



SEJARAH PERKEMBANGAN DAN IMPLIKASI INTERNET PADA MEDIA MASSA DAN KEHIDUPAN MASYARAKAT

Ade Nuriadin¹ Yefi Dyan Nofia Harumike²

*Direktur Tana Sanggamu¹ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam
Blitar²*

Adenuriadin@gmail.com¹ yeanfake@gmail.com²

Abstrak. Televisi adalah salah satu media massa yang merepresentasikan realitas kehidupan. Namun, realitas kehidupan yang ditayangkan sebenarnya telah dikonstruksi. Meski begitu, apa yang ditayangkan televisi tetap memberikan pengaruh kepada pemirsanya, salah satunya dalam hal pembentukan identitas. Lebih lanjut, identitas yang dikomunikasikan kepada pemirsa ditampilkan melalui keseluruhan tayangan, baik audio maupun visualisasi. Analisis semiotika Peirce menguraikan konstruksi representasi identitas ibu kekinian yang ditampilkan oleh acara Mom Squad. Hasilnya adalah ibu yang kekinian adalah ibu yang mampu berperan ganda, baik dalam urusan domestik keluarga maupun urusan publik pekerjaan. Di sini ditegaskan menjadi ibu kekinian adalah ibu yang memiliki kekuatan dan kemampuan menangani segala sesuatunya dengan baik.

Kata kunci: Sejarah Internet, Implikasi, Media Massa

Pendahuluan

Internet telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat modern. Dalam aktifitas baik itu dunia kerja, dunia pendidikan, militer, kesehatan, maupun dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari, internet telah ada dan menjadi bagian didalamnya. Bahkan sebagian sektor publik maupun swasta ataupun privat tidak dapat dipisahkan dari teknologi ini.

Internet telah mengalami perkembangan sejak ditemukan 67 tahun yang lalu. Hal ini seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat serta semakin meningkatnya kemampuan

masyarakat dalam mengakses teknologi yang ditunjang dengan kemampuan sumber daya dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat semakin banyak yang paham dan mengerti menggunakan teknologi ini serta kemampuan daya beli masyarakat yang semakin tinggi. Belum lagi semakin berkembangnya teknologi internet yang membuat semakin murah.

Di Indonesia internet telah berada di hampir setiap telepon genggam. Kapan saja dan dimana saja, siapa pun dapat mengakses internet. Setiap orang sudah sangat mudah untuk berselancar dalam dunia maya, atau bertegur sapa dengan teman dalam situs jejaring sosial. Hal ini juga karena ditunjang oleh kemajuan teknologi komunikasi di Indonesia.

Perkembang internet juga mempengaruhi media massa. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bermunculan media online. Bahkan hampir semua media massa nasional baik cetak maupun elektronik (televisi dan radio) memiliki media online atau dengan kata lain telah terjadi konvergensi media. Dengan berkembangnya internet juga memberikan pengaruh terhadap penggunaan media bagi masyarakat. Dengan biaya yang murah dan akses yang mudah, siapa saja dapat membuat dan mengembangkan medianya sendiri. Seseorang dapat membuat blog pribadi atau website pribadi. Bahkan orang tersebut dapat membuat beritanya sendiri yang dalam hal ini dikenal dengan istilah *citizen journalism*.

Tinjauan Pustaka

a. Perkembangan Internet Di Dunia

Saat ini kita mengenal internet sebagai sebuah jaringan teknologi komunikasi yang memudahkan kita untuk mengakses informasi. Internet¹ merupakan jaringan kabel, telepon, dan satelit yang

¹ Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana. 2008. Jakarta. p 262.

menghubungkan komputer. Setiap orang yang memiliki komputer pasti dapat terhubung ke jaringan internet ini, dengan mengklik *mouse* kita dapat masuk dalam lautan informasi dan hiburan yang ada di seluruh dunia.

