

Bijak Menggunakan Media Sosial pada Masyarakat Digital

Triana Dianita Handayani

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia
 triana.dianita@uwks.ac.id

Submitted: 09th July 2024 | **Edited:** 28th August 2024 | **Issued:** 01st September 2024

Cited on: Handayani, T. D. (2024). Bijak Menggunakan Media Sosial pada Masyarakat Digital. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 741-752.

ABSTRACT

Technological advancements have ushered in socio-cultural transformations, altering behavioral patterns and social and cultural elements within society and influencing the evolution of social systems and structures. Various factors, including the proliferation of digital technologies, drive these changes. The sophistication of digital technologies in today's social media landscape has facilitated the rapid and widespread dissemination of information to the public. However, this ease of access has also triggered behavioral shifts among digital users, leading to irresponsible social media usage. Misinformation (hoaxes) and cyberbullying have become prevalent, tarnishing Indonesia's reputation as a Southeast Asian nation with a notoriously impolite online community. In this digital era, digital citizens must cultivate greater discernment and responsibility in social media interactions, harnessing its potential as a platform for sharing information, insights, and knowledge. This shift is crucial to prevent society from becoming ensnared by the very technology it has created.

Keywords: Society, Digital, Technology, Social Media

PENDAHULUAN

Teknologi dan digitalisasi telah memberikan banyak kemudahan. Namun, juga memberikan banyak perubahan pada tatanan kehidupan manusia. Semua manusia dunia saat ini sangat tergantung pada teknologi digital. Bukan saja sebagai penunjang, tetapi sekarang teknologi sebagai plafon utama dalam semua sektor bisnis dan sektor pemerintahan seperti: sektor ekonomi, sektor pemerintah, sektor perbankan, sektor kesehatan sampai sektor transportasi (Anwar Desi, 1998).

Teknologi digital memang sudah memberikan banyak perubahan didalam tatanan kehidupan manusia didunia, seperti *Internet*. *Internet* merupakan bentuk teknologi yang membawa perubahan dan revolusi serta potensi ekonomi yang besar. Bahkan di Asia Tenggara dan dunia, diperkirakan bahwa pertumbuhan ekonomi yang menggunakan internet mencapai ratusan milyar dollar. Pada tahun 2015, Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan terbesar di Asia Tenggara sebagai pengguna internet sebesar 92 juta/bulan menjadi 215 juta/bulan. Pada tahun 2018 pengguna internet berjumlah 260

Juta/bulan, dan pada tahun 2020 jumlahnya diprediksi sebesar 480 juta orang/bulan, dengan pertumbuhan sebesar 3,8 juta pengguna / bulan (Google dan Temasek, 2018).

Pengguna teknologi digital yang menggunakan internet berdampak pada potensi ekonomi di Asia Tenggara. Pada era 4.0 yang lalu, peran media sosial tidak terbendung lagi, dengan perkembangan yang sangat pesat. Media sosial bukan saja digunakan sebagai media untuk berkomunikasi. Namun, sekarang di era digital 5.0 peran media sosial telah bergeser menjadi bisnis (*e-commerce ke e-mobile*), semua bisnis sudah menggunakan media sosial sebagai media pemasaran dan sekaligus sebagai media penjualan.

Diperkirakan pada tahun 2025 potensi ekonomi yang menggunakan internet sebesar 200 U\$, berada di 6 (enam) negara di Asia Tenggara yaitu: (1) Indonesia; (2) Singapura; (3) Malaysia; (4) Filipina; (5) Vietnam dan; (6) Thailand. Peningkatan pengguna internet karena adanya pasar perdagangan online, media online, bisnis perjalanan transportasi online, dan penginapan online. Faktor yang memicu tingginya potensi pengguna internet di Asia Tenggara diakibatkan oleh : jumlah penduduk yang berusia dibawah 40 tahun (empat puluh) sekitar 70%; dan pertumbuhan masyarakat kelas menengah yang sangat cepat (Google dan Temasek, 2018).

