melakukannya dengan cepat dan tanpa menganggapnya terlalu serius.

Masa remaja merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa, pada masa ini remaja seringkali tidak dapat mengontrol emosinya, karena pada masa ini remaja melewati masa dimana sikap, perilaku, emosi, minat berubah dan anak juga menghadapi banyak masalah yang berbeda-beda, misalnya : pada usia 4 tahun, mereka mengalami kesulitan karena kecanduan game online, mereka melepaskan tugasnya sebagai pelajar dan mengikuti agama Islam dan melakukan lima tahun. Kegiatan shalat harian yang sering dilewatkan oleh anak-anak muda ini saat bermain game online.

Edukasi dan Komunikasi Interpersonal Bagi Pengguna Game Online

Ketika seseorang telah baligh atau remaja, maka dosa orang tersebut bukan lagi menjadi beban orang tua, tetapi menjadi tanggung jawab orang tua untuk mengingatkan anak-anaknya dalam melaksanakan syariat, salah satunya adalah shalat

lima waktu. Selain itu juga penting melakukan komunikasi interpersonal kepada para pemain game, untuk menghindari kecanduan game online tersebut. Dalam komunikasi interpersonal, mengamati seseorang melalui perilakunya didasarkan pada persepsi pengamat perilaku tersebut. Ketika seseorang tengah bermain game online lantaran kemudian diganggu dengan menyuruhnya melaksanakan shalat lima waktu mereka akan merasa keberatan dan tidak segang untuk marah karena merasa permainannya terganggu, mereka rela pergi kumpul di warung kopi atau rumah teman seharian hanya untuk bermain game online, dan mereka tidak canggung-canggung untuk tidak melaksanakan shalat sehingga lalai dalam menjalankan kewajibannya. Mereka suka tertinggal karena terlalu sibuk bermain game online hingga lupa bahwa sudah waktunya menunaikan kewajiban shalat sebagai seorang muslim dan terkadang mengabaikan perintah orang tua.

Sholat adalah salah satu bentuk komunikasi dengan Tuhan oleh hamba dalam bentuk kata kerja dan kata, diawali dengan takbiratul ihram dan diakhiri dengan salam, sesuai dengan rukun yang diidentikkan oleh syari'ah dan juga syara. (Assuyut, 1998). Sholat meliputi sholat wajib dan sunnah. Ada lima shalat yang diwajibkan Allah setiap hari: shalat subuh, shalat zuhur, shalat zuhur, shalat magrib, dan

shalat malam. Dalam Al-Qur'an, doa kalam Allah sering disampaikan dengan surat yang berbeda dalam ayat 43, 83 dan 110 Surat al-Baqarah, ayat 103 dan 177 Surat an-Nisa, dan Surat An 'am 72, Surat Yunus ayat 87, Surah Haji ayat 78 dan Al Qur'an surat-surat lainnya memerintahkan umat Islam untuk berdoa.

Penutup

Pesatnya pertumbuhan game online berdampak besar pada kepercayaan para remaja. Pembinaan keimanan remaja merupakan kelanjutan dari pembinaan keimanan masa kanak-kanak dan memerlukan pengawasan dan pengertian baik oleh orang tua maupun guru, yang harus dilakukan karena pada masa remaja masih merupakan masa berkembangnya stereotip yang dapat mempengaruhi segala sesuatu, termasuk implementasi nilai-nilai. - nilai agama. Nilai-nilai keagamaan tersebut adalah melakukan kegiatan ibadah seperti shalat lima waktu, puasa, dan kegiatan keagamaan yang dilakukan oleh remaja selain melakukan ibadah sebagai manusia.

Dari hal tersebut, sebaiknya pemain game harusnya lebih menyadari pengaruh positif dan negatif yang dituaikan dari bermain game, yang begitu banyak menguras waktu dan tenaga. Oleh karena itu, agama dalam suatu agama dapat ditingkatkan dengan meningkatkan ketaatan dalam

mematuhi semua perintah agama itu dan juga dengan menghindari semua larangan agama itu dan menjalankan tindakan tertentu yang mencerminkan ajaran agama itu.

Jika tingkat keagamaan remaja meningkat, mereka mungkin merasa tenang karena kebutuhan spiritual mereka terpenuhi. Derajat religiusitas remaja dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku yang sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya, karena mereka memandang agama sebagai tujuan hidupnya. salah satu ajaran agamanya. Karena semua agama mendorong semua umatnya untuk berbuat ba

Referensi

- Alwi Said .(2014). Perkembangan Religiusitas Remaja. (Yogyakarta: Kaukabah Dipantara)
- Muhammad Ngali .Religiusitas Remaja Yang Kecanduan Game Online Mobile Legends Di Desa Sriwedari Kecamatan Muntilan Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah. Skripsi s1 Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2020.
- Aditono, Siti Rahayu, Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya, ed. Ke 16, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2006
- Muhammad Fahrul, "Pengertian Game Online dan Sejarahnya" (On-Line) tersedia di : <http://my.opera.com/blog/show.dml/10712381> (diakses 22 November 2017)
- Desmita. (2009). Psikologi Perkembangan. (Bandung: PT Remaja Rosda Karya)
- Dahria Umriana."Hubungan Antara Kecanduan Bermain Game Online Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Pengguna Warnet". Skripsi s1 Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.
- Harsan, Alif. 2011. Jago Bikin Game Online. Jakarta : PT. Trans Media Henry, Samuel. 2017. Panduan Praktis Membuat Game 3D. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu Ismail.
- Andang. 2016. Education Games, Menjadi Cerdas dan Ceria Dengan Permainan Edukatif. Yogyakarta : Pilar Media

Bagian 12

Dampak Jejak Digital Pada Setiap Aktivitas Yang Diunggah Di Internet Bagi Reputasi Penggunanya

Hajirah , Arianti , Muhammad Nashiir As'ad

Ada beberapa dampak jejak digital bagi reputasi pengguna, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Namun sebelum kita masuk dan membahas secara mendalam. Kita harus mengetahui terlebih dahulu terkait dengan jejak digital. Di era modern ini, pengaplikasian teknologi digital sudah semakin banyak digunakan di berbagai lini kehidupan mulai dari pendidikan, perdagangan, kesehatan, pertanian, pemerintahan, perbankan, dan lain-lain. Adapun pengertian dari jejak digital, dilansir dari tirto.id mengungkapkan bahwa:

“Jejak digital, atau digital universe, atau yang disebut IDC (International Data Corp) sebagai “digital shadow” merupakan suatu kapsul yang menampung segala informasi aktivitas pengguna internet. Video YouTube apa saja yang ditonton, kata-kunci apa saja yang pernah dicari via Google, berapa kali kunjungan ke Wordpress, titik-titik lokasi dan perjalanan kita yang terekam dalam Google Maps, merupakan jejak digital yang pasti tertinggal sadar atau tak sadar.” (Zaenudin, 2018).

Sebagian besar dari kita meninggalkan ratusan jejak digital setiap hari. seperti email, teks,

postingan blog, postingan twitter, foto, komentar, video youtube, atau klik suka di facebook. Jejak digital individu yang disatukan dapat menawarkan wawasan besar tentang detail kehidupan kita termasuk detail yang dianggap pribadi. Dalam dunia digital kita harus membedakan antara konten dan metadata. Konten merupakan pesan (*message*) atau informasi (*information*) yang dipersembahkan melalui sebuah media sedangkan metadata adalah jenis informasi yang memberikan data atau menggambarkan informasi lain, hal ini merupakan konteks komunikasi dan media. Jenis metadata yang paling umum digunakan adalah nomor telepon, alamat email, dan nama pengguna.

Sejalan dengan perkembangan zaman, internet telah berkembang dan selalu mengalami perubahan yang cukup signifikan. Di samping itu, adanya dukungan yang memadai dari berbagai teknologi yang lebih modern dan canggih. Beberapa industri teknologi juga bersaing melakukan inovasi. Seperti yang kita amati bersama dimulai dari 2G, 3G, 4G, hingga yang terbaru saat ini yaitu 5G. Inovasi yang dilakukan mengikuti perkembangan dan kebutuhan zaman. Perkembangan yang sangat cepat dari penggunaan internet di Indonesia tentu

tidak bisa dilepaskan dari kemudahan untuk mengakses layanan tersebut.

Wawan Setiawan (2017) berpendapat bahwa dengan mengendalikan fungsi teknologi dengan baik dan menguasai teknologi agar era digital membawa manfaat bagi kehidupan merupakan respon serius terhadap kemajuan era digital. Memahami teknologi dengan baik dan benar dibutuhkan pendidikan sebagai media utama. Anak-anak dan remaja harus dikontrol oleh orang tua dalam menggunakan teknologi. Bukan hanya orang tua yang berperan dalam memantau aktifitas anaknya namun pemerintah juga harus ikut andil. Contohnya pemerintah melakukan kajian secara mendalam terkait pembahasan digitalisasi dalam berbagai bidang seperti sosial budaya, pendidikan, ekonomi, politik, pertahanan dan keamanan.

Dengan memanfaatkan layanan akses internet dengan baik dapat menciptakan inovasi digital yang akan mempermudah aktifitas manusia. Contoh adanya inovasi digital dalam dunia pendidikan yaitu sebuah sekolah yang menggunakan aplikasi WhatsApp sebagai media pembelajaran. Seiring berjalannya waktu sekolah tersebut memanfaatkan sebuah platform digital yang

bernama SCI Media Online untuk pembelajaran jarak jauh. Dengan tujuan agar para peserta didik tidak bosan dan menggunakan media belajar yang bervariasi.

Pengguna media sosial menyusun reputasi diri. *Upgrade* (meningkatkan) nilai atau citra diri dengan menunjukkan bakat atau kompetensi yang dimiliki untuk membangun persepsi yang baik kepada publik, hal ini merupakan tujuan membangun *personal branding*. Oleh karena itu, *personal branding* harus didasari dengan kejujuran. Menunjukkan diri yang sebenarnya tanpa adanya topeng sosial. Dengan harapan mendapatkan umpan balik yang positif dari publik. Sedangkan jika mengandalkan pencitraan yang menekankan pada pembentukan citra diri sesuai keinginan atau harapan publik demi mendapatkan pujian. Seringkali usaha pencitraan ini digunakan untuk menutupi hal-hal buruk yang ada pada dirinya sehingga didasari oleh kebohongan. Pada hakikatnya, apa yang diposting di media sosial adalah apa yang ia perkenankan untuk diketahui oleh orang lain (Angela Aulie, 2022).

Mencari reputasi dengan cara mengunggah setiap aktivitas bisa memberikan dampak positif bagi

penggunanya. Namun, mengunggah setiap aktifitas di internet dan membuat para pengguna lain merasa risih bisa saja melekat secara permanen di internet, karena teknologi digital sekarang semakin canggih dan berkembang. Maka berhati-hatilah dalam menggunakan media sosial terlebih untuk menjaga reputasi. Ada beberapa dampak positif dalam menggunakan internet. Pertama memudahkan komunikasi, kita menghemat biaya, waktu dan tenaga dengan adanya internet. Informasi yang didapatkan bisa langsung diterima melalui beberapa media sosial tanpa harus terjun langsung ke lokasi. Manfaat yang Kedua yaitu internet digunakan sebagai sarana pembelajaran. Saat ini dengan teknologi yang semakin canggih, memanfaatkan aplikasi pembelajaran merupakan salah satu cara menciptakan suasana pembelajaran yang menarik (tidak terkesan membosankan), sekaligus membantu melatih keterampilan peserta didik dengan memanfaatkan aplikasi pembelajaran. Misalnya penggunaan aplikasi *geogebra*. Penggunaan aplikasi ini bertujuan untuk menarik minat siswa dalam belajar. Sehingga peserta didik tidak bosan dan mudah jenuh dalam pembelajaran.

Berbagai kejahatan yang mengintai banyak terjadi di dunia internet sebagai dampak dari perkembangan teknologi yang begitu pesat. Hal negatif dari penggunaan internet dalam berjejaring sosial tidak dapat diabaikan. Seperti depresi Facebook, *sexting*, dan *cyberbullying* yang merupakan ancaman yang sangat nyata. "Depresi Facebook," didefinisikan sebagai suatu gangguan emosional yang terjadi ketika praremaja dan remaja menghabiskan banyak waktu di situs media sosial.

Kegiatan membanding-bandingkan diri adalah penyebab utama depresi Facebook. Seperti melihat orang dengan tampilan fisik yang mendekati kriteria sempurna (cantik, putih, langsing) dan membuat mayoritas remaja menjadi *insecure*. Kemudian dampak buruk selanjutnya yaitu *sexting*. *Sexting*, tindakan mengirimkan gambar diri mereka secara seksual atau pesan yang mengandung unsur pornografi secara seksual kepada individu atau kelompok lain.

Sementara remaja laki-laki terpaksa mengirim pesan seksual yang eksplisit, remaja perempuan lebih cenderung mengirim foto diri mereka yang tidak pantas, kebanyakan kepada pacar mereka. Hal ini yang seringkali kita saksikan 2

anak manusia yang berbeda jenis sedang dimabuk asmara. Namun karena adanya suatu permasalahan sehingga keduanya mengambil jalan untuk memutuskan hubungan mereka. Setelah putus ada salah satu dari mereka yang mengirim foto ataupun video pada saat mereka berpacaran. Dengan tujuan agar pihak sebelah menjadi malu. Keabadian dan keluasan internet menjadikannya lahan subur untuk menyebarkan informasi tersebut hingga menjadi viral. Di luar trauma pribadi dan penghinaan yang disebabkan oleh *sexting*, ada konsekuensi hukum juga; beberapa negara menganggap kegiatan seperti itu sebagai pelanggaran ringan sementara banyak kelompok *sexting* dikategorikan sebagai tindakan kejahatan. Kejahatan selanjutnya yaitu *cyberbullying* atau perilaku agresif oleh seorang individu yang menyebabkan ketidaknyamanan bagi orang lain. *Cyberbullying* terlihat mudah bagi pelaku intimidasi karena mereka tidak melihat reaksi korbannya secara langsung.. Namun realita yang ada, konsekuensinya dapat mengubah kehidupan para korban bahkan bisa mengambil nyawa mereka atau menjadi cukup tertekan secara psikologis sehingga memerlukan pertolongan medis (Suren Ramasubbu, 2017)

Memposting ataupun menulis di media sosial berperan penting dalam membuat jejak digital individual kita. Jejak digital data yang kita tinggalkan saat berinteraksi dengan teknologi *online* seperti saat menulis di Facebook. Tindakan memposting di media sosial harus dilakukan dengan pemikiran dan pertimbangan kritis. Tidak semua orang memikirkan secara mendalam dampak dari sesuatu yang ditulis di media sosial. Saat mempublikasikan sesuatu secara *online*, kita terlebih dahulu menghormati diri sendiri dengan tidak mengunggah informasi pribadi secara sembarangan, menghargai teman *online*, serta orang lain yang mungkin membaca postingan kita.

Sebuah riset mengungkapkan antara kecemasan sosial dan ketergantungan pada media sosial memiliki hubungan yang kuat. Kecemasan sosial yang rendah akan membuat ketergantungan pada sosial media juga rendah. Begitupun sebaliknya, kecemasan sosial yang tinggi akan membuat ketergantungan pada sosial media yang tinggi. Kecemasan sosial secara teoritis merupakan faktor sebagai penyebab seseorang menjadi ketergantungan dengan media sosial. Dukungan sosial pada saat berinteraksi di

lingkungan sehari-hari, mengakibatkan kecemasan sosial yang rendah. Terlepas dari kenyataan bahwa mereka dinamis di media sosial, mereka juga orang yang pasti bisa berinteraksi dengan individu dalam situasi apa pun. Meskipun hasil dari riset ini memberikan pengaruh yang sangat kecil (Soliha, 2015: 8).

Dilansir dari AFNEWS.CO.ID menerangkan bahwa saat ini jejak digital sangat mempengaruhi karir seseorang. Perekrutan pekerja di sebuah perusahaan misalnya, manajemen perusahaan akan melakukan penelitian jejak digital para pelamar, untuk dijadikan faktor penentu diterima atau tidaknya pelamar di tempat kerja tersebut. Oleh karena itu, Sofyan Djalil mengingatkan semua pihak agar arif dan bijaksana dalam menggunakan medsos, sehingga bisa meninggalkan jejak digital yang baik. Karena jejak digital bagaikan catatan Raqib dan Atid (catatan baik dan catatan buruk) bagi setiap individu pengguna medsos. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sofyan A Djalil (2019) yang mengungkapkan bahwa “Pintar sekalipun pelamar kerja, jika jejak digitalnya tidak baik, maka perusahaan akan menolak.”

Feedback positif terhadap suatu postingan di media sosial menunjukkan lingkungan perlu memberikan reaksi positif kepada orang lain dalam membentuk pribadi dan perilaku yang positif, tanpa disibukkan oleh media sosial dan penilaian orang lain terhadapnya agar bisa meminimalisir ketergantungan mahasiswa yang tinggi terhadap media sosial. Contohnya dengan memberikan komentar yang memotivasi, mengapresiasi pencapaian seseorang, dan lain sebagainya. Karena setiap manusia memiliki fitrah ingin dihargai. Namun ada beberapa kasus yang kurang baik dalam bermedia sosial. Seperti perbedaan respon terhadap orang yang *good looking* (artis) dengan masyarakat biasa. Banyak kasus yang terjadi di media sosial. Contohnya kita melihat ada respon netizen yang berbeda terhadap artis yang *good looking* dengan masyarakat biasa saja. Padahal keduanya sama-sama melakukan tindakan asusila. Banyak kasus *good looking* ketika melakukan kesalahan akan dimaafkan kesalahannya serta diberi dukungan seperti “jangan putus asa yah ganteng, jangan dengarkan komentar negatif dari netizen”. Sedangkan untuk masyarakat biasa langsung

dicerca dengan opini-opini yang mengandung unsur penghinaan.

Ada beberapa hal yang bisa dilakukan dalam menyikapi komentar negatif di media sosial yaitu dengan melakukan intropeksi diri, mengkonfirmasi komentar negatif tersebut, tidak emosional dan gegabah, jika komentar negatif telah mengganggu dan sudah tidak wajar kita bisa mempergunakan fitur blokir di media sosial agar tidak bisa berinteraksi lagi dengannya. Sebelum melakukan pemblokiran, perlu diperhatikan untuk mendokumentasikan hal-hal yang menyinggung sebagai alat bukti untuk kedepannya jika masalah menjadi lebih besar.

Namun di lain sisi, kita juga bisa berdaya di media sosial. Contohnya dengan adanya strategi iklan *online*. Media sosial menjadi sarana periklanan yang modern. Ada beberapa keunggulan dari iklan di media sosial yaitu, iklan media sosial menyokong peningkatan popularitas sebuah *brand*, menjadi stimulus konsumen untuk membeli dengan adanya postingan yang menarik, dan mempunyai lebih banyak kemampuan untuk menciptakan sambungan jarak jauh. Setelah memutuskan untuk mengatur akun media sosial dengan memposting foto-foto

produk menarik diselingi dengan informasi unik, bisa dibayangkan pengguna media sosial lainnya akan tertarik untuk terus mengikuti akun bisnis tersebut.

Ada 6 tips dalam menjaga jejak digital. Pertama selalu *logout* pada saat keluar dari suatu web untuk menghindari hal yang tidak diinginkan di masa depan. Kedua jangan memberi tahu kata sandi akun kepada orang lain. Ketiga jika mendapat hal-hal yang membuat risih, takut, khawatir ataupun hal yang dapat memberikan dampak negatif segera lapor kepada orang dewasa. Bisa juga dengan melaporkan konten yang tidak pantas atau kasar. Dalam kebanyakan kasus, pengelola web merespon dengan cepat. Keempat menggunakan tombol riwayat dan fungsi *bookmark* untuk mengingat situs web favorit. Kelima Jika ingin memposting komentar secara *online*, tidak harus menggunakan nama sendiri. Bisa diganti dengan nama panggilan sehari-hari. keenam berhati-hatilah dengan siapa anda berbagi informasi pribadi dan selalu berpikir dua kali sebelum membagikan informasi yang bersifat pribadi.

Ada beberapa pendapat terkait dengan penghapusan jejak digital diantaranya ada yang berpendapat jejak digital bisa dihapus. *handphone* atau *smartphone* yang digunakan pengguna sebagai

kunci untuk menghapus jejak digital. Ada juga yang berpendapat manusia yang memiliki jejak digital “secara mendasar, tak bisa menghapus hal tersebut.” Menurutnya, pengguna internet hanya mampu untuk “menonaktifkan.”. Namun di lain sisi, ada tawaran tips menghapus jejak digital dari Lily Hay Newman. Penulis Wired tersebut mengungkapkan ada beberapa tips yang bisa ditempuh. Pertama perhatikan perangkat elektroniknya. Seperti *smartphone*, hal utama yang harus dibersihkan. Khususnya perangkat-perangkat lama tetapi masih menyimpan data-data digital. Setelah itu, penggunaan perangkat baru semestinya diperhatikan dan dijaga keamanan akses datanya. Pengguna internet yang ingin menghapus jejak digitalnya harus melihat lebih dalam pada layanan internet atau *cloud* yang mereka gunakan, kemudian hapus pada data yang tidak diinginkan seperti di e-mail. Ada juga cara lain untuk menghapus jejak digital di youtube (Rasyad, 2016) menjelaskan cara-cara menghapus riwayat youtube melalui aplikasi maupun dengan browser. Melalui aplikasi, langkah pertama yang kita lakukan adalah membuka aplikasi youtube → pilih kategori *account*, lalu pada bagian bawah pilih Riwayat / *history* → Pada bagian ini

kamu dapat melihat seluruh daftar video yang telah ditonton. Kamu bisa menghapus satu per satu video yang tidak diinginkan dengan cara menekan lambang titik tiga di setiap video atau untuk menghapus semuanya pilih icon tong sampah di pojok kanan atas → Pada perintah selanjutnya pilih *clear history* / hapus riwayat dan semua langsung hilang dalam sekejap. Sedangkan melalui browser ada langkah-langkah tersendiri yaitu, membuka youtube dan masuk ke akun google → Pada bagian kiri pilih kategori *history* / riwayat → selanjutnya pilih *Clear all watch history* / hapus semua riwayat.

Mencari reputasi dengan cara mengunggah setiap aktifitas bisa menjadi dampak negatif ataupun positif bagi penggunanya. Namun, mengunggah setiap aktifitas di internet dan membuat para pengguna lain merasa risih bisa saja melekat secara permanen di internet, karena teknologi digital sekarang semakin canggih dan berkembang. Maka berhati-hatilah dalam menggunakan media sosial terlebih untuk menjaga reputasi.

Referensi

- Aulie, Angela. 2022. *Media Sosial sebagai Sarana Personal Branding atau Pencitraan?*. <https://kumparan.com/auliesephanya/media-sosial-sebagai-sarana-personal-branding-atau-pencitraan-1yK0fHIG1Lc/2>. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).
- B, Fernanda Adiasta. 2021. *Hubungan Internet dan Inovasi Digital*. <https://digitalbisa.id/artikel/hubungan-internet-dan-inovasi-digital-xK8lQ>. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).
- Digital Footprints: Public Writing and Social Identities*. <https://writingcommons.org/article/digital-footprints-public-writing-and-social-identities/>. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).
- Ramasubbu, Suren. 2017. *Influence of Social Media on Teenagers*. https://www.huffpost.com/entry/influence-of-social-media-on-teenagers_b_7427740. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).
- Setiawan, Wawan. 2017. *Era Digital dan Tantangannya*. <https://core.ac.uk/download/pdf/87779963.pdf>. (diakses pada tanggal 19 Juli 2022).
- Sofyan A Djalil : *Jejak Digital di Media Sosial Pengaruhi Karir Seseorang Dimasa Depan*. <https://afnews.co.id/2019/02/sofyan-a-djalil-jejak-digital-di-media-sosial-pengaruhi-karir-seseorang-dimasa-depan/>. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).

Soliha, Silvia Fardila. *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. Interaksi*, 4.1 (2015).

Umam. *Sejarah Internet hingga Perkembangannya di Indonesia Saat ini*. <https://www.gramedia.com/literasi/sejarah-internet/>. (diakses pada tanggal 19 Juli 2022).

What are digital traces. <https://myshadow.org/digital-traces-content-and-metadata>. (diakses pada tanggal 20 Juli 2022).

Your Digital Footprint. <https://learnenglishteens.britishcouncil.org/skills/reading/b2-reading/your-digital-footprint>. (diakses pada tanggal 22 Juli 2022).

Zaenudin, Ahmad. 2018. *Mungkinkah Menghapus Jejak Digital?*. <https://tirto.id/mungkinkah-menghapus-jejak-digital-cN2D>. (diakses pada tanggal 19 Juli 2022).

Bagian 13

Peran Orang Tua Dalam Mendukung Kegiatan Pembelajaran Rumah Pada Masa Pandemi

Deka Darmawan, Nur Akhlia Fajrin, Fildza Az Zahra

Akhir tahun 2019 ditandai dengan terciptanya salah satu peristiwa yang menggemparkan seluruh dunia. Peristiwa tersebut mengguncang berbagai sudut pandang atau profesi di berbagai negara. Peristiwa yang dimaksud yaitu kemunculan suatu jenis virus yaitu Covid-19. Wabah virus ini berkembang biak di negara China, tepatnya daerah Wuhan. Virus ini berkembang sangat cepat di negara China dan akhirnya ke negara lain. Maret 2020 tercatat sebagai waktu dinyatakan Covid-19 secara resmi oleh World Health Organization (WHO) sebagai bentuk pandemi karena penyebarannya yang pesat di berbagai daerah. Salah satu sasaran berkembangnya

virus covid-19 adalah negara.Dan tercatat tanggal 2 Maret, Covid- 19 pertama kali ditemukan.Sampai sekarang,wabah covid-19 menyebar luas ke berbagai penjuru daerah di Indonesia.Tentunya,dengan munculnya wabah covid-19 di Indonesia berdampak bagi seluruh kalangan masyarakat.

Wabah ini juga berdampak pada setiap lingkup profesi atau kegiatan yang ada di negara Indonesia.Salah satu yang paling berdampak yaitu pada dunia pendidikan.Akibat munculnya wabah covid- 19,tercipta sebuah metode pembelajaran baru bagi setiap pelajar di Indonesia yaitu metode pembelajaran daring (offline).Metode pembelajaran ini diberlakukan karena maraknya penyebaran kasus covid-19 di Indonesia dan pemerintah tidak ingin ini berdampak pada kegiatan pendidikan setiap pelajar.Oleh sebab itu,pada bulan Maret 2020, pemerintah secara resmi mengeluarkan peraturan yang memerintahkan agar sekolah-sekolah melakukan proses pembelajaran secara daring (offline).Tentunya metode pembelajaran ini memiliki dampak positif

serta negatif bagi para pelajar. Banyak aspek atau faktor yang harus diciptakan dalam berlangsungnya proses metode pembelajaran secara daring ini agar dapat berjalan secara lancar. Salah satunya yaitu faktor orang tua di rumah sebagai pembimbing dalam kegiatan pembelajaran bagi para murid.

PENDIDIKAN PADA MASA PANDEMI

Munculnya wabah covid-19 di Indonesia membuat terciptanya *social distancing* guna mengurangi penyebaran wabah virus di berbagai wilayah. Hal tersebut menyebabkan setiap sekolah di Indonesia ditutup sementara sampai waktu yang tidak ditentukan, namun proses pembelajaran harus tetap berjalan dengan normal. Oleh karena itu, terciptalah solusi bagi seluruh sekolah-sekolah agar tetap dapat melaksanakan proses pembelajaran walaupun lingkungan sekolah ditutup. Melaksanakan pembelajaran di rumah dengan alat dan aplikasi yang ada dipercaya merupakan langkah paling tepat dalam menanggapi peristiwa tersebut.

Pembelajaran online menjadi solusi bagi para sekolah-sekolah dalam melaksanakan proses pembelajaran selama masa pandemi. Hal ini sesuai dengan pendapat Basilaia & Kvavadze (2020) yang berpendapat bahwa **“Pembelajaran online didefinisikan sebagai pengalaman transfer pengetahuan menggunakan video, audio, gambar, komunikasi teks dan perangkat lunak”**.

Seiring dengan berjalannya proses pembelajaran masa pandemi dan berkembangnya zaman, muncul berbagai fitur yang dibuat untuk mendukung keberhasilan pembelajaran jarak jauh. Fitur tersebut adalah aplikasi. Berbagai macam aplikasi digunakan oleh guru-guru dalam melangsungkan proses pembelajaran. Aplikasi tersebut antara lain *Zoom, Google Classroom, Edlink*, dan lain sebagainya. Bahkan, aplikasi komunikasi media sosial pun dimodifikasi sebagai sarana pembelajaran yang

menunjang proses pembelajaran daring, seperti *Whatsapp, Instagram, Tiktok*, dan lain sebagainya.

Aplikasi-aplikasi perangkat lunak pada zaman sekarang memang tidak dapat dihindari pemakaiannya. Mereka diciptakan agar manusia dapat mengikuti perkembangan zaman yang pesat dan dapat merasakan dampak dari perkembangan zaman tersebut. Begitupun dengan aplikasi berbasis pendidikan seperti *zoom*. “Diskusi dan transfer pengetahuan secara *face to face* layaknya bertemu dengan beragam platform *video teleconference* yang banyak tersedia gratis seperti *zoom* dan *google meeting*. Platform tersebut menjadikan pendidik dan peserta didik untuk bertemu dan berinteraksi secara virtual dengan fasilitas pesan instan dan kegiatan presentasi”. (Wiranda & Adri, 2019)

Zoom, adalah sebuah aplikasi perangkat lunak yang mungkin dapat dikatakan sebagai aplikasi yang sangat membantu berjalannya proses pembelajaran daring. Berbagai fitur yang terdapat pada aplikasi ini sangat bermanfaat bagi sistem

pembelajaran daring.Mulai dari banyaknya partisipan yang dapat ditampung dalam 1 room pembelajaran,sampai dengan aplikasinya yang dapat diakses secara gratis bagi setiap pelajar.Aplikasi *Zoom* baru mendapat popularitasnya sejak satu setengah tahun yang lalu.Hal itu berkat terciptanya pembelajaran daring (online),sehingga aplikasi *zoom* merupakan opsi pilhan utama bagi setiap sekolah dalam masa pandemi.Namun,tentunya masih terdapat banyak kekurangan dalam penggunaan aplikasi tersebut.Di kalangan mahasiswa,banyak yang menyayangkan batas waktu *zoom meeting* yang terbilang sangat terbatas dalam satu sesi yaitu sekitar 40 menit.Selain itu,performa jaringan atau sinyal internet menjadi salah satu kelemahan aplikasi ini.Walaupun terdapat kekurangan tersebut,banyak yang beranggapan bahwa aplikasi *zoom* ini sangat praktis dan efisien penggunaannya.Dan tak sedikit pula yang mengatakan bahwa dengan adanya aplikasi ini,guru dan pelajar lebih mudah

berkomunikasi dibanding dengan fitur *chat* yang dimiliki aplikasi lain.

Terciptanya pembelajaran jarak jauh tidak mengubah proses pembelajaran dan metode yang ada pada pembelajaran tatap muka. Hanya saja, dibutuhkan improvisasi dari pelajar dan guru dalam menyesuaikan suasana proses pembelajaran pada masa pandemi, namun tidak menghilangkan esensi dari proses pembelajaran tersebut “Belajar online menuntut peran pendidik mengevaluasi efektivitas dan disesuaikan dengan kebutuhan belajar. Ini penting dilakukan untuk tetap memenuhi aspek pembelajaran seperti proses pengetahuan, moral, keterampilan, kecerdasan dan estetika”. (Dai & Lin, 2020; Zhu & Liu, 2020).

Dengan adanya proses belajar secara Daring ini tentu peserta didik dapat lebih merasakan suasana belajar dengan metode yang berbeda dengan yang dialami di masa-masa sebelumnya yang tidak mengandalkan internet sama sekali, juga dalam memilih materi atau

informasi yang dapat dipercaya dan tentunya factual. Kreativitas guru dalam pembelajaran online sangat menentukan perhatian peserta didik terhadap aktivitas belajar, sedangkan bantuan dan motivasi orang tua sebagai pendamping proses belajar akan memudahkan para murid dalam mengefisienkan kegiatan belajar di rumah. Peran orang tua tidak hanya terlepas dari penyediaan fasilitas bagi anaknya, peran ganda yang dijalani orang tua sekaligus menjadi pendidik dan pengajar menjadi tantangan baru, sehingga kiranya orang tua perlu mempelajari Teknik-teknik mengajar agar mampu menyampaikan juga beberapa materi kepada anak nantinya. Dan juga selain itu bisa memotivasi anak dengan sebaiknya.

Dalam pembelajaran daring tentu saja membutuhkan yang namanya gadget. Dimana gadget merupakan alat yang diciptakan sebagai bentuk kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Gadget juga merupakan alat elektronik yang dapat mengolah informasi secara akurat. Kehadiran

gadget sangatlah berpengaruh dalam dunia pendidikan karena manfaat yang ditawarkan gadget akan sangat mendukung berbagai faktor dalam pembelajaran. Praktis, efisien serta canggih merupakan sedikit dari berbagai kelebihan gadget dalam dunia pendidikan.

Gadget memiliki beragam fungsi yang sangat bermanfaat. Di antaranya sebagai sarana informasi dan komunikasi, serta media hiburan. Bagi para pelajar, dengan adanya gadget mereka lebih nyaman dan tertarik dalam mencari berbagai materi dan informasi yang berhubungan dengan pendidikan, dan juga dapat lebih mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan gadget dalam media belajar. Gadget juga sangat berguna bagi pelajar dalam meneliti, menganalisis dan mengolah materi yang diberikan dengan praktis dan mudah. Dengan adanya gadget, pelajar pastinya akan lebih tertarik dalam menuntut ilmu karena manfaat yang ditawarkan gadget sangat beragam.

Dengan demikian kegiatan belajar daring membuat interaksi anak dengan gadget lebih sering terjadi. Dimana intensitas penggunaan gadget yang meningkat akan berpengaruh terhadap meningkatnya prevalensi resiko gangguan pemusatan perhatian, dimana nantinya anak lebih kecanduan dengan *gadget*. Adanya *gadget* juga membuat kita merasa tidak nyaman dan akan sangat tergantung kepada gadget tersebut dalam beraktivitas, apalagi dengan jam pelajaran sekolah di Indonesia yang terbilang sangat memakan waktu. Ketergantungan gadget juga sangat berdampak pada faktor kesehatan pelajar. Mereka akan terbuai dengan penggunaan gadget sehingga jam istirahat mereka berkurang dan akan berdampak pada kesehatan fisik dan mental. Pola makan juga menjadi hambatan dalam ketergantungan gadget.

Penggunaan gadget pada siswa menunjukkan dampak negative adiksi penggunaan *smartphone* terhadap aspek-aspek akademik. Di

sinilah peran orang tua sangat dibutuhkan. Orang tua harus terus memperhatikan jam penggunaan gadget anak agar teratur dan tidak berlebihan. Tentunya, penggunaan gadget yang berlebihan dapat berakibat sangat fatal bagi kesehatan fisik dan mental anak. Para orang tua juga harus memperhatikan apa yang dilihat anak di gadget tersebut. Jangan sampai hal-hal yang tidak dapat dilihat anak akan mengakibatkan dampak negatif yang sangat buruk bagi kondisi anak.

Peran Orang Tua Dalam Proses Pembelajaran Daring

Orang tua bisa dikatakan sebagai media pembelajaran pertama seorang anak sejak lahir, mulai dari pembelajaran dalam segi ilmu maupun dari segi akhlak. Pembelajaran yang diterapkan orang tua terhadap anak bisa dikatakan sebagai bentuk moral dibanding dalam bentuk ilmu pengetahuan. Wajar dikatakan bahwa pendidikan akademik seorang anak di sekolah tidak lepas dari

pengaruh orang tua dalam membimbing anaknya di rumah. Orang tua adalah sumber pembelajaran bagi anak semenjak ia lahir, orang tua mengajarkan aspek utama seperti bertutur dan berbahasa yang baik kepada anaknya sebelum ia menginjak bangku sekolah. (Hero & Sni, 2018; Trianingsih, 2016).

Semenjak pandemi covid-19 menyebar di Indonesia, dibutuhkan tugas ekstra dari para orang tua dalam membimbing anak mereka masing-masing, karena segala kegiatan akademik di sekolah ditutup serentak dan dialihkan ke proses pembelajaran jarak jauh (online). Terkait peristiwa tersebut, dibutuhkan bimbingan lebih dari para orang tua. Bukan hanya sekedar mengandalkan peran guru yang dapat dikatakan lebih berkurang karena proses komunikasi antara guru dan murid yang terbatas. Disinilah peran orang tua yang menjadi komunikasi yang lebih jelas bagi sistem pembelajaran rumah yang dialami setiap anak dalam masa pandemi. Orang tua diharapkan dapat menjadi pengganti peran guru di sekolah dengan

cara lebih berkomunikasi soal kegiatan akademik dengan anaknya, dibanding lebih mengandalkan proses pembelajaran daring yang biasanya kurang efektif bagi pemahaman anak.

Orang tua memiliki kendali besar dalam menjaga keberhasilan proses pembelajaran jarak jauh yang dialami anak mereka. Salah satunya yaitu faktor lingkungan. Sebaiknya mungkin orang tua harus membuat lingkungan yang nyaman, aktif, dan interaktif bagi para pelajar guna mereka terhindar dari perasaan bosan dengan suasana pembelajaran di lingkungan rumah. Faktor lain yang harus diperhatikan orang tua yaitu keaktifan anak dalam kegiatan pembelajaran. Orang tua harus bisa menghidupkan suasana belajar, mungkin dengan menyelingi kegiatan pembelajaran dengan *games* aktif yang akan membuat anak lebih aktif lagi dalam menjalani proses pembelajaran.

Terlepas dari efektifnya kegiatan pembelajaran dari rumah sebagai media pengganti proses pembelajaran tatap muka, bukan berarti tidak

memiliki tantangan atau hambatan tersendiri. Berbagai bentuk keluhan dilayangkan orang tua dalam bentuk menanggapi proses pembelajaran rumah ini. Salah satunya yaitu faktor ekonomi setiap orang tua yang berpengaruh besar dalam kesuksesan proses pembelajaran rumah. Banyak orang tua yang mengatakan bahwa terjadi pembengkakan ekonomi semenjak diberlakukannya metode pembelajaran daring. Berbagai macam tantangan timbul, seperti permintaan anak untuk Membeli *handphone* baru guna sebagai alat pembelajaran untuk proses pembelajaran daring. Hambatan lain yang dialami yaitu kurangnya pemahaman orang tua dengan metode pembelajaran daring yang menggunakan kemajuan teknologi, sehingga sulit bagi para orang tua untuk menanamkan sifat belajar yang giat pada anak.

Pekerjaan juga menjadi suatu faktor hambatan. Banyak dari mereka berpendapat bahwa dengan diterapkannya metode pembelajaran jarak

jauh, mereka tidak dapat membagi waktu dalam bekerja dan mendampingi proses pembelajaran anak. Salah satu hambatan yang dihadapi orang tua dalam mendampingi anaknya dalam proses belajar jarak jauh yaitu kesulitan untuk mengontrol kegiatan anak dan menjaganya agar tidak keluar rumah saat proses pembelajaran. (Nasution & Suharian, 2020).

Meskipun berbagai kendala dialami orang tua dan anak dalam proses pembelajaran daring, namun juga terdapat berbagai macam upaya penanggulangan kendala tersebut yang harus dilakukan. Yang pertama yang harus dikuasai oleh orang tua yaitu materi pembelajaran anaknya di sekolah. Walaupun hanya sekedar pemahaman kecil terhadap materi tersebut, akan sangat berguna dalam membimbing anak dalam masa belajarnya.

Berikutnya, orang tua juga harus bisa memahami media yang dipakai dalam proses pembelajaran jarak jauh. Itu berguna agar mereka dapat memantau kegiatan yang dilakukan anak di

gadgetnya,apakah itu berhubungan dengan proses pembelajaran ataupun hal-hal yang tidak seharusnya dilihat oleh anak.Orang tua harus lebih meningkatkan pemahaman mereka terhadap kemajuan teknologi agar mampu mengelola,mengatur serta membantu anak dalam kegiatan pembelajaran jarak jauh menggunakan gadget.(Ntelok, 2021).