Internet pertama kali dirintis pada tahun 1957 sebagai bagian dari respon pemerintah Amerika Serikat atas proyek Sputnik. Di tahun 1969, Departemen Pertahanan Amerika Serikat memberikan dana yang sangat besar melalui *Advance Research Projects Administration* (ARPA) untuk menghasilkan ARPANET sebuah jaringan (*Net*) terbatas untuk menghubungkan pengguna akademik dan periset. Proses yang terjadi dalam ARPANET dikenal sebagai sistem paket data yang pertama dalam sejarah. Setiap komputer dapat menyadap ke dalam *Net* dimana saja dengan informasi yang sedang ditukar/meluncur dengan segera di dalam paket. Sistem pengiriman memecah informasi menjadi potongan-potongan sandi: sistem penerima menyatukannya kembali setelah menjelajah ke tujuan².

Ide untuk memecah pesan menjadi paket informasi atau blok pesan sebenarnya telah dipikirkan oleh peneliti komputer sejak tahun 1960-an, salah satunya Donald Watt Davies dari Laboratorium Nasional Fisika Inggris yang menggunakan istilah *packet switching* (menukar paket). Menurut Davies untuk membuat jaringan berbagai komputer yang berbeda diperlukan "muka" (*faces*) yang berbeda dan dengan bahasa komputer yang berbeda diperlukan penggunaan komputer sebagai antarmuka (*interfaces*) yang kemudian dikenal di Amerika sebagai IMPs (*Interface Message Processors*). IMPs pertama kali digunakan di kampus UCLA pada Januari 1969 dan dalam waktu dua tahun ARPANET dioperasikan sepenuhnya. ARPANET dipecah menjadi dua, yaitu "MILNET" untuk keperluan militer dan "ARPANET" baru yang lebih kecil untuk keperluan non-militer seperti, universitas-

² Briggs, Asa & Peter Burke. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Yayasan Obor Indonesia. 2006. Jakarta. p 377.

universitas. Gabungan kedua jaringan akhirnya dikenal dengan nama DARPA. Di tahun 1975, DARPA telah memiliki 2000 pengguna dengan fitur pengiriman email sebagai alat utama berkomunikasi.

Tahun 1973, Mead Data Central meluncurkan Lexis, *database* legal teks online pertama. NSF (*National Science Foundation*) di tahun 1974 kemudian memiliki inisiatif untuk memperluas jangkauan jaringan yang sebelumnya hanya terbatas diantara periset. Bersama grup non-profit lainnya seperti CSNET (*Computer Science Research Network*) yang didirikan tahun 1979, NSF kemudian membiayai pengembangan ARPANET. Pada tahun 1983 dengan lima pusat *supercomputing* pada intinya, jaringan tersebut stabil secara finansial. Pada tahun 1985, jaringan ini kemudian dihubungkan dengan DARPA.

Seiring berjalannya waktu, jangkauan *Net* meluas sehingga membutuhkan infrastruktur komersil yang baru. Penyedia jasa komersil on-line pertama *CompuServe* memberikan layanan online kepada konsumen di tahun 1979. Adapula *American On-Line* yang merupakan saingannya yang berhubungan dengan grup Jerman dan Perancis. Ada juga *Prodigy*. Ketiga penyedia jasa komersil online ini bersaing dan memiliki basis langganan yang jika digabungkan sampai tahun 1993 menjadi 3,5 juta pelanggannya.

Pada tahun 1995, NFS menghentikan pendanaanya dan disaat yang sama basis penelitian *Net* tidak lagi di Amerika Serikat namun di CERN, sebuah institur riset di Swiss. World Wide Web (*www*) dirancang oleh Tim Berners-Lee di tahun 1989. Ia membuat kode-kode yang memungkinkan terwujudnya web. Berners-Lee mengembangkan *hyperlinks* dengan menyorot kata atau simbol dalam dokumen dengan "mengklik" adalah kunci untuk semua kemajuan di masa depan. Majalah Time kemudian memuji kinerja Berners-Lee yang telah memperluas *Net* yang tadinya hanya digunakan para elit menjadi sebuah media massa.