Namun, kemajuan teknologi digital ini belum mendapat dukungan dari pemerintah dalam bentuk regulasi, strategi dan pengamanan yang memadai. Akibatnya, banyak ditemui hambatan dan resiko yang harus dihadapi pemerintah. Jika melihat dari pertumbuhan teknologi digital, rupanya masyarakat Indonesia belum siap dengan adanya revolusi digital. Hal ini dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Apapun yang terjadi atau sedang terjadi bahkan yang akan terjadi pasti akan di posting di media sosial. Sehingga timbul sebuah pertanyaan. Apakah sudah bijak masyarakat Indonesia dalam menggunakan teknologi digital pada media sosial?

Perubahan sosial budaya sebagai bentuk variasi cara hidup masyarakat yang telah diterima. Akibat adanya perubahan kondisi geografis, kultur, demografi, ideologi ataupun adanya penemuan-penemuan baru dimasyarakat (Gilling Luwis John dan Philip, 2017). Perubahan sosial budaya sebagai modifikasi yang terjadi dalam pola kehidupan sosial karena adanya faktor internal (manusia) dan eksternal (lingkungan) (Koenig Samuel, 2017).

Perubahan sosial budaya telah membawa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Di Amerika Serikat perubahan sosial dan budaya dimulai dari adanya perkembangan ekonomi dunia yang saat itu sedang mengalami perubahan dari dinamika masyarakat industri yang berbasis pada baja, hasil tambang, jalan raya, transportasi, menuju ke arah dinamika masyarakat ekonomi baru yang dibentuk oleh *silicon*, komputer dan jaringan (*Networking*)(Don Tapscott,1996).

Perkembangan teknologi informasi juga telah memperlihatkan kepada setiap manusia, bahwa informasi menjadi unsur konstitutif dalam suatu masyarakat informasi. Masyarakat informasi mempunyai aktivitas dari segi ekonomi, politik, sosial melalui proses produksi, konsumsi dan distribusi informasi. Biasanya kelompok masyarakat informasi ditandai adanya pertukaran dan penggunaan teknologi komunikasi (media sosial), atau disebut *information is the lifeblood that sustains political, social and business decision*. Sehingga mengakibatkan masyarakat mulai membuka diri dengan perkembangan dinamika media sosial baru dan komunikasi global. Perputaran produksi, konsumsi sampai pada ekspansi ekonomi, jaringan sistem informasi global yang didukung oleh teknologi (Straubhar, 2002) menuju pada masyarakat kapitalis moderen.

Masyarakat kapitalis moderen menjadikan komodifikasi digital sebagai proses rekonfigurasi masyarakat tradisional menjadi masyarakat konsumen informasi. Informasi yang berkembang akan mempengaruhi sikap konsumtif masyarakat. Masyarakat tidak lagi membawa bentuk konsumsi informasi dalam bentuk nilai guna (*utilitas*) tetapi, lebih banyak membawa logika sosial dan gaya budaya baru yang semakin terisolasi dan tereliminasi dari kebutuhan manusia yang sesungguhnya. Logika digital membawa berbagai macam, pesan yang dapat memutar balikan logika *episteme* yang ada di masyarakat. Sehingga menjadikan situasi *fethisme* komoditas informasi (komunikasi yang bersifat abstrak) yang dijadikan sumber interpretasi realitas yang bersifat konkret. Dengan membentuk pencitraan yang dikonstruksi oleh media digital (sosial) yang dapat dimanfaatkan untuk membentuk citra sewenang-wenang oleh pelaku media sosial. Karenanya masyarakat digital harus memahami dahulu peran media sosial yang sesungguhnya.

Masyarakat digital saat ini adalah masyarakat generasi kelima (*Society5.0*) yang memanfaatkan inovasi dan transformasi digital, dengan berbagai macam perubahan perilaku masyarakat. Dalam perkembangannya, masyarakat di dunia terbagi dalam 5

(lima) fase kehidupan yang dibawa oleh negara-negara besar di dunia, sebagai ; (a) masyarakat pemburu (masyarakat 1.0), (b) masyarakat agraris (masyarakat 2.0), (c) masyarakat industri (masyarakat 3.0), (4) masyarakat informasi dan ; (5) masyarakat digital (masyarakat 5.0). Masyarakat 5.0 merupakan masyarakat dari generasi kelima, dengan sebutan masyarakat super cerdas (*Super Smart Society*), yang memanfaatkan inovasi dan transformasi digital sebaik mungkin. Masyarakat 5.0 ini lebih fokus pada inovasi manufaktur dan peningkatan produktivitas ICT (*Information and Communication Technology*) dan IoT (*Internet of Things*) (Ashton Kevin. 2019).