Sikap dan perilaku orang tua juga harus dikontrol dalam membimbing proses pembelajaran daring.Jika tidak,maka anak akan semakin tidak betah belajar di rumah dan tentunya mengganggu pendidikan akademik anak.Yang paling terakhir yaitu orang tua harus selalu berkomunikasi dengan guru yang mengajari anaknya.Orang tua harus menyampaikan keluhan kesahnya selama membimbing anaknya dalam proses pembelajaran daring dan mendiskusikan solusinya dengan guru agar proses pembelajaran dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Dampak Positif Proses Pembelajaran Daring Pada OrangTua Dan Anak

Setiap hal pasti memiliki pro dan kontra,kekuatan dan kelemahan,serta kelebihan dan kekurangan masing-masing.Begitu juga dengan proses pembelajaran daring yang diterapkan oleh pemerintah.Proses pembelajaran daring tidak hanya menimbulkan hal negatif semata,tetapi juga menciptakan dampak positif bagi orang tua dan anak.Salah satu dampak positif yang paling banyak dialami oleh anak dalam proses pembelajaran daring ini yaitu mereka dapat mengikuti kegiatan pembelajaran secara lebih “bebas” dan “santai” dari biasanya.Dalam proses pembelajaran tatap muka,ditetapkan jadwal yang harus ditepati oleh para murid.Otomatis murid yang tempat tinggalnya jauh dari sekolah harus mempersiapkan diri lebih awal untuk pergi ke sekolah.

Dengan diberlakukannya proses pembelajaran daring,para murid tinggal

menyiapkan *Handphone* mereka serta jaringan yang memadai untuk mengikuti kegiatan pembelajaran. Proses pembelajaran daring pun dinilai memiliki dampak positif terhadap kaum mahasiswa. Banyak mahasiswa berpendapat dalam proses pembelajaran daring ini, mereka dituntut untuk lebih mandiri lagi. Hal ini dikarenakan dalam proses pembelajaran daring, dosen hanya memberikan file materi kepada mahasiswa sehingga mahasiswa sendirilah yang mencari penjelasan lebih lanjut dari file materi yang diberikan oleh dosen.

Tentunya, dampak positif pembelajaran daring juga dialami oleh para orang tua. Dampak paling krusial yang didapat orang tua yaitu dapat membimbing proses pembelajaran anaknya sendiri ketika berada di rumah. Dengan bimbingan tersebut, orang tua merasa lebih tenang dengan proses pembelajaran anaknya. Proses pembelajaran daring secara tidak langsung juga lebih mendekatkan hubungan antara orang tua dan anak

menjadi lebih intens sehingga orang tua dapat mengenal kepribadian anaknya lebih jauh ketika dalam proses pembelajaran. Bukan hanya tentang faktor dengan anaknya. orang tua juga akan dipaksa untuk lebih mengenal kemajuan teknologi dengan membimbing proses pembelajaran daring yang dialami oleh anak. Dan mungkin faktor positif yang paling berkesan untuk para orang tua yaitu mereka dapat mengetahui lebih jauh bagaimana rasanya menjadi seorang guru, walaupun hanya sekedar sebagai pembimbing. Mereka dapat mengetahui sulitnya dalam membimbing dan mengajarkan ilmu baru serta besarnya peran para guru terhadap anak yang sering dianggap sepele oleh banyak orang.

Kesimpulan

Kehadiran virus covid-19 di Indonesia mengharuskan segala lingkup profesi berimprovisasi dalam melaksanakan tugasnya masing-masing, tak terkecuali dalam dunia pendidikan. Setiap lingkup sekolah diharuskan menutup segala kegiatan proses pembelajaran tatap

muka di lingkungan sekolah,namun proses pembelajaran tetap berjalan dengan normal.Oleh karena itu,pemerintah menciptakan kebijakan yang mengharuskan setiap sekolah beralih ke proses pembelajaran jarak jauh (daring) yang dilakukan di tempat tinggal masing-masing tentunya dengan bimbingan guru.Hal ini diharapkan dapat mencegah penyebaran covid-19 di Indonesia,khususnya di lingkungan sekolah.Pelaksanaan proses pembelajaran daring disambut dengan berbagai respon,bukan hanya dari murid dan guru melainkan juga para orang tua.Banyak yang beranggapan proses pembelajaran daring membawa masalah atau hambatan baru,tetapi tidak sedikit juga yang mendukung proses pembelajaran daring guna mengantisipasi penyebaran kasus covid-19.Keluhan yang sering didapat terkait proses pembelajaran daring yaitu kendala jaringan yang tidak memadai.Ini masih menjadi musuh terbesar yang dialami ketika menjalani proses pembelajaran daring.Tapi

sebagian juga berpendapat proses pembelajaran daring memudahkan komunikasi antara guru dan murid yang tidak diharuskan bertemu secara tatap muka dalam masa pandemic. Apapun itu, proses pembelajaran daring pasti memiliki kelebihan dan kekurangan tersendiri. Tinggal bagaimana cara perspektif kita dalam melihat hal tersebut. Tentunya kita juga harus mendukung sistem pembelajaran daring ini karena merupakan solusi terbaik yang dipercaya pemerintah dalam menanggulangi penyebaran kasus covid-19 yang terbilang cukup banyak di negara Indonesia.

Referensi

- Herliandry, L.D., Nurhasanah, N., Suban, M. E., & Kuswanto, H. (2020). Pembelajaran pada masapandemic covid-19. *JTP-Jurnal Teknologi Pendidikan*, 22(1), 65-70.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pembelajaran+pada+masa+pan demi&btnG=#d=gs_qabs&t=1656586892615&u=%23p3DEWlb-dQ_yO0j diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:00 Wita
- Haqien, D., & Rahman, A. A. (2020). Pemanfaatan zoom meeting untuk proses pembelajaran pada masa pandemic covid-19. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5(1).

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pemanfaatan+zoom+metting+pada+proses+pembelajaran&btnG=#d=gs_qabs&t=1656586980280&u=%23p%3DhiyEBw2nxQEJ
diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:15 Wita

Mahfud, M. N., & Wulandari, A. (2018). Penggunaan Gadget Untuk Menciptakan Pembelajaran yang Efektif. Seminar Nasional Pendidikan 2018 https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=penggunaan+gadget+untuk+menciptakan&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587174019&u=%23p%3DMo5h9NZQ-plJ diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:20 Wita

Maria, I., & Novianti, R. (2020). Efek Penggunaan gadget pada masa pandemi covid-19 terhadap perilaku anak. *Affāluna: Journal of Islamic Early Childhood Education*, 3(2), 74-81.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=efek+penggunaan+gadget+pada+masa+pandemi&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587231060&u=%23p%3DjVc9BGtyiOwJ Diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:22 Wita

Putra, C. A. (2017). Pemanfaatan Teknologi Gadget Sebagai Media Pembelajaran. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 1-10.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pemanfaatan+teknologi+gadget+sebagai+media&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587276583&u=%23p%3DCcINbm3Hxx8J

diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:25
Wita

Mahfud, M. N., & Wulansari, A. (2018).
Penggunaan Gadget untuk Menciptakan
Pembelajaran yang Efektif. Seminar Nasional
Pendidikan 2018.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sd=0%2C5&q=penggunaan+gadget+untuk+mencip+takan&oq=penggunaa#d=gs_qabs&t=1656587326705&u=%23p%3DMo5h9NZQ-pIJ diakses
pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:30 Wita

Abroto, A., Prastowo, A., & Anantama, R. (2021).
Analisis Hambatan Proses Pembelajaran
Daring dengan Menggunakan Aplikasi
Whatsapp di Sekolah Dasar. Jurnal Basicedu,
5(3), 1632- 1638.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=analisa+hambatan+proses+pembelajaran+daring&oq=analisa+hambatan+proses+pembelajaran+da#d=gs_qabs&t=1656587423279&u=%23p%3D3zFNXSNRtvEJ diakses pada
17 Juli 2022 pada pukul 20:33 Wita

Wijoyo, H. (2021). Efektivitas Proses
Pembelajaran Masa Pandemi. Insan Cendekia
Mandiri.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sd=0%2C5&q=efektivitas+proses+pembelajaran+ada+masa+pandemi&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587473971&u=%23p%3DEAsyTuOuALkJ
diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:36
Wita

- Oktavian, R., & Aldya, R. F. (2020). Efektivitas pembelajaran daring terintegrasi di era pendidikan 4.0. *Didaktis: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan*, 20(2).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=efektivitas+pembelajaran+dari+g+terintegrasikan&oeq=efektivitas+pembelajaran+dari+g+terintegrasikan&d=gs_qabs&t=1656587514737&u=%23p%3DWEZd7FAJUw8J diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:36 Wita
- Ntelok, Z., Nantung, Y., & Tapung, M. (2022). Peran orang tua dalam mendampingi anak belajar selama masa belajar dari rumah. *Jurnal Literasi Pendidikan Dasar*, 2(2), 6-13.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=peran+orang+tua+dalam+mendampingi+anak+belajar+selama+masa&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587597832&u=%23p%3DUTAS02yPC74J Diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:40 Wita
- Fahlana, H. (2021). Peran dan kendala orang tua dalam mendampingi anak belajar di rumah pada masa pandemi covid-19. *Proceeding: Islamic University of Kalimantan*.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=peran+dan+kendala+orang+tua+dalam+mendampingi&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587650531&u=%23p%3DLBWc-SoSstYJ diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:45 Wita
- Prawanti, L. T., & Sumarni, W. (2020). Kendala pembelajaran daring selama pandemic covid-19. *In Prosiding Seminar Nasional*

Pascasarjana (PROSNAMPAS) (Vol. 3, No. 1, pp. 286- 291).

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=kendala+pembelajaran+daring+sel

ama+pandemic+covid&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587735871&u=%23p%3DEcni11J4Jk4J

diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 20:47 Wita

Huzaimah, P. Z., & Amelia, R. (2021). Hambatan yang dialami siswa dalam pembelajaran daring matematika pada masa pandemi covid-19.

Jurnal Cendekia: Jurnal Pendidikan

Matematika, 5(1), 533-541.

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Hambatan+yang+dialami+siswa+da

lam+pembelajaran++daring+matematika+pada+masa+pandemi+covid-19&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587787899&u=%23p%3DbHbwzofJ39cJ

Diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 21:07 Wita

Afghani, D. R. (2021). Kreativitas Pembelajaran Daring Untuk Pelajar Sekolah Menengah Dalam Pandemi Covid-19. *Journal of Informatics and Vocational Education*, 3(2).

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Kreativitas+Pembelajaran+Daring+

Untuk+Pelajar+Sekolah+Menengah++Dalam+Pandemi+Covid-19.&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587832838&u=%23p%3Dbbol93PRk6AJ

Diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 21:10 Wita

- Pangondian, R. A., Santosa, P. I., & Nugroho, E. (2019, February). Faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan pembelajaran daring dalam revolusi industri 4.0. *In Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)* (Vol. 1, No. 1).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Faktor-faktor+yang+mempengaruhi+kesuksesan+pembelajaran+daring+dalam+revolusi+industri+4.&btnG=#d=gs_qabs&t=1656587874060&u=%23p%3Dh5IiFEAFIdUJ Diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 21:20 Wita
- Abdulrachman, P. (2020). Panduan Orangtua Mendampingi Anak Belajar Dari Rumah Dan Kebudayaan Republik Indonesia.
<https://guruberbagi.kemdikbud.go.id/artikel/panduan-orangtua-mendampingi-anak-belajar-dari-rumah-dengan-mikir/> diakses pada 17 Juli 2022 pada pukul 21:25 Wita
- Ardiyana, R. D., Akbar, Z., & Karnadi, K. (2019). Pengaruh Keterlibatan Orang Tua dan Motivasi Intrinsik dengan Kepercayaan Diri Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3 (2), 494.
- Arifiyanti, N.(2019). Relationship between Authoritative Parenting Style and Preschools Prosocial Behavior. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 3(2), 311. Undang-Undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, (2003<http://www.inna-pgni.or.id/index.php/pendidikan-keperawatan>) diakses pada 17 Juli pada pukul 21:40 Wita

Bagian 14

YUOTUBE SEBAGAI SARANA BELAJAR MENGAJAR BAGI SISWA DAN GURU

Sakina, Rangga Aditya Abubakar, A. Sarmiani

Seiring berjalannya waktu, sejumlah sekolah telah menggunakan YouTube sebagai media untuk belajar. Pertumbuhan video pendidikan di YouTube berjalan seiring dengan tren yang lebih luas dalam video pendidikan. Guru dapat membuat saluran YouTube untuk mengumpulkan, mengatur, menyelenggarakan, dan mendistribusikan video pembelajaran. Platform media baru seperti YouTube menawarkan budaya partisipatif untuk dapat berkembang, berinteraksi, dan belajar.

Pembelajar generasi sekarang tumbuh dengan digitalisasi. Pendidik semakin memahami dan mengadaptasi metode pengajaran yang baru dengan digitalisasi. YouTube, cabang penting dari digitalisasi, memimpin biaya sebagai media paling serbaguna untuk transaksi konten di kelas dan di luar kelas. Tidak hanya menyediakan hiburan digital tetapi juga menyediakan lingkungan yang bagus untuk belajar. YouTube adalah layanan berbasis web gratis yang memungkinkan pengguna mengunggah, melihat, beri peringkat, bagikan, tambahkan ke daftar putar, laporkan,

komentari video, dan berlangganan yang lain pengguna. Ini menawarkan berbagai macam video media yang dibuat pengguna dan perusahaan. Konten yang tersedia meliputi klip video, klip acara TV, video musik, video pendek dan film dokumenter, kaset audio, trailer film, streaming langsung, dan lainnya konten seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan. Antara pengguna yang telah terdaftar dengan pengguna yang belum terdaftar memiliki perbedaan. hanya dapat menonton video di situs, bagi Pengguna yang tidak terdaftar sedangkan pengguna terdaftar diizinkan dalam hal mengunggah video dalam jumlah *unlimited* dan menambahkan komentar ke video.

Video yang dianggap berpotensi tidak pantas hanya tersedia untuk yang terdaftar pengguna yang menyatakan diri mereka berusia minimal delapan belas tahun tahun. Guru dan siswa bisamencari informasi apa saja di YouTube. Orang akan memiliki yang gratis dan mudah digunakan alat untuk berbagi konten, terlibat dengan orang lain, dan belajar. Lebih dari satu dekade telah berlalu dan, sebaliknya, YouTube telah berubah menjadi bisnis yang diarahkan untuk menghasilkan keuntungan besar daripada berusaha untuk membuat komunitas pengguna, menjadi komersial platform yang sekarang menjadi simpul penting memiliki lebih besar daya tarik dan relevansi bagi kaum muda, mereka adalah bagian dari kehidupan dan budaya mereka sehari-hari.

YouTube saat ini adalah salah satu platform digital paling populer, menghapus geografis dan budaya batasan. Menggunakan YouTube di kelas dapat membawa efisiensi dalam belajar dan mengajar. YouTube telah menduduki peringkat tertinggi sebagai alat pembelajaran yang disukai. Terdapat 6 jenis karakteristik YouTube yang meliputi (1) jumlah penayangan, (2) durasi, (3) sumber, (4) hari sejak pengunggahan, (5) skor yang diberikan oleh pemirsa, dan (6) konten informasi khusus dari video. A. Srinivasacharlu (2020) dalam penelitiannya menegaskan Menggunakan YouTube di dalam kelas dapat membawa efisiensi dalam belajar dan mengajar. Pendidik semakin memahami dan mengadaptasi metode pengajaran baru yang dicampur dengan digitalisasi.

Salah satu peran dari YouTube adalah sebagai sarana yang ideal untuk mengajar Bahasa Inggris dan memaparkan siswa ke berbagai dialek Bahasa Inggris. Konten di Youtube beragam dan menyenangkan bagi siswa. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dimuat dalam jurnal *Language Education in Asia*. Bunyi pernyataan tersebut:

"YouTube is an ideal vehicle to teach World Englishes and expose students to a variety of English dialects. Short videos in various

dialects are easy to access, and the variety of content and cultures is enjoyable to students. Whole film study can be rewarding for a dedicated class, but short clips allow for the largest variety of accents and situations to be experienced. There is a significant variety of activities possible; only a few will be detailed here.” (Watkins, Wilkins, 2011)

Sebagai penyedia video online yang paling menguntungkan, YouTube dapat memanfaatkan keunggulan kompetitifnya yang tak tertandingi untuk mendorong dokter, rumah sakit, dan institusi mengunggah lebih banyak video instruksional. Selain itu, komunitas profesional ini akan menghasilkan keluaran pemeringkatan khusus dengan memisahkan pemirsa yang berorientasi e-learning dari yang umum hanya untuk kebutuhan rekreasi. Berdasarkan komunitas khusus, pengalaman pencarian pengguna dapat dioptimalkan dan diingat dengan menambang karakteristik jaringan sosial.

Pratiwi, Hapsari (2020: 286) menjelaskan tentang kemampuan berpikir pada tingkat tinggi dalam memanfaatkan YouTube sebagai media pembelajaran bahasa indonesia menunjukkan bahwa YouTube dapat dimanfaatkan sebagai mekanisme pembelajaran Bahasa Indonesia. Dari hasil wawancara terhadap siswa, mereka cepat

memahami cerita lokal dari daerah Lampung dengan memanfaatkan YouTube. Siswa yang lebih setuju dengan YouTube yaitu ada sembilan belas siswa atau 79,16 %. Selanjutnya, dengan pertanyaan apakah siswa merasa Lelah atau tidak dengan penggunaan YouTube. jawaban dari siswa mengatakan mereka tertarik dengan Youtube, tepatnya dua puluh satu siswa atau 88,8%. Rekaman Youtube tentang cerita rakyat dari wilayah Lampung memiliki beberapa keunggulan. Keuntungan menggunakan rekaman adalah menampilkan gambar bergerak, menampilkan objek yang diamati, tempat, dan acara secara terus menerus sehingga lebih menarik bagi siswa. Siswa dapat memperhatikan acara di media YouTube dengan mempertimbangkan komponen variasi, suara, dan gerakan dapat membuat karakter seseorang lebih hidup dengan tujuan memperkuat pemahaman siswa. Siswa juga dapat melihat dengan aman, sekolah penting untuk latihan belajar menginstruksikan di luar. Video sebagai cara untuk mempelajari informasi dan kemampuan khususnya yang berkaitan dengan dongeng dan dari daerah Lampung. Video menunjukkan contoh mentalitas dan kegiatan yang dapat dipelajari dalam cerita

Lampung. Video YouTube membuat pertemuan dan wawasan bersama untuk mempelajari tentang cerita rakyat dari daerah Lampung. Pemanfaatan YouTube dapat menonjol untuk siswa alih-alih bergantung pada pendidik yang membaca cerita. Pada faktanya, tidak semua pengajar pandai membaca cerita klasik, selain itu siswa dapat memahami cerita rakyat tersebut. Siswa dan guru juga dapat menggunakan video YouTube berulang kali jika merasa perlu untuk memutar ulang. Selanjutnya, video YouTube memperluas minat belajar dan menambah inspirasi dalam belajar.

Selama waktu yang dihabiskan untuk mengambil internet selama pandemi Covid -19. Pendidik diharapkan mampu kreatif dalam memberi dan menggunakan media pembelajaran yang diubah sesuai kebutuhan siswa. Pemeriksaan kebutuhan media dapat dilihat dari gaya belajar siswa. Itulah yang dicari oleh pendidik MI Tarbiyatul Wathan Sidomuki Kraksaan untuk lebih mengembangkan hasil belajar siswa. Meskipun pada dasarnya setiap individu memiliki kapasitas daya kreatif, namun membutuhkan variabel pendukung luar lebih jauh lagi, di dalam dengan titik kemampuan ini muncul dengan bagian yang tepat dan dapat muncul dalam

karya-karya penting. Ada kemauan yang tinggi untuk tindakan atau panggilan yang terlibat dan kapasitas untuk menyelesaikannya menjadi salah satu rute ampuh dalam mengembangkan imajinasi seseorang. Di antara tanda-tanda seorang pendidik kreatif dibedakan oleh beberapa hal:

misalnya, menghargai, tulus, inventif, visioner, rendah hati, selalu bersyukur, suka latihan mendidik dan belajar, dapat diprediksi dan memiliki tanggung jawab tinggi dan tidak mudah menyerah. Langkah-langkah dalam persiapan pendidikan adalah gerakan membedah keadaan saat ini, memperkirakan keadaan masa depan, merinci tujuan yang harus dicapai, pemeriksaan dan analisis, peningkatan opsi, siklus dinamis, jaminan strategi, jaminan program dan kebutuhan, perhitungan rencana pengeluaran, perumusan rencana, penyusunan rencana poin demi poin, evaluasi setiap waktu (Septantiningtyas, Hafidzah, 2022: 5804-5805).

Magdalena, dkk. (2021: 306-311) Dalam periode mutakhir ini, masyarakat dihadapkan pada pergantian peristiwa begitu cepat. Ini terlihat dari meningkatnya pemanfaatan *gadget* melalui akses jaringan secara konsisten. Inovasi teknologi sendiri diciptakan sesuai dengan perkembangan ilmu

pengetahuan. Amat jelas hal ini dapat digunakan sebagai bantuan dalam proses mengajar dan belajar. Penggunaan media ini memberikan beberapa manfaat termasuk bisa diakses kapan saja dan di mana saja. Salah satu media yang menjunjung tinggi pembelajaran berbasis web adalah YouTube. YouTube adalah salah satu media yang tersedia secara efektif. Media sosial berubah menjadi instrumen pendidikan yang signifikan untuk menyebarkan data kepada siswa, dan lain-lain. Penggunaan video perangkat intuitif, misalnya YouTube ke dalam pengalaman yang berkembang akan bergerak bersama kemampuan siswa. YouTube bisa menjadi pilihan untuk belajar, sebagai alat bantu untuk melakukan pertemuan siswa untuk meningkatkan informasi. Di masa pandemi seperti sekarang, YouTube sangat mungkin menjadi aplikasi yang paling banyak dimanfaatkan. Di ranah sekolah, YouTube memberikan pekerjaan yang memadai dalam penyampaian untuk kepuasan usaha dalam mendidik dan belajar latihan. Di SDN Kamal 07, YouTube dimanfaatkan sebagai karya untuk menggarap hakikat pembelajaran dengan teknik online seperti sekarang ini. Ini ditampilkan di latihan pembelajaran yang dilakukan oleh pendidik di SDN

Kamal 07. *output* kemampuan siswa dalam menuntaskan semua latihan yang di berikan oleh guru terlihat dapat diselesaikan dengan baik merupakan hasil dari penerapan pembelajaran dengan media YouTube ini. Sudah jelas pembelajaran akan menyenangkan jika menggunakan YouTube.

Permana, dkk. (2021: 61-62) Program pengabdian masyarakat (PKM) yang dilakukan dalam kegiatan ini diawali dengan workshop dan sosialisasi terkait pentingnya pemanfaatan media pembelajaran berbasis IT, khususnya pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran. Pada sebuah kegiatan sosialisasi telah dibuat sebuah channel YouTube dengan nama “yph 1979 Official”, dimana channel ini merupakan channel resmi Yayasan Pendidikan Handayani 1979 yang nantinya akan berisi video-video pembelajaran dari seluruh guru di lingkungan yayasan, serta video kegiatan ekstrakurikuler yang terdapat di lingkungan yayasan pula. Setelah dilakukan sosialisasi dibentuklah tim yang kemudian hari dijadikan sebagai ekstrakurikuler untuk membantu dan mendampingi guru pada setiap unit sekolah terkait media pembelajaran di YouTube ini. Tim membantu dan mendampingi guru mulai dari

proses pembuatan video sampai cara mengedit video agar lebih rapi dan menarik untuk dijadikan konten dalam YouTube. Adapun aplikasi yang banyak digunakan dalam pembuatan konten ini adalah kinemaster, aplikasi ini dipilih karena kemudahan edit yang dapat dilakukan pada *handphone* masing masing guru. Meskipun banyak guru yang menggunakan aplikasi lainnya untuk melakukan pengeditan video.

Selain itu, tim juga membuat jadwal pengumpulan konten serta jadwal upload video, di mana seluruh guru harus membuat video pembelajarn satu video / mata pelajaran dan seluruh pelatih ekstrakurikuler harus membuat video kegiatan ekstrakurikuler satu video dalam satu bulan. Pembelajaran dari setiap unit channel YouTube ini berjalan kurang lebih 3 bulan, telah terdapat sekitar 750 *subscriber*, dan sekitar 240 video. Melalui channel YouTube ini siswa dan guru memanfaatkan sebagai sarana untuk melakukan tanya jawab, yaitu melalui kolom komentar pada setiap video pembelajarannya.

Berdasarkan hasil angket terhadap siswa setelah mengikuti pembelajaran menggunakan YouTube sebagai video pembelajaran pada unit

sekolah yang dinaungi yayasan pendidikan Handayani 1979, dapat diperoleh informasi respon siswa. Dari sebuah survei diperoleh bahwasanya peserta didik memberikan respon baik terhadap penggunaan YouTube sebagai media pembelajaran, dengan tingkat dukungan $16/20 = 80\%$ atau kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa para siswa dapat menerima dan mendukung penggunaan video pembelajaran di YouTube dalam kegiatan pembelajaran, khususnya pembelajaran daring saat ini. Ketertarikan siswa menggunakan YouTube berpotensi meningkatkan minat dan motivasi belajar siswa.

Lestari, Apoko (2022: 5957–5958) melakukan riset terkait dengan video animasi pada minat siswa dalam belajar, hasil riset tersebut ditemukan perubahan yang luar biasa. Hasil yang menggambarkan adanya kontras kritis, rata-rata skor minat belajar kelas dalam pembelajaran kelas kontrol dan eksperimen. Ini bermaksud bahwa ada efektivitas video animasi melalui YouTube pada minat belajar siswa dalam belajar bahasa Indonesia. Selanjutnya, apa yang telah dipaparkan juga menunjukkan bahwa video animasi dapat menarik

minat siswa mengikuti pembelajaran bahasa Indonesia yang awalnya dianggap melelahkan.

Dengan cara ini, siswa dapat menumbuhkan wawasan mereka tentang *problem* yang berhubungan dengan pelajaran bahasa Indonesia dan dapat menemukan jawaban untuk berbagai masalah yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hal tersebut, video animasi secara jelas memengaruhi pada masa Revolusi 4.0 / era *society 5.0* yang dapat digunakan untuk memelihara model belajar dan model berpikir, serta mendorong kreativitas siswa, dengan tujuan agar mereka dapat mengembangkan bakat dan memiliki kemampuan dan intensitas. Video animasi membantu siswa dengan memberikan video pembelajaran dengan tampilan yang menarik dan inovatif.

Media pembelajaran adalah media yang menampilkan data seperti topik, ide, spekulasi, dan teknik sebagai visual dan suara yang dapat diapresiasi oleh siswa. Akibatnya, pengalaman pendidikan menggunakan video animasi sangat memengaruhi minat belajar siswa. Diamati bahwa ada dampak yang luar biasa pada pembelajaran

bahasa Indonesia dengan memanfaatkan video animasi melalui YouTube pada minat belajar siswa.

Dalam ulasan ini, hasil yang kuat diperoleh sehubungan dengan minat dalam pemanfaatan video animasi dalam realisasinya bila dibandingkan dengan pemanfaatan teknik biasa seperti pembicaraan dan hanya terfokus pada buku. Kekhasan ini menunjukkan bahwa minat belajar siswa meningkat sambil belajar bahasa Indonesia memanfaatkan video animasi melalui YouTube sebagai media pembelajaran. Bahasa Indonesia saat ini bukan topik yang melelahkan jika media pembelajaran imajinatif sangat banyak diterapkan. Dengan cara ini, siswa akan tertarik dan senang dalam mempelajari bahasa Indonesia. Kesempatan ini dapat terjadi karena pendidik melibatkan video animasi sebagai media pembelajaran yang dianggap menarik dan dapat membuat lingkungan siswa menjadi menyenangkan dalam belajar. Selain itu, memberdayakan pembelajaran mandiri di antara siswa, siswa dapat menerapkan Ilustrasi berbahasa Indonesia dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini dapat dilihat dari perolehan skor angket efektivitas video animasi melalui YouTube terhadap minat

belajar siswa pada dua kelas yang telah di eksperimenkan.

Kemp dan Dayton (1985) misalnya, mengidentifikasi beberapa manfaat media dalam pembelajaran yaitu:

1. Penyampaian materi dapat diseragamkan

Setiap pembelajar mungkin mempunyai penafsiran yang berbeda-beda terhadap suatu konsep materi pelajaran tertentu. Dengan bantuan media, penafsiran yang beragam tersebut dapat dihindari sehingga dapat disampaikan kepada pembelajar secara seragam. Setiap pembelajar yang melihat atau mendengar uraian suatu materi pelajaran melalui media yang sama, akan menerima informasi yang persis sama seperti yang diterima oleh pembelajar- pembelajar lainnya. Dengan demikian, media juga dapat mengurangi terjadinya kesenjangan informasi diantara pembelajar di mana pun mereka berada.

2. Proses pembelajaran menjadi lebih jelas dan menarik

Dengan berbagai potensi yang dimilikinya, media dapat menampilkan informasi melalui suara, gambar, gerakan dan warna, baik secara

alami maupun manipulasi. Materi pelajaran yang dibungkus melalui program media, akan lebih jelas, lengkap, serta menarik minat pembelajar. Dengan media, materi yang disajikan dapat mendongkrak rasa ingin tahu pembelajar dan sebagai stimulus untuk bereaksi baik secara fisik maupun non fisik.

3. Proses pembelajaran menjadi lebih interaktif

Jika dipilih dan dirancang secara baik, media dapat membantu pembelajar dalam melakukan komunikasi dua arah secara aktif (tidak pasif) selama proses belajar mengajar. Tanpa menggunakan media, seorang pembelajar mungkin akan berinteraksi satu arah kepada pembelajar yang lain. Namun dengan media, pembelajar dapat mengatur kelas sehingga bukan hanya pembelajar sendiri yang aktif tetapi juga pendidiknya. Hal ini sesuai dengan konsep pendidikan dari Paulo Freire, yaitu antara pendidik dengan yang dididik. Keduanya harus aktif

4. Efisiensi dalam waktu dan tenaga

Keluhan yang selama ini sering kita dengar dari pembelajar adalah, selalu kekurangan waktu untuk mencapai target kurikulum. Sering terjadi

pembelajar menghabiskan banyak waktu untuk menyalakan suatu materi pelajaran. Disinilah kehadiran media pembelajaran sangat dibutuhkan.

5. kualitas hasil belajar pembelajar mengalami peningkatan

Penggunaan media bukan hanya membuat proses pembelajaran lebih efisien, tetapi juga membantu pembelajar menyerap materi pelajaran lebih mendalam dan utuh secara komprehensif. Jika hanya dengan mendengarkan informasi verbal dari pendidik saja, pembelajar mungkin kurang memahami pelajaran secara baik. Namun jika hal itu diperkaya dengan kegiatan melihat, menyentuh, merasakan, atau mengalami sendiri dengan perantara media pembelajaran, maka pemahaman peserta didik akan lebih baik.

Hasil dari observasi wawancara bersama subjek penelitian menunjukkan bahwa terdapat 5 temuan utama yang berkaitan dengan problematika guru pada penggunaan video. YouTube sebagai media pembelajaran di sekolah dasar. Adapun 5 problematika tersebut adalah:

- a. Kurangnya ketersediaan perangkat media yang mendukung. Ketersediaan sarana menjadi kesulitan utama yang dialami guru. Guru terkedala pada jangkauan wifi yang tidak luas. Kondisi jaringan internet yang tidak stabil. Jika rauter berada jauh dari perangkat, maka guru mengalami kesulitan saat pemutaran video youtube apabila dilakukan secara *streaming* tanpa di downloaad terlebih dahulu karena kendala jairngan internet yang lambat guru juga terkendala pada jumlah sarana yang tersedia di sekolah kurang memadai, proyektor belum tersedia di setiap kelas, sehingga penggunaanya secara bergantian antar guru, Hal ini mengakibatkan guru kesulitan merealisasikan RPP yang sudah dirancang sedemikian rupa.
- b. Problematika mengenai sulit mencari kesesuaian konten dengan materi ajar.
Guru kesulitan mencari chanel yang relevan langsung dengan materi pelajaran yang akan dipresentasikan dan kesulitan menemukan video yang sesuai yang ada pada buku siswa. Terkait dengan permasalahan ini, kesulitan yang dihadapi berupa kesulitan dalam kurikulum. Beberapa materi yang sulit di cari videonya

adalah materi IPS yang berhubungan dengan sejarah dan matematika. Selain itu, guru juga mengalami kesulitan karena video memuat istilah yang berbeda dengan istilah ilmiah yang disampaikan guru kepada siswanya.

- c. Guru mengakui kurang pengetahuan tentang cara mendownload video YouTube, sehingga menyulitkan saat pengunduhan. Dalam hal keterampilan guru, baik membuat maupun menggunakan video dalam pembelajaran menjadi prinsip utama yang perlu dipertimbangkan dalam menggunakan video.
- d. Sulitnya guru dalam mengatur waktu pada saat proses pembelajaran. Durasi yang tersedia di YouTube banyak dan bervariasi. Terkadang guru menemukan video youtube yang berdurasi lama, sehingga guru kesulitan mengalokasikan waktu pada saat proses pembelajaran.
- e. Problematika lainnya yaitu berhubungan dengan penggunaan media video youtube adalah dalam hal sikap peserta didik.

Referensi

- Srinivasacharlu, A. 'Using Youtube in Colleges of Education', *Shanlax Interational Journal of Education*, 8.2 (2020) <
<https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1256049.pdf> >
- Kamhar, Muhammad Yusi, dan Lestari, Erma, "Pemanfaat Sosial Media Youtube sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia di Perguruan Tinggi", *INTELIGENSI: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1.2 (2019)
<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/inteligensi/article/view/1356>
- Lestari, Dwi Aulia, Tri Wintolo Apoko, "Efektivitas Video Animasi melalui YouTube terhadap Minat Belajar Bahasa Indonesia pada Siswa Sekolah Dasar", *jurnal Basicedu*, 6 . 4 (2022), 5957 – 5958
<https://jbasic.org/index.php/basicedu/article/view/3180/pdf>
- Magdalena ,Ina, dkk, "Upaya Peningkatan Kualitas Pembelajaran di Masa Pandemi Covid - 19 dengan Pembelajaran Berbasis Youtube Di SDN Kamal 07 ", *EDISI : Jurnal Edukasi dan Sains*, 3.2 (2021) , 306-311
<https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/edisi/article/view/1372/957>
- Permanasari, Anna, dkk, "Pengembangan Media Pembelajaran Daring melalaui Youtube Chanel", *Jurnal Pasca Dharma Pengabdian Masyarakat*, 2.2 (2021), 61-62
<https://ejournal.upi.edu/index.php/JPDPM/article/view/29364/17249>
- Pratiwi, Brillianing, dan Hapsari, Kusnindyah Puspito, "Kemampuan Berpikir Tingkat Tinggi dalam Pemanfaatan YouTube sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia

- “, *Jurnal Sekolah Dasarvo*, 4.2 (2020) 282-289
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JISD/article/view/24238>
- Ramadhina, Destya, dan Rohman, Izza, “Problematika Guru dalam Penggunaan Video Youtube sebagai Media Pembelajaran di Sekolah Dasar”, *Jurnal Mimbar Ilmu*, 27.1 (2022)
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/MI/article/view/45598/21869>
- Rasman**, “Penggunaan Youtube sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris pada Masa Pandemi Covid 19”, *EDUTECH : Jurnal Inovasi Pendidikan Berbantuan Teknologi*, 1.2 (2021)
<https://www.jurnalp4i.com/index.php/edutech/article/view/442/432>
- Septantiningtyas, Niken, Ummul Hafidzah, “Pelaksanaan Pembelajaran Melalui Youtube; Upaya dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa pada Masa Pandemi di Madrasah Ibtidaiyah” ,*Jurnal Basicedu*, 6. 4 (2022), 5804 – 5805
<https://media.neliti.com/media/publications/452544-none-a3e3958a.pdf>
- Sistadewi ,MA, (2021), *jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 10.2
https://scholar.google.co.id/scholar?start=90&q=YouTube+sebagai+sarana+belajar+mengajar+bagi+siswa+dan+guru+sekolah+dasar&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1656723203197&u=%23p%3Dlor0itv2ekEJ
- Supriyanto, Dwi Astuti1 Eko, (2020), “*Prosiding SNDIK Magister Pendidikan Dasar UMS*”
https://scholar.google.co.id/scholar?start=90&q=YouTube+sebagai+sarana+belajar+mengajar+bagi+siswa+dan+guru+sekolah+dasar&hl=id&as_

sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1656723203197&u=%23
p%3Dlor0itv2ekEJ

Suradika ,Agus, dkk., “Penggunaan Youtube
sebagai Media Pembelajaran Jarak Jauh
pada Kelas III Sekolah Dasar Islam An –
Nizomiyah”,

[https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/art
icle/view/8781/5143](https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/8781/5143)

Watkins, Jon and Wilkins, Michael, “Using YouTube
in the EFL Classroom”, *Language Education in
Asia*, 2.1 (2011) <

[https://leia.org/LEiA/LEiA%20VOLUMES/Downl
oad/LEiA_V2_I1_2011/LEiA_V2I1A09_Watkins_
Wilkins.pdf](https://leia.org/LEiA/LEiA%20VOLUMES/Download/LEiA_V2_I1_2011/LEiA_V2I1A09_Watkins_Wilkins.pdf) >

Bagian 15

Fenomena Pencemaran Nama Baik Melalui Media Sosial Dan Upaya Perlindungan Bagi Korbannya

Nurul Syafika, Nur Aini

Jejaring sosial mengubah setiap aspek kehidupan. Jejaring sosial digunakan untuk komunikasi, pendidikan, bisnis, dan aktivitas lainnya. Media sosial memiliki pengaruh yang besar. Pecandu media sosial banyak orang, terutama anak muda. Anda dapat menggunakannya setiap hari tanpa membuka jejaring sosial. Anak muda saat ini terpapar smartphone setiap hari. Anda telah berada di media untuk waktu yang lama. Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan remaja. Facebook, Twitter, Path, dan jejaring sosial lainnya adalah tempat di mana anak muda dapat terhubung satu sama lain.

Pada usia ini, anak muda juga ingin menjadi pusat perhatian dan memiliki citra diri yang baik. Kurangnya kontrol atas komunikasi dan fungsi sosial kaum muda dapat menjadi masalah. Siapa pun dapat bergabung dengan jejaring sosial secara gratis. Dapat dikatakan bahwa ada lebih banyak pengguna media sosial saat ini daripada

sebelumnya. Di dunia sekarang ini, kehadiran Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita sehari-hari. Orang biasanya menggunakan Internet untuk tujuan informasi, pendidikan, sosial, dan komersial. Sama seperti sekarang, di masa pandemi COVID-19, masyarakat membutuhkan media sosial untuk bekerja dan belajar dari rumah.

Jejaring sosial sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Jejaring sosial yang digunakan oleh masyarakat umum adalah Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, dan Instagram. Media sosial telah menciptakan kehidupan sosial baru. Media sosial memungkinkan Anda untuk terhubung dan berteman dengan siapa saja, di mana saja, kapan saja.

Perkembangan media sosial juga mempengaruhi perkembangan saluran online yang ada. Tanpa internet, orang tidak akan memiliki akses ke media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang menggunakan jejaring sosial, semakin banyak pula orang yang menggunakan internet. Hal ini membuat sulit untuk menggunakan media sosial tanpa mengetahui cara menggunakannya dengan benar. Dewasa ini, perkembangan jejaring sosial telah menyebabkan

banyak penyalahgunaan jejaring sosial. Sebagai pengguna media sosial, Anda harus cerdas dalam menggunakan atau mengakses media sosial.

Perkembangan teknologi, terutama teknologi transportasi dan komunikasi yang berkembang pesat dan mengubah dunia, menawarkan banyak peluang bagi masyarakat untuk tetap aktif. Peran arus imigrasi adalah untuk mengontrol jaringan sosial karena pemerintah tidak dapat mengontrol arus informasi pembangunan antar negara. Pertumbuhannya melampaui batas-batas negara dan membawa perubahan sosial bagi masyarakat di seluruh dunia. Dengan perkembangan teknologi informasi, kejahatan baru dianggap sebagai dampak negatif dari perkembangan teknologi informasi. Kejahatan yang menggunakan teknologi informasi atau komputer dan internet dikenal sebagai kejahatan komputer atau computer crime.

Menurut Anggun Gustirada (2022:28) "Pencemaran nama baik di media elektronik merupakan tindak pidana dimana pelakunya melanggar harkat dan martabat manusia orang lain. Media elektronik (media sosial) tanpa batasan usia untuk diakses dan digunakan oleh anak-anak. Oleh karena itu, anak-anak dapat melakukan penistaan di

media elektronik. Pada saat yang sama, kami membuat topik pertanggungjawaban pidana pencemaran nama baik dan pencemaran nama baik di media elektronik anak-anak untuk memahami bagaimana melindungi hak dan kewajiban penjahat”.

Waktu berlalu, jejaring sosial menghilang. Saat ini, ada banyak jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, Instagram, Path, Snapcat yang dapat dengan mudah ditemukan dan digunakan oleh anak-anak dan orang tua. Selain itu, jejaring sosial telah menambahkan fitur unik dan menyenangkan yang dapat digunakan untuk foto dan video juga. Pengguna jejaring sosial sering menyalahgunakan fungsi tambahan ini.