Pertengahan tahun 1990-an merupakan awal kemunculan internet sebagai medium media massa baru yang amat kuat. Terobosan itu dilakukan Marc Andreessen dan Eric Bina dari University of Illinois antara September 1993 dan Maret 1994 saat menulis dan menciptakan program Mosaic yaitu sebuah jaringan yang sampai sekarang ini didedikasikan bagi penelitian akademis menjadi sebuah jaringan induk bagi jaringan-jaringan yang terbuka untuk semua orang. Mosaic merupakan gerbang (*gateway*) bagi orang awam untuk mengeksplorasi web.

Setelah Andreessen lulus, pengusaha Jim Clark dari Silicon Graphic mendengar tentang Mosaic dan mulai mengajak Andreessen untuk bekerja sama. Andreessen kemudian membuat Netscape (cikal bakal Yahoo) yang merupakan browser perintis untuk khalayak umum. Apa yang dilakukan Andreessen dinilai telah mendemokratisasikan internet. Tahun 1996 terjadi perlombaan untuk mengembangkan infrastruktur serat-optik oleh U.S. Telecommunication Act. Kemudian di tahun 1997, Rob Malda menciptakan slashdot.org “berita untuk berita” sebagai salah satu blog pertama. Puncaknya di tahun 2001, gelembung Dot-com pun meledak.

b. Internet di Indonesia

Masuknya internet di Indonesia dimulai di tahun 1988. UI-NETLAB (192.41.206/24) merupakan protokol internet (IP) pertama yang didaftarkan oleh Universitas Indonesia pada 24 Juni 1988. RMS Ibrahim, Suryono Adisoemarta, Muhammad Ihsan, Robby Soebiakto, Putu, Firman Siregar, Adi Indrayanto, dan [Onno W. Purbo](#) merupakan beberapa nama-nama legendaris di awal pembangunan Internet Indonesia pada tahun [1992](#) hingga [1994](#). Mereka telah mengontribusikan keahlian dan dedikasinya dalam membangun [jaringan komputer](#) di Indonesia.

Pada tahun 1994, IndoNet yang dipimpin oleh Sanjaya mulai beroperasi. [IndoNet](#) merupakan ISP komersial pertama Indonesia. Pada waktu itu pihak [POSTEL](#) belum mengetahui tentang celah-celah bisnis Internet dan masih sedikit sekali pengguna Internet di Indonesia. Sambungan awal ke Internet dilakukan menggunakan dial-up oleh [IndoNet](#), sebuah langkah yang cukup nekat barangkali. Lokasi [IndoNet](#) masih di daerah Rawamangun di kompleks dosen UI, kebetulan ayah Sanjaya adalah dosen [UI](#). Akses awal di [IndoNet](#) mula-mula memakai mode teks dengan shell account, browser [lynx](#) dan email client [pine](#) serta chatting dengan conference pada server AIX.

Tahun 1995, pemerintah [Indonesia](#) melalui Departemen Pos Telekomunikasi menerbitkan izin untuk [ISP](#) yang diberikan kepada IndoNet yang dipimpin oleh Sanjaya dan [Radnet](#) pimpinan BRM. Roy Rahajasa Yamin. Mulai pada tahun 1995, beberapa [BBS](#) di Indonesia seperti Clarissa menyediakan jasa akses Telnet ke luar negeri. Dengan memakai remote browser Lynx di AS, maka pemakai Internet di Indonesia bisa akses Internet (HTTP). Perkembangan terakhir yang perlu diperhitungkan adalah trend ke arah e-commerce dan warung internet yang saling menunjang dalam membantu masyarakat Indonesia untuk lebih solid di dunia informasi.

Saat ini dapat kita amati bersama, bahwa Indonesia terus mengembangkan teknologi guna mendukung perkembangan internet di Indonesia. Hal ini melihat data yang ada bahwa Indonesia merupakan salah satu negara di Asia yang memiliki penduduk pengakses internet terbanyak. Hal ini juga terlihat dengan meningkatnya penjualan barang elektronik seperti laptop, komputer, handphone serta barang elektronik lainnya yang dapat digunakan untuk mengakses internet itu sendiri.