Konsep masyarakat digital (*Society 5.0*) merupakan konsep masyarakat masa depan yang dibawa oleh Negara Jepang pada tanggal 29 Januari 2019. Negara Jepang berusaha untuk menyeimbangkan antara kemajuan dibidang ekonomi dalam menyelesaikan masalah sosial dengan menggunakan sistem yang terintegrasi di dunia maya dan ruang fisik. Adapun 6 (enam) dasar teknologi yang harus dipenuhi dalam mewujudkan masyarakat 5.0 yaitu : (1) Teknologi peningkatan manusia dalam mengontrol kepekaan dan kontrol dalam CPS (*Cyber Phycical System*); (2) Teknologi perangkat AI (kecerdasan *entitas*; kecerdasan yang ditambahkan pada suatu sistem yang dapat diatur, seperti: penggunaan pada permainan komputer, jaringan syaraf dan robotika); (3) Teknologi keamanan tipe pengembangan otonom pada aplikasi AI; (4) Teknologi jaringan yang mempunyai nilai efisien tinggi dan perangkat masukan serta keluaran informasi; (5) Teknologi sistem manufaktur generasi kedepan yang dapat mendukung *kustomisasi massal* (startegi dalam menawarkan produk dan jasa sesuai dengan keinginan individu dalam skala besar (Pine,1993:Loudon.et.al.2010) dan ; (6) Teknologi pengukuran yang inovasi pada manufaktur digital (Kaplan Andreas, 2018).

Dalam perkembangan ilmu sosial, ilmu sosiologi juga membahas tentang sosiologi internet. Bagaimana internet memainkan perannya dalam memfasilitasi komunikasi dan interaksi pengguna internet. Masyarakat sendiri terbagi dari masyarakat nyata dan masyarakat maya (digital) yaitu :

1. Masyarakat nyata adalah masyarakat didalam kehidupannya secara panca indera dapat dirasakan, sebagai sebuah kehidupan nyata, dapat berhubungan sosial dengan sesama individu/masyarakat yang dapat dilihat melalui saat penginderaan
2. Masyarakat maya (digital) adalah masyarakat didalam kehidupannya tidak dapat berinteraksi secara langsung melalui penginderaan manusia. Namun dapat

dirasakan dan disaksikan atau dilihat keberadaanya sebagai sebuah realitas (Bungin Burhan, 2006)

Masyarakat digital mempunyai komponen yang harus ada seperti :

1. Proses Interaksi Sosial

Adanya interaksi sosial pada masyarakat digital, yang mempunyai: (a) sifat sementara (berkomunikasi/*chating* dengan sesama pengguna media sosial melalui aplikasi *facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dll); (b) sifat lama (jika pengguna media sosial akan menjawab /membalas *chating* ketika sedang beraktivitas diluar seperti bekerja, dalam perjalanan dll)

2. Kelompok Sosial

Kelompok sosial yang sengaja dibentuk untuk oleh kelompok digital sendiri atau sudah ada namun baru dikembangkan atau dibagikan ke media sosial)

3. Kebudayaan Masyarakat Digital

Adanya media atau fasilitas yang digunakan untuk berinteraksi seperti komputer, laptop, dan telepon android/iPhone. Sehingga dapat menimbulkan profesi baru berbasis digital, seperti: *You Tuber*, *Influencer*, *Selebgram*

4. Kontrol Sosial Masyarakat

Kontrol pengguna media sosial harus dimulai dari pengguna media sosial sendiri. Dengan menggunakan *password* (kata sandi) untuk mengamankan akun yang dibuat penggunaanya. Meskipun hukum dan aturan yang ada di dunia digital diadaptasi dari dunia nyata seperti: pencurian data, peretasan, pelecehan, perundungan (G. Ritzer, 2014: Qintannanjmia. Elvirnaro, 2021)