Efek positif dari jejaring sosial adalah komunikasi yang mudah dengan banyak orang, membangun hubungan, memecahkan masalah jarak dan waktu, memfasilitasi komunikasi, popularitas dan hadiah yang cepat. Suatu saat akan membaik. Efek negatif dari media sosial antara lain menyatukan orang, membatasi kontak pribadi, kecanduan internet, menciptakan konflik, dan menyelesaikan masalah pribadi.

Teknologi komputer dan komunikasi elektronik semakin banyak digunakan di dunia maya

dalam proses bisnis saat ini. Isu terkait perdagangan elektronik, khususnya hak konsumen, menjadi hal yang lumrah belakangan ini. Oleh karena itu, penyidikan tindak pidana sangat penting untuk memberikan perlindungan hukum guna menjamin hak-hak konsumen. Internet dan sarana komunikasi elektronik banyak digunakan untuk berbagai kegiatan seperti browsing/browsing, pencarian berita, pertukaran email, dan bisnis. Namun di balik isu kriminal penipuan terletak keunikan transaksi elektronik di bidang teknologi informasi.

Perkembangan teknologi yang pesat memberikan dampak positif bagi dunia bisnis dan masyarakat, selain itu juga berdampak negatif bagi masyarakat yang menggunakan internet. Pengguna sering melanggar hukum dengan menggunakan format komunikasi yang tidak benar, terutama saat berkomunikasi di jejaring sosial. Banyak pengguna media sosial yang tidak menyadari akibat hukum dari pelecehan, ujaran kebencian, ancaman, video porno, body shaming, dan aktivitas media sosial ilegal.

Jejaring sosial yang sangat baik, seperti kemajuan teknologi, ekonomi dan budaya, adalah jaringan atau media sosial yang dapat diakses

kapan saja, di mana saja melalui perangkat elektronik tanpa batasan. Media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk berekspresi di media. Akibatnya, pengguna berinteraksi dengan banyak orang dan bisnis di media sosial, tetapi mereka bebas mengekspresikan diri dan memengaruhi banyak orang. Oleh karena itu, pemerintah telah memasukkan Undang-Undang Transaksi Informasi Elektronik (UU ITE) dalam Pasal 27 (3).

Menurut Pakpahan (2017:1) “Di sisi lain, kemajuan teknologi modern yang secara tidak langsung mempengaruhi masyarakat Indonesia, khususnya pengguna media sosial, tentunya akan membantu media sosial untuk tetap bertahan sebagai media komunikasi dan berbagi informasi. Selain itu, media sosial bukanlah tempat untuk mengungkapkan pendapat, menghasut kebencian, atau menyebarkan berita palsu. Salah adalah kata yang berarti salah atau sesuatu”.

Contoh bahasa jahat dan pencemaran nama baik umum terjadi di Internet dan media sosial. Contoh penambang adalah pekerja, seniman, guru, guru, pekerja esensial, mahasiswa, pengusaha, TNI/poli, dokter, pasien, perawat, produsen,

konsumen, politisi, pilot, petani, dll.. Ada kontrol lalu lintas udara. Cari tahu usia peserta, remaja, dewasa dan orang tua yang tinggal di desa, kota dan kota. Proses pencemaran nama baik adalah salah satu cara untuk melindungi orang yang melakukan pencemaran nama baik di media sosial.

Seiring kemajuan teknologi, banyak orang menggunakan Internet dan jejaring sosial untuk berkomunikasi dengan orang yang jauh, tetapi saat ini Internet dan jejaring sosial menyebabkan kesedihan, depresi, dan bahkan penghinaan. Internet dan media sosial adalah tempat yang bagus untuk memposting agar orang lain dapat melihat dan membaca. Selain banyaknya jejaring sosial yang digunakan oleh masyarakat, kini banyak bermunculan kasus-kasus pidana pencemaran nama baik.

Kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk mengakses informasi melalui berbagai media, termasuk media sosial. Salah satu jejaring sosial yang paling populer adalah Instagram. Instagram adalah jejaring sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi informasi dalam bentuk foto, video, dan teks. Namun media sosial sering digunakan untuk mengolok-olok body shaming. Body

shaming menyangkut semua aspek tubuh (Micheal Michael, SS 2020). Membandingkan tubuh ideal mengarah pada citra tubuh yang memalukan. Komposisi tubuh yang ideal bervariasi menurut wilayah dan budaya, tetapi umum terjadi pada wanita. Namun sebagian lainnya menolak body shaming yang mereka rasakan dan disebut sebagai survivor. Beberapa survivor body shaming cukup berani untuk melakukan aksi secara langsung atau melalui media sosial.

Di dunia saat ini, teknologi informasi dan komunikasi, termasuk bidang media sosial, berkembang pesat. Namun seiring perubahan teknologi dengan cepat, ada orang yang menyalahgunakan kekuatan media sosial. Masalah dengan situs jejaring sosial adalah pelecehan seksual, dua orang berkomunikasi secara online, baik pelaku dan korban. Penulis mengirimkan pesan singkat yang pertama menggoda dan kemudian seksual. Menurut Kurniawan (2022;2) "Pelecehan seksual dapat terjadi tidak hanya di lingkungan pribadi, tetapi juga di tempat umum seperti tempat kerja, sekolah, universitas, transportasi umum, festival musik, dan bioskop. Namun, dalam situasi ini sulit untuk melindungi korban. Karena tidak ada yang

membantunya berbicara dengan cepat". Hal ini menimbulkan pertanyaan karena korban menduga pelaku terlibat dalam Twitter. Mereka sering tidak menyadari konsekuensi hukum dari penipuan ketika berkomunikasi melalui Internet. Salah satu solusi untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengedukasi masyarakat umum, khususnya mahasiswa, tentang kejahatan yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial.

E-commerce tunduk pada aturan polusi yang sama seperti media sosial, tetapi akun Instagram Lambe Tour, yang memiliki 6,2 juta pengikut, menggunakannya dengan menjalankan layanan verifikasi. Pendekatan ini menggunakan dua sumber, yaitu konsep (metode berpikir) dan bentuk (metode manajemen). Amalina (2019:3) Mengatakan bahwa "Banyak pengguna media sosial memiliki akun Instagram Lambe Turah yang menyediakan informasi yang mendorong kebohongan, tuduhan, tuduhan, pelecehan, memungkinkan proyek komersial dan non-komersial, menjalankannya, dan memonetisasinya. Saya tidak tahu apa-apa tentang penolakan (layanan otentikasi). , Rasa malu Anda, gosip dan banyak lagi".

Siapa pun yang memposting komentar atau gambar ofensif di media sosial dapat dituntut. Ingatlah bahwa proses ini dapat membingungkan, berbahaya, dan menyesatkan. Hingga 12 tahun penjara. Oleh karena itu, Anda perlu berhati-hati sebelum mengirim atau membagikan pesan, gambar, foto, dan video yang diposting.

Menurut Rachman, dkk (2020:15) “Pencemaran nama baik di media sosial merupakan salah satu kejahatan yang dilakukan dengan menyalahgunakan perangkat elektronik dan komputer kelas atas. Hak atas kebebasan berekspresi di Indonesia diatur dalam Pasal 28 Ayat 1 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, dan juga terdapat larangan dalam hukum pidana untuk mencegah pencemaran nama baik”.

Tindak pidana pencemaran nama baik juga diatur dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Selain hukum umum yang diatur dalam KUHP, terdapat juga hukum non pidana yaitu hukum khusus yang diatur dalam UU 2008. Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).), nomor UU. UU Pers (UU Pers) No. 40 Tahun 1999. 32 Tahun 2002 UU Penyiaran (UU Penyiaran).

Entah tuduhan itu disengaja atau tidak, dari hasil pantauan, ternyata tuduhan itu adalah tuduhan seperti tuduhan, perkataan, dan petunjuk. Ancaman pidana pencemaran nama baik kepada pelaku adalah pidana penjara paling lama 6 tahun/denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (1 miliar rupiah) berdasarkan Pasal 27 Pasal 45 UU Penodaan Agama.

Melalui jejaring sosial, kami menghubungkan informasi dan konten tentang perlindungan hukum orang yang menderita pencemaran nama baik dengan situasi sebenarnya (penghinaan, pencemaran nama baik, pencemaran nama baik). Korban lebih rendah, memalukan, didiskriminasi oleh masyarakat, dan yang paling menyedihkan adalah hilangnya harga diri dan harga diri.

Tujuan dari layanan ini adalah untuk memberikan wawasan kepada khalayak sasaran pengguna media sosial di Kota Bambu Utara di Palmela, Jakarta Barat. Pengetahuan tentang tingkat regulasi perlindungan hukum bagi korban. Ini termasuk langkah-langkah untuk memastikan perlindungan ini dan untuk mengeluarkan peraturan ITE.

Konsultasi dan kegiatan berbasis standar dilakukan melalui ceramah dan sesi tanya jawab dengan menggunakan contoh-contoh lokal. Peserta kemudian ditanyai pertanyaan umum tentang masalah hukum. Pencapaian tujuan kesejahteraan sosial. Hal ini untuk membantu masyarakat memahami dan mewaspadaai konten terlarang, sanksi pidana, dan perilaku publik untuk melindungi korban pencemaran nama baik media sosial.

Referensi

- Asniwati, S. (2017). *Berkembangnya Media Sosial di Zaman Sekarang*. 18 juli 2017.
- Cahyono, A. S. (2016). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA* (Vol. 9).
- Pakpahan, R. (2017). *ANALISIS FENOMENA HOAX DIBERBAGAI MEDIA SOSIAL DAN CARA MENANGGULANGI HOAX* (Vol. 1). AMIK BSI Jakarta.
- Micheal Micheal, S. S. (2020). *Perlawanan Penyintas Body Shaming Melalui Media Sosial* (Vol. 4).
- Yunan Prasetyo Kurniawan, L. S. (2022). *PENERAPAN TEORI KEADILAN BERMARTABAT DALAM KASUS KORBAN PELECEHAN SEKSUAL YANG MELAKUKAN*

**PENCEMARAN NAMA BAIK DI MEDIA SOSIAL
(Vol. 2).**

Hardianto, A. (2016). *Hasil Cetak Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik Sebagai Alat Bukti Tindak Pidana Pencemaran Nama Baik Melalui Media Daring* (Vol. 11).

Rinaldho, H. (2021). *PEMIDANAAN SEBAGAI ULTIMUM REMIDIUM DALAM MEMBERIKAN PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP HAK-HAK KONSUMEN PADA SUATU TRANSAKSI ELEKTRONIK* (Vol. 1). Feb 17, 2021

Ananda, R. W. (2019). *Penerapan Hukum Terhadap Pelaku Tindak Pidana Berita Bohong (Hoax) Di Instagram Dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (Studi Polrestabes Medan)*. 12, OKTOBER 2019.

Natasya Pazha Denanda, F. R. (2021). *PRAKTIK SOSIAL CYBER BULLYING DALAM JARINGAN* (Vol. 10).

Hadi Zakaria, S. N. (2020). *Pengenalan dan Implementasi UU Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dalam Kasus Cyber Crime di Media Sosial dan Solusi Permasalahannya bagi Pelajar* (Vol. 1).

Ayesha, A., Wulandari, E., & Khoirina, R. *Dampak Media Sosial Terhadap Konflik di Masyarakat*.

Mashfufah, A. (2019). *Kajian Hukum Jasa Endorse Dalam Media Sosial (Instagram): Studi Pada Akun Lambe Turah* (Vol. 3).

Wahyu Erfandy Kurnia Rachman, M. S. (2020).
*TINDAK PIDANA PENCEMARAN NAMA BAIK
DI MEDIA SOSIAL BERDASARKAN
PERATURAN PERUNDANG-PERUNDANGAN*
(Vol. 15).

Rizki Yudha Bramantyo, B. P. (2020). *TINDAK
PIDANA PENCEMARAN NAMA BAIK YANG
DILAKUKAN MELALUI MEDIA SOSIAL
MENURUT UNDANG – UNDANG NOMOR 19
TAHUN 2016 TENTANG INFORMASI DAN
TRANSAKSI ELEKTRONIK* (Vol. 3).

Bagian 16

EFEK TONTONAN ANAK MELALUI APLIKASI *YOUTUBE* BAGI PERKEMBANGAN ANAK USIA DINI

Nurul Fadhillah Afiqah, Harnia, Nur isra

Internet dan media digital saat ini sedang menjadi bak pisau bermata dua di era modern ini. Hadirnya internet dan media digital tersebut digunakan oleh berbagai pengguna dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Internet dan media digital tersebut dapat memiliki dampak bagi proses pertumbuhan dan perkembangan bagi manusia terutama berdampak pada anak dalam masa pertumbuhan dan perkembangan apalagi di era modern sekarang. Ciri-ciri pertumbuhan dan perkembangan pada anak-anak yang menunjukkan karakteristik pertumbuhan dan perkembangan yang sesuai dengan usia mereka (Yudaninggar, 2021: 46-47).

Pertumbuhan dan perkembangan pada anak tersebut memiliki dampak pada perkembangan pola pikir dari segi emosional pada anak salah satunya yaitu perkembangan pola pikir yang sedari tidak tau

apa-apa hingga tahu bagaimana proses penggunaan internet serta media digital. Proses perkembangan pola pikir tersebut melibatkan termasuk dengan perubahan dalam hubungan dengan orang lain, yaitu perubahan emosi dan kepribadian.

Salah satu contohnya yaitu bayi yang disentuh ibunya dan bayi tersebut kemudian tersenyum akibat merasakan sentuhan dari ibunya, hal tersebut diakibatkan oleh adanya proses biologis dan kognitif dan emosional dari bayi tersebut. Periode perkembangan dan pertumbuhan anak dimulai pada usia satu tahun maka dari itu, usia tersebut disebut dengan masa keemasan atau *golden age* pada anak. Pada masa tersebut perkembangan kecerdasan pada anak seperti kecerdasan baik itu dari segi kecerdasan spiritual, intelektual serta emosional ini muncuk dan mengalami perkembangan yang amat pesat. Pada masa ini juga, anak tersebut memiliki daya tangkap yang tinggi terhadap suatu hal baik itu salah satu contohnya yang dilihat oleh mata. Hal tersebut membuat anak dapat lebih pintar dan cerdas dan dapat pula sebagai peniru yang baik dibandingkan dari apa yang kita lihat. Maka dari itu, dari penjelasan diatas menjadi dasar terbentuknya

kepribadian, karakter dan kemampuan kognitif dari anak (Laily, 2021: 36).

Anak yang memiliki usia dini dapat memiliki pola pikir yang dapat dikatakan sebagai pengamat yang baik diperoleh dari apa yang dilihat, didengar, diraba serta dirasa dan kemudian disimpan dalam memori. Semua itu karena indera dari tubuh berfungsi dengan baik seiring perkembangan dan pertumbuhan anak. Secara garis besar, anak usia dini apalagi di era sekarang ini anak-anak senang menikmati gambar visual yang penuh berwarna dan musik lucu untuk mengaktifkan pemikiran kreatif otak kanan pada anak di masa perkembangan dan pertumbuhan anak tersebut. Anak yang senang akan apa yang dilihat sebaiknya diberikan tontonan yang jenis tontonannya yaitu jenis tontonan yang sifatnya edukatif agar muncul kreativitas dari anak tersebut yang tersalurkan dari otak anak. Kreativitas anak dapat muncul karena penentuan dalam keterampilan berpikir anak dan motivasi intrinsik anak yaitu didapatkan dari semangat orang tua serta suasana yang sangat kondusif bagi anak usia dini sehingga hal tersebut dapat dikatakan sebagai keberhasilan kreativitas dari anak (Yunia, 2022: 3).

Menurut Putri (2019: 91) menyatakan bahwa, keterampilan anak merupakan keberhasilan dari kreativitas anak yang terdiri dari beberapa bidang tertentu. Hal tersebut biasa disebut dengan persimpangan kreativitas. Ada 4 (empat) tahapan dalam proses kreatif tersebut yakni:

1. Tahap persiapan, dimana tahap tersebut merupakan tahap dalam pengumpulan data atau informasi yang digunakan sebagai bahan dalam pemecahan masalah.
2. Tahap inkubasi, dimana tahap tersebut merupakan tahap penerapan dalam proses pemecahan masalah dalam prasadar. Waktu dalam tahap tersebut berlangsung dalam kurun waktu yang tidak tentu. Dalam tahap tersebut kemungkinan ada proses melupakan dan mengingat kembali konteks pada akhir masa inkubasi dan munculnya periode berikutnya.
3. Tahap iluminasi, tahap tersebut merupakan tahap yang dapat dikatakan sebagai tahap pemecahan masalah karena muncul gagasan dan inspirasi serta cetusan yang spontan.

4. Tahap verifikasi, merupakan tahap lanjutan dari tahap iluminasi yaitu berperan untuk mengevaluasi situasi dunia nyata atau ide-ide penting yang disesuaikan dengan situasi di kehidupan nyata.

Salah satu tempat akses untuk pengguna internet dan media digital yaitu dengan menggunakan gadget. Fitur yang ada pada gadget dapat menambah daya tarik pada anak sebab didalam gadget tersebut kita dapat mendownload fitur yang dapat digunakan untuk keperluan menonton anak yang sifatnya edukatif.

Maka dari itu, hal tersebut membuat anak-anak merasa mempunyai daya minat yang tinggi sehingga digunakan secara berkelanjutan dan membuat anak tersebut cenderung asik dan hingga akhirnya terbuai dalam menggunakan aplikasi tersebut yang ada didalam gadget.

Dampak yang lain juga bisa muncul apabila anak tersebut sedang asik dan terbuai dalam aplikasi tersebut yaitu adanya ketergantungan kemudian menjadikan gadget tersebut menjadi sesuatu hal yang rutin untuk dilakukan setiap hari. Kita juga tidak bisa pungkiri bahwasanya anak pada masa ini jauh lebih asik dan bahkan lebih senang

dalam bermain gadget dibanding bermain keluar bersama dengan teman-temannya. Maka dari itu, peran orang tua sangat penting dalam pengawasan tersebut (Amelia, 2021: 1482).

Orang tua berpendapat bahwa teknologi dapat membantu anak dalam dunia pendidikan yang dapat berpengaruh dalam bidang akademik anak tersebut. Sebagai bentuk perkembangan pola pikir pada anak (Novianti, 2020: 183). Seperti yang diungkapkan oleh Sayyidina Ali Bin Abi Thalib bahwasanya “Didiklah anakmu sesuai zamannya, karena mereka hidup bukan di zamanmu”. Ungkapan tersebut sangat tepat dengan tugas dan peran sebagai orang tua sebab anak tersebut sangat memerlukan yang namanya pengawasan yang lebih dari orang tua karena perkembangan teknologi sekarang ini berkembang secara pesat. Maka dari itu, penggunaan internet dan media digital digunakan dengan baik sehingga memperoleh hasil yang positif dengan pengawasan orang tua. Zaman sekarang *parentings* sulit didefinisikan karena selalu saja ada gaya pengasuhan baru yang muncul. Kebanyakan orang tua sekarang memperoleh saran yang tepat untuk pengasuhan anak itu dari psikolog dan internet

yang mereka anggap terbaik
(Putri dan Rahman, 2022: 345).

Anak bukan hanya anugerah, tapi percayalah bahwa Allah SWT titipkan hanya kepada hamba-hambanya yang mampu saja. Keberadaan seorang anak juga merupakan tambahan bagi kesejahteraan semua orang tua. Namun, terkadang orang tua tersebut tidak menyadari dan memahami betapa pentingnya keberadaan anak yang telah diberikan oleh Allah SWT kepada kita umatnya. Menurut Juwariyah (2010: 72) yang pada hakikatnya anak juga mempunyai kebiasaan sebagaimana seperti kebiasaan dari orang tua nya. Tentu saja sebagai seorang anak, dia akan selalu mengikuti kebiasaan orang tua. Kebiasaan yang ditanamkan didalam dirinya oleh kedua orang tua akan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap anaknya. Maka dari itu, orang tua dan juga orang-orang yang berada di sekitarnya, dan sebaiknya membiasakan dengan pendidikan atau pengajaran serta hal-hal yang bernilai positif pada anak (Erzad, 2017: 415-417).

Dalam keilmuan psikologi anak cenderung menyerap secara utuh dan belajar dari apa yang dilihat. Hal tersebut juga dapat membuat kreativitas bagi anak usia dini. Kreativitas anak dapat dilihat

dari bagaimana mereka menemukan sesuatu dari apa yang mereka lihat. Platform youtube merupakan solusi yang tepat untuk memenuhi kebutuhan anak dalam meningkatkan kreativitasnya. Youtube fleksibel karena siapa saja dapat melihatnya kapan saja, dimana saja, melalui dan bahkan siapa dengan gadget. Tidak sedikit anak yang berusia dini telah banyak menggunakan aplikasi tersebut yang digunakan dalam menonton video youtube, ada yang dari hasil download online maupun offline, dan ada juga yang menonton film secara langsung atau melalui live streaming (Mastanora, 2018: 48).

YouTube tersebut merupakan sebuah situs web yang menyediakan untaian komentar di situs tersebut sehingga emirsa data mengomentari rogram yang ditawarkan dan mereka yang meninggalkan data membalas komentar tersebut. Youtube adalah Pada Februari 2005 lalu, oleh tiga mantan PayPal. Situs web ini memungkinkan Pengguna untuk mengunggah, melihat, dan berbagi video. Berkantor pusat di San Bruno, California dengan erusahaan ini menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai konten video yang dibuat oleh pengguna atau penulis, ini termasuk klip film, klip TV dan video

musik. Konten amatir seperti misalnya blog video orisinal pendek, dan video penjelasan juga tersedia di situs ini. *Youtube* ini interaktif karena di edit dengan bagian komentar di situs web yang memungkinkan pemirsa untuk mengomentari tayangan yang disediakan dan yang membuat tayangan dapat membalas komentar tersebut. Situs web ini bisa memungkinkan pengguna untuk mengunggah atau mengupload, menonton, bahkan bisa berbagi video. Fenomena *youtube* ini juga memunculkan pekerjaan-pekerjaan yang baru seperti yang biasa dikatakan sebagai *youtubers* yaitu orang yang membuat konten dari kreativitas mereka (Rediansyah, 2020: 316).

Tontonan *youtube* pada anak perlu pengawasan yang lebih sebab terdapat berbagai dampak positif maupun negative dari penggunaan media tersebut. Penggunaan media itu sendiri tidak dapat dicegah, sehingga dalam mendidik anak tentang bagaimana penggunaan media, pengembangan literasi digital anak. Dengan menerapkan kemampuan ini, akan jauh lebih benar daripada menghentikan mereka menggunakan media *youtube* tersebut. Akan sangat Penting menerapkan literasi digital memanfaatkan media

youtube yang anak-anak sukai. Perlu di tanamkan pada saat anak berusia dini. Dengan penerapan literasi ada anak usia dini diharapkan bersikap fleksibel dan adaptif,interaktif sosial, produktif,mandiri proaktif,serta siap berpikir kritis dan kreatif. Orang tua dapat memanfaatkan *youtube* sebagai media untuk literasi digital dengan mengkolaborasikan dengan buku bacaan untuk menambah minat baca pada anak (Salehuddin, 2020:107).

Seorang anak yang setiap hari menonton di *YouTube*, kemudian menghayati proses dalam permainan dan perannya, kemungkinan anak tersebut kesulitan membedakan antara dunia *online* dan realitas yang dapat memicu agresivitas anak. Interaksi sosial dalam kehidupan nyata dapat disamakan dengan apa yang dimainkan anak-anak Sebagai contoh, anak tersebut menganggap hal tersebut itu biasa saja ketika memukul atau menendang temannya, karena beranggapan bahwa temannya akan kembali berdiri dan tidak merasa kesakitan seperti yang ada di fitur yang tersedia pada *YouTube*. Tanpa kita sadari, anak tersebut akan berpikiran bahwa kekerasan akan menjadi

solusi dalam mengatasi sebuah masalah (Ifadloh, 2021: 108).

Salah satu hal yang bisa mengasah hati nurani anak ialah kemampuan orang tua memilih tempat wisata yang baik bagi anak sejak usia dini. Dengan begitu mereka akan terbiasa menonton tayangan yang sehat, anak juga akan membuat diri mereka tidak masuk kedalam dampak buruk akibat menonton youtube yang tidak sehat. Maka dari itu, peran orang tua dalam melihat atau memantau *rating* tontonan, termasuk film bioskop sangat penting untuk diterapkan. Orang tua tidak daat ketinggalan zaman saat memberikan didikan serta mengasuh anaknya. Orang tua juga tidak bisa putus asa dalam mengenali anaknya, karena setiap anak akan selalu berubah dengan perkembangan usia, baik itu emosi, dan lingkungan sekitarnya. Ketika kita memberi tontonan kepada anak, akan ada konsekuensi di dalamnya akibatnya harus ada pemikiran yang matang. Jika anak dibiarkan dalam menonton tayangan yang memunyai adegan kekerasan didalamnya, orang tua juga harus menerima konsekuensi bahwa anak akan mudah menjadi agresif (Nasuha, 2020:13).

Dalam faktor yang dapat mempengaruhi kecanduan dalam menonton *youtube* antara lain yaitu, perhatian yang kurang dari orang terdekat terutama keluarga. Anak yang kurang diberi perhatian dapat menimbulkan kurangnya komunikasi antar keluarga. Sehingga tontonan *youtube* tersebut membuat anak tersebut merasakan sensasi yang berbeda atau lebih nyaman apabila sedang menonton *youtube*. Selain itu, kecanduan dalam menonton *youtube* juga dapat berakibat fatal untuk kesehatan pada organ anak baik itu otak, mata dan lain sebagainya.

Maka dari itu, penerapan peraturan yang ketat dari orang tua sangat diperlukan tetapi jangan sampai mempengaruhi mental anak sehingga anak tersebut merasa tertekan dan memberikan dampak yang buruk terhadap sekelilingnya maupun dirinya sendiri. Selain itu jika orang tua sudah menetapkan aturan, orang tua juga harus mengawasi atau mendampingi anaknya agar dia tidak merasa sendiri. Faktor lain yaitu kurangnya interaksi dengan masyarakat sekitar karena terlalu asik menonton *youtube* anak-anak sampai-sampai lingkungan sekitar terabaikan. Faktor selanjutnya adalah keinginan yang belum terpenuhi baik itu keinginan

materi maupun non materi sehingga anak tersebut cenderung untuk menghabiskan waktu untuk menonton *youtube* kesukaan mereka (Ulya dkk, 2021: 91).

Komunikasi orang tua terhadap anak sangat dibutuhkan. Maka dari itu, terdapat pola komunikasi orang tua dalam mendidik serta dalam mengawasi anak-anaknya dalam penggunaan *Youtube* yang digunakan untuk menonton sehingga tidak menimbulkan dampak yang buruk bagi anak. Pola komunikasi tersebut digunakan dalam artian sebagai pola asuh orang tua terhadap anak-anak mereka. Pola komunikasi yang dimaksud adalah pola asuh atau *parental control* terhadap penggunaan gadget terutama saat menggunakan *youtube*. Kemudian, *parental control* meliputi cara kontrol orang tua, membimbing dan member dukungan untuk anak-anak selama masa perkembangan dan pertumbuhan anak terutama dalam pola pikir anak. Komunikasi keluarga yang efektif dalam keluarga dapat menimbulkan masalah dan kerugian baik bagi orang tua maupun anak. Maka dari itu, perlu adanya pola komunikasi antara orang tua dan anaknya.

Menurut Yudaningsih (2021: 49) menyatakan terdapat tiga pola komunikasi di dalam kaitannya dengan orang tua dan anak yakni sebagai berikut:

a. *Permissive*

Pola komunikasi orang tua menurut jenisnya *permissive* ini memiliki *acceptance* yang tingkat control yang tinggi tetapi rendah terhadap pengawasan anaknya. Orang tua dengan pola komunikasi tersebut memberikan kebebasan dan banyak berdiskusi terhadap anak agar dapat kesepakatan bersama tentang aturan dalam keluarga sehingga anak tersebut dapat memiliki ruang dalam menyampaikan pendapat dan keinginannya.

b. *Authoritarian*

Tipe pola merupakan tipe pola yang orang tua lakukan dalam desain, mengontrol serta mengevaluasi perilaku terhadap anak sesuai peraturan yang telah ditetapkan dengan tegas.

c. *Authoritative*

Pola komunikasi ini merupakan pola dengan pengarahan anak ketika berpikir secara rasional. Orang tua memiliki penerimaan dan kontrol yang

tinggi. Anak setuju dengan menyesuaikan diri dengan minat dan kebutuhan anaknya.

Orang tua sangat berperan aktif dalam proses komunikasi pada anak terkait penggunaan dari aplikasi *YouTube* yang sekarang sedang marak-maraknya di era ini.

Tontonan *YouTube* bagi anak merupakan tontonan yang baik di berikan pada anak sehingga orang tua tidak boleh melarang anaknya dalam mengakses *YouTube* tersebut tetapi apabila mengakses *YouTube* tersebut untuk anak perlu pengawasan yang lebih ketat dari orang tua seperti pendampingan serta pengarahan terhadap anaknya (Yudaninggar, 2021: 51).

Referensi

Amelia, R. F., & Lestari, T. (2021). Tanggapan Orang Tua Mengenai Pengaruh Youtube Terhadap Emosi Anak Usia Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(1), 1482-1489.

<https://123dok.com/document/zw1e5lqq-tanggapan-orang-tua-mengenai-pengaruh-youtube-terhadap-emosi-anak-usia-sekolah-dasar.html> . Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 20.18 WITA)

Erzad Azizah M. (2017). Peran Orang Tua Dalam Mendidik Anak Sejak Dini Di Lingkungan Keluarga. *Jurnal Thufula*. 5 (2), 414-431.
https://www.researchgate.net/publication/329777317_PERAN_ORANG_TUA_DALAM_MENDIDIK_ANAK_SEJAK_DINI_DI_LINGKUNGAN_KELUARGA/link/5c1a46c9299bf12be38b2490/download diakses pada tanggal 17 juli 2022 (pukul 14.36 WITA)

Ifadloh, LIL, & Widayati, S. (2021). Pengaruh Konten Musik Youtube Anak Terhadap Kecerdasan Musik Berumur 4-5 Tahun Di Pandemi Covid-19. *JP2KG AUD (Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, Pengasuhan, Kesehatan dan Gizi)* , 2 (2), 107-116.

<https://journal.unesa.ac.id/index.php/jt/article/view/15912>. Di akses pada tanggal 03 Juli 2022 (pukul 00.47 WITA)

Laily, I. N., & Chandra, R. D. A. (2021). Kajian Wacana Dampak Penggunaan Gadget (Gawai) Terhadap Kemampuan Sosial Emosional Pada Anak Usia Dini. *Jurnal*

Warna: Pendidikan dan Pembelajaran Anak Usia Dini, 6(1), 35-44.

[https://www.semanticscholar.org/paper/KAJI-AN-WACANA-DAMPAK-PENGGUNAAN-GADGET-\(GAWAI\)-PADA-Laily-Chandra/04a8130da3449ff3a1ad87bc7e3b6f2452081914](https://www.semanticscholar.org/paper/KAJI-AN-WACANA-DAMPAK-PENGGUNAAN-GADGET-(GAWAI)-PADA-Laily-Chandra/04a8130da3449ff3a1ad87bc7e3b6f2452081914). Di akses pada tanggal 03 Juli 2022 (pukul 00. 15 WITA)

Mastanora, R. (2020). Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini. *Aulada: Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak*, 2(1), 47-57.

<https://www.semanticscholar.org/paper/Dampak-Tontonan-Video-Youtube-Pada-Perkembangan-Mastanora/7eeec8213c80b4bb8e07de78354304e3e84ffed4> Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 21. 23 WITA)

Novianti, R., Febrialismanto, F., Puspitasari, E., & Hukmi, H. (2020). Meningkatkan pengetahuan orang tua dalam mendidik anak di era digital di Kecamatan Koto Gasib Kabupaten Siak Provinsi Riau. *Riau Journal of Empowerment*, 3(3), 183-190.

<http://raje.unri.ac.id/index.php/raje/article/view/122>. Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 21.34 WITA)

Putri, R. Y., & Hazizah, N. (2019). Pengaruh Bermain Gagdet Terhadap Perkembangan Emosional Anak Usia Dini.

<https://scite.ai/reports/pengaruh-bermain-gagdet-terhadap-perkembangan-r6k6mIO?page=1> . Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 22.18 WITA)

Putri, Y., & Rahman, R. (2022). Dampak Smartphone Terhadap Akhlak Anak. *An-Nuha*, 2(2), 342-354.

<http://annuha.ppi.unp.ac.id/index.php/annuha/article/view/191> Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 21.56 WITA)

Rediansyah, I. (2020). Manfaat Penggunaan Media Youtube Terhadap Perkembangan Anak Sekolah Dasar Di Asrama SPN Cisarua Bandung Barat. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(3), 315-319.

<https://journal.ikipsiliwangi.ac.id/index.php/mm-edu/article/view/4355>. Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 20.57 WITA)

Salehudin, M. (2020). Literasi digital media sosial youtube anak usia dini. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 5(2), 106-115.

https://www.researchgate.net/publication/343413883_LITERASI_DIGITAL_MEDIA_SOSIAL_YOUTUBE_ANAK_USIA_DINI. Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 22.21 WITA)

Ulya, S. M., Fathurohman, I., & Setiawan, D. (2021). Analisis Faktor Penyebab Kecanduan Menonton Youtube pada Anak. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 89-94.

<https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/607> Di akses pada tanggal 03 Juli 2022 (pukul 00.03 WITA)

Yudaninggar, K. S. (2021). Pola Komunikasi Orangtua dan Anak dalam Penggunaan Aplikasi YouTube. *Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna*, 17(2).

<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2522793>. Di akses pada tanggal 02 Juli 2022 (pukul 21.45 WITA)

Yunia, V. (2022). Mengatasi Dampak Media Sosial Youtube Bagi Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini. *Education For All: Jurnal Pendidikan Masyarakat*, 1(2), 53-61.

[https://www.researchgate.net/publication/335390425 Pengaruh Media Sosial pada Perkembangan Kecerdasan Kognitif Anak Usia Dini](https://www.researchgate.net/publication/335390425_Pengaruh_Media_Sosial_pada_Perkembangan_Kecerdasan_Kognitif_Anak_Usia_Dini).

Di akses pada tanggal 03 Juli 2022 (pukul 00.27 WITA)

Bagian 17

Pemanfaatan Platfrom Tiktok Dalam Penyebaran Islam

Nur Reski Amalia, Febryanti

Pertumbuhan teknologi di dunia saat ini sangat pesat. Dalam hal ini khususnya di negara Indonesia, penggunaan teknologi khususnya media sosial yang diakses dari ponsel semakin meningkat dengan berbagai jenis proses penggunaan. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai sumber yang menunjukkan bahwa Indonesia sedang mengalami pertumbuhan sosial.

Penggunaan media sosial saat ini, Indonesia menduduki peringkat ketiga pengguna internet terbesar setelah China (Junawan & Laugu, 2020:42). Dalam hal ini, media sosial dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat Indonesia, baik mahasiswa, peneliti, mahasiswa, maupun masyarakat umum. Kemajuan tersebut mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Hal yang dipengaruhi antara lain adalah dalam bidang pendidikan, ekonomi dan agama. Perkembangan yang sangat pesat ini telah melahirkan banyak inovasi di bidang teknologi. Akibatnya, berbagai jenis platform sekarang muncul

dalam versi yang berbeda dan dalam aplikasi yang berbeda. Banyak orang Indonesia kini mulai bereksperimen dengan menggunakan berbagai aplikasi yang semakin berkembang. Masing-masing aplikasi ini memiliki daya tarik tersendiri. Salah satu bentuk perkembangan baru adalah media sosial. Media sosial dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain.

Saat ini, keadaan interaksi manusia dan kebiasaan komunikasi berubah secara dramatis terkhusus pada generasi milenial saat ini . Dalam proses digitalisasi, model komunikasi berubah di era media sosial sebagai saluran pertukaran berita dan informasi antar manusia. Bagikan informasi tentang diri Anda melalui pertukaran interpersonal dan status dalam bentuk foto, teks, video, suara, dan lainnya. Pembaruan status memberi umpan balik dari orang lain dalam bentuk komentar, suka, dan undangan ke teman dan pengikut baru. Jika banyak yang mengikuti, ia akan terus memperluas jaringan komunikasi, pengaruh, dan popularitasnya. Berdasarkan fakta tersebut, media sosial saat ini menjadi kebutuhan utama karena sangat mudah diakses, siapa saja dapat membuat konten favorit mereka dan membagikannya secara bebas kapan

saja, di mana saja. Herdian dan Gumgum (Dalam Febriana,2021:181). Media sosial yang saat ini digunakan oleh masyarakat sangat beragam, salah satunya yang sedang populer saat ini adalah media sosial Tiktok.

Tiktok adalah aplikasi modern yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video unik dan bermanfaat, saling memasukkan urutan komentar pengguna, dan berkomunikasi satu sama lain. Tiktok terdapat berbagai efek unik yang dapat digunakan banyak pengguna untuk membuat berbagai jenis video yang unik, kreatif dan inovatif. Oleh karena itu, media sosial Tiktok bisa menjadi aplikasi yang banyak diunduh orang. Tiktok memiliki beberapa fitur menarik seperti menambahkan efek video, suara, stiker, berbagi video, dan tentu saja bertukar pesan dengan pengguna lain (Ghaisani,2021:7). Ini juga mencakup berbagai jenis konten yang berbeda, dari konten pendidikan hingga berbagai konten yang tidak boleh dilihat remaja.

Media sosial Tiktok dapat digunakan sebagai alat hiburan dan sebagai cara untuk menciptakan seseorang untuk artis Tiktok dengan meningkatkan keterampilan, membangun

kepercayaan diri, berteman, memamerkan bakat dan mengikuti berbagai tren yang berkembang.

Jenis media sosial Tiktok ini memiliki peran penting bagi para penggunanya, terutama para remaja. Aplikasi Tiktok memungkinkan remaja untuk berkreasi dengan berpartisipasi dalam pembuatan konten video yang memuat berbagai topik menarik. Selain itu dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti media hiburan, personal branding, promosi bisnis, dan kompetisi. Aplikasi Tiktok ini dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis atau brand. Hal ini dilakukan dengan membuat akun dan konten Tiktok sendiri dan menggunakannya sebagai alat promosi atau sebagai cara untuk membangun citra merek perusahaan. Pilihan lainnya adalah bekerja dengan *influencer* Tiktok yang sudah memiliki audiens sendiri dan memiliki pengikut yang cukup banyak. Tiktok juga dapat digunakan untuk membangun personal brand. Jika ada yang ingin menjadi *influencer*, Tiktok adalah tempat yang tepat untuk memulai dengan potensi dengan popularitas dan jumlah pengguna yang besar. Tiktok juga merupakan tempat di mana dapat menemukan hiburan yang menarik. Ada banyak konten seru dan

menarik yang bisa digunakan untuk menghilangkan stres.

Media sosial Tiktok tentu memiliki dampak positif dan negatif. Efek positif yang mereka bawa adalah mereka dapat dengan mudah mengembangkan keterampilan dan kreativitas mereka. Mereka juga dapat mempelajari cara berinteraksi, menyesuaikan, dan mengatur jaringan pertemanan (Ghaisani,2021:8). Hal lain yang harus dilakukan ketika menggunakannya adalah menjadikan media ini sebagai wahana atau fasilitator dakwah islam dan berpartisipasi dan berdiskusi dengan komunitas agama di dalamnya. Hal baik yang dapat dicapai dengan menggunakan media sosial Tiktok adalah menjadi lebih dan lebih sadar Islam, menarik remaja, menciptakan karya-karya kreatif dan inovatif, video islami dan Ini tentang dapat meningkatkan keterampilan yang berhubungan dengan mengedit foto.

Penggunaan media sosial Tiktok juga berdampak negatif bagi remaja. Dengan kata lain, kehilangan rasa malu. Mereka mengabaikan norma-norma Islam dan menari dengan mudah dan bebas, dan remaja mengikuti cara berbicara yang bisa salah diucapkan. Seseorang yang memiliki kemampuan

berbicara yang sangat baik pada awalnya, setelah menggunakan media sosial Tiktok, mereka menjadi lebih mudah dan menjadi berani berbicara dengan kata-kata yang tidak seharusnya mereka ucapkan. Kata-kata yang tidak seharusnya mereka ucapkan seperti memaki kemarahan pada teman sekolah dan teman dekat mereka.