C . Internet dan Media Massa

Menyongsong abad 21, dunia dihadapkan pada perubahan-perubahan yang sangat cepat di segala bidang. Perkembangan Teknologi

Informasi yang sedemikian pesat turut mempercepat arus globalisasi yang memungkinkan terjadinya perubahan dalam aspek kehidupan, baik dalam bidang perekonomian, kehidupan sosial, politik maupun kehidupan sehari-hari. Teknologi informasi telah menjadi hal lumrah saat ini. Berbagai sektor kehidupan bahkan hampir tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi ini. Media massa sudah menjadi satu institusi sosial yang penting dalam kehidupan kita. Dalam konteks media massa sebagai institusi sosial itu, tentu media massa membentuk dirinya sebagai salah satu organisasi yang hidup di tengah masyarakat. Salah satu dari teknologi informasi dari media massa yang tidak dapat dihindari adalah penggunaan internet. Pengguna internet tidak hanya berasal dari kalangan dewasa, tetapi juga anak-anak dan remaja.

Versi elektronik dari surat kabar berkembang pada 1980-an di video, teks dan berbagai bentuk lainnya pada layanan eksklusif seperti America Online, Prodigy, dan CompuServe sebelum menemukan jalan mereka ke yang baru World Wide Web pada tahun 1994 dan 1995.³

Internet ialah jaringan global antar komputer untuk berkomunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia (seperti sekolah, universitas, institusi riset, museum, bank, perusahaan bisnis, perorangan, stasiun TV ataupun radio). Tentu saja, media internet diciptakan untuk membantu manusia. Segala kemudahan dan kemungkinan telah diketukkan ke pintu rumah manusia. Bukan sekedar tawaran yang maya, tapi nyata. Internet adalah media atau sarana yang tak mungkin diabaikan dalam peradaban manusia. Hanya saja, bagaimana alat tersebut dimanfaatkan untuk melahirkan hasil yang maksimal dalam kehidupan manusia dan bukan sebaliknya.

Internet sering kali disebut sebagai *new media* atau yang dimaksud dengan media baru adalah media yang merupakan gabungan antara teknologi komputer dengan teknologi informasi dan komunikasi.

³ Salwen, Michael B, Bruce Garrison, Paul D. Driscoll. *Online News and the Public* (ed.). 2005, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers: hal.3.

Bentuknya adalah teknologi komunikasi elektronik/digital, khususnya internet dan World Wide Web (WWW). Menurut Iriantara (2007), ada beberapa alasan mengapa media baru ini muncul, yaitu:

1. Konvergensi media, adalah adanya integrasi dari media yang sebelumnya ada. Pertemuan antara media cetak dengan komputer dan jaringan internet membuat kita mengenal apa yang dinamakan dengan media *on-line*.
2. Interaktivitas, adalah sifat komunikasi dua arah yang bisa dikendalikan oleh pengguna. Misalnya, khalayak bisa memilih apa yang hendak dicarinya hanya dengan meng-klik *mouse* komputernya, seseorang bisa berinteraksi dengan orang lain melalui *mailing list* dan khalayak bisa memberi komentar terhadap informasi yang disajikan, seketika setelah dia membaca atau melihat informasi tersebut.
3. Perubahan perilaku, yang menunjukkan ada perubahan pada pihak khalayak yang disebabkan karena adanya unsur interaktif diantara penggunaannya. Perubahan perilaku ini, merupakan tuntutan teknologi yang dipergunakan oleh media baru tersebut yang menuntut khalayak untuk lebih aktif.⁴

Banyak media massa saat ini mengalami konvergensi ke format digital. Konglomerat dan *joint ventures* ikut mempercepat proses peleburan teknologi ini. Deregulasi pemerintah juga ikut berperan dalam membebaskan lingkungan bisnis yang mendorong munculnya usaha-usaha baru.

Selain pada media cetak, teknologi digital dan teknologi internet turut diadopsi oleh media audio seperti radio. Sistem penyiaran analog yang selama ini digunakan oleh radio berubah menjadi penyiaran digital. Dengan mengubah bentuk penyiaran menjadi digital, hasil siaran dapat menjadi lebih jernih dan dapat diterima oleh mesin penerima milik masyarakat tanpa mengalami gangguan atau noise.