LANDASAN TEORI

Bijak menggunakan media sosial dalam masyarakat digital berarti memanfaatkan platform ini dengan cara yang bertanggung jawab dan konstruktif. Dalam era di mana informasi tersebar dengan cepat, penting bagi individu untuk memahami dampak dari setiap tindakan mereka di media sosial. Ini termasuk berhati-hati dalam membagikan informasi pribadi, menghindari penyebaran berita palsu, dan memeriksa keakuratan sumber informasi sebelum membagikannya. Dengan cara ini, pengguna tidak hanya melindungi diri mereka sendiri dari potensi risiko privasi, tetapi juga berkontribusi pada lingkungan digital yang lebih aman dan terpercaya.

Selain itu, bijak menggunakan media sosial juga mencakup kemampuan untuk mengelola waktu dan perhatian secara efektif. Media sosial dapat menjadi sumber gangguan yang signifikan dan mempengaruhi produktivitas jika tidak digunakan dengan hati-hati. Mengatur waktu untuk memeriksa media sosial dan menetapkan batasan penggunaan adalah langkah penting untuk menjaga keseimbangan antara aktivitas online dan offline. Dengan mengelola waktu dengan baik, individu dapat mengurangi risiko kecanduan media sosial dan memastikan bahwa platform ini digunakan untuk tujuan yang positif.

Terakhir, penting untuk memupuk etika berinteraksi di media sosial, termasuk menghormati pandangan dan opini orang lain serta menghindari perilaku yang bisa menimbulkan konflik atau dampak negatif. Berkomunikasi dengan empati dan kesadaran akan dampak dari kata-kata dan tindakan kita dapat membantu menciptakan ruang digital yang lebih positif dan inklusif. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, individu dapat berkontribusi pada pembangunan masyarakat digital yang lebih sehat dan lebih mendukung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode ini merupakan mendeskripsikan, mengeksplorasi dan memahami makna dari beberapa individu atau sekompok orang yang mempunyai masalah sosial (Creswell, 2016). Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang dilakukan secara utuh kepada subyek penelitian dimana terdapat sebuah peristiwa, peneliti menjadi instrument kunci dalam penelitian, kemudian hasil penelitian tersebut diuraikan dengan kata-kata yang tertulis secara empiris yang telah diperoleh dan menekankan makna daripada generalisasi, dengan menekankan pada fokus penelitian.

Menurut Moloeng (2014), fokus penelitian digunakan untuk membatasi penelitian guna memilih data mana yang relevan dan yang tidak relevan, agar tidak dimasukkan ke dalam sejumlah data yang sedang dikumpulkan, walaupun data itu menarik. Maka fokus penelitian ini adalah pembuatan kreator di media sosial dan pengguna media sosial.

Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data agar kegiatan penelitian menjadi sistematis dan mudah diperoleh serta melakukan *cross check* dilapangan, dengan

proses berulang-ulang dengan Analisa data seperti data *display*, *condensation*, dan *collection* (Miles et.al 2016)

HASIL PENELITIAN

Digitalisasi media sosial membawa masyarakat dalam proses pemampatan batas ruang dan waktu dalam kehidupan sosial (*spasialisasi*). Digitalisasi informasi memberikan perpanjangan intitusi media dalam bentuk korporasi yang besar dan efektif dalam memafaatkan peranan media sosial. Media sosial yang bersifat interaksi, pada proses interaksi ini, akan semakin independent dengan struktur sosial yang melingkupi . Maka yang harus dipahami; Bagaimana memahami peran medai sosial sebagai berikut :

1. Media komunikasi

Media untuk berkomunikasi antara individu yang satu dengan individu yang lain. Tujuan media sosial adalah media berkomunikasi. Saat ini media yang paling banyak digunakan untuk berkomunikasi adalah media fitur *WhatsApp*. Media ini dilengkapi dengan berbagai fitur seperti: teks, suara, telepon, gambar dan vidio. Bahkan juga dapat digunakan untuk mengirim file dalam bentuk *word*, *excel* atau *pdf* serta memasang status seseorang sebagai bentuk ekspresi diri.