Dengan meniru kata-kata tersebut, mereka terlihat lebih keren dan modern dibandingkan teman-teman mereka yang lain. Mereka meniru apapun yang mereka katakan. Selain itu, dengan menggunakan media sosial Tiktok, remaja dapat dengan mudah meniru banyak perilaku yang tidak sesuai dengan hukum dan peraturan Islam serta mereka juga tidak malu menari dengan buruk di depan umum. Kemudian *capture* di ponsel dan mulailah mengunggahnya ke akun media sosial Tiktok atau jenis media sosial lainnya. Gerak-gerik dan tarian yang ditampilkan remaja muslim di aplikasi Tiktok dapat menunjukkan kualitas remaja yang semakin tidak tahu malu.

Dakwah sendiri erat kaitannya dengan era digital yang berkembang pesat saat ini. Dimana informasi menjadi bagian penting dari gaya hidup masyarakat dalam genggamannya di media sosial. Awal

mula munculnya tren dakwah di Tiktok yaitu dimulai oleh salah satu pendakwah Indonesia yang disebut "Ustad Milenial" dalam khotbah media sosialnya adalah Syamsudin Nur Makka. Ustadz ini awalnya menjadi narator ceramah Ustadz Maulana di saluran televisi "Islam itu Indah". Dikenal sebagai Qori, ia kemudian menghadiri kuliah di acara televisi dan sangat aktif menggunakan media baru Tiktok untuk menyampaikan pesan-pesan baik dari bacaan Al-Qur'an dan hadits.

Melalui akun media sosial Tiktok miliknya @syam_elmarusy, saat ini ia memiliki 3,6 M juta pengikut dan 112,8 juta *like*, yang kontennya dirancang untuk berbagi pengetahuan tentang ajaran Islam. Fenomena ini sangat menarik untuk ditelaah, mengingat jumlah follower yang mengikuti Ustadz Syam juga sangat tinggi dan penulis menganggap ini sebagai optimasi media baru untuk kepentingan dakwah.

Pada dasarnya, dakwah merupakan kegiatan penting bagi umat Islam untuk menyiarkan kewajiban dan perintah Allah SWT kepada orang-orang, yang dapat dilakukan di mana saja agar manusia tetap berada di jalan yang benar.

Menurut Zulkarnaini (dalam Palupi dkk,2021:92) dakwah adalah suatu kegiatan yang mengupayakan kebaikan dan melarang perbuatan buruk, baik lisan, tulisan maupun sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Adanya modernitas menuntut pelaksanaan dakwah menyesuaikan dengan kondisi atau keadaan masyarakat dengan memperhatikan bahan, metode dan media yang digunakan. Karena banyaknya pengguna Tiktok, para ustadz memanfaatkan kesempatan ini sebagai wadah dakwah modern.

Tujuan dari konten dakwah yang dibuat di Tiktok memungkinkan generasi milenial untuk belajar Islam dengan mengikuti metode penyampaian dan apa yang disampaikan pada konten islami tersebut. Munculnya da'i muda Islam di Tiktok secara tidak langsung dapat menarik perhatian masyarakat, mendorong masyarakat untuk mempelajari Islam, dan masyarakat mulai membantu. Selain itu konten dakwah pada Tiktok memiliki tujuan untuk menyadarkan para generasi muda yang perbuatannya sudah banyak yang menyimpang dari ajaran agama islam.

Berbagai pesan dakwah yang dijadikan edukasi pada media Tiktok sangat beraneka ragam

mulai dari pesan aqidah, pesan akhlak dan pesan syari'ah (Bimantara,2022:43). Aqidah adalah iman atau keyakinan manusia yang kuat dan kokoh, dan tidak ada keraguan bahwa kita beriman kepada Allah SWT.

Aqidah dapat dibedakan menjadi dua yaitu akidah yang baik dan akidah yang buruk. Aqidah yang baik adalah sikap beriman dan berpegang teguh pada ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadits. Contoh Aqidah yang baik dalam kehidupan sehari-hari adalah menjalankan perintah Allah menurut Nabi dan Rasul, dan Sunnah Nabi dan Rasul.

Aqidah buruk adalah keyakinan atau keyakinan manusia yang berasal dari hati manusia yang bertentangan dengan ajaran agama dan hukum agama, tetapi pikiran dan keyakinan tersebut diwujudkan dalam bentuk perbuatan. Contoh konten Tiktok yang termasuk pesan Aqidah, adalah malam terakhir Husnuzan dan Ramadhan kepada Allah dan masih banyak lagi. Akhlak adalah suatu bentuk kebiasaan yang menghasilkan perilaku yang mencerminkan akhlak seseorang. Jika suatu kebiasaan itu baik, dikatakan akhlaknya baik, tetapi jika perbuatannya buruk, dikatakan akhlaknya buruk.

Contoh konten Tiktok dengan pesan akhlak antara lain adalah babi dalam islam, sengaja membatalkan puasa padahal tidak udzur, dan minum obat untuk menunda menstruasi selama bulan Ramadhan. Syariah adalah peraturan dan ketentuan dari Allah yang mengatur hubungan manusia dengan saudara-saudara seagama, dengan sesama, dengan alam. Syariah dalam islam ialah semua aturan atau hukum Allah untuk mengatur hubungan antara manusia dan Allah serta mengatur kehidupan sosial di antara manusia, dan terkait erat dengan amal lahir (nyata). Syariah itu sendiri dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu ibadah dan muamalah. Contoh konten Tiktok yang termasuk pesan Syariah, hukum menangis saat puasa, lima tips untuk memperlancar puasa, hukum vaksin pada saat puasa, dan banyak lagi.

Fitur-fitur yang digunakan konten kreator pada media Tiktok dalam menciptakan konten dakwah sangat bermacam macam. Fitur yang pertama adalah penambahan musik. Musik yang ditambahkan untuk melengkapi konten dakwah juga sangat banyak, bergantung pada tema konten yang akan dibut. Musik yang biasanya digunakan adalah sholawat dan lagu-lagu islami lainnya. Penambahan lagu tersebut biasanya hanya digunakan sebagai

suara latar belakang saja jika konten dakwah tersebut berupa konten penjelasan dari seorang da'i tersebut. Suara musik akan diperjelas atau suaranya diperbesar apabila konten tersebut berisikan penjelasan berupa tulisan saja. Fitur lain yang biasa digunakan adalah *Voice Changer Function*. Fitur ini yaitu fitur untuk mengubah suara menjadi berbagai jenis suara seperti yang saat ini banyak digunakan adalah suara dari google. Dan fitur yang tentunya banyak digunakan dan selalu digunakan saat ini adalah fitur filter. Nyaris semua konten yang ada pada Tiktok selalu menggunakan filter. Hal tersebut dilakukan agar konten tersebut terlihat bagus dan menarik. Fitur stiker juga sering digunakan dalam konten dakwah. Tujuan digunakannya stiker tersebut adalah agar konten tersebut memiliki visualisasi yang sedikit diperjelas dengan adanya stiker tersebut. Fitur yang harus digunakan oleh konten kreator dakwah tentunya adalah tagar atau *hashtag*. Dengan fitur ini video yang dibuat oleh konten kreator akan lebih banyak muncul di beranda para pengguna Tiktok.

Pengaruh Tiktok sebagai edukasi dalam hal berdakwah melalui Tiktok terhadap pengguna memiliki dampak atau peranan yang sangat baik

dalam menyiarkan agama islam. Dengan adanya konten dakwah pada Tiktok pengguna dapat mengetahui informasi yang sangat bermanfaat terkait aturan-aturan ada pada agama islam. Konten dakwah juga mampu menyadarkan para pengguna Tiktok yang memiliki perilaku akhlak atau perilaku yang kurang baik. Selain itu juga konten dakwah ini dapat dijadikan salah satu sumber informasi tentang agama islam. Informasi mengenai ajaran islam tidak hanya didapatkan dari mengikuti dakwah secara langsung dengan mengikuti pengajian atau melihat di google atau di media sosial lainnya. Kini informasi mengenai agama islam juga dapat didapatkan melalui konten dakwah yang ada di Tiktok. Jadi media sosial Tiktok dan para konten kreator dakwah saat ini juga memegang peran sebagai salah satu penggerak pemuda masa ini untuk terus berjalan dan hidup sesuai dengan aturan islam yang telah ditetapkan oleh Allah. Seperti yang disebutkan oleh Dessy Kushardiyanti, dkk pada penelitiannya yaitu

Para content creator dakwah ini merupakan representasi dari generasi milenial yang memanfaatkan keberadaan media baru dengan baik. Hasil yang diperoleh dari penelusuran konten yang telah dibuat oleh content creator dakwah menunjukkan keberhasilan dalam strategi pemanfaatan

Tiktok sebagai media dakwah digital.
(Kushardiyanti *dkk* ,2021:100)

Tiktok saat ini menjadi salah satu media dakwah yang sangat diminati oleh para pengguna. hal tersebut memiliki alasan karena konten yang dibuat oleh para da'i atau konten kreator dakwah lainnya dikemas dengan sangat menarik. Banyaknya penceramah Tiktok tentu memudahkan umat Islam untuk menerima isi ceramah, mengingat ceramah biasanya direkam dalam video dalam waktu yang singkat agar tidak membuat bosan para pengguna. Video dakwah yang diberikan saat ini juga tidak monoton. Konten dakwah saat ini dikemas dengan berbagai cara mulai dari video yang serius hingga video dakwa yang dikemas dengan konten yang lucu sehingga para pengguna tidak bosan melihat konten dakwah yang hanya itu-itu saja. selain itu media dakwah di Tiktok saat ini lebih diminati karena kontennya yang hanya berupa video yang singkat. Dari video singkat tersebut pengguna dapat memahami isi konten tersebut tanpa harus bertele-tele atau dengan penjelasan yang panjang lebar yang tidak langsung pada ini yang akan disampaikan. Secara keseluruhan, dakwah Tiktok merupakan dakwah yang baik dan sangat cocok bagi kaum milenial.

Tiktok saat ini dapat dikatakan sebagai salah satu pemegang peran dakwah dalam media sosial. Media Tiktok dalam menyampaikan dakwah saat ini harus mampu lebih mempengaruhi umat islam untuk selalu berbuat baik dan selalu menjalankan apa yang diperintakan oleh Allah dan menjauhi apa yang menjadi larangan dari Allah. Konten yang dibuat harusnya juga selalu diperbarui dan selalu mengikuti tren namun masih dalam konten dakwah jadi para pengguna selalu mengikuti dan selalu mendapatkan informasi mengenai ajaran islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Febriana,Ayu.(2021).*Pemanfaatan Tik-Tok Sebagai Media Dakwah ; Studi Kasus Ustad Syam , Di Akun @ syam _ elmarusy*. Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, vol.11 No.02 ,180–194.
<https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/komunida/article/download/2068/952>
- Bimantara,Yoga. S. (2022). *Analisis Isi Pesan Dakwah Melalui Media*.universitas islam negeri fatmawati sukarno: Bengkulu.
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/8415/1/YOGA%20SATYA%20BIMATARA.pdf>
- Ghaisani,Nabila. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Di Kecamatan Blangkejeren*. Jurnal: an nadwah, vol.XXVII No.2, 6-20.
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/nadwah/article/download/10980/5030>
- Fatriadi,Aldi. (2021). *Perspektif Dakwah Islam Dalam Penggunaan Aplikasi Tiktok Dimasa Pandemi Covid-19*.
<https://osf.io/58g4e/download/?format=pdf>
- Atik H, Sholihatul.Farida,Luluk.(2021). *Pemanfaatan Media Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iai Sunan Kalijogo Malang*. jurnal: al-ittishol. vol.2 No.1,2721-9631.
<https://ejournal.iaiskjmalang.ac.id/index.php/ittishol/article/view/215/179>
- Ulfa, Qamariyah. Rachman,Rio Febriannur.(2022). *Dakwah Tiktok Da'i Milenial*. Nusantara: Indonesian Journal Of Islamic Studies.vol.2 no.1.41-62.
<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article>.

[php?article=2406617&val=22983&title=Dakwah
%20Tiktok%20Dai%20Milenial](http://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/article=2406617&val=22983&title=Dakwah%20Tiktok%20Dai%20Milenial)

- Mudofir, Syamsul, Bakri, Saifuddin, Ahmad. (2021). *Analisis Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Di Era Modern*. Academia: journal of multidisciplinary studies. vol.5 No.1.90-104. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/academica/article/view/4119>.
- Husni, Nurjanati. (2021). *Media Sosial Tiktok Sebagai Media Dakwah Baru*. Academia: Journal Of Multidisciplinary Studies. <https://www.academia.edu/resource/work/44903635>.
- Kushardiyanti, Dessy, Mutaqin, Zaenal, Dkk. (2021). *Tren Konten Dakwah Digital Oleh Content Creator Milenial Melalui Media Sosial Tiktok Di Era Pandemi Covid-19*. Orasi: jurnal dakwah dan komunikasi. vol.12, No.1, 97-114. <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/orasi/article/view/7936/3839>
- Nowidiyanti, Evi. (2021). *pesan dakwah melalui konten tiktok*. iain ponorogo ponorogo : <http://etheses.iainponorogo.ac.id/16221/>
- Apriari, at-thoriq shinta, salamiyah, dkk. (2021). *Peran Tiktok Sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Muslim Di Masa Pandemi Covid-19*. jurnal borneo undergraduate academic forum. <https://conference.iainptk.ac.id/index.php/buaf5th/article/view/152/63>
- Fitri Randani, yulia nafa, safrinal, dkk. (2021). *Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial*. jurnal mahasiswa

FAI-UII: at-thullab. vol.3,No.1, 570-584.
<https://journal.uui.ac.id/thullab/article/view/20312/11478> .

putri,Atika Ira.(2021). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Dakwah Islam*.kompasiana.com.<https://www.kompasiana.com/ira29530/60f0fc2815251021eb130012/pe-manfaatan-aplikasi-tiktok-sebagai-media-dakwah-islam>

Valiant, Velatntin. (2021). *Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi*. Fikom UPI Y.A.I.<http://repository.upi-yai.ac.id/4706/1/Pengelolaan%20Konten%20Tiktok%20sebagai%20Media%20Informasi.pdf>

Junawan,Hendra.Laugu,Nurdin. (2020). *Eksistensi Media Sosial,Youtube,Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. Baitul Umum: Jurnal ilmu perpustakaan dan informasi. vol,4. No,1 . 41-57.
https://baitululum.fah.uinjambi.ac.id/index.php/b_ulum/article/download/46/25

Harahap, Machyudin Agung.Adeni,susri. (2020). *Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia*. jurnal professional FIS UNIVED . vol,7 No,2. 13-23.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/download/1273/1055> (Diakses pada 23 juli 2022 pukul 01:41

Bagian 18

KEHADIRAN *E-COMMERCE* MENGGESER KEBIASAAN BELANJA SECARA LANGSUNG

Ahsanul Amalia, Muh. Fadly, Nadya Raihana Putri

Jika mengatakan kata *e-commerce* pasti tiap orang akan pendapat yang beragam. Bila merujuk pada apa yang kerap disebutkan di berbagai media *e-commerce*, maka pasti memilih pemahaman yang merujuk pada marketplace yang terdapat di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia maupun Bukalapak. Tetapi bila kita merujuk pada definisi dari berbagai referensi yang ada, *e-commerce* mempunyai makna yang luas serta pemakaian kata *e-commerce* buat merujuk marketplace ialah definisi yang relatif kecil.

Pengertian *e-commerce* pada buku yang berjudul *e-commerce : Law and Practice* karya Julian Ding (1999:25)

“Electronic commerce or e-commerce as it is also known is a commercial transaction between a vendor and purchase or parties in similar contractual relationship for the supply of goods, services or acquisition of “right”. This commercial transaction is executed or entered into electronic medium (or digital medium) where the physical

presence of parties is not required and medium exist in a public network or system as opposed to private network (closed system). The public network system must be considered an open system (e.g. the internet or world wide web). The transaction concluded regardless of nation boundaries or local requirement."

Hal di atas menjelaskan bahwa e-commerce adalah suatu transaksi perdagangan antar pedagang dan konsumen dengan ikatan kesepakatan guna dalam memberikan beberapa produk, pertukaran kepemilikan ataupun jasa. Yang mana segala prosesnya melalui saluran elektronik/digital, hal ini dapat berlangsung tanpa adanya pertemuan pihak transaksi. Dan eksistensi media ini hadir dalam jaringan publik dan sistem, sebagai lawan dari sistem tertutup (jaringan pribadi).

Sedangkan menurut Febriantoro (2018:3) e-commerce ialah suatu proses pertukaran informasi serta transaksi yang menyertakan barang dan jasa dengan menggunakan teknologi informasi *electronic commerce*.

Menurut Onno & Aang (dalam Rahmadani, 2015:347) mengatakan bahwa hal yang mendasar pada aplikasi perdagangan elektronik ini adalah pembeli membeli secara daring melalui internet, di situ pembeli mengawasi dengan

membeli segala kebutuhan yang ia inginkan, kemudian membuka server transaksi online yang mana semua data telah disiapkan guna kepentingan belanja terealisasi. Setelah itu ia membuat sebuah pesanan. Seluruh data yang terkait mengenai pesanan akan dikirim menggunakan *private gateway* menuju bagian proses data, maka pada tahap ini barulah transaksi akan ditetapkan oleh bank apakah sudah legal ataupun sebaliknya.

Sejalan dengan penerapan teknologi pada segala aspek kehidupan, hal ini juga menyebabkan pertumbuhan e-commerce. Secara pendek, sejarah dari *e-commerce* bermula pada tahun 1970an, dengan munculnya inovasi seperti *Electronic Fund Transfer* (EFT). Yang mana tingkat penerapannya terhalang mengenai lembaga keuangan, serta beberapa industri pemula yang berani, kemudian hadirlah *Electronic Informasi Interchange* (EDI), berawal dari transaksi keuangan ke proses transaksi dan memperbanyak kapasitas industri yang berfungsi, dari lembaga keuangan sampai industri manufaktur, ritel, layanan dan lainnya.

Setelah itu menyusulah aplikasi-aplikasi lainnya, yang melinkup dari penjualan saham sampai pada sistem pemesanan ekspedisi. Sistem itu

dikatakan sebagai aplikasi telekomunikasi yang telah diakui secara *universal* karena nilainya yang strategis. Pada tahun 1990-an pengomersialan internet serta cepatnya perkembangan internet hingga jutaan pengguna potensial, hingga timbullah sebutan *e-commerce*, yang mana aplikasinya berkembang cepat. Di Universitas Texas terdapat Pusat Studi *electronic commerce* yang mengkaji perusahaan internet, wilayah yang berkembang sangat pesat ialah *e-commerce*, yang berkembang mulai \$99, 8 miliar hingga \$171, 5 miliar atau dengan kata lain sebanyak 72%. Tahun 2002, pendapatan yang dapat diperoleh dari internet mencapai \$ 100,000,000 (Widagdo,2016:3).

Sejalan dengan perkembangan internet Industri-industri yang dari kecil berkembang pesat hal ini juga ditegaskan oleh Suyanto (dalam Widagdo,2016:3) Industri yang awal mulanya kecil semacam portal Yahoo toko, industri lelang sederhana Ebay, serta buku Amazon, dalam kurun waktu yang singkat ketiga industri ini berkembang secara pesat karena mampu memanfaatkan teknologi informasi. Perkembangan koneksi, software, protokol, serta spesifikasi menjadi penyebab utama cepatnya pertumbuhan teknologi. Penyebab lainnya ialah

ketatnya persaingan serta beragam tekanan dalam suatu bisnis.

Fenomena *e-commerce* Di Indonesia telah diketahui semenjak tahun 1996 dengan adanya web <http://www.sanur.com> sebagai toko buku *online* Universitas Sumatera Utara pertama. Pada tahun itu walaupun tidak terkenal, tapi telah bermunculan beberapa web yang menerapkan electronic commerce. Namun pada tahun 1997 sampai 1998 di Indonesia eksistensi electronic commerce sempat terabaikan sebab krisis moneter. Tetapi pada tahun 1999 sampai sekarang fenomena ini kembali menarik antensi seluruh masyarakat di Indonesia yang mengerti akan teknologi (Atikah,2015:2).

Di dunia ini, Indonesia ialah negara dengan perkembangan *e-commerce* paling tinggi. Beberapa tahun terakhir, banyak pengelola bisnis, baik industri kecil ataupun besar, meningkatkan bisnis menuju digital. Pertumbuhan pengelola bisnis kian berkembang hal ini sejalan dengan adanya beberapa *survei communication information technology research intitute*. Data Sensus Ekonomi 2016 dari Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan, di Indonesia perusahaan *e-commerce* dalam 10

tahun terakhir berkembang pesat mencapai 26, 2 juta unit atau sekitar 17%.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia dipengaruhi oleh: (1) perkembangan penduduk yang kian bertambah, (2) pengguna smartpone bertambah, (3) meningkatnya pengguna internet, (4) banyaknya pemakai internet, (5) perusahaan finansial terus berkembang.

Proses transaksi dan kepercayaan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen hal ini sejalan dengan apa yang dinyatakan oleh Kassim dan Abullah (2010) "Dimana sebuah situs *e-commerce* dikatakan baik apabila nilai kualitas layanan yang didapatkan oleh konsumen baik, yaitu dengan melihat kepercayaan, loyalitas dan kepuasan konsumen".

Dalam memastikan kepuasan pelanggan terdapat penyebab utama ialah anggapan konsumen terhadap nilai mutu barang maupun jasa serta apabila barang maupun jasa telah sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan *electronic commerce* Kepuasan konsumen dapat menyamakan taraf dalam pemenuhan kebutuhan yang bisa dipersiapkan oleh

owner industri web. Guna memenuhi sebuah kepuasan konsumen yang optimal , industri juga dituntut untuk menganalisis aspek apa saja yang dapat membangun kepuasan konsumen (Mustikasari,2016:5). Tingkatan kepuasan konsumen bisa dilihat berdasar pada faktor-faktor yang wajib diperhatikan oleh suatu perusahaan ialah: (1) kualitas pelayanan (2) kualitas barang (3) emosional (4) harga yang dibayarkan, (5) tarif biaya (Sidharta & Suzanto,2015:27).

Keberhasilan *e-commerce* di dukung oleh penawaran yang baik, hingga bisa mencapai pasar *e-commerce* yang mana mempunyai keberanegaragaman budaya. Harga barang yang dipengaruhi oleh sebuah promosi sangat dipertimbangkan oleh pelanggan sebab warga sangat sensitif hal-hal yang berhubungan dengan harga.sehingga para pelangga akan mencari promosi yang ditawarkan dengan keinginan para pelanggan.

Para peneliti melakukan penelitian tentang sejauh mana efektifitas promosi *online* berfungsi efisien terhadap promosi on line perdagangan dengan memakai *EPIC* Model yang dibesarkan oleh AC Nielsen Suyanto (1) Dimensi empati adalah

kemampuan berkomunikasi untuk mengenali apa yang orang lain rasakan. Definisi ini menginformasikan konsumen apakah tanggapan mereka terhadap promosi cocok untuk mereka. Empati dikaitkan dengan perasaan seseorang dan indikator pikiran. (2) Aspek persuasif adalah upaya untuk mendorong konsumen mengubah sikap, kepercayaan, dan perilakunya melalui pengaruh linguistik dan nonverbal. Artinya, berkaitan dengan keinginan dan indikator minat. (3) Dimensi pengaruh ialah apa yang Anda harapkan dari hasil iklan. Artinya, informasi tentang produk yang dapat diikuti dan dijangkau oleh konsumen. Menurut aspek ini, indikator berkaitan dengan pengetahuan dan kreativitas. (4) Aspek komunikasi ialah aktivitas yang memberikan informasi tentang keahlian pelanggan untuk mengingat pesan utama yang disampaikan, atau uraian konsumen terhadap pesan tersebut. Pengembangan dimensi ini memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan produk yang diiklankan, sehingga dimensi ini muncul dengan indikator kejelasan dan pemahaman.

Kemampuan mencapai atensi yang semakin baik dibanding dengan industri lain yang memiliki aktivitas semacam merupakan pengertian dari

kemampuan bersaing. Pemakaian *e-commerce* sekarang ini ialah ketentuan untuk suatu organisasi maupun industri, agar supaya industri itu bisa bersaing di pasar dunia. Banyak riset yang mendorong kemampuan pemakaian *e-commerce*. Serta melihat banyaknya manfaat *e-commerce* dibanding akibatnya.

Sebagai upaya dalam meningkatkan bisnis banyak industri baik industri kecil ataupun industri besar menggunakan *e-commerce*. Burges (dalam Maryama, 2013:74) dalam penelitian serta studi kasus yang ia lakukan di Australia menegaskan bahwa ada beberapa aspek yang mendesak industri untuk menggunakan *e-commerce*: (1) penggunaan komputer serta teknologi informasi bagi suatu industri, (2) penerapan *e-commerce* masa kini serta rencana di masa mendatang, (3) hambatan dalam pemakaian, (4) kemampuan dari staf teknologi informasi pada suatu industri.

Kotler dan Amstrong (2001) menjelaskan bahwa terdapat sejumlah aspek yang mempengaruhi perilaku konsumen termasuk aspek psikologis, meliputi (1) motivasi: yang cukup merangsang seseorang guna mencari kepuasan kebutuhannya, (2) persepsi: proses dimana seseorang melakukan

pemilihan, mengorganisasikan serta mengintegrasikan informasi guna merujuk gambaran dunia, (3) pembelajaran: perubahan perilaku individu yang dihasilkan dari pengalaman (4) kepercayaan: pemikiran deskriptif seseorang tentang suatu objek serta sikap seseorang yang relatif konsisten obyek atau gagasan.

Sehingga dalam menggunakan *e-commerce* menjadi suatu kewajiban dalam dunia usaha, mempertimbangkan permasalahan yang kian sulit, para pesaing yang terus bertambah serta desakan yang senantiasa menjajaki pertumbuhan dunia global yang mewajibkan senantiasa berperan kreatif (Maryama, 2013:74). Dengan *e-commerce*, perusahaan dapat memberikan layanan yang cepat dan nyaman kepada konsumen mereka, artinya para konsumen bisa mendapatkan apa yang ia inginkan dengan cepat dan perusahaan bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Banyak hal yang perlu dilakukan dalam upaya meningkatkan daya saing bisnis, diantaranya ialah dengan menerapkannya sistem perdagangan elektronik. E-commerce dalam dunia usaha adalah penggunaan teknologi terkini seperti internet dalam memudahkan kegiatan-kegiatan bisnis. Lewat

internet para pemilik usaha bisa dengan gampang berkomunikasi serta pesan menyurat menggunakan chatting, email, dan lain sebagainya. Dapat mempromosikan produk bisa dengan online, serta memperkenalkan industri, mencari pelanggan baru menggunakan web (Maryama,2013:78).

sebagai upaya menyebarkan usaha, banyak hal yang perlu dilakukan, salah satunya adalah menggunakan menerapkannya sistem e-commerce. E-commerce dalam global usaha artinya penggunaan teknologi terkini seperti internet pada memudahkan kegiatan-kegiatan usaha. Melalui internet pelaku usaha dapat menggunakan simpel berkomunikasi serta surat menyurat melalui email, chatting, serta lain sebagainya. bisa mempromosikan produk bisa melalui online, juga memperkenalkan perusahaan serta mencari pelanggan baru melalui web.

Strategi pemasaran melalui Internet merupakan sistem penataan komunikasi telah sistematis guna membagikan data terkait produktivitas barang ataupun jasa yang kaitannya berguna memuaskan kebutuhan serta kemauan masyarakat lewat perangkat internet. Secara umum strategi pemasaran online bisa dikategorikan

menjadi enam metode, yang diakronimkan dengan SISTEM: (1) S–*Search and research*. Melaksanakan sebuah aktivitas *search* serta studi pasar pesaing anda. (2) I–*Initiate strategy*. Menentukan metode serta strategi yang akan diperlukan guna mencapai prospek maupun konsumen. (3) S–*Start content engine*. Menggunakan berbagai media guna menarik perhatian pelanggan. (4) T–*Traffic*. Mendatangkan wisatawan ke web anda. (5) E–*Embrace relationship*. membangun ikatan dengan konsumen lewat berbagai media yang ada. (6) M–*Money*. Strategi mendatangkan pemasukan serta keuntungan.

Faktor eksternal bidang pemasaran melingkupi segala aspek yang tidak bisa diatasi melalui pimpinan industri. Sebaliknya faktor internal dalam bidang pemasaran merupakan faktor yang bisa diatasi oleh pimpinan, yang terdiri dari produk, biaya, promosi, penyaluran barang, serta pelayanan. Faktor intern industri yang diprediksi dalam penyusunan strategi pemasaran merupakan aspek yang terpaut dengan kinerja industri diantaranya pembelanjaan/keuangan, pemasaran, pembuatan barang dan organisasi serta SDM. Khususnya pada bidang pemasaran.

Ada beberapa elemen yang ikut serta dalam proses transaksi *e-commerce*. Berdasarkan pada standar aturan *Secure Electronic Transaction (SET)*, yang menerangkan elemen-elemen yang ikut serta pada transaksi *e-commerce*, ialah: (1) pembeli (*Cardholder*), (2) *Issuer*, ialah lembaga keuangan dimana *Cardholder* menjadi pelanggan serta pembuat kartu debit. (3) penjual (*Merchant*), ialah pelaku yang mempromosikan produk untuk dijual ataupun jasa dengan mendapatkan sejumlah bayaran. (4) *Acquirer*, ialah lembaga keuangan dimana penjual jadi nasabahnya serta memproses keautentikasi kartu debit. (5) *Payment Gateway*, ialah fasilitas yang dioperasikan oleh *Acquirer* ataupun pihak ketiga, yang ditunjuk guna memproses data-data transaksi penjual. (6) otoritas sertifikat (*Certificate Authority*), ialah lembaga yang meyakinkan untuk menghasilkan kartu-kartu yang ditandatangani secara digital oleh pengguna.

Kemudahan serta jangkauan dalam bertransaksi menggunakan *e-commerce* dengan disediakananya 3 cara pembayaran yang biasa digunakan (Sidharta & Suzanto, 2015:27): (1) *Online Processing Credit Card*, jika barang semacam retail yang mana pemasarannya memasuki pasar dunia

maka cara ini bisa dipakai. Pembayaran dilakukan dengan proses verifikasi saat itu pula). (2) *Money Transfer*, metode ini lebih aman dalam transaksi mancanegara, tetapi pelanggan membutuhkan anggaran yang lebih dalam wujud fee bagi pihak penyedia layanan transfer uang guna mengirimkan beberapa uang ke negara lainnya. (3) *Cash on Delivery*, Pembayaran dengan cara bayar di tempat, jika pelanggan berada dalam 1 kota maka metode dengan pembayaran semacam ini dapat dilakukan.

Trust atau sebuah kepercayaan dari pelanggan merupakan salah satu tantangan utama pada e-commerce. Kepercayaan terhadap transaksi *e-commerce* yang dimaksud secara universal ialah gambar atau sebuah foto yang dilihat serta yang dipromosikan setelah terjalin kesepakatan ataupun ketika transaksi sedang berlangsung, dimana barang yang dipromosikan sesuai keinginan dari konsumen ketika barang sampai pada konsumen.

Truste, Merupakan suatu kemitraan dari suatu industri yang berupaya menumbuhkan keyakinan publik dalam *e-commerce* dengan memberikan *approve* pada web yang tidak melanggar kerahasiaan pelanggan melalui metode *cap good housekeeping*. Keyakinan konsumen

dalam melaksanakan *online shopping* ialah sesuatu hambatan yang susah di kendalikan sebab berhubungan dengan perilaku serta sikap konsumen.

Berdasarkan pada faktor keuntungan serta efek dalam proses transaksi *e-commerce* hingga faktor yang mempengaruhi *trust* (kepercayaan) ialah salah satu indikator dalam membentuk keyakinan pelanggan dalam melaksanakan proses belanja *online* pada *Electronic commerce* (Sidharta & Suzanto, 2015:27). Hal seperti ini sejalan dengan pemikiran Mujiyana dan Ellisa (2013) yang melakukan sebuah riset menerangkan bahwasanya sebuah kepercayaan bisa dipengaruhi oleh sebuah proses transaksi dengan konsumen pada saat belanja online dengan *e-commerce*.

Pelaksana *e-commerce* memiliki beberapa prinsip-prinsip yang harus diperhatikan antara lain: (1) bersikap hati-hati; (2) keamanan dalam melakukan kegiatan *e-commerce*; (3) daya guna serta efisiensi bayaran; serta (4) perlindungan konsumen sesuai dengan syarat peraturan perundang-undangan. Prinsip-prinsip tersebut dilaksanakan oleh piha berwajib dengan konsisten dan baik. Berdasarkan pada pengalaman serta

pengamatan, prinsip yang paling utama dalam bertransaksi *online* di Indonesia lebih mendahulukan aspek *trust* kepada pembeli ataupun penjual.

Dampak yang diperoleh dari *e-commerce* bagi penyedia layanan *e-commerce* menurut persepsi Suyanto (dalam Rahmadani,2015:346) ialah: (1) meluaskan pasar yang ada baik dalam negeri maupun luar negeri (2) menguragi anggaran produksi, pengelolaan, distribusi, penyimpanan serta pengambilan data yang memakai kertas (3) sebisa mungkin mengurangi persediaan serta *overhead* dengan menyederhanakan rantai pasokan serta manajemen jenis "*pull*" (4) memangkas waktu dari investasi modal hingga si penerima produk maupun jasa (5) menunjang upaya untuk mengubah proses bisnis (6) meminimalkan anggaran telekomunikasi.

Sedangkang dampak yang ditimbulkan dari *e-commerce* untuk pengguna layanan *electronic commerce* ataupun konsumen menurut persepsi Suyanto (Rahmadani,2015:347) ialah : (1) mengizinkan pelanggan buat berbelanja ataupun melaksanakan transaksi sepanjang 24 jam satu hari selama tahun dari nyaris tiap posisi dengan memakai sarana internet (2) menyediakan berbagai

macam pilihan kepada konsumen (3) pengiriman cepat (4) tersedianya data yang terperinci dalam hitungan detik (5) pelanggan komunitas elektronik dapat mendapatkan ruang serta bertukar nalar sesuai pengalaman (6) mempermudah pesaing yang ada untuk menghasilkan diskon yang signifikan.

Peralihan metode belanja pada masyarakat dari konvensional ke metode belanja digital terletak pada sikap, mekanisme serta faktor penting. Sikap berbelanja konvensional yang mengaitkan 4 dari 5 indra (pendengaran, penciuman, visual, sentuhan) perubahan yang hanya mengedepankan *visual*. Mekanisme yang membutuhkan kegiatan yang aktif dengan *windows shopping* berkeliling toko guna mencari produk, dengan berbelanja *online* badan jadi lebih pasif. penyebab utama yang pengaruhi *audiens* buat memilah melaksanakan pembelanjaan secara konvensional di suatu tempat dibagi jadi 4 faktor ialah; keberadaan lokasi belanja dari tempat tinggal, keadaan area pusat perbelanjaan, pelayanan serta harga yang ditawarkan. Sebaliknya *audiens* memilah melaksanakan pembelanjaan *online* pada sesuatu tempat bersumber pada tampilan citra/*visual* (fotografi) dari produk yang dijual.

Peralihan metode belanja pada warga konvensional ke metode belanja digital tidak hanya membawa manfaat bagi penggunanya, pastinya terdapat konsekuensi serta hal negatif menggunakan metode belanja ini. Tidak bisa disangkal, dalam keefektifan belanja dengan metode *online* dapat menyebabkan kerugian konsumen karena perbuatan *owner* akun bodong, sehingga transaksi yang telah dilakukan dianggap tidak pernah terjalin, walaupun beberapa biaya sudah ditransfer, tetapi produk yang dipesan oleh pelanggan tidak dikirim oleh *owner*. Hal yang semacam ini harus diperhatikan oleh konsumen ketika ingin membeli suatu produk dengan biaya yang dikeluarkan jauh lebih rendah dibandingkan dengan produk yang dijual dengan cara offline (*face- to- face*).

Seluruh kemudahan dalam penuhi kebutuhan konsumen menjadi alasan utama masyarakat lebih memilih cara jual beli dengan *e-commerce* dibanding dengan cara konvensional.

Referensi

- Ardyanto Denni. & Riadi, Heru Susilo. (2015). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Terhadap Pembeli Online. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 22 (1). <http://Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id/Index.Php/Jab/Article/View/882> (Diakses Pada Tanggal 1 Juli 2022 Pukul 20.28).
- Atikah, Ika. (2018). Pengaturan Hukum Transaksi Jual Beli Online (E-Commerce) Di Era Teknologi. *Muamalatuna*. 10 (2). <http://dx.doi.org/10.37035/mua.v10i2.1811> (Diakses 22 Juli 2022 pukul 19:00).
- Deshinta, Hana & Suyanto, Ama (2020). Efektifitas Promosi Online Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 8 (1). <https://doi.org/10.37641/jimkes.v8i1.306> (Diakses 19 Juli 2022 pukul 15:31).
- Fadhli, Ashabul. (2016). Tinjauan Hukum Islam terhadap Penerapan Akad As-Salam dalam Transaksi e-commerce. *Mazahib*. 15 (1). https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=2005&sciodt=0%2C5&cites=4393711948306167790&scipsc=&q=3+Julian+Ding+%281999%29%29&btnG=#d=gs_qabs&t=1659103636429&u=%23p%3DvHqfNrLkEoJ (Diakses 24 Juli 2022 pukul 15:12)
- Harmayani, dkk. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Irmawati, Dewi. (2011) Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Dunia Bisnis. *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*. ISBN 2085 (1375). https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pemanfaatan+E-Commerce+Dalam+Dunia+Bisnis&btnG=#d=gs_qabs&t=1658713475449&u=%23p%3DAr74XD1lhGAJ (Diakses 18 Juli 2022 pukul 17:48).
- Mardatilla, Rika. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan Pada E-Commerce (Studi Kasus : Berrybenka). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 1 (12). <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/672> (Diakses 22 Juli 2022 pukul 22.56).
- Maryama, Siti. (2013). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Liquidity*, 2 (1). https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Penerapan+E-Commerce+Dalam+Meningkatkan+Daya+Saing+Usaha&btnG=#d=gs_qabs&t=1658717858307&u=%23p%3DbIa5M5L_Xe8J (Diakses 18 Juli 2022 pukul 15:22).
- Meliyawati & Krisnadi, Iwan. Penggunaan *E-Commerce* Di Dunia. https://www.academia.edu/42666704/penggunaan_e_commerce_di_dunia (Diakses 21 Juli 2022 pukul 21:50).
- Mumtaha, Hani Atun & Khoiri, Halwa Annisa. (2019) Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 Dan *Society* 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (*E-Commerce*). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI Jurnal Ilmiah*

Ilmu Ilmu Teknik. 4 (2).
<https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
(Diakses 19 Juli 2022 pukul 15:40).

Munsarif, Muhammad dkk. (2022). *Pengantar E-Commerce*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Mustikasari, Noor Wahyu. (2016). Minat Penggunaan Sistem Informasi *Electronic Commerce*: Pendekatan Dekomposisi Model Kesuksesan DeLone dan McLean. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. 4 (2).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Minat+Penggunaan+Sistem+Informasi+Electronic+Commerce+%3A+Pendekatan+Dekomposisi+Model+Kesuksesan+DeLone+dan+McLean&btnG=#d=gs_gabs&t=1659275959248&u=%23p%3DOoAY7KkxLj8J (Diakses 31 Juli 2022 pukul 19.23).

Nisa, Khoirun, dkk. (2018). Strategi Pemasaran *Online Dan Offline*. *Jurnal Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*. 1 (1).
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Strategi+Pemasaran+Online+Dan+Offline&oq=stra#d=gs_gabs&t=1659142130888&u=%23p%3DQEAXT30SC2MJ
(Diakses 22 Juli 2022 pukul 07:55)

Rahmidani, Rose. (2015). Penggunaan *E-Commerce* Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Penggunaan+E-Commerce+Dalam+Bisnis+Sebagai+Sumber+Keunggulan+Bersaing+Perusahaan&btnG=#d=gs_gabs&t=1658716925136&u=%23p%3DEhzwW8nbWasJ (Diakses 19 Juli 2022 pukul 14:08).

- Seftila, Sella. (2018). Peningkatan Minat Beli Konsumen Secara *Online* Dalam Aplikasi *E-Commerce*. *VALUE: Jurnal Manajemendan Akuntansi*. 16 (2).
<http://dx.doi.org/10.32534/jv.v16i2.2018>
 (Diakses 17 Juli 2022 pukul 13:45).
- Sidharta, Iwan & Suzanto Boy. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Prilaku Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Computech & Bisnis*. 9 (1).
<http://dx.doi.org/10.55281/jcb.v9i1.124>
 (Diakses 02 Juli 2022 pukul 23:14)
- Sokeh, Putih Radena. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *E-commerce*. *Seminar Nasional Keindonesiaan (FPIPSKR)*.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Pengaruh+Kualitas+Pelayanan+Terhadap+Kepuasan+Konsumen+E-Commerce&btnG=#d=gs_qabs&t=1658714708880&u=%23p%3DpW4jLnFOHugJ
 (Diakses 19 Juli 2022 pukul 15:38).
- Sudrajat, Arief. (2016). Fenomena Perilaku Belanja Online Sebagai Alternatif Pilihan Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. *Paradigma*. 4 (3)
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Fenomena+Perilaku+Belanja+Online+Sebagai+Alternatif+Pilihan+Konsumsi+Di+Kalangan+Mahasiswa+Universitas+Negeri+Surabaya&btnG=#d=gs_qabs&t=1658718078535&u=%23p%3DEGKILcYCMqQJ
 (Diakses 21 Juli 2022 pukul 18:36).
- Suwitari, Ni Ketut Etty & Larasdiputra, Gde Deny. (2020). Pemasaran Konvensional Versus

Online: Dimensi Hukum di dalam E-commerce JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat, 1 (3).
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMAICA/article/view/6845> (Diakses 21 Juli 2022 pukul 15:14).