⁴ <http://www.ut.ac.id/html/suplemen/skom4315/fE2.htm>

Akibatnya, suara terputus-putus yang selama ini dapat terjadi karena menggunakan sistem siaran analog dapat diatasi. Internet turut digunakan oleh radio untuk memperluas jangkauan siarannya. Dengan media internet, siaran radio di suatu negara dapat diterima oleh negara lainnya. Contoh dari radio yang mengadopsi kedua teknologi ini adalah radio satelit, radio streaming, dan radio internet.⁵

Kebanyakan media massa besar menempatkan produknya di internet. Teknologi ini tidak membutuhkan biaya mahal dan dalam aksesnyapun setiap individu dapat menikmati dengan porsi yang sama dan dapat membuat situs sendiri.

Perkiraan jumlah pengguna (*user*) di AS melebihi 200 juta-75 persen dari populasi. Pada beberapa tahun internet sudah menjadi medium utama untuk iklan.⁶

Terobosan teknologi terus bermunculan saling melampaui satu sama lain, dan media massa tradisional kian hari makin bergeser ke Internet. Namun meski telah tergeser keberadaan dari media massa tradisional tetap saja keberadaannya tetap tidak dapat dihilangkan begitu saja. Seperti gerobak, andong, dan mobil akan tetap ada dan berjalan berdampingan dalam memenuhi kebutuhan manusia. Tidak dapat dipungkiri kecanggihan dan efektifitas dari internet berada di atas media lain.

Meski internet sudah masuk kesegala lini masyarakat, masih ada negara-negara yang belum sepenuhnya dapat menikmati akses dari perkembangan teknologi ini. Semua negara-negara di Timur Tengah dan Afrika secara keseluruhan hanya punya 7,5 juta pengguna web. Ditinjau dari teori perspektif fungsionalisme tentang media yang dikemukakan oleh Denis McQuail (2000), internet sebagai media massa memiliki fungsi sebagai berikut :

⁵ <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2011/01/12/peran-dan-dampak-internet-sebagai-media-massa-332354.html>

⁶Vivian. John. Teori Komunikasi Massa.2008. Jakarta. Kencana Perdana Media Grup. hal:263.

1. Information

Internet menyediakan informasi secara *continuous* atau berkelanjutan. Informasi yang disediakan selalu aktual. Kita dapat mengetahui peristiwa dari berbagai belahan dunia hanya dalam waktu beberapa detik setelah peristiwa itu terjadi, bahkan kita dapat mengakses secara langsung melalui *video streaming*. Internet juga memungkinkan kita untuk mengakses informasi tentang keadaan lalu lintas, ramalan cuaca, bursa saham, dan berbagai berita yang kita butuhkan.

2. Correlation

Internet membantu kita untuk memahami informasi yang kita dapat. Internet memiliki peranan penting dalam proses sosialisasi. Informasi yang kita dapat dari internet tidak hanya berupa berita dari suatu peristiwa, tetapi juga disertai opini masyarakat dan analisa dari beberapa ahli. Internet juga telah digunakan oleh beberapa instansi pemerintahan dan pendidikan untuk mempermudah proses sosialisasi kepada masyarakat.

3. Continuity

Internet memiliki fungsi dalam mengekspresikan budaya yang dominan, mengenalkan perkembangan budaya baru, dan menanamkan nilai-nilai yang umum berkembang di dalam masyarakat.

4. Entertainment

Internet menyediakan hiburan dan mengurangi ketegangan sosial. Berbagai hiburan dapat kita akses melalui internet, seperti *game online*, jejaring sosial, musik, dan film. Berbagai hiburan tersebut dapat menghilangkan kejenuhan kita terhadap rutinitas kegiatan sehari-hari dan berbagai masalah sosial yang terjadi di sekitar kita.

5. Mobilization

Internet mendorong pembangunan ekonomi, pekerjaan, agama atau memberi dukungan kemanusiaan di saat peperangan. Internet juga dapat menggerakkan masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu.