2. Bersosialisasi

Media sosial sebagai tempat untuk membangun relasi / atau hubungan, seperti: *Facebook*, *Instagram* dan *Tweeter*. Dimana seseorang dapat bertemu dengan teman lama yang tidak bertemu akan mudah bersosialisasi kembali melalui media sosial atau juga dapat digunakan untuk mencari relasi atau / teman baru.

3. Berbisnis

Di era masyarakat digital ini, banyak para pengusaha yang menjalankan bisnisnya dengan menggunakan media sosial. Sebab, bisnis online dirasakan oleh para pengusaha dianggap paling efisien, menghemat waktu, tanpa perlu membuka toko/outlet/ konter dan bisnis dengan media sosial online ini, dapat digunakan sebagai usaha sampingan. Konsumen dapat langsung membeli sesuatu melalui situs yang terdapat di media sosial, seperti: *Tokopedi*, *Buka Lapak*, *Shopee*, *Marketplace*, *Facebook*, *Tiktok* dan lain-lain.

4. Sarana Hiburan

Hampir semua manusia akan mencari hiburan di media sosial. Media sosial menyediakan hiburan seperti *You Tube*, yang memudahkan penggunanya untuk menonton video musik ataupun menonton film secara online. Sehingga timbul para *kreator You Tube*. Bahkan saat ini *You Tube* dianggap sebagai tempat yang paling mudah untuk menghasilkan uang.

5. Tempat Mengekspresikan Diri

Media sosial banyak digunakan oleh semua kalangan untuk mengekspresikan diri mereka kepada publik tanpa rasa malu, seperti :

a. *You Tube*

Seseorang dapat membuat video yang bagus dan diunggah melalui *You Tube* dan *Tiktok*;

b. *Instagram (IG), Facebook (FB) dan Tiktok*

Mengekspresikan diri sendiri atau bersama teman/keluarga, ketika sedang *traveling/healing/demo/membuat* sesuatu dapat langsung diposting di *Instagram* dengan memfoto diri sendiri, alam sekitar dan lain-lain, kemudian akan di *upload*; Namun, seiring perkembangan waktu, sekarang media ini bahkan digunakan sebagai sarana dalam memfasilitasi bisnis yaitu untuk berjualan secara langsung, dengan cara membagi pada pengikutnya.

a. *Blog*

Bagi seseorang yang tidak mau menginspirasi dirinya, dapat membuat *blog* dengan membuat artikel-artikel yang menarik, secara otomatis akan dibaca oleh orang lain. Pembuatan vlog pun sekarang mulai bergeser menjadi sebuah media televisi yang dapat di *upload* dan dibagikan secara langsung ataupun siaran ulang.

b. *Tweeter dan atau /status WhatsApp:*

Merupakan cara mengekspresikan diri atau/menginformasikan diri dan keadaan sekitar dengan menulis sesuatu, terhadap apa yang ditemui atau / yang dianggap dapat memberikan informasi.

Meskipun media sosial saat ini banyak untuk mengekspresikan diri. Namun, yang harus diketahui, bahwa saat menggunakan media sosial tetap harus mematuhi etika bermedia sosial agar tidak mengganggu atau menyinggung masyarakat pengguna media

(*netizen*) lain yang melihat /menonton, membaca dan mengunduh berita yang tersampaikan.

Media sosial saat ini banyak digunakan oleh orang untuk berekspresi dan berkomentar. Apakah berita yang disampaikan berita palsu atau berita bohong (*hoak*), pertengkaran, mengumbar permusuhan, menceritakan aib pribadi atau aib orang lain/keluarga. Semua konten yang disebar (*uplode*) akan di akses oleh semua orang dan akan diketahui orang banyak. Karena selamanya jejak digital tidak akan hilang, akan terekam dan melekat sampai seumur hidup bahkan selamanya. Meskipun tidak ada interaksi langsung dari *netizen*. Dalam beraktivitas di media sosial ada etika yang harus dipatuhi sebelum sebuah konten akan disebarluaskan di media sosial, sebagai berikut :

1. Privasi

Menghargai privasi dunia maya. Artinya Jangan menyebarkan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial, baik milik sendiri atau milik orang lain tanpa izin. Seperti : alamat tempat tinggal, tanggal lahir, foto pribadi, permasalahan pribadi atau keluarga, riwayat penyakit, nomor telepon, status dan blog. Dengan memberikan informasi diri di media sosial, maka akan menimbulkan resiko ketika mengumbar informasi pribadi di dunia maya, seperti pencurian identitas, peretasan dan penipuan teror (perundungan).