Widagdo, Prasetyo Budi. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) Di Indonesia. Researchgate Article
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=6Perkembangan+Electronic+Commerce+%28E-Commerce%29+Di+Indonesia&btnG=#d=gs_qabs&t=1658717941211&u=%23p%3DJQFq7sc9Bx4J (Diakses 02 Juli 2022 pukul 15:12).

Bagian 19

DAMPAK PERALIHAN PENGGUNAAN TELEPON BIASA MENJADI WHATSAPP SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI

Amira Nurul Inayah, Cahya Ramadhani, Muh Zaldy

ALEXANDER GRAHAM BELL, penemu telepon pertama kali di tahun 1876 di Amerika Serikat. telepon mulai berkembang dari masa kemasa, tahun 1890 telepon di abad ke 19 pada abad ini telepon mulai berkembang secara perlahan dengan kecanggihan dan perubahan yang dimiliki oleh telepon berdasarkan tahun dan zaman terciptanya telepon tersebut.

-1873 Western Electric 302

-1890 The Trimline

Pada tahun 1890 telepon genggam pertama kali ditemukan oleh Martin Cooper, adapun macam-macam telepon genggam.

-1895 Siemens c1 suitcase

-1896 Radio Shack 17-1050

-1897 Motorola Dyna TA 8500X

-1899 Motorola micro TAC 9800X

Pada tahun 1994 pertama kali telepon genggam dapat mengirim SMS (Short Message

Service) dimana SMS adalah salah satu kantor mekanik yang ada pada telepon dan memungkinkan mengirim dan menerima pesan singkat.

-Pada tahun 1994 IBM Simon

-1995 Nokia 2110

-1996 Nokia 811

-1997 Nokia 5112

Pada tahun 1994 pertama kali telepon genggam dengan layar berwarna dimana warna yang dimiliki telepon saat ini sangat lengkap, semua fitur-fitur yang dimiliki oleh telepon genggam sangat detail sehingga para pengguna lebih nyaman menggunakan telepon seperti telepon Siemens S10. Pada tahun 1998, jaringan 3G pertama di luncurkan di mana. Sebuah inovasi korespondensi seluler terkomputerisasi yang umumnya diterapkan pada simpang susun serbaguna, khususnya telepon seluler.

Pada tahun 2000 telepon berkamera pertama di luncurkan fitur atau fasilitas ini sangat berpengaruh pada telepon genggam dan sudah menjadi salah satu fasilitas yang wajib ada pada telepon di zaman sekarang. Telepon layar sentuh pun di temukan dengan kecanggihan ini para penggunaannya perlu menyentuh bagian telepon

yang ingin di gunakan dan telepon pun merespon hal itu. Pada tahun 2007 jaringan 4G pertama kali diluncurkan di korea selatan dengan adanya jaringan 4G ini smartphone sangat menjadi canggih apalagi dengan telepon biasa telah mejadi aplikasi yang tetap dan wajib ada dengan fitur yang sangat bagus.

Keefektifan penggunaan telepon biasa terhadap antar pribadi sebagai pengaruh besar yang berbasis teknologi dimana penerima pesan menguraikan pesan yang diterimanya seperti yang diharapkan oleh penerima pesan adalah mendapatkan suatu umpan balik tersebut. Namun dalam menggunakan telepon biasa tidak terlalu efektif jika mengirim suatu pesan menggunakan SMS Karena pada penerima pesan tidak mengetahui emosi atau ekspresi dalam membaca pesan tersebut, lain halnya jika menggunakan telepon biasa untuk membicarakan atau menyampaikan suatu hal yang penting, kita lebih mengetahui nada pesan yang di sampaikan oleh lawan bicara kepada kita ditelepon.

Menggunakan telepon biasa tidak terlalu efektif untuk menjadi komunikasi yang sempurna atau dapat di katatakan keefesienan menggunakan telepon biasa itu rendah. Meskipun menunjukkan

bahwa pengaruh penggunaan telepon biasa terhadap keefektifan komunikasi antar pribadi rendah tetapi kita sebagai pengguna telepon yang baik dan bijak harus selalu menumbuhkan rasa empati kita dalam diri menggunakan telepon sesuai dengan yang diperlukan.

Menggunakan telepon biasa dalam kehidupan sehari-hari itu sangat expensive atau lebih mahal dari telepon digital karena adanya perbedaan jalur komunikasi antara data yang dimiliki masing-masing oleh telepon biasa dan telepon digital. Dikatakan telepon biasa lebih mahal karena. Di setiap kabupaten, administrator memberikan grup broadband yang dapat digunakan untuk kebutuhan kecepatan transfer yang berbeda, ini memiliki batasan terbatas. Jika menggunakan telepon biasa kita harus memiliki pulsa untuk dapat menyambungkan jaringan antar pembicaranya, selain jalur pita yang terbatas harga pulsa yang digunakan oleh telepon biasa pun bisa terbilang sangat mahal.

Berbeda halnya dengan telepon digital yang menggunakan jaringan data, jumlah perangkat yang terhubung jumlahnya dapat lebih ke konsumen. Dengan menghubungkan puluhan perangkat

sekaligus jaringan yang di gunakan tetap sama tanpa mengurangi kecepatan sehingga hal ini dapat melayani parapengguna telepon digital ini semakin nyaman. Namun jika kita berada ditempat yang padat dengan penduduk yang menggunakan data jaringan digital tersebut potensi jaringan lemot atau lambat sudah pasti tetapi tidak berpotensi hilangnya jaringan pada telepon kita. Dengan menggunakan telepon digital yang lebih murah kita tetap bisa telepon menggunakan jaringan data yang tersedia seperti aplikasi Whatsapp, line, BBM, youtube, facebook dan lain lain.

Whatsapp dibentuk oleh dua orang, khususnya Jan Koum dan Brian Acton pada tahun 2009. Holmen (2012) juga menambahkan dalam bukunya “Media, teknologi dan masyarakat” menyatakan bahwa orang yang hidup dalam information society tidak hanya bertemu dan menggunakan teknologi-teknologi informasi dan komunikasi, melainkan cara tindakan mereka juga semakin dibingkai oleh teknologi tersebut. Keduanya tercatat telah bekerja untuk jangka waktu yang sangat lama di organisasi inovasi goliath yippee. tidak berbulan-bulan. Ide dasar Jan Koum adalah dasar. Awalnya dia perlu membuat aplikasi

yang dapat menunjukkan status yang mirip dengan nama tunggal klien, lapor Alex Fishman. Mereka mengerti bahwa membuat pemikiran tanpa bantuan pengembang iOS itu merepotkan.

Fishman kemudian mengenalkan Koum dengan seorang desainer IOS dari Rusia. Igor Solomennikov, Pada awalnya perbaikan memiliki banyak hambatan. Demo Whatsapp yang dibuat Koum bahkan mendapat tanggapan yang benar-benar menghebohkan dari sebagian teman Koum termasuk Fishman. Maka dengan usahanya yang gigih, pada tanggal 24 Februari 2009 Koum berhasil membuat aplikasi Whatsapp for iOS dengan menggunakan nama Whatsapp Inc. Selanjutnya, Koum menamai Whatsapp sesuai dengan pemikiran statusnya.

Aplikasi komunikasi media yang paling terkenal adalah WhatsApp yang telah berjalan selama lebih dari 10 tahun. Aplikasi ini sangat terkenal di antara orang-orang di planet ini karena kesederhanaan dan kemudahan penggunaannya. Selain itu, tidak ada kemajuan, game, dan game lain yang telah diantisipasi sejak peluncurannya baru-baru ini.. Juni 2009, kemungkinan pemberitahuan pesan WhatsApp dengan ide peringatan bahwa

Apple dikirim sekitar saat itu. Koum memanfaatkan kekuatan ini dengan menyegarkan dan mengubah gagasan peringatan WhatsApp. Jan Koum juga menambahkan pemikiran peringatan status ke dalam aplikasi diskusi informasi berbasis web. Kemungkinan yang menyebabkan WhatsApp rendition 2.0.

Agustus 2009, Jan Koum membawakan rendition 2.0. dalam struktur beta. Pengiriman ini disambut antusias oleh banyak orang karena cukup hanya dengan nomor telepon dan web untuk mengirim pesan ke klien lain daripada menggunakan SMS yang membutuhkan uang tunai. Itu adalah rendisi 2.0. hanya sebatas mengirim pesan dan belum siap mengirim media record. Oktober 2009 melihat kemajuan varian Whatsapp 2.0. membuat Brian Acton bergerak cepat untuk melacak pendukung keuangan. Acton menyambut lima pekerja Hore sebelumnya untuk menyumbangkan US\$250.000 untuk pembiayaan pengantar untuk kemajuan WhatsApp. November 2009, Brian Acton resmi bergabung dengan Whatsapp dan menjadi dermawan sesama Whatsapp dengan Jan Koum. Sekitar waktu yang sa

ma tahap beta WhatsApp selesaidan secara resmi di kirim hanya di Toko Aplikasi.

Whatsapp dengan cepat populer karena dianggap lebih cepat dalam mengirim pesan, dan gratis dalam mengirim pesan yang bagus secara local maupun global. Pada bulan Desember 2009, WhatsApp awalnya mengirimkan elemen untuk mengirim catatan sebagai foto untuk klien iPhone. April 2011, Whatsapp dikenang sebagai 20 aplikasi terbaik di American Application Store. Selain itu bulan ini, Whatsapp mendapat hipotesis miliaran dolar yang mendasarinya dari Sequoia Capital. Pada Februari 2013, klien WhatsApp mencapai lebih dari 200 juta dan memiliki staf 50 orang. Bulan ini juga Sequoia kembali memberikan dengan jumlah yang lebih besar yaitu USD \$ 50 juta dolar. Hipotesis tersebut membuat Whatsapp Inc bernilai US\$1,5 miliar pada saat itu. Pada Februari 2014, Facebook menyatakan bahwa mereka akan mendapatkan Whatsapp seharga \$19 miliar. Nilai ini adalah pembelian terbesar dalam sejarah terkait dengan perolehan sesuatu.

Dalam pengamanan ini, Koum dan Acton, pencetus

dibalik Whatsapp,
mendapat \$12 miliar dalam bentuk saham Facebook
dan \$4 miliar dalam bentuk uang sungguhan.

Pada Agustus 2014, klien Whatsapp mencapai 600 juta klien yang menjadikan Whatsapp sebagai aplikasi data yang paling banyak digunakan. November 2014, dasar untuk struktur pasti dikirim. Whatsapp membantu Buka Sistem Mumble. Januari 2015, Whatsapp mengirimkan Whatsapp web yang dapat dimanfaatkan dalam program dengan cara mencocokkan aplikasi melalui QR Code. Pada bulan Februari 2015, fitur telepon atau voice call untuk mengenal penduduk secara keseluruhan dan cepat disambut oleh kliennya. November 2016, fitur panggilan video diperkenalkan dengan populasi keseluruhan untuk kerangka kerja Windows, iPhone, dan Android. Dengan cara yang sama bulan ini, versi beta dari sorotan pemeriksaan dua langkah disampaikan untuk pengguna Android tetapi ditarik kembali oleh Facebook karena masalah data yang berbeda.

Pada Februari 2017, Whatsapp mengirim pembaruan fitur status menyusul kemungkinan situasi video Snapchat dan Facebook. September 2017, Brian Acton, salah satu pelopor di belakang

WhatsApp, meninggalkan Whatsapp dan memulai artikel barunya, Signal Foundation. November 2017, komponen pembatalan pesan dikirim secara individu secara keseluruhan. Komponen ini memungkinkan klien untuk menghapus pesan yang dikirim di suatu tempat sekitar 7 menit dari pesan yang dikirim. Januari 2018, Whatsapp menyampaikan aplikasi Whatsapp bisnis.

April 2018, melanjutkan latihannya, Kepala dan pelopor WhatsApp Jan Koum meninggalkan Whatsapp. Hermawan (2009) menyebutkan saat ini media sosial dijadikan sebagai forum antar anggota yang terlibat di dalamnya untuk saling bertukar informasi dan berkomunikasi dengan lebih mudah. Posisinya digantikan oleh Chris Daniels. September 2018, Whatsapp menghadirkan fitur perakitan video dan suara untuk konferensi. Kehadiran hiburan virtual telah membawa banyak dampak dan perubahan pada cara individu menyampaikan. Terbukti, klien web di Indonesia saat ini menghubungi 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95% memanfaatkan web untuk mendapatkan hiburan virtual. Di Indonesia sendiri pada Januari 2017 klien WhatsApp mencapai 35,8 juta yang berada di urutan kedua setelah Google Play. Sesuai

Straubahaar dan Laruse (2006:20) menggambarkan asal mula korespondensi yang berubah di waktu media baru. Perubahan ini dipisahkan oleh pemanfaatan media yang sangat berbeda.

Pada periode media baru ini, semua kerangka data telah didigitalkan, sehingga hampir semua korespondensi terjadi dalam inovasi media. Dengan tujuan agar penduduk lokal yang maju memperoleh kecenderungan baru budaya korespondensi. Dengan bergabungnya inovasi korespondensi sebagai ponsel, dapat menjadikan inovasi korespondensi lebih baik daripada kemajuan korespondensi sebelumnya.

Media Whatsapp mungkin adalah salah satu aplikasi portabel paling terkenal di masa media baru. Whatsapp Media dilibatkan oleh penduduk lokal yang terkomputerisasi sebagai media korespondensi utama yang memberikan banyak kenyamanan untuk berinteraksi. Dalam ulasan ini, penduduk lokal yang terkomputerisasi mengalami beberapa perubahan cara dan contoh korespondensi dari waktu biasa ke periode yang sedang berlangsung, khususnya waktu media baru. Sehubungan dengan korespondensi relasional, korespondensi kelompok dan korespondensi hierarkis dilakukan oleh penduduk

lokal yang terkomputerisasi, sebelum memasuki masa media baru mereka berdiskusi secara langsung atau dekat dan pribadi. Setelah perkembangan ponsel, semakin mudah bagi seseorang untuk tetap berhubungan dan berbicara satu sama lain hanya dengan menggunakan pengalihan virtual Whatsapp.

Dalam korespondensi resmi mereka, secara tradisional mereka mengirim seseorang untuk menyebarkan data sebagai surat dan pesan singkat melalui pesan instan yang dikirim langsung ke orang-orang dari asosiasi mereka dan kemudian bertemu langsung untuk mempelajari hal-hal tertentu.

Meskipun demikian, di era media baru yang sedang berlangsung, penggunaan ponsel dan hanya menggunakan hiburan virtual Whatsapp saat ini dapat dikaitkan secara langsung satu sama lain melalui organisasi web. Penduduk setempat yang maju menggunakan media korespondensi ini untuk hubungan sosial, pendekatan untuk menyampaikan melalui ponsel yang didukung oleh web disebut korespondensi campur tangan PC. Penduduk setempat yang terkomputerisasi menggunakan hiburan online Whatsapp untuk menjalin hubungan

yang bersahabat dan menawarkan data baik dalam korespondensi relasional, korespondensi kelompok, dan korespondensi hierarkis.

Kemudian, kecenderungan baru dalam budaya surat menyurat terjadi karena pemanfaatan inovasi telepon seluler yang terus-menerus dimanfaatkan sebagai media surat menyurat terbaik. Penduduk lokal yang maju merangkul nilai kedekatan dan kewajaran dalam menyebarkan berbagai data melalui hiburan online Whatsapp, jadi di era media baru ini, era web berpegang pada standar peluang, penyesuaian, hiburan, dan kecepatan.

Kemajuan media korespondensi pada ponsel saat ini memiliki aplikasi yang berbeda seperti hiburan berbasis web, di mana klien dapat melacak data, berbicara satu sama lain dan berteman di web. Seperti diketahui, bermacam-macam diversifikasi virtual, khususnya facebook, twitter, line, BBM, whatsapp, way, ask.fam, linkedin, snapchat dan beberapa diversifikasi berbasis web lainnya (Trisnani, 2017) Salah satu aplikasi media korespondensi portabel adalah Whatsapp. Dimana aplikasi data untuk ponsel dengan menekan kunci pengiriman. Whatsapp adalah aplikasi data lintas tahap yang memungkinkan kita

untuk bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena WhatsApp menggunakan paket data web serupa untuk email, tujuan melihat, dan sebagainya. Aplikasi whatsapp menggunakan GPRS/EDGE/3G atau asosiasi jarak jauh untuk korespondensi data menggunakan whatsapp (Prajana, 2017).

Kemudahan titik koneksi langsung menjadi daya tarik utama dari aplikasi data ini sehingga pengguna WhatsApp semakin beragam dan luas jangkauannya. WhatsApp tidak hanya digunakan oleh para ahli untuk bekerja tetapi juga digunakan oleh para pelajar dan mahasiswa untuk menyampaikan materi pembelajaran dan melacak sumber informasi. Saat inovasi data, misalnya, WhatsApp juga menambah bidang pelatihan.

Belum lama ini, aplikasi WhatsApp telah dimanfaatkan sebagai media pembicaraan paling potensial dalam berbagai data dan korespondensi ilmiah. Dengan aplikasi WhatsApp, saat ini lebih mudah dan lebih layak bagi semua orang untuk melacak data. dalam waktu sekarang ini.

Dengan adanya aplikasi whatsapp saat ini yang hanya menggunakan sms untuk mengirim data atau panggilan biasa ke seseorang, aplikasi whatsapp ini dapat menggantikan panggilan atau

sms biasa karena panggilan whatsapp lebih murah dengan menggunakan koneksi internet daripada pulsa. Orang menggunakan whatsapp, bisa dibilang whatsapp telah menggantikan sms. Selanjutnya, orang yang sering dihubungi juga menggunakan WhatsApp untuk menyampaikan. Penjelasan lainnya adalah tambahan panggilan whatsapp tidak sulit untuk dihubungi. Sangat mirip dengan kontak di buku telepon, kami juga dapat membuat cara alternatif untuk kontak whatsapp di layar beranda. Ini membuatnya lebih sederhana dan lebih cepat untuk dicapai. Jumlah ketukan yang kami lakukan tidak jauh berbeda dengan menggunakan telepon biasa . Selain itu, dengan asumsi bahwa orang tersebut sering berbicara dengan kami melalui whatsapp, kami dapat mengetahui nomor mana yang sering digunakan. Terlebih lagi, suara panggilan whatsapp juga sangat jernih. Ini bergantung pada koneksi internet saat Anda memutuskan. Namun, panggilan WhatsApp secara keseluruhan tidak di bawah standar dibandingkan dengan panggilan biasa.

Aplikasi whatsapp saat ini mempunyai tempat tersendiri di masyarakat. Whatsapp memungkinkan kita untuk berhubungan dengan banyak orang dan tidak hanya satu orang dengan satu orang, karena

whatsapp dapat mempermudah kita untuk mengirimkan berita atau data kepada seseorang. Selain itu, banyak orang yang merasa lebih terbuka untuk menyampaikan di whatsapp karena orang yang mereka ajak bicara tidak benar-benar tahu bagaimana keadaan kita saat menjawab percakapan dengan orang lain.

Semua itu berubah setelah muncul hiburan berbasis web, khususnya whatsapp. Orang-orang saat ini memiliki dua alam semesta dalam kehidupan mereka, lebih tepatnya realitas saat ini dan dunia maya. Pada kenyataannya seorang individu mungkin memiliki sifat yang tenang dan bijaksana, namun ketika di dunia maya ia bisa menjadi individu yang sangat terbuka dan baik hati. Dunia maya yaitu dihadapi hari ini dianggap lebih menarik daripada kenyataan saat ini di mana untuk mengambil tempat tinggal. Perubahan ini karena banyak orang lebih suka berbicara secara tidak langsung daripada terus terang.

Whatsapp sebagai hiburan berbasis web lainnya saat ini banyak digunakan oleh masyarakat umum. Whatsapp telah membuat perubahan besar yang serius dalam hubungan korespondensi di internet. Dimana korespondensi yang awalnya hanya

sebatas pesan singkat atau diskusi kini telah berubah menjadi korespondensi yang lebih cerdas dengan memanfaatkan pesan instan, pesan suara, gambar dan panggilan video. Korespondensi jarak jauh yang awalnya tidak stabil telah berubah menjadi fleksibel berkat emoji di aplikasi WhatsApp yang dapat menggambarkan penampilan kita. Whatsapp juga telah mengubah ide perpisahan persahabatan baru karena, setelah kelompok whatsapp masih digunakan, orang-orang diizinkan untuk menyebarkan data dan memiliki hak untuk berkomentar tanpa takut penghapusan sosial pada kenyataannya.

Orang-orang dapat lebih efektif menunjukkan kasih sayang mereka sejak pengaturan whatsapp, karena memudahkan mereka untuk melengkapi data dan koordinasi dengan cepat dan efektif untuk dapat melakukan latihan yang menunjukkan kasih sayang kepada orang lain. Terlebih lagi, whatsapp membuat orang terasing dari orang yang berbeda yang membawa individu yang jauh dan menjaga orang yang dekat.

Perbaikan dalam penyempurnaan mekanis telah melalui pengisian ulang sehingga inovasi mengubah perilaku di mata publik dan bahkan telah

menjadi bagian dari kehidupan individu sebagai cara untuk menyampaikan. Whatsapp sebagai alat atau cara khusus untuk mencapai perubahan dalam korespondensi di mana sebelumnya orang dapat menyampaikan secara nyata, Namun, dengan WhatsApp sekarang korespondensi harus dimungkinkan di web yang tidak memerlukan 8

19 pertemuan untuk menyampaikan. Dengan tujuan agar surat menyurat di dunia maya dapat dilakukan dengan cepat dan dapat dirasakan seperti kenyataan masa kini.

Seiring dengan kompleksitas inovasi yang terus berlangsung, klien yang terbiasa memanfaatkan ponsel dengan panggilan suara dan SMS lebih sederhana, sedangkan saat ini mereka menggunakan ponsel yang memiliki banyak peningkatan dengan memanfaatkan kerumitan web (Rifqi Fauzi, 2017).

Masyarakat yang menggunakan whatsapp, namun saat ini semua pelajar juga menggunakan whatsapp sebagai metode utama untuk data. Dengan WhatsApp, ini digunakan untuk melacak data dari tempat yang jauh, sehingga Anda tetap dapat menyaring data dengan lebih cermat. Kemudian lagi, ketika mereka berkumpul dengan

teman-teman mereka, mereka suka mencari data dari semua tempat. Oleh karena itu, WhatsApp memunculkan ide lain mengenai jarak bersahabat yang difokuskan pada adanya perbedaan ras, kebangsaan, dan identitas dalam masyarakat asli yang memiliki berbagai implikasi ketika berada di internet. Whatsapp untuk korespondensi sekarang mempengaruhi perubahan sosial dalam hal korespondensi di masa media biasa dan menuju pemulihan media di mana korespondensi saat ini diselesaikan dengan menggunakan kompleksitas mekanis. Selain itu, dengan WhatsApp sebagai alat atau metode khusus untuk mencapai perubahan sosial, mengingat perubahan untuk korespondensi di mana sebelumnya orang dapat berbagi dalam kenyataan, tetapi dengan WhatsApp sekarang korespondensi dapat dilakukan di internet dan tidak perlu pertemuan.

Tugas media massa dalam humanisme korespondensi sangat penting saat ini, mengingat media merupakan metode untuk menghubungkan penyampaian antara dua pertemuan. Whatsapp biasanya digunakan oleh seseorang untuk berbicara satu sama lain. Meskipun hiburan virtual sangat bermanfaat bagi semua orang, ada banyak efek dari

penggunaan hiburan online ini. Dengan sosial yang sedang berlangsung, kita menjadi tergantung pada pemanfaatan media.

Ada dua media yang dilacak dalam humanisme kerumunan korespondensi, yaitu komunikasi luas yang spesifik dan hiburan berbasis web. Dimana komunikasi yang luas merupakan suatu cara untuk berkorespondensi dalam menyampaikan pesan untuk secara umum mengeluarkan kata atau data. Korespondensi yang luas ini meliputi media cetak, media elektronik, dan media online. Pengalihan virtual adalah kendaraan untuk hidup berdampingan satu sama lain dan diselesaikan pada premis elektronik yang memungkinkan individu untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh dunia nyata.

Selain itu, selama pandemi yang sedang berlangsung kita diharuskan untuk tidak bepergian ke mana pun dan mengurangi korespondensi langsung karena ketakutan paranoid untuk terpapar infeksi. Selanjutnya, saat ini individu bekerja sama melalui hiburan online, hiburan virtual yang paling umum digunakan saat ini adalah aplikasi WhatsApp.

Karena aplikasi ini hanya menggunakan standar web tanpa mempertimbangkan biaya yang

dikeluarkan untuk membeli porsi. Dengan cara ini kita harus lebih berhati-hati dalam memanfaatkan hiburan virtual hari ini. Seperti halnya jika kita mendapatkan data yang tidak kita ketahui tentang realitas melalui hiburan virtual, kita dengan implikasi menerima data yang kita lihat melalui hiburan online. Perkembangan zaman dan inovasi memudahkan kita untuk mendapatkan berbagai data yang diinginkan, mulai dari mendapatkan data dan memiliki pilihan untuk terhubung secara efektif dengan orang lain. Pelanggan juga harus berhati-hati dan cerdas dalam memanfaatkan hiburan online mereka. Karena kesembronoan dapat mempengaruhi klien yang sebenarnya. Dalam siklus ini, sangat mungkin untuk menyebarkan data trik melalui hiburan online sebagai wadah komunikasi antar individu (Prasanti dan Limilia, 2019). Aplikasi whatsapp ini berlangganan sms yang lebih bermanfaat dan lebih menguntungkan selama waktu yang dihabiskan untuk mengirim pesan atau data.

Aplikasi percakapan whatsapp merupakan satu media online dan termasuk ke dalam perangkat new media dimana dapat digunakan oleh para penggunanya untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya tanpa ada batasan waktu dan

jarak. Walaupun aplikasi whatsapp tidak ada batasan untuk pengguna lainnya, penggunanya di harapkan tetap memperhatikan etika selama berkomunikasi melalui media sosial agar tidak menyinggung para pengguna lainnya. Jika pengguna tidak memperhatikan etika selama menggunakan aplikasi whatsapp ini dapat menimbulkan masalah bagi para penggunanya masing-masing. Teknologi komunikasi yang baru juga dapat mengirim dan menerima pesan pada waktu yang diinginkan oleh klien. Namun, hal ini juga bergantung pada keberaturan sinyal. Koneksi atau internet merupakan tiang utama dari lancarnya pengguna saat mengakses dan memanfaatkan aplikasi whatsapp. Jika koneksi internet tidak stabil maka pesan tidak langsung terkirim dan diterima oleh penerima pesan tersebut. Dengan demikian koneksi internet sangat dibutuhkan bagi para pengguna aplikasi whatsapp ini untuk bisa menggunakannya.

Dampak dari hiburan berbasis web dalam waktu mekanis menyebabkan individu bergantung pada korespondensi dan asosiasi melalui hiburan virtual dibandingkan dengan pertemuan tatap muka. Penggunaan aplikasi WhatsApp sangat efektif dengan dukungan fitur-fiturnya yang menonjol dari

aplikasi SMS lainnya. Kecepatan pesan tanpa kesempatan yang cukup lama untuk menunda, siap untuk bekerja dalam keadaan alarm lemah, kendala yang sangat besar seperti untuk mengirim data pesan, suara, foto dan video, tanpa mempublikasikan impedansi, menjadikan WhatsApp sebagai media pilihan dalam memberikan data dan pengembangan lebih lanjut.

Whatsapp kini telah berubah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi orang-orang yang menggunakan telepon. Whatsapp sebagai salah satu alat komunikasi yang sangat efektif, jika dibandingkan dengan telepon biasa, SMS, dengan whatsapp kebanyakan manusia lebih sering menggunakan whatsapp mulai dari remaja, orang dewasa dan orang tua. Menggunakan whatsapp jadi lebih mudah karena di zaman sekarang jarang pengguna telepon yang menggunakan pulsa tetapi yang banyak digunakan yaitu jaringan data atau kuota. Whatsapp memakai sistem pendaftaran akun yang sangat praktis dan mudah, cukup dengan memasukkan nomor telepon yang kita miliki.

Penggunaan nomor telepon ini membuat whatsapp lebih mudah dipakai. Bahkan kontak ataupun nomor yang ada di handphone kita sudah

terdaftar secara otomatis di whatsapp jadi kita bisa mengetahui orang memiliki whatsapp atau tidak dengan mengetahui nomor teleponnya telah tersedia atau tidak. Telepon biasa di gunakan pada saat jaringan whatsapp orang yang di tuju sedang tidak aktif. Kebanyakan orang menggunakan whatsapp karena aplikasi ini termaksud aplikasi yang sangat praktis, mereka menyediakan fitur seperti pesan, telepon, status, voice note atau VN dan yang paling penting adalah dapat mengirim foto dan dokumen kepada nomor yang ingin di kirimkan. Jadi aplikasi whatsapp ini sangat memberikan kenyamanan bagi para penggunanya apalagi dengan harga jaringan data yang di gunakan oleh whatsapp bisa terbilang murah.

Whatsapp merupakan media surat menyurat yang paling luas digunakan oleh banyak individu saat ini. Selama periode 2016-2018, pemanfaatan aplikasi WhatsApp oleh klien sebagai mekanisme korespondensi untuk administrasi data berkembang secara konsisten. Jumlah absolut penggunaan media korespondensi WhatsApp pada administrasi data selama periode 2016-2018 adalah 700 administrasi atau 63,35%.

Data diketahui bahwa klien administrasi data suka melibatkan WhatsApp sebagai media korespondensi karena karena WhatsApp sederhana dan tidak memerlukan kata-kata rahasia. Jumlah klien WhatsApp pada Mei 2018 adalah 1,5 miliar dan telah mengirim lebih dari 65 miliar pesan melalui aplikasi WhatsApp dan web WhatsApp secara konsisten. Dengan cara ini, penggunaan WhatsApp sebagai mekanisme korespondensi sekarang lebih memungkinkan daripada menggunakan telepon langsung dan lebih baik daripada aplikasi bicara lainnya karena mudah.

Pemanfaatan whatsapp untuk kepentingan korespondensi dan kepuasan dalam menyampaikan pesan telah selesai pada Mei 2017. Banyak orang saat ini memiliki perangkat inovasi data dan korespondensi. Pemanfaatan inovasi data, misalnya pemanfaatan web yang saat ini sudah berbeda-beda aplikasi seperti hiburan berbasis web. Di mana klien dapat melacak data, berbicara satu sama lain, dan berteman di web. Whatsapp sebagai sarana korespondensi saat ini banyak dimanfaatkan untuk membantu berbaur dan menyampaikan pesan baik secara eksklusif maupun dalam pertemuan. Data yang disampaikan lebih akurat dan menjadi

kepuasan tersendiri karena menggunakan inovasi data, pesan lebih cepat sampai ke penerima. Dengan aplikasi WhatsApp ini, kita sebagai klien bisa lebih efektif berdiskusi. Selain itu, hingga saat ini pemanfaatan media WhatsApp telah banyak dimanfaatkan oleh banyak orang karena mereka merasa dengan kehadiran WhatsApp semakin mempermudah dalam melacak data.

Lagi pula, hari-hari ini orang cenderung ke hal-hal yang sederhana dan sesaat. Dengan penggunaan ini, lebih mudah bagi kita untuk meningkatkan dan mendiskusikan. Whatsapp adalah yang paling banyak dipakai saat ini, whatsapp sudah digunakan para orang-orang tertentu agar saling memberikan pesan satu sama lain. Maka saat ini, meskipun sebenarnya mereka saling berpandangan atau berterus terang, masyarakat umum dalam pemberitaannya melibatkan WhatsApp sebagai media korespondensi dalam menyampaikan sesuatu kepada orang yang dituju.

Referensi

Liputan6.com. (2016). Menyimak perkembangan telepon biasa dari masa ke masa, Jakarta: Liputan6<https://m.liputan6.com/tekno/read/2632116/menyimak-perjalanan-telepon-dari-masa-ke-masa>. (Sabtu 2 juli 2022 jam 18.09).

Mengetahui keefektifan telepon biasa antar pribadi Astuti, widya. (2017). pengaruh penggunaan smartphone terhadap keefektifan komunikasi antar pribadi mahasiswa fuad. widya astuti: kotaparepare. parepare. (Jumat 1 juli 2022 jam 13.00).

Newbie, (2017) Telepon biasa vs Aplikasi Voice Call, mahal mana gan?, Kaskus. <http://www.kaskus.co.id/thread/58a29310582b2eef308b456d/telepon-biasa-vs-aplikasi-voice-call-mahalan-mana-gan>. (Kamis 7 juli 2022 jam 13.23).

Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna WhatsApp Di Era Media Baru. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, 1(1), 265273. <https://www.neliti.com/publications/265273/perubahan-budaya-komunikasi-pada-pengguna-whatsapp-di-era-media-baru>. (Jumat 1 juli 2022 jam 19.26).

cnn, (2021), perkembangan whatsapp dari masa ke masa, Jakarta: CNN Indonesi. (imb/feff). <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210608100832-190-651585/sejarah-dan-perkembangan-whatsapp-dari-masa-ke-masa.12-juni-2021>. (Kamis 21 juli 2022 jam 23.56).

FAUZI, Rifqi. 2017, Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna WhatsApp Di Era Media Baru. Jurnal Ilmu Komunikasi Efek, 1.1: 265273. <https://www.neliti.com/publications/265273/perubahan-budaya-komunikasi-pada-pengguna-whatsapp-di-era-media-baru>. Minggu 3 juli 2022 jam 13.31).

Zakirman, Z., & Rahayu, C. (2018). Popularitas WhatsApp sebagai media komunikasi dan

berbagi informasi akademik mahasiswa. Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi, 10(1), 27-38.<http://www.rjfahuinib.org/index.php/shaut/article/view/7>. 17-oktober-2018.(Minggu 10 juli 2022 jam 09.00).

Anom.(2016), Alasan whatsapp call bisa beralih dari panggilan biasa, Urbandigital.

<https://urbandigital.id/whatsapp-call-menggantikan-telepon>. (Senin 11 Juli 2022 jam 12.27).

Amna, A. (2018). Whatsapp (WA) dan Konsep Jarak Sosial Baru di Masyarakat. Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi, 1(2), 134-144.https://www.researchgate.net/publication/329166617_WhatsApp_WA_dan_Konsep_Jarak_Sosial_Baru_Di_Masyarakat. (Sabtu 16 juli 2022 jam 19.29).

M. Haris Ibnu Malik. (2020). Pengaruh WhatsApp sebagai Sarana Komunikasi terhadap Perubahan Sosial, Kompasiana.https://www.kompasiana.com/haris23/5ebd1494097f360a6c5a4b32/pengaruh-whatsapp-sebagai-sarana-komunikasi-terhadap-perubahan-sosial?page=1&page_images=1. (Jumat 1 juli 2022 jam 20.16).

M.Ramadan. (2020), Peran media Whatsapp dalam komunikasi saat ini, Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.<https://kumparan.com/muhammad-ramadan/peran-media-whatsapp-dalam-komunikasi-saat-ini-1usLBy3PZSj>. (Kamis 21 juli 2022 jam 14.34)

Widayanti, W., & Wenerda, I. (2021).PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL

WHATSAPP SEBAGAI WADAH INTERAKSI ANTAR ANGGOTA KELOMPOK FANBASE GHEALWAYS. Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan, 25(2), 110-123. <https://jurnal-p2kp.id/index.php/jp2kp/article/view/150>. (Jumat 8 juli 2022 jam 14.00)

Ramadhani, januwika. (2020). kesopanan komunikasi malebbi melalui whatsapp antara mahasiswa dan dosen fakultas fuad. januwika ramadhani: parepare. jln. loronh pertamina depot. kel lakessi. kecamatan soreang, kota parepare. (12- february-2020). <http://www.kaskus.co.id/thread/58a29310582b2eef308b456d/telepon-biasa-vs-aplikasi-voice-call-mahalan-mana-gan>. (Kamis 21 juli 2022 jam 15.35).

Rahartri, L. I. P. I. (2019). " WHATSAPP" MEDIA KOMUNIKASI EFEKTIF MASA KINI (STUDI KASUS PADA LAYANAN JASA INFORMASI ILMIAH DI KAWASAN PUSPIPTEK. VISI PUSTAKA: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan, 21(2), 147-156. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_dt=0%2C5&q=%E2%80%9CWhatsApp%E2%80%9D+media+komunikasi+efektif+masa+kini&btnG=#d=gs_qabs&t=1656679464585&u=%23p%3Dn32bZ2kmDZk. (Jumat 1 juli 2022 jam 20.41).

Trisnani. (2017), PEMANFAATAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN KEPUASAN DALAM PENYAMPAIAN PESAN DIKALANGAN TOKOH MASYARAKAT, Sidoarjo: Jurnal Komunikasi Media dan Informatika, Volume 6 Nomor 3 / November 2017. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/ko>

munika/article/download/1227/692. (Rabu 6
juli 2022 jam 22.45).

Bagian 20

YOUTUBE SEBAGAI SARANA MENGURANGI DEPRESI DAN PENYEMANGAT BAGI LANSIA

Nurafni. D, Nurhikma , Syamsyuriadi

Perkembangan internet dan media sosial jaringan interkoneksi atau biasa disebut dengan internet yang berarti sebuah jaringan yang saling terkait. Dikatakan sebuah jaringan yang terkait karena adanya komputer dan jaringan yang ada di semua dunia sehingga menjadi jaringan mendunia. Menurut Hanni Sofia (2010:2) yang mengungkapkan bahwa “Internet merupakan sebuah jaringan dengan satu komputer yang terhubung ke internet lainnya yang berarti juga terhubung dengan semua komputer di seluruh dunia yang tersambung dengan internet”. Disaat terhubung dengan internet komputer dapat mengakses semua informasi secara bebas dan gratis dalam internet.

Menurut Sunarto, YB.Sudarmanto.(2008). “Internet adalah dunia yang tidak memiliki penguasa, maka itu semua orang mempunyai hak yang sama dan bebas dimasuki tanpa harus terikat dengan sebuah peraturan-peraturan tertentu dengan tanpa

batas wilayah dan waktu dalam internet". Dan keseharian internet mempunyai peran yaitu, untuk di jadikan aliran data informasi yang menjanjikan sebagai sarana hubungan data dan informasi yang jelas serta tepat. Amerika serikat khawatir karena pada abad 1960-an terdapat kejadian perang perlombaan dingin antara dua bagian yaitu Timur dan Barat mereka memburu pengaruh serta meningkatkan kemajuan nuklir agar dapat di gunakan untuk berperan.

Awalnya penelitian ini agar dapat menyatukan komputer yang dimiliki anggota penjaga dalam satu instalasi, yang di perlukan dapat saling terhubung agar tetap kokoh ketika terdapat pertempuran yang terjadi. Terdapat rencana pemeriksaan komputer di ARPA yaitu lembaga proyek penelitian lanjut pada dekade 1962 yang dipimpin oleh ketua program yaitu Joseph Licklider.

ARPANET mempertemukan beragam komputer di berbagai universitas dibagian barat daya Amerikat Serikat, di antaranya University California Las Angel, Stanford Research Institute, University California Santa Barbara, dan University of Utah. Pada abad 1970 beberapa Universitas dan lembaga lain, seperti MIT, Harvard, BBN, dan System

Development Corp (SDC) di Santa Monica, turut ikut di titik berikutnya, pada dekade 1971 giliran Stanford, linocoln laba milk mit, Carnegie-mellon, dan casewestern reserve university turut ikut di titik beberapa bulan, lembaga seperti Nasa/Ames, Mitre, Burroughs, Rand, serta universitas illinois juga turut ikut. kemudia semakin banyak lembaga yang tersambung ke dunia maya serta internet pun semakin menular dengan cepat.