Contoh dari hal tersebut dapat kita lihat pada kasus Prita Mulyasari dengan pihak RS Omni Internasional. Internet (dalam hal ini jejaring sosial) telah berhasil menggerakkan ribuan bahkan jutaan orang untuk memberikan dukungan kepada Prita Mulyasari.

Selain fungsi-fungsi yang telah disebutkan di atas, internet juga memiliki dampak negatif bagi masyarakat. Dampak tersebut terjadi akibat lemahnya kontrol dan batasan terhadap penggunaan internet sehingga rawan terjadi penyalahgunaan internet, misalnya anak-anak di bawah umur dapat dengan mudah mengakses situs-situs pornografi, penghinaan dan pencemaran nama baik melalui jejaring sosial, *cyber crime* dsb.

Untuk meminimalisir penyalahgunaan internet, pemerintah seharusnya lebih serius dalam menegakkan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Misalnya dengan cara membuat polisi virtual seperti yang dilakukan oleh pemerintah China. Peran orang tua dan institusi pendidikan juga sangat berperan penting dalam meminimalisir penyalahgunaan internet. Orang tua harus lebih memberikan pengawasan dan pendampingan kepada anak-anaknya ketika menggunakan internet. Institusi pendidikan seperti sekolah juga berperan penting untuk meminimalisir penyalahgunaan internet. Misalnya dengan cara memblokir akses ke segala situs porno dan membantu memberikan penjelasan kepada anak-anak mengenai bahayanya penyalahgunaan internet.

Dari pembahasan dalam buku "*Online Journalism: Principles and Practices of News of the Web*" yang ditulis oleh Foust (2009), maka dapat kita simpulkan bahwa internet memiliki karakteristik:

- 1. *Unlimited space***

Internet dapat mengatasi batas spasial dan temporal dari media massa terdahulu. Tidak seperti surat kabar atau majalah, internet sudah tidak dibatasi oleh "space" dalam menginformasikan. Sebagai contoh

sebuah surat kabat tidak dapat memberitakan sebuah masalah secara penuh karena itu akan membutuhkan biaya produksi yang besar. Tapi melalui media online surat kabar dapat memutuskan untuk mempublikasikan sebagian informasi lainnya melalui media online.

2. *Immediacy*

Internet mengizinkan informasi dipublikasikan secara isntan dan cepat. Sebuah teks berdasarkan media online dapat dibuat tersedia untuk audience media online tersebut secara langsung dan segera. Kemampun ini tidak dimiliki oleh media cetak karena mengingat prosesnya yang membutuhkan waktu yang lebih lama.

3. *Multimedia capability*

Internet memiliki kemampuan untuk menciptakan “theater of mind” lebih baik dari media massa cetak. Karena pada media online, dapat memadukan gambar, font, suara, bahkan video.

4. *Interactivity and user - generated content*

Internet menyediakan potensial untuk level yang lebih besar dengan partisipasi langsung dari audience. Hal ini dapat dilihat dari tersedianya chat room, bulletin boards, blog atau jenis media lainnya yang dapat digunakan oleh audience (hlm: 10 - 12).

D. Implikasi Perkembangan Internet Dalam Kehidupan Sosial Masyarakat

Implikasi perkembangan internet dalam kehidupan masyarakat dapat dilihat dalam segala bidang. Berikut ini beberapa implikasi yang diperoleh tim penyusun berdasarkan hasil bacaan yang ada.

1. *Individual and Group Setting*

a. *Computer Mediated Technology and Social Interaction*

Seperti yang kita tahu bahwa internet memiliki berbagai fitur menarik seperti email, Online Chat Rooms, Instant Messaging dan sebagainya membuat seseorang dapat terhubung dengan mudah dengan orang yang lain. Penelitian dari berbagai disiplin ilmu, termasuk Komunikasi sendiri menggambarkan