2. Akurasi

Ketika hendak menyebarkan suatu konten, pastikan bahwa konten yang dibuat adalah benar dan bermanfaat. Dengan mengecek validasi dari sumber lain, kredibilitas media dan keaslian gambar atau video. Agar tidak ikut menyebarkan berita *hoax* atau fitnah. Maupun menyebarkan berita gosip yang dapat membuat resah dan merugikan orang lain.

3. Properti

Pengguna media sosial yang cerdas akan menghargai hasil karya orang lain di dunia digital. Dalam bentuk ide, tulisan, audio, gambar, musik atau video, yang akan diambil atau disunting dan dibagikan di dunia maya. Maka, hal yang harus diperhatikan sebelum sebuah konten dibagikan di media sosial adalah:

- a. Harus mencantumkan sumber asal konten, kecuali jika sudah mendapatkan izin dari pemilik langsung. Jika tidak berhati-hati dalam menyebarluaskan suatu berita di media sosial, maka akan berurusan dengan hukum atau menjadi

korban didunia maya. Sesuai bunyi pasal 28 ayat (2) Undang – Undang Informasi dan Transaksi Elektronik bahwa, *Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, ras, agama dan antar golongan.*

- b. Bertemu atau ngobrol / berdebat / berdiskusi di media sosial. Meskipun tidak saling mengenal atau tidak sepaham, tetapi tetap menghargai lawan bicara, berusaha untuk tidak ada ucapan yang bersifat menghardik, mengejek, ataupun membully. Tidak ikut menyebarkan konten yang berbau negatif di dunia maya seperti: menyebarkan luaskan vidio sadis, pelecehan, atau perundungan sesuatu yang dapat merusak moral, mengganggu kenyamanan *netizen* dimedia sosial.
- c. Akan lebih bijak jika pengguna media sosial menyebarkan sesuatu yang mengandung perdamaian, pengetahuan, wirausaha dan gerakan sosial. Banyak pengguna media sosial yang bijak yang dapat menyebarkan pengetahuannya di media sosial. Sehingga dapat diikuti oleh pengguna lain untuk mengikuti jejak keberhasilan dan kesuksesannya.
- d. Membuat suasana positif dan damai didunia maya dan dunia nyata.

Permasalahan yang dihadapi sekarang di era masyarakat digital, adalah kurangnya wawasan dan pengetahuan menggunakan media sosial akibat dari perubahan teknologi. Sehingga manusia terkuasai oleh teknologi yang dibuatnya sendiri. Saat ini banyak pengguna media sosial, kurang bijak dalam menggunakan media sosial. Pengguna media sosial dengan bangga menceritakan aib, mengekspresikan aktivitas sehari-hari, pertengkar, saling menghujat, menyebarkan ujaran kebencian, saling beradu kepriawaian dan memvidiokan serta bersedia di undang atau diwawancari oleh konten-konten, yang dibuat oleh pengguna media sosial melalui kanal-kanal televisi buatan para kreator dengan memanfaatkan teknologi telepon genggam, serta adanya aplikasi penunjang media sosial. Mereka dengan senang hati bersedia untuk di wawancari guna untuk mendapatkan popularitas (*viral*) dan uang.

Ironisnya, dunia sudah menobatkan bahwa masyarakat internet (*netizen*) di Indonesia telah dinobatkan sebagai *netizen* yang tidak sopan se Asia Tenggara. Alangkah lebih bijak jika media sosial digunakan sebagai sesuatu yang bermanfaat dengan menyebarlauskan pengetahuan.