Pada dekade 1990 arpanet ditutup. 300 jaringan tergabung di dalam empat komputer. Argentina, Austria, Belgia, Brazil, Chile, Yunani, India, Irlandia, Korea Selatan, Spanyol, dan Swiss yaitu negara yang tersambung dalam jaringan internet. Aplikasih internet Archie, Gopher, dan Wais sudah di pakai. titik Institusi yang berproses online di internet yaitu perpustakaan obat nasional Amerika Serikat serta Bursa Dow Jones. Pada dekade 1993 Marc Andreessen bersama anggotanya memberi nama aplikasi Browsing yaitu Mosaic di national Chester of super computing applications NSCA. Setelah memundurkan diri di NSCA lalu menjadi otak di belakang Nescape crop Andreessen membangun Nescape, Browser aplikasih sukses. Sehingga Microsoft memajukan Microsoft Internet

Explorer menjadi satu porsi bersama Browser maupun program Windows.

Jaringan tanpa kabel mulai maju serta bayaknya pemakai internet, jaringan tanpa kabel sudah membuka internet lewat Wi-Fi serta lewat alat GPRS maupun Mobile 3G yang memiliki akses lebih cepat dan tinggi dari dua jaringan kabel. terdapat 20 juta orang telah menggunakan internet pada dekade 1995. Lembaga penelitian IDC menebak bahwa penggunaan internet sudah sampai 52 juta pada dekade 1995 hingga pada dekade 2003 terdapat 196 juta orang. Work Statistic berpendapat “jika penduduk dunia sebesar 6.499.697.060 orang di semua wilayah lalu penggunaan internet 1.076.203.987 orang berarti 16,56% orang di dunia telah tersambung ke internet.”

Indonesia tidak mudah dikalahkan kecepatan penggunaan internet karena penggunaan internet sudah sampai 10.000, Peningkat 10 kali lipat pada dekade 1997. Pada dekade 2000 jumlahnya pemakaian internet di Indonesia berdasarkan data di lembaga Forecast Survei sejumlah 200.000 orang. Jumlahnya itu melonjak pada tahun selanjutnya berdasarkan bukti yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII).

Pengaruh yg sangat fantastis tentang penerapan komunikasi korporat sudah di bawah oleh media sosial. Media sosial mengharuskan suatu pemasaran usaha buat berbicara secara pribadi serta mengenali terjadinya perpindahan asal komunikasi korporat satu jalan dengan sifat tradisional sebagai tahapan komunikasi yang sifatnya luas dengan perusahaan menggunakan nasaba. Adanya menyebarkan isu, perjanjian, tujuan, serta lainnya yang memakai media umum di punyai dari perusahaan. Dengan itu terwujudnya krusial dalam penelitian di abad kini Sorotan public tidak dapat terhindar sehingga mampu bersosialisasi secara intensitas dengan jangkauan tinggi sehingga mampu menjaga eksistensinya perusahaan. menggunakan istilah yaitu media sosial mampu menjadi wahana penting bagi konsep komunikasi korporat.

Perubahan media komunikasi digital sudah membawa konsep pembahasan berbeda dengan itu penting untuk seorang praktisi dan akademisi komunikasi korporat buat mengerti kemajuan yang dipengaruhi oleh perkembangan. Persatuan komunikasin serta teknologi memperlihatkan mudahnya PR dikerjakan buat membuat seseorang

mengarah yg lebih mudah. Oleh itu pembahasa korporat tidak sempurna mampu terjadinya dampak negatif oleh tanggapan sang nasaba pada suatu perusahaan.

Media sosial yaitu keliru satuan kegiatan online yang disukai oleh pengguna hampir sehari-hari. Menurut sang Davidson dekade 2015, kemudian pengguna internet menuntaskan kurang lebih setengah hari di tempat sosial, apabila dipandang menggunakan 1 atau 4 waktu yang dipergunakan buat membaca e-mail yaitu kegiatan awam. jika terkait dengan internet (Davidson, 2015). Ungkapan yg dikatakan oleh dunia Web Index di abad 2015, tentang animo teranyar setuju karena jejaring sosial mendapatkan adanya 4 mnt yang dibasmi seorang pada internet dipergunakan buat membuka jaringan sosial, bertepatan menggunakan kenaikan pemakai internet di telepon genggam.

Youtube dipublik pada tahun 2005, YouTube sudah menjadi banyak orang buat, mendapat, melihat, serta memberikan bermacam video. YouTube tersedia ruang untuk mayarakat buat berafiliasi, menerima isu, serta memotivasi pengguna lain pada semua global, untuk bekerja menjadi panggung perputaran untuk Produsen

video orisinal serta iklan, baik yg besar juga sedang. YouTube adalah keliru satuan perusahaan dari Google. YouTube tercipta karena 3 orang mantan karyawan PayPal (website online komersial), Chad Hurley, Steve Chen, serta Jawed Karim di Februari 2005, semenjak itu munculnya, YouTube pribadi diberikan kesan baik pada setiap orang.

Semenjak munculannya, YouTube poly mengalami perkembangan sampai sebagai komunitas menyebarkan konten tertinggi mirip masa kini, menggunakan tempat mirip itu tak wajar ketika YouTube menjadi tempat untuk banyaknya video, mau itu video dengan konten sekarang serta komedi. Berbagai video yang bermacam yang pertama itu nada, iklan siaran TV, film tutorial, juga konten rumahan. tidak sporadis video yg timbul di YouTube berubah bentuk "virus", menjalar menggunakan gampanya dan cepatnya pada aneka macam video mirip blog, jejaring media, halaman depan website, depan alat mobile, serta di program acara. Video terkenal mirip yang menyebar dari satuorang ke orang lain, sebagai akibatnya sebuah konten tadi di lihat sampai jutaan penonton.

Di negara saat ini pada mana orang telah terhubung dengan teknologi serta adanya jejaringan

internet yg terbaik, YouTube bahkan sudah menjadi keseharian masyarakat di tonton.

YouTube perlahan-lahan menjadi karakter TV kabel, serta terdapat tujuan penting untuk dia yg menanti ketika akan terjadi rekaman sebuah kejadian. Galat satu prestasi YouTube berada di gampangnya prosesnya. Melihat konten mampu dipakai menggunakan istilah kunci serta melihat video hanya menindis play. Meng-upload konten pun mampu dikerjakan dengan mengklik. Memperbaiki fasilitas melalui teknologi sekarang seperti dalam perubahan arsip, hosting, bentuk video, serta tambahan filter yang dilakukan Tim didalam YouTube menjadi komunitas menyebarkan video, telah pasti ada banyak video berseliweran ke YouTube. Mampu dikatakan, orang tersedia.bermacam-macam konten yang mau dilihat semua jenis video yang ingin ditonton orang tersedia.

Berbagai macam konten YouTube artinya konten pribadi didesain diri sendiri menggunakan kreatif untuk di edit semauanya poly berasal konten tadi isinya sekedar keseharian, tempat tinggal serta kerabat, pertama asal rekaman, bocah-bocah bermain dance, serta jua konten blogs (disingkat

vlogs) yg terdapat rekaman ke seluruh kegiatan yg dibicarakan sehingga artinya curhatan dari perasaan serta yang difikir. Siapapun saja yg mempunyai hp sudah dapat meng-upload konten kegiatan di YouTube supaya ditinjau untuk seluruh tim pada semua global. Konten pada YouTube berbagai pula yg membuat didesain yang terbaik. Banyaknya pembuatan film profesional mengupload video yang akan terjadi garapan mereka, lalu membarui YouTube sehingga berubah ke repositori film. Tidak kaget ketika terdapat konten belajar dan konten belajar jadi aktor serta pengarah adegan pula bayaknya terdapat di YouTube.

“YouTube juga merupakan repositori video lawas, Bagi mereka yg penasaran menggunakan tayangan iklan tempo dulu, video klip lagu lagu lama, atau program TV zaman dulu mampu berburu videonya pada YouTube. Bicara soal video musik, YouTube memainkan peran penting dalam penyebaran video musik asal banyak sekali aliran. Banyak artis serta perusahaan rekaman yang memanfaatkan YouTube buat mempromosikan musik dan band baru. Bagi penyuka musik, YouTube tidak ubahnya seperti taman rekreasi yg menyenangkan.” (Ni Kentut Susrini (2010). tidak

ketinggalan, banyak sekali acara TV (terutama TV luar negeri) dan film-film lama juga baru mampu ditemukan menggunakan mudah pada YouTube. Jadi tidak heran Bila YouTube kemudian diklaim seperti sebuah stasiun TV spesial dan menjadi sebuah wahana hiburan untuk semua orang, yg menunjukkan aneka macam macam konten dan jam tayang yg fleksibel, karena penonton mampu menentukan program berikut jam tayang yg diinginkan sesuka hati.

YouTube adalah media yang diakses dengan internet dan Menurut Drs Juharis Rasul M Ed (2006). “Media Hiburan Mungkin sebagian besar pengguna memanfaatkan Internet menjadi media hiburan belaka. Internet memang menyediakan aneka macam fasilitas hiburan, asal yang berupa permainan (games), wisata online, serta media hiburan lain (gosip musik, film, serta selebriti). gosip ihwal pertandingan olahraga, mirip dengan sepakbola, balap mobil formula 1, grand prix, dan olah raga terkenal lain pula bisa Anda jumpai di internet. Internet memperlihatkan media bantu memperoleh popularitas bagi artis seniman global hiburan menggunakan memberikan informasi melalui situs Internet, para artis bisa memperoleh nilai plus

pada mata para penggemarnya menjadi media hiburan, Internet memang menawarkan variasi hiburan yang hampir tidak terbatas, berasal yang sah sampai yg ilegal, berasal yg sopan hingga yang menjurus pada pornografi serta pornoaksi.”

Media Komunikasi merupakan sesuatu komunikasi yang membagikan data yang berbentuk catatan ataupun ngak tertulis seperti komunikasi yang tercatat` merupakan semacam pesan berita, cetakan, koran, cetakan bilik, pesan surat dari kantor ke industri lain, masyarakat ke industri iklan lewat media desain, media yang bukan tertulis umumnya memakai suatu alat sehingga bisa dikirim secara luas melalui radio, tv dan komunikasi online (new media) misalnya email, web, ecommerce, tv berjaringan internet, youtube, dll.

Menurut Agung Setia Adi (2020). “Hiburan merupakan suatu yang terhindar dari derita, kebingungan, kepanikan jika boleh dibilang hiburan itu suatu relaxkan benak, rasa tenang menghibur diri ataupun juga yang lain, membuat bahagia, gembira, dapat ketawa- ketiwi, serta leluasa dengan rasa takut, khawatir dll”. Media Hiburan merupakan sesuatu aliran pesan ataupun sesuatu wadah buat mengantarkan pesan, video, bacaan, foto, visual,

audio, dll. Buat merelaxkan benak, enjoy, tenang, senang, bahagia, tenang membuat khalayaknya ataupun penontonnya jadi senang serta tertawa. Contohnya saat ini di Indonesia media hiburan warga Indonesia yang lekas trend merupakan tv berjaringan internet biasa diucap dengan youtube.

Youtube adalah suatu konten hiburan di jaringan koneksi internet yang bisa melalui audio visual, foto dan lain-lain jadi terhubung, serta apalagi warga Indonesia dapat menghasilkan suatu ilham kreatif di youtube. Ilham kreatif yaitu timbul buat dokumentasi suatu konten yang seru, asik, sehingga kita tetawa, menyamai, tidak menggengam kesulitan pada dikala kembali kerja, libur, ataupun juga dilihat pada dikala waktu sarapan siang buat menyaksikan konten kreatif. Konten ataupun film kreatif di youtube umumnya mulai prank, video kreatif vlog, review, pariwisata alam Indonesia ataupun juga yang lain sehingga pemirsa youtube membagikan subscribe pada channel yang ditontonnya. Youtube boleh dibilang suatu media dalam jaringan internet buat menimbulkan suatu ilham kreatif warga Indonesia pada masa globalisasi, masa keterbukaan data publik, masa digitalisasi media, masa digitalisasi tv jejaringan Internet.

Sebab itu mari telah para pemuda bikin konten kreatif, konten yang berbeda serta asik, video yang berguna hingga masyarakat suka, bahagia, tersenyum serta apalagi dapat tertawa terbahak-bahak pada dikala memandang konten yang di play lewat channel youtube serta jangan kurang ingat di subscribe youtubenanya.

Ketika hadirnya media umum pada para pemuda acapkali dihubungkan menggunakan faktor negatif, tak menggunakan orang dewasa. Manfaat positif ketika media di pakai oleh orang dewasa. Amerika serikat meneliti ternyata orang lanjut usia ketika beradaptasi secara online dapat mengurangi stres. Menurut Journals of Gerontology, Series B itu menyatakan, kegunaan media umum buat beradaptasi menggunakan orang-orang yang lansia lebih rileks. ketika mengingat adanya lansia pada tempat tinggal di rumah serta keadaan sakit.

Peneliti menganalisis 3.401 partisipan dengan usia 67 tahun orang atau lebih. Seorang partisipan bertempat tinggal di panti jompo. Dengan satu dari 3 lansia bertempat tinggal sendirian dan sebesar 54 persen mengalami penyakit dalam satu bulan terakhir. Temuan yang didapatkan bahwa lansia dengan memakai atau pengguna internet

umum mempunyai taraf orang gelisah atau yg lebih rendah.

Sebesar 6 persen yaitu orang yang memakai atau pengguna internet dilaporkan mengalami gejala orang gelisah nomor ini dinyatakan rendah dari pada orang yang bukan memakai media internet sebesar 15 persennya. "memakai media umum untuk bekerjasama dengan anggota keluarga serta teman merupakan cara yang baik bagi lansia buat membatasi aktivitas sosial mereka karena sakit," istilah keliru pada peneliti yang dilakukan oleh Reuters dengan asal kampus University of Michigan, Shannon Ang, "Reuters". Aku berharap, lewat youtube ini, terdapat poly perorangan lansia yg bisa melakukan pembelajar memakai laptop atau komputer serta pengguna lainnya sebab bisa mengurangi rasa sakit, isolasi sosial, serta rasa kecemasan.

Jika dievaluasi berguna, seorang berasal Dana Farber Cancer Institute, William Pirl menolak seluruh lansia memakai media umum. Dikatakan, media umum jua memberi factor negatif untuk lansia. "Sangat diketahui dukungan sosial dapat membantu depresi dan gejala fisik. Orang-orang meresponnya secara tidak sama. Beberapa dapat sebagai lebih

cemas mendengarkan cerita orang lain. ada poly variabilitas apakah media umum tepat buat Anda atau tak," kata William Pirl.

Jason Tedjasukmana, Head of Communications Google Indonesia, yang juga menaungi YouTube, berkata bahwa situs video sharing ini memiliki 80 Produsen konten pada Indonesia dengan lebih dari 1 juta subscribers dan ratusan lainnya dengan lebih berasal 100.000 subscribers. Sayangnya, YouTube belum mempunyai data berapa banyak YouTuber yang datang dari kalangan anak-anak.

Tetapi, Jason mengingatkan bahwa pada dasarnya YouTube hanya buat pengguna yang berusia di atas 13 tahun. Kendati demikian, tidak sedikit orang tua yang menjadikan YouTube tak hanya menjadi media hiburan, tapi juga wadah untuk mengekspresikan diri, mengembangkan keahlian dan pengetahuan mereka, serta menginspirasi orang lain.

Maklum saja, anak-anak zaman now, di tengah kemajuan teknologi terlihat makin bebas mengasah imajinasinya serta kreativitasnya. Beberapa orang tua yang jeli memanfaatkan hal ini menggunakan membentuk channel YouTube

bersama anak-anak mereka dengan konten yang ramah keluarga.

Dari Jason, para penghasil konten YouTube di Indonesia sudah memberikan model menjadi content creator yang sangat baik. Mereka mewakili generasi Indonesia yg berbakat dan kreatif di mata global. Mereka pula menggunakan efek YouTube buat menginspirasi orang berbuat baik. Ini jugalah yang di akhirnya mengilhami YouTube buat menghasilkan acara Creators for Change.“Dengan acara Creators for Change, YouTube creator telah sebagai panutan. Mereka percaya diri, kreatif, peduli serta sangat bertanggung jawab,” pungkasnya, bangga

Referensi

- Sunarto, YB.Sudarmanto.(2008). Teknologi Informasi dan Komunikasi IX. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 20 No. 1Hlm. 2-44.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=237243> (Diakses pada tanggal 17 juli 2022 pukul 8:08).
- Ni Ketut Susrini (2010). Seri Creative Project: Beken dengan YOUTUBE.
<https://books.google.co.id/books?id=idV5JJVFhoUC&pg=PA8&dq=kemunculan>

- [nya+youtube&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjFpdTZyNr4AhXvSmwGHbihCoQQuwV6BAGJEAY#v=onepage&q=kemuculannya%20youtube&f=false](https://www.youtube.com/watch?v=2ahUKEwjFpdTZyNr4AhXvSmwGHbihCoQQuwV6BAGJEAY#v=onepage&q=kemuculannya%20youtube&f=false) (Diakses pada tanggal 17 juli 2022 pukul 8:08).
- Juwita Rina (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat: Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 20 No. 1. Hlm. 48, 52-54. https://sg.docs.wps.com/l/sIFPZsrGKAa_rkg5YG. (Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 11:32).
- Drs Juharis Rasul M Ed (2006). Teknologi Informasi dan Komunikasi 2: Hlm.5-6. [https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi Informasi dan Komunikasi-2/sxDlmiTcWkYC?hl=id&client=ms-android-vivo-rev1](https://www.google.co.id/books/edition/Teknologi-Informasi-dan-Komunikasi-2/sxDlmiTcWkYC?hl=id&client=ms-android-vivo-rev1). (Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 23:43).
- Agung Setia Adi.(2020). Media dan hiburan halal: potensi yang belum dimaksimalkan. <https://sef.feb.ugm.ac.id/media-dan-hiburan-halal-potensi-yang-belum-dimaksimalkan/> .(Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 pukul 23:46).
- Athifah Nur Husna1, Puji Rianto2.(2021). Membaca Komentar di Media Sosial Sebagai Hiburan.

<https://journal.uui.ac.id/cantrik/article/view/18978>. (Diakses pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 09.02)

CNNIndonesia.(2018). Media Sosial Kurangi Depresi pada Lansia.

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181011164213-255-337728/media-sosial-kurangi-depresi-pada-lansia>. (Diakses pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 14:16)

Bagian 21

PEMANFAATAN AKUN INFORMASI BERITA REGIONAL PADA INSTAGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT

Zarah Indriyani, Ayu Azhara

Akun informasi berita regional merupakan suatu media informasi yang banyak digunakan oleh masyarakat, terutama pada Instagram. Instagram salah satu media informasi yang cepat membagikan tentang peristiwa-peristiwa yang terjadi di daerah-daerah dalam Negara ini. Namun akun informasi berita regional ini hanya membagikan berita-berita di daerah-daerah yang berdekatan melalui Instagram.

Akun informasi regional bisa dianggap sebagai akun wilayah yang memiliki ciri-ciri tertentu sehingga dapat dibedakan dari wilayah lainnya, seperti di ibu kota (Jakarta, Makassar, Mamuju dan daerah-daerah lainnya yang berdekatan), kabupaten juga termasuk (Pinrang, Sidrap, Barru, Pangkep dan lain sebagainya), dan terutama dalam kecamatan atau daerah lain yang menjadi bagian di Negara ini. Akun berita regional pada Instagram sangatlah bermanfaat bagi masyarakat, bukan hanya beritanya cepat dibagikan akan tetapi Informasi yang

disampaikan sudah jelas dan juga benar. Pemanfaatan Akun Informasi berita regional sudah berkembang sejak lama dan menyajikan kabar berita Pemerintahan, Politik, Kriminal, dan Hukum. Hal ini membuat masyarakat mudah mengakses informasi berita lainnya yang dekat dari kawasan dan daerah mereka masing-masing

“Laju perkembangan dan pertumbuhan pengguna akun informasi dan media sosial di Indonesia bertumbuh sangat pesat, terutama untuk para pengguna Instagram yang saat ini menduduki peringkat keempat sebagai media sosial yang paling banyak penggunanya. Bertambahnya pengguna yang semakin banyak menjadikan media sosial salah satu sumber rujukan informasi oleh sebagian banyak masyarakat.” (Muhammad zein Miraj, 2021: 5)

Akun media informasi ini telah membuat sebuah pola baru dalam berkomunikasi antar sesama dan ikut serta dalam partisipasi , hal ini dapat kita lihat dari banyaknya tingkat kepentingan para pengguna dalam sebuah ruang komunikasi di media sosial. Saat ini banyak lembaga pemerintah, pekerja dan organisasi di masyarakat yang memanfaatkan akun media informasi menjadi salah

satu informasi untuk menjangkau masyarakat yang luas dan banyak. Pengelolaan akun media informasi yang sudah cukup efektif menjangkau masyarakat namun perlu tenaga manusia yang dapat mengendalikan akun media ini agar tetap melakukan pembaharuan pada suatu hal.

Hal ini sesuai dengan pernyataan (Priscillia Rebeca, 2021: 19) yang mengungkapkan bahwa **“Instagram adalah sebuah bentuk dari media sosial untuk berbagi foto dan video, menyediakan pengguna untuk mengambil foto dan video dengan menerapkan filter digital serta memberikan keterangan yang sering disebut *caption* dan pengguna dapat berbagai foto atau video yang diunggah ke Instagram.”**

Eka Yuda Gunawibawa (2020: 255) menjelaskan bahwa hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perasaan yang timbul pada masyarakat terhadap berita yang dituangkan dalam berbagai jenis di akun informasi pada instagram. Tingkat keperluan informasi masyarakat yang begitu besar, dengan institusi pemerintahan tidak akan mampu memenuhi keperluan informasi tersebut. Dalam hal ini pengawasan harus turut terlibat dan juga organisasi lainnya yang memiliki kepedulian

pada bidang ini di Indonesia. Jika kita amati dari semua yang tertulis diatas maka pada berita regional ini mengandung beberapa unsur, antara lain:

- 1) Suatu kejadian yang berkaitan dengan segi kebaruan
- 2) Menarik perhatian karena ada suatu keadaan yang mempengaruhi didalamnya.
- 3) Berguna (penting)
- 4) Dilaporkan serta diumumkan, dan memberikan pelajaran dan kesadaran supaya menjadi pembelajaran bagi masyarakat.
- 5) Laporan di akses di media tertentu (seperti di *Instagram*, *facebook*, *whatsApp* dan lain sebagainya)

Dari kelima unsur diatas, dapat disimpulkan bahwa suatu kejadian yang menarik perhatian akan dilaporkan atau diberitakan melalui media sosial akun informasi. Baik dalam hal apapun itu, pembelajaran yang terdapat memberikan pandangan dalam menentukan sifat atau ciri sebuah berita. Dengan mengetahui jenis berita, kita dapat mengetahui sumbernya dari mana.

Macam atau jenis berita dapat dibagi menjadi tiga hal, yaitu:

1) Berdasarkan kejadiannya

- a. Berita yang sudah diketahui sebelumnya, seperti upacara hari pahlawan, perayaan hari guru, hari pancasila, dan peristiwa G30 SPKI.
- b. Berita yang belum diketahui sebelumnya : seperti bencana alam yang terjadi di Sulawesi Barat kemarin yaitu gempa bumi, dan di Sulawesi Tengah yaitu gempa serta tsunami yang melanda.

2) Berdasarkan Jaraknya

Berita regional: berita inilah yang akan di bahas dalam penulisan ini, yang melibatkan peristiwa atau kejadian yang memiliki dampak cukup luas pada suatu wilayah di dalam nya yang terbentuk daerah daerah disekitarnya.

Berita regional yang dapat didasarkan pada suatu isu permasalahan yang ada di berbagai bidang dan terdiri dari sejumlah bagian. Hal ini yang akan dibahas dari beberapa bidang yang menyangkut berita yang dilihat dari segi persoalannya yaitu sebagai gambaran tentang luasnya daerah yang akan di berikan pemberitaan

regional dan sumber-sumber yang harus membuat berita secara terperinci oleh masyarakat.

Nurmalia (2021: 14) juga menjelaskan bahwa

- a) Politik, Berita politik adalah berita yang mengutamakan kegiatan politik atau peristiwa di sekitar masalah peraturan susunan pemerintahan dan segala hal yang berkaitan dengan urusan pemerintahan.
- b) Ekonomi, Berita ekonomi ialah yang mencakup sudut pandang yang sangat luas, yaitu perdagangan, juga yang berfokus pada keuangan (finansial), pengolahan industri, pengolahan tambang, dan transaksi perdagangan,.
- c) Hukum dan keadilan, Jika mengukur dari ukuran jumlah kemunculannya, berita peradilan dan hukum menjadi penting karena mengandung bagian konflik didalamnya. Kasus korupsi, pelecehan seksual, pembajakan karya cipta, perceraian, sengketa tanah, pembagian warisan, kasus mencuri, atau pengedar narkoba.
- d) Kriminal, peristiwa kriminal ini menyebabkan daya tarik karena mengandung ancaman. Peristiwa kriminal seperti peristiwa pembunuhan.
- e) Kecelakaan, berita kecelakaan termasuk bencana alam seperti gempa bumi, gunung meletus, tsunami, angin puting beliung, banjir, tanah longsor, kecelakaan lalu lintas seperti,

lalu lintas darat, udara dan laut, atau kebakaran yang dapat menelan korban, baik nyawa maupun harta benda. f) Seni dan Budaya, berita-berita seni dan budaya yang menarik perhatian seniman seniman yang dapat membuat minat seseorang yang menyukai seni untuk ikut dalam pameran, seperti pameran lukisan, pentas seni, drama, serta film yang akan di tayangkan sehingga itu membuat kegiatan ini bisa mengundang banyak masyarakat serta anak-anak yang ingin belajar seni, suka akan hal itu. g) Olahraga, berita-berita olahraga umumnya tergolong berita yang dapat diketahui sebelumnya. seperti Asian Games yang beberapa tahun lalu diadakan di ibu kota, Olimpiade pendidikan ataupun dalam bidang lainnya, dan pertandingan PMS Makassar.

Akun informasi di instagram dapat membantu masyarakat dalam memberikan informasi yang efektif dan cepat. Dalam pemanfaatan akun informasi tersebut berbeda-beda dalam menyampaikan informasi berita regional. Berita regional umumnya menyampaikan peristiwa yang baru terjadi atau yang sedang viral. Dalam hal ini berita regional sangatlah berpengaruh dalam lingkungan masyarakat, bukan hanya disampaikan

atau dibagikan tetapi memberikan pelajaran dalam kehidupan sehari-hari.

Nurmalia (2021: 17) menjelaskan juga bahwa serangkaian berita 5W+1H, dalam hal praktik para ilmuwan yang memberikan contoh dalam menulis berita regional dengan menggunakan (rumusan) 5W+1H. Bahkan rumusan ini banyak digunakan oleh berbagai ilmu sosial lainnya, berikut ringkasan dari rumusan yang dimaksud; 1) *Who*: berita harus menjadi unsur “siapa”. 2) *What*: untuk mengetahui “apa” yang dikatakannya terhadap berita yang ada. Jika hal itu menyangkut suatu peristiwa atau kejadian, yang menjadi “apa”. 3) *Where*: berita juga harus merujuk pada tempat kejadian ; “dimana” terjadinya peristiwa itu atau fakta yang sebenarnya terjadi. 4) *When* : hal ini juga penting yang harus diketahui sebuah berita adalah “kapan” terjadinya peristiwa tersebut. 5) *Why*: pelengkap unsur sebuah berita harus dapat menjelaskan “mengapa” peristiwa itu sampai terjadi. 6) *How*: “bagaimana” terjadinya suatu kejadian peristiwa itu juga sangat penting oleh pembaca serta masyarakat.

Majunya Akun informasi yang mengakibatkan berkembangannya cara berpikir manusia di wilayah kawasan Sulawesi Selatan. Kemajuan itu dibuktikan

dengan banyaknya pengguna aktif di instagram khususnya dikalangan remaja. Manfaat berita regional dapat dirasakan oleh masyarakat dari berbagai daerah. Berita regional tersedia untuk para peserta didik dan pengajar mulai dari SD, SMP, SMA dan Kesetaraan. Selain itu, akun informasi berita regional dapat digunakan untuk menyampaikan informasi-informasi yang sosial. Berdasarkan akun informasi berita regional ini memiliki 3 manfaat, yaitu:

1. Memudahkan dalam melaksanakan kegiatan yang akan diadakan didaerah tersebut.
2. Dapat digunakan untuk mengakses berbagai berita-berita teraktual dan terpercaya.
3. Dapat digunakan sebagai jalur informasi penting.

Kekuatan media sosial dalam kehidupan sehari-hari dapat memudahkan akun media informasi dalam menyebarkan berita regional seperti; mengakses gambar, dan video dengan ciri khasnya yang memiliki kelebihan yang cukup unik pada visualnya. Kelebihan visualnya yang berupa susunan kata yang menarik, gambar yang jelas, dan video yang telah menjadi acuan penyampaian berita di Instagram. Kegunaan akun informasi di Indonesia dalam mengolah bentuk berita di media sosial pada

Instagram termasuk akun informasi berita regional dalam masyarakat. Perkembangan Akun Instagram di Indonesia juga sudah sangat banyak bahkan anak, remaja, dewasa sampai orang tua pun menggunakan media sosial Instagram. Hal itu mengacu pada Instagram yang menjadi salah satu media yang dapat memudahkan masyarakat mendapatkan informasi. Di dalam Instagram terdapat akun-akun informasi yang dapat menyampaikan berita-berita dengan cepat. Bentuk beritanya yaitu berita regional yang hanya terkhusus di kawasan daerah-daerah yang berdekatan.

Berita regional ini menyampaikan dan membagikan informasi yang benar dan juga sangat membantu masyarakat untuk mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di daerah mereka. Misalnya berita regional terjadi di daerah Sulawesi Selatan dan Contoh berita regionalnya yaitu; motor terbakar akibat menyimpan handphone di bawah jok motor akun informasi *@makassar_iinfo*, peredaran uang palsu kembali terjadi di Pinrang, Sulawesi Selatan akun informasi *@pinrang.info*, Kecelakaan mobil truk di Jl.Lainungan dan menutup semua badan jalan poros Sidrap-Pare akun informasi *@pare_info*, dan

jembatan gantung yang putus di Desa Belawae, Kab.Sidrap akun informasi @sidrapinfo.id.

Berita regional pada akun informasi di instagram dapat memudahkan masyarakat mengakses informasi melalui daring (*online*), memudahkan dalam penyebaran berita atau media promosi, mendapatkan pembelajaran dari akun tersebut tentang apa yang disampaikan, juga bisa menyembunyikan gambar atau video yang membentuk kekerasan, serta menyebarkan informasi berita dengan fakta kebenarannya. Perkembangan berita regional pada instagram bisa memberikan manfaat bagi peneliti yang mempunyai tugas terkait *trend* yang sedang viral saat ini. Untuk melihat *trend* tersebut biasanya dibuat sebagai bentuk data yang digunakan dalam teknik rekayasa. Secara rekayasa dalam pembuatan gambar , ini akan memudahkan pengguna untuk melihat keinginan model timbal balik yang positif ataupun yang negatif, serta informasi pada setiap postingan yang di bagikan. Rekayasa pada postingan di media sosial instagram tersebut tidak hanya berdasarkan pola kemiripan data semata, namun yang tidak kalah penting adalah mengenai bentuk pendapat regional. Pendapat regional dimaksud adalah pandangan-

padangan pengguna yang dikelompokkan berdasarkan lokasi tempat media sosial tersebut di kirim. Lokasi ini menggambarkan pendapat kewilayahan terhadap rumor tertentu tersebut. Saat ini untuk bisa mengakses konten digital tidak hanya di kota-kota besar saja, saat ini sudah merambah keseluruh pelosok negeri ini dari Sabang sampai Merauke. Dari kota besar ke kota kecil, dari kota kecil ke desa, dan dari desa ke desa terpencil. Akun informasi berita regional juga bisa melakukan proses pembelajaran terhadap bentuk pencarian informasi dan pemanfaatan akun-akun berita regional lainnya di masyarakat. Kepedulian masyarakat melalui kegiatan dibidang-bidang lainnya bisa melalui pengembangan sosialisasi yang ada di daerah mereka. Yaitu daerah yang ada di dalam negeri kita seperti daerah Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Sulawesi utara, Nusa tenggara timur, Nusa tenggara barat, Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, Papua, Sumatera, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan dan daerah lainnya yang ada di Indonesia.

Referensi

Muhammad Zein Mi'raj, Dedi Kurnia. (2021).
Proceeding of management. Universitas

- Telkom,Bandung.https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+Pemanfaatan+akun+informasi+berita+regional+pada+Instagram+dalam+memberikan+informasi+kepada+masyarakat&btnG=#d=gs_qabs&t=1656456361197&u=%23p%3DekuD0evvJcAJ (Diakses 20 juli 2022 pukul 11:02)
- Priyo Subekti, Hanny Hafiar. (2020). Profesi Humas. Kab.Pangandaran, Jakarta.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+pemanfaatan+Pemanfaatan+akun+informasi+berita+regional+pada+Instagram+dalam+memberikan+informasi+kepada+masyarakat&btnG=#d=gs_qabs&t=1656456961387&u=%23p%3DZXqXVd3429AJ (Diakses 20 juli 2022 pukul 11:23)
- Priscilla Rabeca. (2021). Universitas Multimedia Nusantara, Bandung.
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+tentang+berita+ragional+di+instagram&btnG=#d=gs_qabs&t=1656540547886&u=%23p%3DeHC5JMMvdvYJ (Diakses 20 juli 2022 pukul 11:25)
- Resi Jesita NIM, Julia Magdalena Wuysang, Aliyah Nur'aini Hanum.(2019). Komunika-Jurnal komunikasi, Kota Pontianak.
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+tentang+berita+ragional+di+instagram&btnG=#d=gs_qabs&t=1656540589722&u=%23p%3DaiGu3YjjD_QJ (Diakses 22 juli 2022 pukul 11:30)
- Herdita Mulyawati, Ahmad Sihabuddin. (2018). Berita berita regional,Universitas Sultan Ageng, Tirtayasa.
https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+tentang+berita+ragional

[+di+instagram&btnG=#d=gs_qabs&t=1656540641563&u=%23p%3DZO_68EmgGR8J](#) (Diakses 22 juli 2020 pukul 11:33)

Khuriyal Mutrofin, Adam Nur Muhammad. (2021). Jurnal el-Idarah, Jawa Barat, Bandung. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+untuk+berita+ragional&btnG=#d=gs_qabs&t=1656541174815&u=%23p%3D04uh2RnVGYYJ (Diakses 21 juli 2022 pukul 11:37)

Husnan Nurjuman.(2018). Macam macam berita, Universitas Sultan Agung, Tirtayasa. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pemanfaatan+akun+informasi+berita+ragional&btnG=#d=gs_qabs&t=1656541696530&u=%23p%3DZO_68EmgGR8J (Diakses 21 juli 2022 pukul 11:40)

Wulan Suciska.(2020). Berita regional dalam masyarakat, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta. <https://ojs.uaajy.ac.id/index.php/jik/article/view/2484> (Diakses 21 juli 2022 pukul 11: 43)

Rangga Saptya Mohamad Permana, Aceng Abdullah (2021). Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi, Jakarta. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=referensi+keunggulan+berita+ragional&btnG=#d=gs_qabs&t=1656653322971&u=%23p%3DfcWf7z2qRBkJ (Diakses 22 juli 2022 pukul 11: 46)

Nurfian Yudhistira. (2013). UPN"VETERAN", 'YOGYAKARTA. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=berita+regional&btnG=#d=gs_qabs

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=berita+regional&btnG=#d=gs_gabs&t=1656654686301&u=%23p%3DkSouVKOC-9cJ (Diakses 22 juli 2022 pukul 11: 48)

Wulan Suciska, Eka Yuda Gunawibawa, (2020). Jurnal Ilmu Komunikasi, Jakarta. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=berita+regional&btnG=#d=gs_gabs&t=1656654935584&u=%23p%3DAhDWSLQvTNqJ (Diakses 22 juli 2022 pukul 11: 50)

Warsita, B. (2018). KECENDERUNGAN GLOBAL DAN REGIONAL DALAM PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNTUK PENDIDIKAN. Jurnal Teknodik, Bandung. <https://jurnalteknodik.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalteknodik/article/view/394> (Diakses 22 juli 2022 pukul 12: 00)

Nurmalia, Nur Syamsiyah. (2020). FITK UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/60065> (Diakses 22 juli 2022 pukul 12: 05)

Yohanes Brilian Setiawan. (2010). Berita pemilu pada acara program berita, Jakarta. https://scholar.google.co.id/scholar?start=50&q=referensi+tentang+berita&hl=id&as_sdt=0,5#d=gs_gabs&t=1656667564997&u=%23p%3D5xYbzW267KYJ (Diakses 22 juli 2022 pukul 12: 10)

Eka Yunanda. (2021). Macam macam berita, Universitas Sultan Agung, Tirtayasa. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pemanfaatan+akun+informasi+berita+regional&btnG=#d=gs_gabs&t=1656541696530&u=%23p%3DZO_68EmgGR8J (Diakses 21 juli 2022 pukul 12:20)

Bagian 22

EFEKTIFITAS AKUN INSTAGRAM SELEBRITIS DAN SELEBGRAM DALAM MEMBERIKAN INFORMASI PERKEMBANGAN FASHION

Sri Kartika Abidin , Faikatul Hikmah , M.Ryan
j.s.patintingan

Internet sekarang sangat mudah diakses kapan saja, di mana saja, menjadikan internet sebagai bisnis bagi para pedagang di media online. Media online bukan lagi hal baru masyarakat Indonesia yang tinggal di kota-kota besar, dan juga ada pemangku kepentingan dari luar kota. Di Instagram, Anda akan bertemu berbagai jenis penjual. Contohnya saja banyak pengusaha cafe yang memposting foto makanan yang dijualnya untuk mempromosikan cafenya, artis foto yang memposting karyanya, dan yang lagi trend saat ini adalah online shop yang menjual berbagai jenis barang seperti kosmetik, tas, sepatu, pakaian, dan produk lainnya untuk pria maupun wanita.

Fashion yang dipublikasikan di media online telah menjadi lebih menarik bagi masyarakat umum akhir-akhir ini, karena orang yang memiliki akses internet kapan saja, di mana saja dapat merasa

yakin dengan berbagai pilihan belanja online di media sosial.

Revolusi 4.0 merupakan tonggak awal dari lahirnya globalisasi di bidang ekonomi dunia. Pergerakan kemajuan bisnis saat ini dibarengi dengan perkembangan di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Kemajuan yang pesat tersebut dibuktikan dengan munculnya berbagai ide-ide bisnis kreatif dan inovatif dengan berbasis teknologi. Kemajuan ini juga menyebabkan perubahan pada berbagai sektor baik di sektor sosial, ekonomi, maupun budaya yang berlangsung dengan perlahan namun pasti. Adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat tersebut dimanfaatkan oleh lapisan kalangan tertentu untuk menciptakan suatu inovasi teknologi baru khususnya pada bidang promosi (Yuliar, 2018).

Kondisi Ekonomi dan Sosial saat ini mempengaruhi perkembangan fashion. Secara alami, Industri fashion berubah dari waktu ke waktu, tetapi tren fashion dapat berulang. Di dunia ini, Fashion terus berkembang, Perkembangan dunia fashion juga berdampak pada perang, politik, budaya, ekonomi, gerakan sosial, dan banyak factor

pendukung lainnya yang terlibat dalam perubahan mode yang ada.

Ni Nyoman Merliani (2021) Dalam Penelitiannya berjudul tentang Endorser untuk Menarik niat pembeli kepada Konsumen saat Pengguna aplikasi Instagram. Faktor-faktor yang mempertimbangkan konsumen dalam melihat celebrity pengendorsr

1. Peminat berdasarkan untuk kemampuan supaya agar di percayai, kejujuran sangat penting bagi endorsmen
2. keaktifan terlihat pada hal keahlian, wawasan atau keterampilan yang dimiliki sebagai seorang selebgramer.
3. Memberikan sebagian perhatian berdasarkan kesukaan dan karakteristik fisik yang berpengaruh sebagai daya minat dalam kepribadian seorang selebgram tertentu, contoh tampan dan cantik, salah satu hal yang berpengaruh penting semuanya.
4. Rasa kepada peminatendorsmen seseorang actor seleb yang disukai atau harga oleh para konsumen karenamemiliki kualitas pribadi dan keprestasiannya. Minat pembeli

muncul untuk penggemaran ketika yang di kagumi menggunakan barang/hal yang menarik, karena dapat mengubah fashoion pada peminat

5. keserasian merupakan salah satu atribut yang sangat berpengaruh penting dikarenakan sangat mudah untuk seseorang yang menyukai atribut yang di gunakan oleh selegram

Pengaruh penjualan yakni rasa ketertarikan yang bisa dirasakan dan dialami setiap pembeli terhadap barang atau jasa, dan sangat berdampak oleh perilaku untuk konsumen di dalamnya pada konsumen yang meminati barang endorsmen, Elita dan Setiaman (2008) pendapat bahwa seperti yang telah dikutip oleh dorongan dari produk yang diminatinya, di situlah terdapat keinginan agar dapat mencoba semua produk tersebut dan pada akhirnya timbul keinginan konsumen untuk membeli agar dapat di memilikinya. Minat digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi tindakan tersebut. Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang

menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Endorsement Fashion memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan menurut Shimp (2002) dalam Husein (2008) menjelaskan bahwa endorser adalah pendukung iklan yang dikenal sebagai bintang iklan yang mendukung produk yang di iklankan. Endorsement adalah sosok tertentu yang sering juga disebut sebagai sumber langsung untuk mengantarkan sebuah pesan atau memperkenalkan sebuah produk atau jasa dalam kegiatan promosi yang bertujuan untuk mendukung efektifitas penyampaian pesan produk (Suryadi,2006:132; Belch & Belch, 2004:168)

Ada beberapa perkembangan fashion dari masa ke masa. Perkembangan fashion yang pertama, yaitu pada tahun 70-an. Fashion di tahun 70-an merupakan yang paling liberal. Semua orang dapat memakai pakaian favorit mereka. Jeans berada di puncak ketenaran mode, dan wanita mulai mengenakan kemeja. Yang kedua, pada tahun 80-an fashion tahun ini dikenal dengan smart office wear dengan aksesoris yang minimalis. Salah satunya yaitu kombinasi jas dan rok atau celana berbahan

kain. Tahun 90-an Fashion bergeser ke gaya funky. Orang-orang saat itu suka memakai berbagai macam aksesoris di kepala, seperti topi, ikat kepala, bandana, dan kalung. Penggunaan jaket denim, celana setinggi lutut dan celana cargo merupakan gaya busana yang menjadi ciri khas tahun 90-an. Tahun 2000-an fashion berubah lagi, dan tren denim telah menjadi ikon hits selama ini. Unisex sekarang menjadi standar di dunia fashion. Orang-orang di seluruh dunia menjadi lebih berani dan santai mungkin. Dan fashion terakhir pada tahun 2020 tren fashion tidak banyak berubah dari tahun-tahun sebelumnya. Tampilan casual dengan blazer dan cardigan di bagian atas masih menjadi mainstream. Warna monokrom juga umum digunakan di masyarakat saat ini. Tren hype tahun ini diperkirakan akan terus berlanjut hingga akhir tahun.

Selebgram mungkin sudah diketahui beberapa orang semuanya, ada begitu banyak selebritas baik di Indonesia saat ini bukan hanya dari ibu kota, tapi dari kota kecil di Indonesia. Menjadi seorang selebriti juga tidak gratis. Ada berbagai selebriti yang dengan sengaja menipu mereka untuk menyebarkannya dari mulut ke mulut beberapa orang kebetulan menjadi selebriti. Ketenaran

selebriti tidak dapat dipisahkan dari siapa yang mempresentasikan diri Anda melalui akun Instagram Anda. Kombinasi caption dan hashtag untuk mengunggah foto memudahkan pengguna lain untuk mengenali selebriti Anda. Cara mereka menampilkan diri menarik bagi pengguna lain yang mengikuti akun selebgram mereka, dan seiring bertambahnya jumlah pengikut, anda dapat melihat betapa terkenal selebgram. Peran seorang selebriti tidak jauh berbeda dengan peran seorang selebgram. Secara umum, selebgram juga merupakan idola pengikut. Mulai dari bagaimna cara berpakaian, produk apa yang digunakan, tempat yang dikunjungi selebriti, dan hal itu akan menjadi referensi bagi pengikut Anda.

Endors dapat diartikan sebagai rekomen. Agar yang dengan mudah untuk merekomendasikan seperti memperkenalkan semua produk bisnis online pada target kemasyarakat pasti jawaban selegram dan semua penggemar fassion masing masing. Maka dari itu selebgram dan selebritislah yang menjadi salah satu penunjang dalam memasarkan produk. Karena pengaruhnya sangat luar biasa terhadap pengelola usaha. Perannya untuk mempengaruhi konsumen sebenarnya bukan

hal yang mudah bagi para selebgram dan para selebtris. Membutuhkan beberapa tahun serta intelektual dalam bidang media salah satu pengaruh penting untuk menunjang para pengelola usaha untuk meyakinkan memilih salah satu selebgram dan selebtris menjadi tokoh utama atau salah satu dari sekian banyaknya untuk memasarkannya dan mempernalkakan produknya.

Setiap tahunnya Selebgram di Indonesia bertambah dengan berbagai macam fenomena kemunculan selebgram itu. Contohnya pada tahun 2016, Instagram Indonesia dihebohkan dengan kemunculan sosok selebgram dengan kontroversinya yaitu Karin Novilda atau dikenal dengan nama Awkarin. Awkarin muncul sekitar tahun 2016 dengan kontroversinya yaitu video menangis saat putus dengan mantan pacaranya. Tidak hanya itu, selama ia menjalin hubungan dengan sang mantan pacar, Awkarin sering mengupload foto yang vulgar bersama sang mantan. Hal ini menimbulkan banyak pertentangan, sebab rata – rata pengikut awkarin merupakan remaja. Tidak hanya itu, kontroversi Awkarin meluap pada saat ujian nasional tingkat SMP Awkarin

mendapatkan nilai rata – rata 9.5 dan menjadi peringkat tiga sekepulauan Riau.

Fashion influencer juga berperan dalam menginspirasi gaya hidup banyak responden. Dari perspektif tipe, influencer dapat dibagi menjadi dua bagian. Yaitu, micro-influencer (jumlah rata-rata influencer dengan kurang dari 10.000 pengikut) dan makro-influencer (jumlah rata-rata influencer dengan lebih dari 10.000 pengikut). Alasan seseorang membeli produk yang diiklankan oleh influencer dilatarbelakangi oleh keinginannya untuk mencari inspirasi busana. Itu juga terlihat lebih baik saat dikenakan oleh influencer.

Toko online Instagram muncul seiring dengan perkembangan fashion dan kebutuhan yang semakin meningkat. Hal ini dapat mendorong perilaku konsumen ketika seorang individu dipengaruhi oleh toko online Instagram dan tidak dapat mengontrol keinginan yang berlebihan.

Daud /Fitrianto (2015) dalam penemuan dengan peran Peran Celebrity Endorser Dalam membuat Perceive Value atau Purchasing Intention, bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh celebrity endorser terhadap nilai barang, dan maksud beli semua produk convenience goods, dan

untuk dapat mengetahui tentang pengaruh persepsi ternilai terhadap maksud beli dari pada produk convenience good. Dan Hasil dari penelitian ini adalah celebrity endorsermen berperan sangat penting dalam mempengaruhi persepsi nilai semua konsumen, sehingga konsumen dapat memiliki nilai positif terhadap produk merek tersebut. Hal yang berbeda terjadi pada peran celebrity terhadap endorsermen sangat termaksud beli, dimana celebrity endorser tidak berperan dalam mebgatur mempengaruhi maksud saat beli. Terakhir, Persepsi nilai juga tidak dapat berpengaruh terhadap maksud beli.

Tentunya dengan perkembangan zaman, tren baru terus diciptakan, yang diyakini ada pada saat itu. Perkembangan ini datang dari segala macam ide, dari teknologi hingga penampilan. Tentunya setiap perkembangan tersebut membangkitkan minat setiap orang yang melihatnya. Tentu saja, jika anda mengikuti aliran pengembangan ini, itu dianggap keren. Oleh karena itu, tidak sedikit orang yang terus mengikuti perkembangan tren tersebut, terutama di kalangan remaja yang ingin tahu atau selalu ingin tahu. Perkembangan fashion meliputi pakaian, celana

panjang, gaun, rok, aksesoris lainnya, dan berbagai item terkait. Tentu saja, kombinasi ini menciptakan gaya dan nilai fashion yang unik.

Selebgram termaksud perwakilan selebgram tidak dapat mudah melakukannya karena bukan hanya dari penampilan teknik pemasarannya juga sangat penting karena skill setiap selebgram atau selebriti pasti memiliki cara tersendiri dalam memasarkan produk endorse mereka sendiri. karena dalam pemasaran produk endorse kita dituntut

“Banyaknya jumlah pengguna Instagram, pada akhirnya menciptakan sebuah fenomena-fenomena baru itu sendiri yang terjadi di dalamnya. Di Indonesia sendiri, fenomena-fenomena tersebut meliputi munculnya selebgram atau selebritis yang dikenal karena Instagram, online shop atau toko online yang menjual barang mereka melalui akun di Instagram, endorsement, hingga paid promote. Walaupun sama-sama bertujuan untuk mempromosikan suatu barang atau jasa, baik endorsement maupun paid promote memiliki cara kerja yang cukup berbeda. Pada endorsement, sebuah brand atau toko online diharuskan untuk membayar uang promosi dan mengirim produk yang akan dipromosikan kepada seorang selebgram atau

influencer. Sedangkan pada paid promote, sebuah brand hanya perlu membayar sejumlah uang promosi, mengirim materi promosi dan tidak diwajibkan untuk mengirimkan produk fisik mereka.” (Aura Ramadhan, 2020:317)

Kalangan selebgram memiliki salah satu kekuatan tertentu untuk dapat mempengaruhi minat masyarakat. Keseringan saat penungggah kegiatan sehari-hari dalam memasarkan produk-produk endormen seperti membuat story dengan menggunakan barang atau jasa yang sedang mereka pasarkan kemudian peminat dalam pakaian atau jasa dapat mengambil keputusannya sendiri dan menjadi salah satu minat dan pemasarannya lebih mudah dalam penyebaran pemasaran di Instagram.

Afirmasi atau endorsement bisa menjadi salah satu strategi periklanan yang terpercaya. Oleh pedagang, terutama perusahaan komersial yang menggunakan metode pembelian dan pembayaran Online, dan beberapa penelitian sebelumnya, telah digunakan oleh selebriti. Persetujuan memiliki dampak besar pada efektivitas dunia Pemasaran untuk menarik perhatian dan minat konsumen untuk membeli suatu produk.

Peran selebgram tidak jauh berbeda dengan peran seorang selebriti pada umumnya. Selebgram juga merupakan idola pengikut. Untuk itu Bagaimana mereka berpakaian, bagaimana mereka berpakaian, produk yang mereka gunakan Hingga hanya ada satu tempat yang sering dikunjungi selebriti Referensi untuk pengikutnya.

Dude Harlino, ia merupakan artis ternama di layar kaca, tentu saja Dude Harlino telah memiliki banyak pengikut di media sosialnya khususnya di aplikasi instagram mencapai 1,6 juta followers sehingga mudah dalam memasarkan produk endorsmen pada bulan November dude harlino menceritakan pengalamannya menjadi salah satu pekerjaannya selain sebagai artis tanah air ia jg sebagai selebgram yang banyak dikenal orang

Keberadaan selebriti adalah sebuah fenomena. Celebrity Grams mematahkan kepercayaan banyak orang bahwa mereka perlu ditampilkan di layar kecil untuk menjadi terkenal. Kini orang biasa dapat menjadi "selebriti" di Instagram dengan ribuan hingga jutaan pengikut. Lebih dari artis sinetron.

Berikut penjelasan Menurut Rade, seorang pengguna Instagram dapat di sebut sebagai

selegram karena iya memiliki followes sebanyak 20.000 followers .

Setelah itu, jumlah pengguna Instagram akan diperluas ke segmen bisnis. Sosok-sosok terkemuka muncul dengan pengikut setia, yang kemudian didorong untuk menjual produk dari merek-merek terkenal. Istilahnya afirmatif.ketika seseorang memiliki followes sebanyak 20000 follower otomatis endors mereka banyak karena pemilik dari barang atau jasa pasti melirikinya dikarenakan wawasan dari pengikutnya banyak sehinggah dia lebih mudah untuk menyebarkan informasi tentang fashion yang ter update

Referensi

- Damaris, Thirsa. (2015). *Instagram sebagai Fashion Masyarakat* Kini!.
https://www.kompasiana.com/thirsa_071/instagram-sebagai-fashion-masyarakat-kini_55fef0579293738405b35db2.
Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 05.54 WITA).
- Tezar, Arbiyan. (2022). *Sejarah Perkembangan Fashion Dari Masa Ke Masa (Tahun 1920–2020)*.
<https://ozzakonveksi.com/sejarah-perkembangan-fashion-dari-masa-ke-masa-tahun-1920-2020/>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 06.04 WITA).
- slice.ca. (2019). *Sejarah Perkembangan Fashion Di Dunia*.
<https://www.bahankain.com/2019/02/14/sejarah-perkembangan-fashion-di-dunia-6664>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 06.09 WITA).
- Enocensia, Clara. (2022). *Inilah Potret Perubahan Tren Fashion dari Masa ke Masa*.
<https://highend-magazine.okezone.com/read/inilah-potret-perubahan-tren-fashion-dari-masa-ke-masa-9q15Qz>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 06.23 WITA).
- Repository.ums.ac.id. (2022). *Selebgram Dalam Media Sosial*.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://repository.ums.ac.id/bitstream/handle/123456789/22912/BAB%2520II.pdf%3Fsequence%3D6%26isAllowed%3Dy&ved=2ahUKEwjW6peigob5AhX7TGwGHRnACAkQFnoECAMQAQ&usq=AOvVaw2omJfPuxTNBNFZI3gybX6>

0. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 06.39 WITA).
- Nainggolan, Indah. (2018). In-depth: *Minat Belanja Dipengaruhi Fashion Influencer Instagram, Ini Faktanya!*.
<https://review.bukalapak.com/fashion/in-depth-minat-belanja-dipengaruhi-fashion-influencer-instagram-ini-faktanya-80896>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 15.42 WITA).
- Miranda, Sofia. (2017). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Belanja Online Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*.
<https://www.neliti.com/publications/118440/pengaruh-instagram-sebagai-media-online-shopping-fashion-terhadap-perilaku-konsu>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 07.17WITA).
- Ramadhan, Dani Rachmat. (2019). *Pengaruh Perkembangan Fashion Di Kalangan Remaja*.
<https://communication.binus.ac.id/2019/01/22/pengaruh-perkembangan-fashion-di-kalangan-remaja/>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 07.31 WITA).
- Setaian, Tri Susanto, Akhdi Martin Pratama, Ikhsanuddin dan Dani Prabowo. (2017). *Menguak Layar Bisnis Selebgram*.
<https://vik.kompas.com/selebgram/>. Diakses pada tanggal 20 Juli 2022 (Pukul 14.48 WITA).

Bagian 23

PENGARUH PEMAKAIAN BAHASA SARKASME DIDALAM MEDIA SOSIAL BAGI KALANGAN REMAJA

AmaIia Nurul Fitria, M Amin Syam

Negara dengan populasi pengguna media sosial terbesar secara global adalah Indonesia. Setelah melakukan analisis menyeluruh terhadap pengguna media sosial, ditemukan bahwa persentase pengguna Facebook, Twitter, Instagram, dan situs lainnya yang berbasis di Indonesia sangat tinggi. Media sosial pada umumnya dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi.

Media sosial umumnya digunakan sebagai alat untuk mendorong partisipasi pengguna (koneksi pribadi, grup, dll). Istilah seperti "Jaringan Sosial", "SNS", dan "Jaringan Komunikasi" sering digunakan di media sosial. Teknik yang digunakan baik media sosial maupun jejaring sosial seringkali adalah konten online yang terhubung melalui internet. Melalui media sosial dan jejaring sosial, sejumlah besar orang terhubung satu sama lain, memungkinkan mereka untuk berkomunikasi, bekerja sama dalam proyek, bertukar ide dan pemikiran, berteman, dan dalam beberapa kasus,

menemukan jodoh mereka, semua tanpa dibatasi. oleh waktu, ruang, atau variabel lainnya.

Media sosial adalah salah satu kegiatan online favorit yg dipakai sang publik hampir setiap hari. Menurut artikel yg ditulis sang Davidson,(2015), “pengguna internet menghabiskan kurang lebih satu jam 40 menit perhari pada situs sosial, bila dibandingkan menggunakan satu:empat saat yg dipakai untuk membaca e-mail yg merupakan kegiatan generik bila berkaitan menggunakan internet”. laporan yg pernah di keluarkan sang *Global Web Index* dalam tahun 2015 kemudian tentang isu terkini berkenan menggunakan jejaringan sosial menemukan bahwa setiap empat menit yg dihabiskan seorang pada internet dipakai buat mengakses jejaringan sosial, seiring peningkatan penggunaan internet pada telpon genggam.

Jejaring sosial dan media sosial berbeda secara signifikan, terutama di medianya. Alat komunikasi online termasuk situs jejaring sosial, blog, forum, dan aplikasi obrolan disebut sebagai "media sosial." Email, chat, dan layanan lainnya termasuk di antara yang terdaftar di media sosial. Jejaring sosial, juga dikenal sebagai jejaring sosial, adalah subset dari media sosial, yang merupakan

jaringan online dengan mitra dan hubungan dalam bentuk aplikasi atau situs web yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi melalui pertukaran berita, komentar, mengirim pesan pribadi, mengirim gambar, mengirim video, dan sarana lainnya.

Di Indonesia, 191 juta orang menggunakan media sosial secara teratur pada Januari 2022, menurut studi We Are Social. Dengan 170 juta individu, angka ini meningkat 12,35% dari tahun sebelumnya. Sebagai akibat dari tren tersebut, populasi pengguna media sosial di Indonesia meningkat setiap tahun. Namun, sejak 2014 hingga 2022, pertumbuhannya bervariasi. Pada tahun 2017, 34,2 persen lebih banyak orang menggunakan media sosial dibandingkan tahun 2016. Peningkatan ini menurun pada tahun berikutnya menjadi 6,3%. Hanya pertumbuhan yang terlihat dalam statistik ini tahun ini. Di kalangan masyarakat Indonesia, WhatsApp merupakan situs jejaring sosial yang paling banyak digunakan. Itu adalah 88,7% dari total. Setelah itu, masing-masing 84,8 dan 81,3 persen Facebook dan Instagram digunakan. 63,1 dan 62,8 persen, masing-masing, orang menggunakan TikTok dan Telegram.

Mayoritas individu sekarang memanfaatkan media sosial. Kunjungan pengguna harian ke situs web seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, YouTube, dan TikTok hanyalah beberapa dari strategi implementasi yang banyak digunakan. Selain itu, tampaknya epidemi yang membatasi kebebasan bepergian telah memberi media sosial motivasi yang kuat untuk memajukan perdagangan, memperkuat hubungan, dan bahkan menggunakan kekuasaan atas pemerintah.

Nada dan sentimen yang ingin kami gambarkan di media sosial diperluas melalui bahasa kami. Penggunaan bahasa mengungkapkan identitas seseorang atau bisnis. Pada kenyataannya, bahasa yang digunakan dalam postingan media sosial mengungkapkan demografi dan pembaca (postingan) yang dituju.

Kata “keanekaragaman bahasa” telah tercantum dalam Kamus linguistik Harimurti Kridalaksana Edisi Keempat terbitan tahun 2009. Keragaman bahasa mengacu pada variasi penggunaan bahasa yang tergantung pada masalah yang dibicarakan, hubungan antara penutur, lawan bicara, dan subjek yang dituju, serta media wacana.

Gory Keraf dalam buku *Diksi & Gaya Bahasa* (2006:112) mengungkapkan bahwa:

“Dalam bahasa standar, terdapat klasifikasi gaya bahasa resmi, tidak resmi, & percakapan sehari-hari. Mudah-mudahan, bahasa resmi tak jarang dipakai pada pidato atau dokumen kenegaraan, korespondensi kedinasan, dan karangan ilmiah. Selanjutnya, gaya bahasa tidak resmi cenderung dipakai pada situasi yg nir atau kurang formal. Contohnya yg paling generik merupakan artikel berita. apabila gaya bahasa resmi bisa diibaratkan menggunakan jas atau pakaian seragam, gaya bahasa tidak resmi adalah kemeja atau penampilan kasual yg rapi. Sementara itu, gaya bahasa dialog mempunyai karakteristik sintaksis & morfologis yg biasa kita temui pada ujaran sehari-hari.”

Pilihan untuk memilih gaya bahasa sendiri adalah hak istimewa penggunaan media sosial. Menggunakan diri sendiri sebagai bukti, citra diri, dan bahkan ambisi pribadi dan profesional, semuanya relevan dalam hal ini, tentu saja. Kami dapat memilih gaya bahasa terbaik dengan mempertimbangkan masalah yang sedang dibahas, media yang digunakan, audiens atau pihak yang dituju, dan keadaan saat ini. Ingatlah untuk menjaga konsistensi setelah itu. Namun, semacam ketegasan atau prinsip adalah keteguhan dalam tindakan yang

kita pilih. Dengan cara yang sama, gunakan tata bahasa yang tepat.

Apabila berbicara mengenai media sosial tidak terlepas menurut bahasa yg dipakai sang penggunanya. Bahasa dipakai untuk mengekspresikan diri atau ungkapan perasaan, dan bahasa pula dipakai buat menjadi indera komunikasi & mengikuti keadaan sosial. Sedangkan bahasa yg dipakai pada media sosial itu sangat beragam. Mulai menurut bahasa formal, informal, bahasa standar & tidak standar.

Di media sosial akhir-akhir ini banyak terjadi pembelokan kebahasaan, namun penyelewengan ini pun seringkali merugikan pihak-pihak eksklusif. Hal ini disebabkan maraknya penggunaan bahasa yang tidak sopan saat ini, termasuk seringnya penggunaan sarkasme di media sosial. Di akun Facebook, Instagram, dan Twitter yang dapat diakses publik, cukup mudah untuk menemukan postingan yang berisi kata-kata kotor, cercaan, ejekan, dan merendahkan orang lain. Orang sering menggunakan media massa sebagai platform untuk mengkomunikasikan keyakinan yang mendalam tentang orang lain atau tokoh masyarakat.

Bahasa yg dikenal menggunakan bahasa kasar & tidak sopan itu lebih dikenal menggunakan kata sarkasme. Dalam kata lain, sarkasme merupakan ungkapan yg mempunyai nada bertentangan dengan harapan & insiniasi. Sejak zaman kuno, sarkasme telah menjadi komponen ucapan manusia. Diskusi terbuka mendefinisikan sarkasme sebagai variasi. Sarkasme, di sisi lain, adalah frasa yang juga digunakan sebagai topik pembicaraan ketika membahas hal-hal yang tidak berfungsi, seperti yang diharapkan. Sebagai jenis ekspresi, sarkasme juga dapat dipahami sebagai salah satu yang dapat dilihat melalui konteks, infleksi suara, dan perubahan ekspresi wajah. Sarkasme adalah ungkapan hati yang mengandalkan pendengar atau pembaca untuk sekedar menertawakan lelucon, tidak jauh berbeda dengan penggunaan sindiran.

Sebenarnya, sarkasme telah pergi jauh. Menurut sejumlah sumber sastra, istilah "sarkasme" pertama kali muncul seiring dengan kebangkitan budaya Yunani Kuno. Menurut tampilannya, itu dieja Sark ketika menggunakan huruf Yunani Kuno untuk "Daging" dan "Tear," masing-masing. Sarkasme

pada dasarnya berarti "merobek kulit," oleh karena itu.

Niat sarkastik dimaksudkan untuk menyiratkan, menghina, atau menyinggung. Sarkasme dapat berupa hinaan dan teguran yang menggunakan bahasa kasar untuk menunjukkan kemarahan. Ketajaman bahasa yang digunakan dan hujatan pedas dalam majas ini mungkin menyinggung perasaan seseorang.

Sarkasme adalah "perlindungan utama dari individu-individu dari roh yang rendah hati dan murni" ketika rasa langsung dari jiwa mereka diserang dengan kejam dan keras, menurut penulis terkenal Rusia Fyodor Dostoyrsky. Sarkasme adalah bentuk komunikasi yang menurut pendapat orang yang terkenal dengan karya-karyanya yang berpengaruh di abad kedua puluh satu itu, berkaitan erat dengan perilaku yang berlawanan dengan apa yang diharapkan.

Ketika dikombinasikan dengan sinyal verbal, sarkasme biasanya digunakan. biasanya dengan nada satir untuk mendapatkan empati dari pendengar, sering kali mengeluarkan pernyataan di luar konteks. Seperti sindiran, sarkasme bergantung

pada partisipasi pembaca atau pendengar agar efektif.

Berbicara secara tidak wajar dikenal sebagai sarkasme. Ketika membaca isi dari pemimpinnya tentang apa yang dimaksud pembicara dan bagaimana perasaan pembicara tentangnya, seseorang dapat memperhatikan nada suara, ekspresi wajah, dan intonasi lawan bicara untuk mengidentifikasi kata-kata yang termasuk sarkasme. Tetapi individu lain merasa sulit untuk mengenali sarkasme dan sering menganggap bahwa apa yang dikatakan benar-benar dimaksudkan.

Bahasa pula berperan penting pada perkembangan media sosial. Dalam pengaplikasian media sosial memakai bahasa menjadi bentuk kabar & komunikasi. Harus mengedepankan perasaan orang lain, tidak memakai istilah-istilah yg tidak sopan, bahkan cenderung kasar, misalnya yg tak jarang di temui pada *Facebook, Instagram, Twitter* yg biasa dianggap menggunakan hal ini adalah Netizen, yg acapkalikali menghujat menggunakan bahasa yg tidak sopan bahkan cenderung kasar. Ini membutuhkan perawatan ekstra. Karena bisa mengikis karakter bangsa Indonesia yang terkenal santun dan berbudaya tinggi ketimuran, dengan

menjadikan mereka bangsa yang sinis jika dibiarkan tak terkendali, budaya komunikasi yang beracun. Pengguna media sosial biasanya juga remaja.

Intinya, sarkasme adalah penggunaan bahasa yang menyakitkan untuk merendahkan atau mempermalukan orang lain (Sugono: 2008, 1270). Ciri utama sarkasme adalah selalu melibatkan kecaman dan kepahitan, yang melukai hati dan tidak enak didengar. Sarkasme lebih tidak sopan daripada ironi dan sinisme. Sarkasme berbasis Goris Keraf adalah referensi yang mewujudkan kepahitan dan teguran keras.

(Lutfiani,dkk:2021 ,274) dalam jurnalnya yang berjudul Sarkasme Pada Media Sosial Twitter dan Implikasinya Terhadap pembelajaran Bahasa Indonesia Di SMA, menjelaskan tentang contoh yang ada pada kolom komentar Twitter @fadlizon, @adenyeikow *“Sekali- kali kau kritik si prabowo nyett...!!! brani ggak loe zonkk..?? mulut comberan sampah kayak kau ini kritik kok milih2!!! Di supal taek kuda si wowo baru tau kau bangsat...!!!”* (Twitter @fadlizon diunggah pada tanggal 23 Februari 2020). \ Ungkapan tersebut di mana muncul indikator sarkastik mention di kolom komentar akun twitter @fadlizon. *“Sekali- kali kau kritik si prabowo*

nyett...!!! brani ggak loe zonkk..?? mulut comberan sampah kayak kau ini kritik kok milih2!!! Di supal taetik kuda si wowo baru tau kau bangsat...!!!". "Nyet" Kata KBBI "Comberan" mengacu pada parit (lubang) yang digunakan untuk membuang kotoran, air najis, dan selokan (yang berarti "monyet"). Apa yang dibuang sebagai sampah adalah sesuatu yang dulunya penting tetapi sekarang tidak berguna. Seorang "bajingan" adalah bagaimana KBBI menggambarkan seseorang yang kehilangan amarahnya (terutama mereka yang suka mencuri & pencopet). Pengguna internet menuduh bahwa Fadli Zon mengeksploitasi flora monyet, menyebut mereka yang mendengarkannya "tempat sampah lisan", dan berpendapat bahwa apa yang dia katakan tidak jujur dan tidak benar.

Penggunaan sarkasme pada ujaran ini sudah melanggar etika pada berkomunikasi. Mengingat bahwa pada berkomunikasi, penutur mempunyai tugas buat sanggup membina kolaborasi beserta lawan tuturnya (leech,2008). lantaran itu adalah nilai- nilai atau kebiasaan- kebiasaan yg sebagai pegangan moral bagi rakyat pada kelompoknya.

Menjangkau seluruh masyarakat Indonesia sangat penting, terlihat dari maraknya sarkasme di media sosial. melalui semua jalur yang ada, termasuk pendidikan formal, pendidikan informal, kelompok masyarakat, organisasi politik, forum negara, dll. Semua ini dilakukan untuk melindungi karakter bangsa, yang merupakan bukti identitas individu dan bangsa.

Dengan kata lain, daripada hanya menggunakan bahasa, fungsi akan dipahami membutuhkan penggunaan khasanah bahasa yang penting untuk pembentukan sistem makna. Dengan demikian, teori fungsional diperlukan untuk menjelaskan struktur bahasa alami apa pun.

Sarkasme yg dipakai rakyat, terkhusus pada Netizen yg terdapat pada media sosial mempunyai fungsi, Keraf (1999: 143) mengidentifikasi beberapa fungsi penggunaan gaya bahasa sarkasme yaitu :

- (1) menjadi bentuk penolakan,
- (2) menjadi bentuk penyampaian larangan,
- (3) menjadi bentuk penyampaian informasi,
- (4) bentuk penyampaian penegasan,
- (5) bentuk penyampaian pendapat,
- (6) bentuk penyampaian perintah,
- (7) bentuk penyampaian pernyataan,
- (8) bentuk

pernyataan persamaan, (9) bentuk pernyataan perbandingan, & (10) bentuk sapaan. Beberapa teori yg sudah dijabarkan diatas tentang fungsi. Ada fungsi menurut bahasa terdapat fungsi menurut sarkasme.

Pada dasarnya sarkasme merupakan cara bentuk penyampaian menggunakan gaya bahasa yg memakai istilah-istilah kasar, yg mengandung unsur ejekan, olokan & insiniasi yg kurang enak didengar & menyakiti hati. Penggunaan gaya bahasa sarkasme bisa menyebabkan pelanggaran prinsip kesatuan pada berbahasa, dimana penggunaan bahasa sarkasme tentu mempunyai pengaruh negatif dalam kehidupan sehari-hari.

Gaya bahasa sarkasme dalam kehidupan sehari-hari sangat tak jarang di jumpai. Mulai berdasarkan media sosial atau pun global nyata, dimana orang-orang dewasa sering memakai gaya bahasa sarkasme sampai didengar sang anak-anak bahkan di praktikkan oleh mereka, & makin berkembang sebagai akibatnya sangat sulit buat dihilangkan. Terkadang penggunaan gaya bahasa sarkasme ini tak jarang dipakai tanpa disadari, karena itu jadi sulit buat membedakan mana kalimat-

kalimat yg baik & mana kalimat yg mengandung sifat sarkasme.

Sarkasme dalam berbagai bentuk menjadi salah satu cara para pengguna internet mengekspresikan diri di media sosial, seperti Instagram, yang banyak menemukan komentar. Tujuan dari komentar sarkastik yang dibuat oleh pengguna online adalah untuk menyampaikan sudut pandang mereka. Menurut komentar para pengguna internet yang menyimpang dari kaidah acuan jenis perubahan makna yang sebenarnya, makna yang paling sering ditemukan adalah kekasaran makna yang diakibatkan oleh penggunaan bahasa atau istilah tertentu, seperti penggunaan nama binatang, benda, dan sebagainya.

Remaja sangat terkait dengan penggunaan sarkasme dalam interaksi mereka, menurut banyak konsumen sarkasme. Penjelasan nya mirip dengan penggunaan sarkasme sebagai aspek linguistik yang tidak pernah berhenti berkembang di mana remaja (yang sedang dalam masa transisi dari anak-anak ke dewasa) masih labil dan rentan dimanipulasi. Oleh karena itu, sarkasme dan pergaulan remaja dapat memberikan dampak yang seimbang pada pertumbuhan masing-masing.

Karena ketidakstabilan emosi mereka, remaja sering mengalami ledakan emosi. Dia akan memprioritaskan emosi dalam semua yang dia lakukan. Remaja terkadang menggunakan sarkasme sebagai pelampiasan ketidaksenangan mereka saat diganggu oleh seseorang karena terkadang mereka sulit mengontrol emosinya saat terpacu. Komposisi emosional remaja juga mendukung kecenderungan mereka untuk menyembunyikan kebenaran atau berbohong. Remaja sering menyembunyikan kebohongan mereka saat menjalin hubungan dengan mengolok-olok barang atau orang lain. Remaja yang menggunakan sarkasme implisit biasanya melakukannya karena takut atau berusaha terlihat sinis.

Penggunaan gaya bahasa sarkasme pada media sosial yg dipakai secara terus menerus bisa mengakibatkan tidak baik pada perkembangan seseorang remaja dan bisa mengganggu interaksi antar sosial rakyat. Gaya bahasa sarkasme sendiri sebagai salah satu bentuk perundungan verbal, lantaran tidak menutup kemungkinan orang yg mendengar tersakiti oleh kalimat sarkasme tadi. Selain itu, gaya bahasa sarkasme bisa menerangkan bahwa orang yg berbicara sarkas

adalah orang yg tidak mempunyai tata krama. Menjadi remaja yang baik dan mempromosikan bahasa Indonesia sebagai bahasa kebersamaan lebih penting daripada bahasa lainnya. Memanfaatkan bahasa Indonesia semaksimal mungkin tanpa mencampuradukkannya dengan bahasa lain adalah cara terbaik untuk menikmatinya.

Referensi

- Juwita,Rina.(2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 20 No. 1. Hlm. 52-54.
<https://sg.docworkspace.com/d/sIFPZsrGKAarkg5YG> . Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 09:05 WITA).
- Juwita,Rina.(2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 20 No. 1. Hlm. 54-56.
<https://sg.docworkspace.com/d/sIFPZsrGKAarkg5YG>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 09:17 WITA)
- Yudhistira.(2020). Konsistensi Gaya Bahasa dalam Media Sosial. *Narabahasa*.
<https://narabahasa.id/linguistik-interdisipliner/stilistika/konsistensi-gaya-bahasa-dalam-media-sosial>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 09:26 WITA)
- Al-Amin,Muhammad Irfan. (2022). Sarkasme Adalah Majas yang Ditujukan untuk Menyindir, Ini

Contohnya. *Katadata.co.id*.
<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61e76dc047b5e/sarkasme-adalah-majas-yang-ditujukan-untuk-menyindir-ini-contohnya>.
Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 09:42 WITA)

Hartini.(2022). Mengkritisi Penggunaan Bahasa Sarkasme di Media Sosial. *Radar Semarang*.
<https://radarsemarang.jawapos.com/artikel/untukmu-guruku/2022/05/20/mengkritisi-penggunaan-bahasa-sarkasme-di-media-sosial/>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 09:55 WITA)

lutfiyani,Siska.Burhan ,Eko Purwanto. Syamsul Anwar. (2021).SARKASME PADA MEDIA SOSIAL TWITTER DAN IMPIIKASINYA TERHADAP PEMBEIAJARAN BAHASA INDONEISIA DI SMA. *Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*.
https://sg.docworkspace.com/d/sINPZsrGKA_dlvq5YG. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (10:02 WITA)

Nugrahani,Farida.(2018). PENGUNAAN BAHASA DAIAM MEDIA SOSIAL: CERMIN PUDARNYA KARAKTER BANGSA. *Jurnal Kongres Bahasa Indonesia*.
https://sg.docworkspace.com/d/slJvZsrGKAa_H6g5YG. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 10:11 WITA)

Wardani,Erni Rahma.(2019). SARKASME DAIAM BERBAHASA PADA KEHIDUPAN SEHARI-HARI DI WIIAYAH KABUPATEN KENDAI. *Hlm.26-27*.
https://sg.docworkspace.com/d/sIE_ZsrGKA

[bmGhJYG](#). Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 10:18 WITA)

Ayundasari, Anggita. (2022). Pengaruh Gaya Bahasa Sarkasme terhadap Bahasa Indonesia. *Kumparan.com*.

<https://kumparan.com/anggitaayundasari14/pengaruh-gaya-bahasa-sarkasme-terhadap-bahasa-indonesia-1yCifCopvjU>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 10:24 WITA)

Hasanah, Ulfatun., Abd. Rahman Rahim., Andi Sukri Syamsuri. (2021). Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Sarkasme Netizen di Media Sosial Instagram. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, Vol. 7, No. 2. Hlm.416-422. <https://www.e-journal.my.id/onoma/article/download/1255/1162>.

Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 10:57 WITA)

Dwikatama, M. Alfysa. (2015). PENGGUNAAN GAYA BAHASA SARKASME DAIAM PERGAUHAN REMAJA. *The A-Team's Corner*.

<http://theateamscorner.blogspot.com/2015/01/penggunaan-gaya-bahasa-sarkasme-dalam.html?m=1>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 11:04 WITA)

Iorenza, Kristina. (2021). PENGGUNAAN KAIIMAT SARKASME DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Research Gate*.

https://www.researchgate.net/publication/351303604_PENGGUNAAN_KAIIMAT_SARKASME_DI_MEDIA_SOSIAL_INSTAGRAM. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 11:19 WITA)

- Saputro,Bayu Eko.(2021). Dampak Adanya Bahasa Sarkasme dalam Penggunaan Media Sosial. *Kompasiana.Com*.
<https://www.kompasiana.com/bayuekosaputr o5600/600f8444d541df76ac772782/dampak-adanya-bahasa-sarkasme-dalam-penggunaan-media-sosial>. Diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 11:47 WITA)
- Risnawati,Reti. (2021) Pengaruh Bahasa Sarkasme terhadap Anak-anak dan Remaja. *Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/retirisnawati5802/600a4b3d8ede482bab07c4e2/pengaruh-bahasa-sarkasme-terhadap-anak-anak-dan-remaja>. diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 11:56 WITA)
- Arwani,Anju. (2020). BAHASA PROKEM MEMENGARUHI EKSISTENSI BAHASA INDONESIA DI KALANGAN. <https://www.unja.ac.id/bahasa-prokem-memengaruhi-eksistensi-bahasa-indonesia-di-kalangan-remaja/> diakses pada tanggal 18 Juli 2022 (pukul 12:04 WITA)

Bagian 24

ADAB DALAM BERMEDIA SOSIAL

Nurfadilla Muslimin, Muhammad Fatur Ridha

Sampai sekarang, kemajuan pesat inovasi web tampaknya membuang jarak, ruang, dan waktu, sehingga kita dapat berinteraksi dengan dunia lokal di mana saja dan kapan saja kita berada untuk melacak berbagai data dan pemikiran. “Pada dasarnya, hiburan berbasis web dapat dianggap sebagai semacam media korespondensi. Hiburan virtual secara keseluruhan adalah media yang digunakan untuk berbaur (bersekutu, baik oleh dan oleh, dalam pertemuan, dll) antara klien (Bimo,2017).

Secara keseluruhan, media dan organisasi interpersonal memanfaatkan kerangka kerja yang sama, khususnya media online yang berhubungan dengan web. Melalui hiburan virtual dan organisasi informal, ada banyak individu yang terkait satu sama lain tanpa dibatasi oleh batas geologis, ruang, bahkan waktu yang ditentukan untuk berbicara satu sama lain, berbagi hal, memiliki penilaian, membuat teman, bahkan sekarang dan lagi untuk menemukan pasangan yang sempurna.

Menurut Hermawan, (2019:14) Pemanfaatan web melalui hiburan virtual telah memperkenalkan web gathering yang dapat membingkai korespondensi berbasis internet seperti diskusi percakapan, diskusi web juga dapat menyampaikan pemikiran, kesimpulan, dan semua data dari individu-individunya. sehingga mereka dapat berbicara satu sama lain atau bertukar pikiran satu sama lain.

Sebuah pertemuan berbasis web biasanya hanya memiliki topik tertentu, tetapi mungkin dapat meluas ke berbagai bidang. Hiburan virtual di Indonesia mulai cepat mengikuti kemajuan akses web untuk klien di Indonesia, terlebih lagi dengan berkembangnya basis web di Indonesia seperti akses wifi, jaringan fiber, dll. Perkembangan alat juga mendukung kemajuan tersebut. akses hiburan virtual di Indonesia. Ponsel canggih seperti Android, iOS, dll, di samping berbagai model IoT seperti phablet, tablet, dll, telah menambah akses yang lebih luas ke web dan hiburan virtual bagi individu di Indonesia.

Di era ini, hiburan virtual bukan saja dimanfaatkan sebagai ajang korespondensi dan pemasyarakatan, bahkan sekaligus dimanfaatkan untuk kepentingan

politik, pemerintahan, dan lain-lain seperti yang terjadi pada keputusan politik resmi tahun 2014 di mana sebagian besar misi mengerikan dibawa keluar melalui web dan hiburan online.

Perkembangan realitas sosial pada data atau peristiwa tertentu sangat mudah dilakukan dengan hiburan virtual. Masyarakat Indonesia menjadi semakin dinamis di ranah hiburan online, dengan tarif masuk yang menjangkau banyak orang, sehingga siapapun yang puas dapat beredar di internet secara efektif, seperti acara-acara khusus hingga hal-hal kecil yang mungkin belum pernah dilakukan. sempat dianggap viral. Pemanfaatan hiburan virtual juga semakin beragam. Tidak hanya latihan untuk berteman, bergaul, dll, tetapi hiburan online di Indonesia juga digunakan untuk mempromosikan item tertentu maupun pada tingkat dasar melakukan organisasi tertentu. Dengan begitu, manajer keuangan bakal mempunyai akomodasi saat menyelesaikan latihan sirkulasi maka dari itu tarif pembuatan bakal lebih rendah. Tak hanya berdagang, hiburan virtual juga dimanfaatkan untuk latihan politik seperti yang telah disebutkan lebih dahulu.