KESIMPULAN

Konten kreator harus berusaha membuat konten yang menarik dan diminati oleh masyarakat, maka dalam membangun kreativitasnya seorang konten kreator harus mempunyai etika dan sopan santun. Sebab, konten di media sosial dibuat dengan tendensi untuk mencari perhatian masyarakat luas. Modus yang digunakan bagaimana orang menjadi penasaran dan perhatiannya terhadap kehidupan nyata terbagi-bagi, sehingga secara tidak sadar orang akan terfokus pada sesuatu hal yang langka atau jarang terjadi. Jika diperhatikan, bahwa grafik normal masyarakat akan tertarik pada konten yang baik dan konten yang tidak baik. Masyarakat yang akan membuat konten sesuai dengan keinginannya, maka harus mengedepankan etika dan sopan santun agar tidak merugikan orang lain, bahkan dapat memberikan informasi inspiratif dan inovatif. Jangan sampai bahwa konten yang dibuat merugikan orang lain, bahkan berujung pada tindak pidana dari orang yang tidak berkenan terhadap konten yang diunggah di media sosial.

Pemanfaatan teknologi dalam bermedia sosial mempengaruhi nilai dan praktik sosial serta budaya dalam masyarakat. Teknologi pada media sosial di era masyarakat digital mempunyai kemampuan untuk memicu percepatan dan pembuatan jaringan baru. Akibat adanya laju pertumbuhan dan perkembangan informasi yang bersifat eksponensial di masyarakat. Untuk membangun persepsi sebagai masyarakat digital Indonesia yang baik. Maka, masyarakat digital sebagai pengguna media sosial harus cerdas dan bijak dalam menggunakan teknologi, agar tidak terbelenggu oleh kecanggihan teknologi yang dibuat sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Transformasi Sosial, Budaya dan Teknologi Di Era Digital*. Yogyakarta, 17 Desember 2019. Sekretaris Jenderal Komunikasi Dan Informasi
- Anwar Desi. (2018). *Transformasi Total Di Era Digital*. PT. SCTV Jakarta
- Ashton Kevin. (2019). *That Internet of Things Thing. In the World, Thing Matter More Than Ideas*. RFID Journal. Powered By Emerald
- Bungin Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma Dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana. Jakarta
- CfDs. (2017). *Etika Media Sosial*. Cfds.fisippol.ugm.ac.id
- Dahlan, Alwi. (2000). *Perkembangan Industri Dan Teknologi Media*. Jakarta, Universitas Indonesia.
- Fuchs Cristian. (2022). *Digital Capitalisme: Media, Communication, and Society. Volume Tree*. London. Routledge. ISBN: 978-032-11918-2.
- G. Ritzer. (2014). *Teori Sosiologi*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Gillin Lewis John dan Philip. (1950). *Cultural Sociology*. Publis. New York. Macmillan

- Google and Temasek. (2018). *Internet Users in Indonesia*. www. Google.com
- Kaplan Andreas. (2018). *Siri, Siri, In Myhand: Who's the Fairest in nThe Land? On the Interpretations, illustrations, and Implications on Artificial Intellegence*. Scince Direct. Elsevier. Jurnal Bushor. Doi.org/10.1016.
- Loudon, L.Z., Carmen, K.M. et.al. (2010). *Towards Product Custommization: An Integrated Order Fulfillment System*. Computers in Industries.
- Pine II, B. (1993). *Mass Customizatio: The New Frontier in Business Competition*, Boston, Massachusetts: Harvard Bussniess School Press.
- Qintannanjmia. Elvirnaro. (2021). *Konsep Masyarakat Digital:Prespektif Sosiologi*. Diakses tanggal 20 Desember 2022.
- Straubhar, Joseph dan Robert La Rose. (2002). *Media Now; Communication Media in The Information Age*: Australia, Wadsworth
- Tapscott. Don. (1996). *The Digital Economy Era: Promise and Peril In The Age of Networked Intelligence*, New York; Mc Graw Hill
- Tutur Pi. (2000). *Peran Media Sosial Di Era 4.0*. www. Bandicam.Com
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 *Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik*
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 *Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*.