Kemajuan mekanis dengan keberadaan manusia tampaknya tidak dapat dipisahkan. Kemajuan mekanis secara positif membuat perubahan besar pada keberadaan manusia di berbagai bidang dan sebagian besar mempengaruhi kualitas sosial yang dianut oleh masyarakat, termasuk cara hidup dan mentalitas individu.

Menghitung alat-alat yang telah dimiliki oleh semua orang, terutama anak-anak milenial. Hal ini karena alat-alat tersebut berbeda dan sangat menarik dan memiliki kemampuan yang berbeda serta menyampaikan serta berbagi, membuat, dan terlibat dengan suara, video, gambar, mengarang, musik, dll. Unsur-unsur ini kemudian, pada saat itu, menyebabkan media baru dalam korespondensi pemuda milenial muncul untuk menggantikan korespondensi dekat dan pribadi biasa yang biasanya selesai.

Remaja milenial menjadi sangat bergantung pada inovasi ponsel untuk berbicara dengan remaja milenial lainnya. Ruang untuk nongkrong dan berkunjung menjadi lebih kekinian dan jazzy. Kebiasaan inovasi di bidang data dan korespondensi tentunya sangat mudah dilihat, terutama dengan asumsi fiksasi tersebut mampu dilakukan oleh

remaja milenial. Ketergantungan yang dapat mengubah cara hidup remaja milenial masa kini adalah web. Web adalah salah satu inovasi yang sering dimanfaatkan oleh mereka. Sebuah perbudakan yang bisa mengubah cara hidup anak muda milenial masa kini. Web merupakan salah satu inovasi yang sering dimanfaatkan oleh mereka.

Hasil pengujian, disampaikan oleh Majalah Marketeers, disutradarai oleh MarkPlus Knowledge Laju perkembangan klien Web di Indonesia masih diliputi oleh anak-anak muda dari kelompok usia 15-30 tahun. Selanjutnya, mereka menggunakan Web lebih dari 3 jam setiap hari. Ini karena fitur Web yang dengan mudah ditemukan di setiap perangkat khusus seperti ponsel dan alat. Pesona web dan hiburan virtual kemudian, pada saat itu, mengambil peran penting dalam membangun kemampuan relasional seseorang. Anak-anak milenial saat ini begitu peka terhadap perubahan yang terjadi dalam inovasi ramah, mereka mengikuti pergantian peristiwa ini dan membekali mereka dengan pengalaman pendidikan menggunakan strategi "Pendahuluan dan Kesalahan" (Rasmita Kalasi, 2014).

Hal-hal di bawah ini adalah beberapa elemen yang membuat generasi muda milenial memanfaatkan organisasi informal sebagai gaya hidup:

1. Presence Setiap individu harus dipersepsikan realitasnya, khususnya remaja milenial yang sedang mencari karakter, tentunya mereka harus lebih dikenal. Dengan menjadi dinamis melalui hiburan online, remaja milenial dapat dengan mudah dipersepsikan tentang realitas mereka.
2. Pertimbangan Setiap kebutuhan individu dipertimbangkan baik secara langsung atau tersirat. Pertimbangan dapat dibagikan sebagai kata-kata atau kegiatan. Pertimbangan yang amat biasa dan paling sederhana ialah lewat kata-kata. Dengan demikian, kaum muda milenial yang ughajaja pada era kemajuan mengarah dewasa yang tentunya memerlukan perhatian pasti sangat suka tampil menonjol dalam sekejap dan tak henti-hentinya memilih hiburan berbasis web agar terlihat menonjol.
3. Penilaian Pendapat adalah pertimbangan orang lain tentang sesuatu. Penilaian adalah penegasan individu dan perspektif setiap orang bisa menjadi unik. Anggapan diperlukan saat kehidupan seseorang, baik untuk memperkuat perspektif,

memilih sesuatu, maupun memperoleh pertimbangan positif untuk mengurus suatu urusan. Dengan cara ini, anak muda milenial sering memanfaatkan media online dan memanfaatkan komponen bicara untuk bertukar perasaan.

4. Mengembangkan gambar Setiap orang perlu mendapatkan gambar yang layak. Khususnya para remaja milenial yang umumnya akan temperamental dan perlu dilihat oleh setiap individu yang membutuhkan gambaran yang layak. Melalui hiburan online, anak muda milenial dapat dengan mudah menunjukkan aset mereka untuk mendapatkan gambaran momen.

5. Korespondensi dan Sosialisasi Setiap manusia membutuhkan pergaulan dengan orang yang berbeda baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk mengatasi masalah ini, anak-anak milenial biasanya akan mencari cara alternatif untuk dapat tetap berhubungan dengan keluarga, teman, dan bahkan melacak teman baru melalui hiburan berbasis web.

6. Kesempatan Berprestasi Selain hiburan sederhana, hiburan virtual juga memberikan persaingan berbasis internet yang berbeda. Bagi anak-anak milenial yang masih bekerja efektif dan

memiliki kemampuan di bidang inovasi, mereka membutuhkan hiburan virtual untuk dapat meningkatkan keterampilan mereka melalui kesempatan tersebut. Misalnya, kontes membuat situs, mengarang cerita pendek, dan lain-lain, yang biasa disebarluaskan melalui hiburan virtual.

7. Menambah Wawasan Tidak sedikit catatan misalnya di twitter yang berisi pengetahuan umum, seperti tempat-tempat yang dapat diverifikasi, peristiwa penting, hal-hal luar biasa dan lain-lain. Bagi remaja milenial yang pada dasarnya menyukai hal-hal baru dan belum mengenal sebelumnya, hal ini juga bisa menjadi jalan yang mudah bagi mereka untuk mengetahuinya.

8. Keluarkan Apa yang Anda Rasakan Terkadang seseorang hanya perlu menyampaikannya tanpa mendapat komentar dari orang lain. Terutama pada masa anak-anak milenial, sisi sensitif dan mudah tersinggung tentu saja membebani diri mereka sendiri. Itulah alasan mereka memilih hiburan virtual untuk berbagi apa yang mereka rasakan, karena di internet mereka diperbolehkan untuk mengkomunikasikan apa yang mereka rasakan karena itulah dunia yang mereka buat sendiri.

Terlepas dari apa reaksi individu yang membacanya nanti.

Menurut Bradley (2010), ada 6 standar dasar yang terkandung dalam kualitas yang terkandung dalam hiburan online. Untuk situasi ini, ada beberapa kualitas yang mengenali hiburan berbasis web dari berbagai jenis korespondensi, khususnya:

(1) Partisipasi. Hiburan berbasis web sangat bergantung pada upaya bersama massal yang dibantu melalui kerja sama klien. Klien diharapkan menumbuhkan pemikirannya dengan memanfaatkan inovasi yang lebih mudah digunakan daripada inovasi yang sudah ada. Model: menarik klien untuk kembali ke hiburan online untuk melanjutkan diskusi yang telah dimulai di segmen sambutan. (2) Kolektif. Ada banyak situs hiburan berbasis web di mana banyak manusia dapat mengumpulkan data dengan niat penuh untuk membuat konten yang ada dan mendistribusikannya ke khalayak umum dengan membagikan di situs-situs ini. Selain itu, klien dapat menggunakan kantor yang disajikan dengan kerangka kerja atau

kemampuan programan untuk bertukar dan antara aplikasi yang ada untuk mendapatkan data yang telah disimpannya di internet berdasarkan tujuan hiburan virtual lainnya. (3) Transparansi. Sebagian besar konten yang dibuat melalui hiburan virtual tersebar ke masyarakat umum melalui komentar, suara, dll. Memang, bahkan jika memungkinkan untuk menyimpan atau mengklaim konten berbasis web pribadi, perkembangan data dan konten secara langsung akan mengambil bagian dalam kerjasama mendukung. (4) Kemerdekaan. Klien dapat mengambil bagian bila saja, dan dari mana saja, mereka butuhkan, selain itu, atribut hiburan berbasis web terkait dengan perkembangan konten yang bebas dan menyebar dengan cepat melalui organisasi web. (5) Kegigihan. Konten yang terkomputerisasi akan tetap dapat diakses dalam jangka panjang seiring dengan munculnya pendirian untuk sesuatu. Dengan demikian, bahkan banyak orang kemungkinan besar akan mengira bahwa dia akan terus dikenal sebagai misterius di

web. 6) Darurat. Banyak orang setuju bahwa hiburan virtual adalah unit penting semenjak domain terkomputerisasi saat ini dan bakal menjadi jauh lebih penting dalam kehidupan komputerisasi saya di kemudian hari. Tetapi lagi-lagi, ada juga sentimen yang mengatakan bahwa hiburan virtual tidak akan pernah bisa diantisipasi secara keseluruhan dan tidak ada jaminan kepastian.

Dampak yang muncul dari pemanfaatan organisasi antarpribadi ini dibagi menjadi dampak positif dan dampak pesimis: Dampak positif :

1. Hiburan Media Terbukti, masuknya hiburan online dapat membuat saya tampak linglung setiap kali berbagai urusan yang kita hadapi. Ada saat banyak rekaman lucu, gambar, maupun konten pengalihan lainnya yang dapat diportal lewat hiburan online. Jelas melihat kepuasan semacam ini tidak dapat mengatasi kekhawatiran kami, namun pada dasarnya kami dapat membantu berkat melihat gambar atau rekaman yang tidak masuk akal melalui hiburan virtual.
2. Akses sederhana ke data Web memungkinkan kita untuk mendapatkan data kapan saja dan dari

mana saja. Kita tidak harus lagi percaya bahwa cetakan akan datang maupun mengejar program berita di TV. Jika Anda memiliki keinginan untuk menemukan data terbaru tentang kemacetan, kami dapat memeriksa Twitter. Laporan terbaru tentang subjek apa pun harus di entri berita yang mencoba. Ini sangat berguna karena kita dapat konsisten mendapatkan data baru tanpa masalah.

3. Menata hubungan Hubungan dengan keluarga, sahabat, atau orang lain dapat diperkuat melalui hiburan berbasis web. Apabila kawan yang berulang tahun maupun mengikuti kontes tertentu, kita dapat salut lewat hiburan virtual. Ketika mereka mengalami peristiwa penting dalam kehidupan sehari-hari, kami juga dapat menawarkan bantuan dengan menulis komentar atau kunjungan seperti posting ini. Isyarat-isyarat kecil ini menunjukkan betapa kita peduli terhadap sahabat-sahabat ini sehingga kekerabatan dapat berlanjut.

4. Tingkatkan kemampuan merintis adalah fakta yang terkenal bahwa saat ini siapa pun dapat menjadi pebisnis. Misalnya, kita menikmati hobi sampingan memasak atau membuat barang tertentu, barang tersebut dapat dipromosikan dengan memanfaatkan hiburan online. Bagi pelajar dan

kalangan muda, kehadiran hiburan berbasis web sangat berguna selama waktu yang dihabiskan untuk menjadi ahli keuangan kecil. Kita dapat memulai bisnis dengan memanifestasikan akun Instagram, mematok promosi di Facebook, dan melibatkan administrasi berbayar di muka untuk promosi.

Konsekuensi yang merugikan :

1. Kegelisahan

Sebagian besar anak muda mengalami ketegangan untuk membuat sesuatu yang hebat, mentransfer gambar terbaik, dan segera menjawab ketika ada pesan melalui hiburan online. Selain itu, tidak sedikit remaja yang mendapatkan komentar negatif tentang diri mereka melalui hiburan virtual. Hal ini membuat mereka mengalami kegelisahan dan keresahan.

2. Kurangnya istirahat

Menurut review yang didistribusikan di Journal of Youth, pemanfaatan hiburan online dapat mempengaruhi desain istirahat remaja. Anak-anak memiliki keinginan untuk bangun sekitar tengah malam untuk mencari tahu apa yang telah diposting teman mereka. Perilaku ini membuat remaja sulit tidur dan pada akhirnya dapat mempengaruhi perubahan temperamen. Selain itu, orang muda

memiliki perasaan goyah. Selain itu, ada masalah medis lain yang menyelinap seperti kesedihan dan kegemukan.

3. Cyberbullying

sebagian besar anak muda telah menjadi korban cyberbullying atau cyberbullying. Ancaman biasanya menggunakan inovasi, untuk situasi ini hiburan online, untuk mengganggu, menghina, dan hal-hal negatif lainnya hingga korban. Anak-anak muda yang selamat dari cyberbullying umumnya akan menghadapi kesuraman, kegugupan, dan bahkan memiliki pertimbangan yang merusak diri sendiri.

4. Kecemburuan

Melalui hiburan berbasis web, banyak orang menunjukkan sisi terbaik dari diri mereka. Tidak banyak yang akan menunjukkan kesengsaraan atau apa pun yang meremehkannya. Ketika seseorang memperkenalkan dirinya dengan sangat baik di web, itu memberikan perasaan bahwa hidupnya lebih menarik daripada orang lain. Tak jarang juga mengundang kecemburuan klien hiburan berbasis web lainnya. Beberapa orang dewasa dapat mengalaminya, tetapi lebih dianggap normal pada orang muda. Oleh karena itu, wali benar-benar harus memastikan anak-anak mereka tidak menginginkan

kehidupan orang lain melalui hiburan virtual. Latih anak-anak untuk memahami bahwa tidak semua hiburan online itu asli dan minta mereka berhenti mengadaikan diri mereka dengan orang disekitarnya. Sebab itu bisa membuatnya di bawah standar. Selain itu, wali juga dapat melatih anak-anak untuk membidik diri mereka sendiri daripada mencoba menyerupai orang lain.

5. Kurangnya komunikasi

Meskipun hiburan berbasis web adalah tempat untuk berhubungan dengan orang lain, jelas rasanya tidak sama dengan menyampaikan secara langsung. Tragisnya anak-anak muda begitu sibuk memeriksa telepon mereka terus-menerus. Selanjutnya, mereka lupa bahwa ada aktivitas publik di luar ponsel. Hal ini membuat mereka cocok untuk berkolaborasi melalui hiburan virtual, namun pada kenyataannya membutuhkan korespondensi dengan orang lain. Faktanya, remaja diharapkan 'jauh' dari manusia-manusia di sekitar mereka seperti orang yang dicintai. Jika dibiarkan, hal ini dapat merusak hubungan.

(Rakanda,dkk:2020, 3-4) dalam jurnalnya yang berjudul masalah sosial, politik, dan kebijakan, menjelaskan instagram merupakan media sosial

yang dimana para remaja yang cukup banyak menggunakannya khususnya di zaman ini. Tak jarang kita menemukan kesalahan pemahaman dalam menggunakannya contohnya, dalam menyebut orang dalam komentar maupun story dengan ditandai tanpa seizinnya. Sehingga bisa menimbulkan rasa eggan jika tidak memposting ulang dll, untuk itu kita harus meminta izin lebih dahulu supaya tidak terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

Gumilar dkk (2017) menjelaskan berita bohong merupakan sebuah informasi yang tidak valid kemudian merekrut untuk melingkupi informasi yang benar maupun berita bohong yang dapat diartikan sebetuk cara retrogase fakta dengan menggunakan informasi yang telah dipindahkan untuk memastikan seseorang namun tidak terima di konfirmasi validitasnya. Maksud adanya berita bohong untuk membuat masyarakat atau manusia merasa bimbang, kurang aman. Dalam kondisi yang bimbang manusia terkadang mengambil keputusan yang salah, bahkan jika penerima berita bohong tersebut ialah seorang anak muda. Dimana di usia anak muda masih labil dalam mengambil keputusan. Untuk itu, korban dari berita bohong kebanyakan

anak muda, bahkan anak muda zaman sekarang tidak bisa jauh dari namanya bermedia sosial.

Fitriani (2017) Indonesia adalah Negara hukum yang mempunyai aturan yang cukup ketat dalam kehidupan bermedia sosial. Hal ini terdapat dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yaitu:

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang berisi Informasi dan Transaksi Elektronik pada pasal 27 tentang penyebaran media yang memiliki muatan pelanggaran pencemaran nama baik, kesusilaan, pemerasan, ancaman dan perjudian. Sedangkan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 28 berisi penyebaran berita bohong (hoax) melalui media elektronik yang bertujuan untuk menimbulkan rasa benci dan permusuhan baik individu maupun kelompok berdasarkan agama, sukum, ras, dan antar golongan. UU ITE ini merupakan undang-undang pertama dalam bidang Teknologi dan Informasi dalam transaksi elektronik sebagai produk legislasi yang dibutuhkan dan menjadi pionir untuk meletakkan dasar pengetahuan di bidang pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik.

Adab merupakan kebiasaan mengenai sikap atau perilaku yang didasarkan atas aturan agama (Jumunen, 2019). Dalam adab tidak hanya perilaku atau sikap tapi juga adab dalam bermedia sosial, Sebagai orang Islam, mengetahui adab ketika bermedia sosial merupakan suatu keharusan, dimanapun dan kapanpun anda berada etika sangat penting untuk diterapkan tidak terkecuali dengan media sosial. Menurut jurnal yang ditulis Hatab (2016:1284) Pada hakikatnya berinteraksi di media sosial sama dengan berinteraksi sosial secara langsung. Namun, dalam berinteraksi di media sosial kita harus lebih berhati-hati, karena arus informasi di media sosial adalah arus yang sangat cepat dan apabila sudah tersebar kemana-mana maka akan sangat sulit kita cegah terutama penggunaan sosial media pada anak-anak perlu bimbingan khusus dari orang tua secara langsung.

Adapun adab dalam bermedia sosial dalam pandangan islam yaitu; tabayyun (cek dan ricek), berjihad dalam menebar kebaikan dengan bersosial media, Larangan menyebar berita bohong sebelum diklarifikasi kebenarannya dll. Oleh sebab itu, dimanapun berada etika sangat penting diterapkan. Karena sebagai manusia perlu adanya

interaksi dengan sesama sehingga adab menjadi sangat penting.

Setiap orang seharusnya bijak saat menggunakan media sosial dengan mengutamakan adab, logika, dan perasaan dan membagi nasehat yang baik, bijak, dan ikhlas. Hal ini seperti yang diterangkan dalam QS. An Nahl ayat 125 yaitu; *“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikma dengan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-nya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”.* (QS. An-Nahl:125).

Referensi

- Bimo. 2017 "Perkembangan Media Sosial di Indonesia-PakarKomunikasi"
<https://pakarkomunikasi.com/perkembangan-media-sosial-di-indonesia/amp> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 10.16 WITA)
- Ainiyah Nur . 2018 "REMAJA MILLENIAL DAN MEDIA SOSIAL: MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENDIDIKAN BAGI REMAJA MILENIAL"
<https://ojs.ppsibrahimiy.ac.id/index.php/jpii/article/download/76/39/> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 10.35 WITA)

- Malita, L. (2010), "Social media time management tools and tips", *Procedia Computer Science*, Vol. 3, pp. 748-749. <https://sis.binus.ac.id/2019/04/10/6-prinsip-utama-dalam-social-media/> Diakses pada 24 juli 2022 (pukul 10.40 WITA)
- Pratama, Predi Sarana 2021. "Pengaruh Social Media Di Kalangan Remaja", <https://m.kumparan.com/amp/predipratama04/pengaruh-social-media-di-kalangan-remaja-1v28vRVxLqK> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 10.55 WITA)
- Nathania, Lila. 2020. "DAMPAK POSITIF MEDIA SOSIAL PADA GENERASI MUDA", <https://binus.ac.id/malang/2020/08/dampak-positif-media-sosial-pada-generasi-muda/> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 11.00 WITA)
- Rakanda, D. R., Rochayanti, C., & Arofah, K. (2020). INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI GENERASI Z. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*, 24(1), 478-496. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/paradigma/article/view/5020> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 11:12 WITA)
- Handayani, M. T. (2020). Fungsi Penggunaan Disfemisme Dalam Kolom Komentar Akun Instagram@ Officialkvibes. *Nuansa Indonesia*, 22(2), 134-146. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&q=instagram+dalam+menyebut+orang+dalam+komentarnya#d=gs_gabs&t=1659265531977&u=%23p%3DNHWFbIGhbYQJ Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 11:25 WITA)

- Juminem, J. (2019). Adab Bermedia Sosial Dalam Pandangan Islam. *Genelogi PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(1), 23-34. <http://103.20.188.221/index.php/genelogi/article/view/1799> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 11:40 WITA)
- Yusriutami, A., Maryam, S., Nurmala, A., & Aeni, A. N. (2022). Penerapan Adab Bersosial Media Daptoon Pada Siswa Kelas IV SD. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(4), 1283-1293. <https://www.jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/1078> Diakses pada 24 Juli 2022 (pukul 11:51 WITA)

Bagian 25

KEAMANAN CRYPTO SEBAGAI MATA UANG DIGITAL INDONESIA

Lilis Karmila, Nur Clara Watra, Sahabi

Di era revolusi industri 4.0 dimana salah satu komponen utamanya adalah manusia yang dibekali kemampuan dalam menciptakan terobosan baru. Melalui perkembangan teknologi yang dapat meminimalisir adanya kesenjangan pada manusia dan masalah ekonomi.

Zaman yang terus berkembang dan teknologi yang semakin canggih, mengakibatkan digitalisasi merupakan salah satu kebutuhan utama masyarakat saat ini. Hari ini informasi tidak hanya menjadi sumber pengetahuan dalam sistem pendidikan , tetapi juga menjadi komoditas. Teknologi informasi saat ini menempati semua lini kehidupan manusia, termasuk aspek ekonomi. Memanfaatkan Peran digitalisasi dalam kehidupan sosial masyarakat

saat ini adalah hal yang mutlak dilakukan. Selaras dengan hal ini, mata uang digital (*cryptocurrency*) dijadikan sebagai alat pembayaran sebagaimana mata uang rupiah. Puspasari (dalam Muhammad S. Ramadhan *et al.*, 2021) menjelaskan bahwa mata uang digital memiliki 2 fungsi yaitu fungsi pertama sebagai alat pembayaran, sama seperti mata uang lainnya. Fungsi yang kedua sebagai suatu aset atau komoditas digital yang memanfaatkan teknologi kriptografi dan blockchain.

Terkait dengan penggunaan mata uang crypto akan dijelaskan secara detail mulai dari mata uang digital, Perkembangan crypto sebagai mata uang digital di dunia dan di Indonesia, crypto yang digunakan sebagai aset digital, investasi crypto dan dasar hukumnya di Indonesia, cara kerja mata uang crypto, keunggulan dan berbagai kasus kurang baik terkait penggunaan crypto, serta tips-tips yang

dapat ditempuh saat menggunakan crypto agar terhindar dari serangan *hacker*.

Plassaras, 2013; Folkinshteyn et al., 2015; Carrick, 2016 (dalam Setiawan, 2020) menjelaskan bahwa setelah krisis ekonomi pada tahun 2008 uang crypto di dunia mengalami kebangkitan kembali. Pada saat itu, mata uang crypto yang pertama yaitu bitcoin diperkenalkan oleh pihak tertentu yang menggunakan nama samaran Satoshi Nakamoto. Bitcoin dijalankan dengan suatu perangkat lunak *open source*, dapat diunduh oleh siapapun di seluruh dunia. Di samping itu, keberadaan salah satu jenis mata uang digital yaitu bitcoin tidaklah bergantung pada suatu lembaga atau perusahaan tertentu. Hal-hal inilah yang menyebabkan bitcoin dan mata uang crypto kembali memperoleh minat dan kepercayaan dari masyarakat.

Mata uang crypto merupakan mata uang digital tetapi bukan merupakan uang elektronik, karena pengertian uang elektronik yang berlaku

di negara Indonesia merupakan bentuk lain dari mata uang rupiah yang mekanisme pengelolaannya sangat berbeda. Perkembangan mata uang crypto di Indonesia terdapat pro dan kontra, Afrizal & Marliyah (2021:15) menyatakan bahwa “Di Indonesia terjadi pro dan kontra terhadap penggunaan mata uang *cryptocurrency* sebagai alat transaksi pembayaran. Hal ini disebabkan *cryptocurrency* belum memenuhi kriteria sebagai mata uang yang berlaku di Indonesia seperti dalam UU Nomor 7 Tahun 2011 Tentang Mata Uang”.

Dilansir dari bacaekon.com, dijelaskan bahwa *Cryptocurrency* merupakan sebuah teknologi yang berbasis blockchain yang sering digunakan sebagai mata uang digital. Secara global *cryptocurrency* memiliki dua kegunaan yaitu sebagai alat perdagangan untuk investasi komoditas dan sebagai alat tukar. *cryptocurrency* di Indonesia sedikit berbeda dengan beberapa negara lain, crypto tidak

digunakan sebagai mata uang namun digunakan sebagai aset digital. Pada umumnya negara kita menganggap bahwa *cryptocurrency* adalah sebagai suatu komoditas yang layak diperdagangkan di bursa Indonesia. Dengan hal ini *cryptocurrency* bisa dikatakan sebagai instrumen investasi.

Investasi merupakan suatu usaha yang dilakukan seseorang maupun sekelompok orang untuk memperoleh keuntungan dari uang yang dimilikinya. Dewasa ini muncul investasi mata uang virtual atau disebut dengan *cryptocurrency*. Dalam dunia investasi ada banyak kasus negatif yang terjadi seperti kasus investasi bodong. Farah

Nabila (2022) mengamati ada 4 musisi tanah air yang terseret dalam kasus investasi bodong. Pertama Kevin Aprilio, Pada tahun 2015 lalu. Kevin bersama ayahnya pernah berinvestasi dengan rekan bisnis mereka. Investasi ini berujung dengan laporan Kevin

Aprilio ke pihak kepolisian karena dugaan penggelapan uang yang dilakukan oleh rekan bisnisnya.

Adapun nilai investasi yang digelapkan tersebut mencapai Rp 8 milyar dan membuat Kevin bangkrut bahkan sampai menjual beberapa barang berharganya untuk menutup hutang yang digunakannya untuk berinvestasi. Kedua Anisa Bahar, salah satu pedangdut legendaris Indonesia ini pernah menjadi korban investasi bodong pada 2012 lalu. Ia sempat melaporkan artis lain, Sandy Tumiwa dalam kasus investasi yang dilakukannya kepada PT CSM Bintang dan melibatkan kurang lebih tiga ribu anggota dengan total kerugian mencapai 25 miliar rupiah.

Laporan yang diselidiki selama 3 tahun ini akhirnya membuat Sandy Tumiwa harus dipenjara pada tahun 2015. Ketiga Marcello Tahitoe, dipanggil oleh Bareskrim (Badan Reserse Kriminal) april lalu. Ia menjadi korban

investasi bodong pada tahun 2020 silam. Ia mengaku menjadi salah satu nasabah yang menginvestasikan uang ke MeMiles dengan jumlah Rp 13 juta rupiah dan mendapat kerugian dari investasi tersebut. Keempat David Noah, *keyboardist* band Noah ini pernah mengembalikan uang sebesar Rp 1,1 miliar akibat kasus investasi bodong yang ditujukan kepadanya pada tahun 2021 lalu. Ia diduga menggelapkan uang hasil investasi bodong berkedok dana investor yang diberikan kepadanya oleh rekan bisnisnya yang bernama Lina Yunita. Awal mula kejadian berawal dari komunikasinya kepada Lina bahwa ia memerlukan dana suntikan atau dana talangan untuk perusahaan yang dikelolanya. Setelah mencoba membantu David, Lina merasa bahwa adanya kejanggalan dari dana yang ia berikan. Hal ini membuat Lina Yunita bersama kuasa hukumnya melaporkan David Noah atas kasus investasi ini. Jika melihat fenomena yang terjadi

masih banyak kasus investasi yang ada di sekitar kita.

Mata uang crypto tidak memiliki dasar hukum sebagai alat tukar dan mata uang di Indonesia, hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia . Meskipun secara legal mata uang crypto tidak diakui sebagai alat tukar dan mata uang yang sah. Namun demikian, Bank Indonesia tidak melarang rakyat Indonesia untuk menggunakan mata uang crypto. Sehingga banyak para artis melakukan investasi dengan uang crypto. Di lain sisi, risiko dari penggunaan mata uang crypto oleh rakyat Indonesia menjadi tanggung jawab pribadi masing-masing. Namun terkait dengan investasi crypto (*cryptocurrency*), Salah satu perangkat hukum yang digunakan dalam acuan investasi *cryptocurrency* saat ini adalah Peraturan Bappebti Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Ketentuan Teknis Penyelenggaraan Pasar Fisik Asset crypto di bursa berjangka

sebagai aturan untuk meminimalkan jika sewaktu-waktu terjadi tindakan penipuan.

Meskipun demikian, peraturan ini tidak memberikan jaminan terhadap kerugian dari transaksi mata uang crypto. Dengan adanya aturan Bappebti maka platform di mana penjual berkumpul dan bisa menjual barang atau jasa ke pelanggan meski tanpa bertemu secara fisik atau biasa disebut dengan *marketplace*, yang akan melakukan perdagangan *cryptocurrency* dana yang digunakan akan dijamin terlebih dahulu sehingga di kemudian hari akan meminimalkan adanya tindakan penipuan yang dilakukan oleh *marketplace cryptocurrency*. Adanya perselisihan sengketa yang terjadi antara investor *cryptocurrency* dengan *marketplace cryptocurrency* dapat diselesaikan dengan jalan non-litigasi dan arbitrase melalui BAKTI. Sedangkan pada sumber lain (Kurnia Rizky Azzahra, 2021) menjelaskan perlindungan hukum bagi

pelanggan (investor) pada transaksi bitcoin (mata uang digital) adalah dengan perlindungan hukum secara preventif (perlindungan yang diberikan pemerintah dengan tujuan untuk mencegah sebelum terjadinya pelanggaran) dan perlindungan hukum represif (perlindungan yang diberikan setelah terjadinya sengketa, perlindungan akhir berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman yang diberikan apabila terjadi sengketa).

Zaidun (2008) dalam pidatonya yang disampaikan dalam pengukuhan Jabatan Guru Besar dalam bidang Ilmu Hukum Investasi Pada Fakultas Hukum Universitas Airlangga di Surabaya mengungkapkan bahwa investasi harus memiliki landasan hukum yang kuat dan jelas. Jika dicermati secara saksama hukum investasi di negara berkembang mengikuti pola kapitalis, sosialis, dan pertengahan antara kapitalis dan sosialis. Indonesia menggunakan peran negara

dalam menentukan arah perkembangan kebijakan hukum investasi.

Pada Awal kemerdekaan Indonesia investasi asing dipandang sebagai suatu ancaman dalam perekonomian nasional, karena dikhawatirkan akan mengambil dan mengganti peran perekonomian nasional. Hal ini dikenal dengan paradigma konservatif. Namun perkembangan zaman yang begitu cepat, mengakibatkan berbagai perubahan yang terjadi sehingga untuk saat ini orientasi dalam dunia investasi yang memberikan keleluasaan investasi dan investor asing.

Mata uang crypto merupakan aset atau harta digital tanpa wujud fisik. Kepemilikan aset ini diatur dalam suatu pencatatan tak terpusat (terdesentralisasi) yang dinamakan blockchain. Pemilik atau pemegang mata uang crypto menyimpan mata uang tersebut dalam suatu perangkat lunak yang disebut wallet (dompet). Suatu kunci (*private key*) rahasia yang diketahui

oleh pengguna wallet diperlukan untuk menggunakan isi wallet tersebut. Tanpa kunci tersebut, transaksi mata uang crypto selalu ditolak oleh sistem miners. Untuk memperoleh sejumlah mata uang crypto, seseorang harus melakukan penambangan (mining), yaitu proses menyelesaikan suatu permasalahan matematis dengan bantuan komputer.

Penggunaan mata uang kripto memiliki beberapa keunggulan. Pertama, transaksi dilakukan secara langsung oleh pihak yang berkepentingan tanpa adanya pihak perantara. Dalam artian adanya pembayaran digital langsung dari pengirim ke penerima. Kedua, menghemat biaya. Ketiga, jangkauan transaksi mata uang crypto sangat luas, mata uang crypto dapat digunakan dimana saja selama terdapat jaringan internet . Keempat, terhindar dari pemalsuan mata uang. Kelima nilai mata uang yang tidak dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah.

Dilansir dari sebuah artikel, rangkuman dari kajian yang dibawakan oleh Ustaz Nur Kholis terkait MUI dalam menyikapi *cryptocurrency* yaitu masih minimnya regulasi *cryptocurrency* berpotensi menimbulkan penyalahgunaan. Untuk menghindari mudarat, sebaiknya menunggu regulasi resmi, terutama fatwa ulama terkait kegiatan muamalah tersebut. Di lain sisi, kita juga harus memperhatikan bahwa pada dasarnya dalam segala kondisi, perlunya menerapkan kaidah “menolak kerusakan lebih utama daripada menarik kemaslahatan” atau “mencegah lebih baik daripada mengobati”.

Ada beberapa risiko dari penggunaan mata uang crypto yaitu, pertama nilai mata uang kripto naik dan turun tanpa bisa diprediksi secara pasti. mata uang crypto belum diakui oleh lembaga resmi dunia seperti bank sentral di semua negara, karena dinilai tidak memiliki fundamental. Nilainya bisa naik tanpa batas dan

di satu sisi bisa turun dengan tajam. Kedua semua nilai investasi bisa saja lenyap. Hal ini terjadi karena harga sepenuhnya diserahkan kepada *supply* dan *demand* antara penjual dan pembeli. Tidak ada *underlying asset* (aset keuangan) yang dapat menjadi jaminan. Beppebti, BBJ, dan OJK bukan tempat untuk meminta penggantian kerugian. Masyarakat perlu mengetahui bahwa setiap kerugian menjadi sepenuhnya risiko investor.

Dilansir dari bisnis.com menyatakan bahwa sekarang ini Indonesia menempati peringkat 30 besar, dalam kepemilikan aset crypto pada 2021.

Selain itu, *exchange* tempat bertransaksi crypto, mengembangkan serta menyimpan aset. Jika sewaktu-waktu *exchange* mengalami kebangkrutan atau peretasan, maka aset kripto yang disimpan di *exchange* juga akan ikut dicuri dan tidak ada jaminan terhadap keamanan aset crypto . Seperti halnya untuk mengamankan aset

fisik, para pemilik aset crypto juga perlu memperhatikan cara mengamankan *cryptocurrency*.

Saat ini banyak kasus retasan atau *hacking* yang terjadi di dunia digital. Selama aset digital masih terkoneksi internet maka kemungkinan membuat aset tersebut sangat rentan dengan ancaman hacker. Berikut beberapa tips mengamankan *cryptocurrency*. Pertama, menggunakan *hardware wallet*. Perangkat keras ini merupakan salah satu tempat menyimpan aset crypto yang aman. Dompot perangkat keras ini adalah benda yang didesain khusus untuk menyimpan aset crypto. *Hardware wallet* memiliki kemampuan untuk menyimpan kunci pribadi pengguna di perangkat perangkat keras yang aman dengan fitur yang sangat khusus. Di samping itu, perangkat ini juga kebal terhadap virus komputer yang mencuri dari dompet perangkat lunak. Perangkat kecil dan berukuran kunci ini terhubung ke perangkat

komputasi melalui kabel USB. Kedua, menyimpan *private keys* di luar jaringan internet. Banyak yang memilih untuk mengubah aset crypto ke dalam bentuk fisik karena banyak pengguna lebih mengenal keamanan fisik daripada keamanan digital. Sehingga kebanyakan memilih untuk mencetak huruf dan angka ini di sebuah kertas.

Dengan menyalin kunci privat dan publik dalam secarik kertas, dapat memilih untuk menyimpannya sendiri seperti di dalam brankas atau di tempat rahasia. Ketiga, *Backup Wallet*. Kesalahan manusia dan kegagalan komputer bisa terjadi. *Backup wallet* dapat berupa 12-24 kata yang kita sebut sebagai *seed phrase* yang mewakili *private keys*. Keempat menggunakan beberapa wallet. Beberapa pengguna menyimpan aset crypto mereka di beberapa wallet, dan hanya menyimpan sedikit di dalam wallet *online*. Dengan demikian, ketika kehilangan akses salah satu dari wallet,

maka tidak akan kehilangan seluruh aset yang dimiliki. Kelima menggunakan *multisignature*. Dompet *multisignature* cocok untuk perusahaan yang menyimpan aset crypto.

Dengan dompet *multisignature*, diperlukan beberapa pihak yang menyimpan beberapa *private keys* untuk satu dompet. Sehingga orang tidak bisa mengambil aset crypto tanpa mengetahui seluruh *private keys*. Sebagai contoh dompet dengan 2 dari tiga *multisig* berarti dompet tersebut mempunyai tiga *private keys* dan untuk menggunakan dompet tersebut dibutuhkan paling tidak dua *private keys*.

Terakhir adalah warisan. Beberapa orang berpikir jangka panjang untuk memberikan akses aset crypto mereka kepada anak cucu mereka di masa depan. Cara termudah adalah untuk berbagi wallet dengan keluarga menggunakan *multisig wallet*. Dengan demikian, jika terjadi hal yang tidak diinginkan, keluarga

masih dapat mengakses aset crypto yang dimiliki.

Dibutuhkan kewaspadaan dalam menggunakan mata uang crypto karena rentan dengan berbagai risiko kejahatan *online*. Masyarakat Indonesia harus lebih berhati-hati terhadap penipuan di balik investasi crypto. Hal yang bisa dilakukan masyarakat yang ragu ketika ditawarkan untuk investasi crypto yaitu dengan memastikan izin dari Bappebti.

Referensi

Afrizal, Marliyah, "Analisis Terhadap Cryptocurrency (Perspektif Mata Uang, Hukum, Ekonomi Dan Syariah)". *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 22.2 (2021).

Azzahra, Kurnia Rizky. 2021. *Perlindungan Hukum bagi Investor dalam Transaksi Bitcoin*. https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/14450/1/1702056068_Kurnia%20Rizky%20Azzahra_Skripsi%20Full_%20%20Kurnia%20Rizky%20Azzahra.pdf (diakses pada 2 Juni 2022).

Frensidy, Budi. 2021. *Menghindari Risiko Cryptocurrency bagi Ekonomi Indonesia*. <https://www.feb.ui.ac.id/blog/2021/05/11/budi->

[frensidy-menghindari-risiko-cryptocurrency-bagi-ekonomi-indonesia/](#) (diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

Gumilar, Pandu. 2021. 6 Cara Mengamankan Aset Kripto dari Hacker. <https://market.bisnis.com/read/20220221/94/1502606/6-cara-mengamankan-aset-kripto-dari-hacker/1> (diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

K, Mujahid Hamzah dan Sabilla Sri Tina. 2021. *Cryptocurrency, Alat Tukar atau Komoditi?*. <http://bacaekon.com/cryptocurrency-alat-tukar-atau-komoditi/> (diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

Nabila, Farah. 2022. 4 Musisi yang Terseret Kasus Investasi Bodong, Ello Terjebak DNA Pro. <https://www.suara.com/entertainment/2022/04/18/105426/4-musisi-yang-terseret-kasus-investasi-bodong-ello-terjebak-dna-pro?page=all> (diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

Nitha, Dewa Ayu Fera dan Westra I Ketut. "Investasi Cryptocurrency Berdasarkan Peraturan Bappebti No.5 Tahun 2019", *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9.4 (2020).

Noorsanti, Rina Candra, Heribertus Yulianton , and Kristophorus Hadiono. 2018. *Blockchain - Teknologi Mata Uang Kripto (Crypto Currency)*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=OAc5ISoAAAAJ&citation_for_view=OAc5ISoAAAAJ:Tyk-

4Ss8FVUC. (diakses pada tanggal 2 Juni 2022).

Ramadhan, Muhammad S., *et.al.*, "Legitimasi Cryptocurrency (Mata Uang Digital) Sebagai Aset Korporasi", *RechtIdee*, 16.2 (2021).

Setiawan, Ezra Putranda, "Analisis Potensi dan Risiko Investasi Cryptocurrency di Indonesia", *Jurnal Manajemen Teknologi*, 19.1 (2020).

Yulianto, Muhammad Ichlasul Amal. 2021. *E-Money dan Cryptocurrency dalam Pandangan Islam*. <https://informatics.uui.ac.id/2021/06/16/e-money-dan-cryptocurrency-dalam-pandangan-islam/> (diakses pada tanggal 24 Juli 2022).

Zaidun Muchammad. 2008. *Paradigma Baru Kebijakan Hukum Investasi Indonesia suatu Tantangan dan Harapan*. <https://repository.unair.ac.id/30814/1/PG.160-10%20Zai%20p.pdf> (diakses pada 30 Juni 2022).