sebuah perhatian yang bertambah dengan problematik pengguna Internet dan efek potensialnya. Contohnya Young (1998) menjelaskan bahwa para pengguna dependen menggunakan fungsi social dan interaktif internet, sebaliknya pengguna non dependen menggunakan internet lebih untuk mengumpulkan informasi. LaRose, Lin dan Eastin (2003)⁷, berdasar pada teori uses and gratifications maupun operant conditioning, menyatakan bahwa ketika individu telah menerima rewards (gratifications) berulang yang diharapkan, perilaku penggunaan internet mereka bisa berubah menjadi kebiasaan yang dikondisikan (operant conditioning). Jika orang-orang ini sibuk dengan diri mereka menggunakan internet, mereka bisa menjauh dan mengisolasi diri dari masyarakat karena kecanduan menggunakan internet. Computer-mediated social interaction technologies, memfasilitasi perubahan signifikan pada bagaimana orang-orang berhubungan dengan anggota lain dari jaringan social mereka.

b. *Computer - Mediated Technology and Children*

Mudahnya mengakses internet tidak hanya dirasakan oleh orang dewasa tetapi juga dirasakan oleh anak-anak. Mereka bisa menggunakan internet untuk mendownload musik, blogging, dan berhubungan dengan teman-temannya dengan media social seperti twitter dan facebook. Implikasi social dari internet kepada anak-anak yaitu pertama, interaksi anak dan teman sebayanya. Dengan berkembangnya teknologi computer dan internet anak-anak menghabiskan waktunya didepan computer dan melewatkan waktu bersama keluarga mereka. Di internet mereka bisa melakukan email, chat ataupun IM. Computer menjadi media yang menghubungkan mereka dengan teman-teman sebayanya mereka.

⁷ Caplan E.Scott, dkk. Computer Mediated Technology and Social Interaction Dalam Lin A Carolyn, David J.Atkin. Communication Technology and Social change. Hal.50

Kedua, hubungan anak-dunia. Di internet juga anak dapat mengakses informasi yang bisa berbahaya ataupun bermanfaat bagi mereka. Semuanya tergantung dari control orang tua dan guru mereka. Dan ketiga, hubungan anak-diri mereka.

2. *Work And Organizational Telework*

Sama dengan penjelasan sebelumnya, dimana anak-anak menggunakan teknologi untuk pembelajaran dan pekerjaan rumah yang menyenangkan, istilah home office juga menjadi searti dengan gagasan dimana computer didesain untuk pekerjaan rumah yang berlokasi dirumah (Bracken & Lombard,2004: Choie & Cheon,2005)⁸.

Telework adalah istilah dimana para pekerja mengerjakan tugas kantor mereka dirumah, dengan menggunakan teknologi komunikasi termasuk internet untuk menghubungkan mereka dengan rekan bisnis mereka. Telework sebagai sebuah alternative yang mana memungkinkan para pekerja virtual mengurangi konsumsi waktu, transaksi komunikasi dan paperwork (kertas kerja). Dengan adanya internet, khususnya penggunaan telework oleh para pekerja, mengubah alur kerja organisasi yang dulunya berbasis kertas menjadi basis virtual menjadi alat penginformasian yang flexible. Dampak lain juga terhadap kelompok kerja, dimana penelitian menunjukkan bahwa komunikasi elektronik berpengaruh pada gaya interaksi dan alur kerja. . Penggunaan surat elektronik dibandingkan dengan telepon, misalnya, memungkinkan pekerja untuk mengontrol kecepatan respon mereka dan memfasilitasi multitasking. Selain itu dampak teknologi pada jaringan antar perusahaan, memungkinkan anak perusahaan dengan perusahaan diatasnya untuk berbagi informasi dan pertukaran aset (Harrison, 1994)⁹.

⁸ Lin A Carolyn, David J. Atkin. 2011. Communication Technogy and Social change. New Jersey: Routledges. Hal 286.

⁹ Dimaggio dkk. Social Implications of Internet hal.323-324.

3. *Entertainment setting - online technology, edutainment, infotainment.*

Larose & Eastin menunjukkan bahwa implikasi perubahan sosial pada konten hiburan online beragam dari media internet dan dapat sebagai dampak positif maupun negative. Dampak utama internet adalah menawarkan akses informasi dan hiburan serta barang dan jasa pada setiap lokasi di mana orang dapat mengakses internet. Masuknya media online telah membantu mempercepat kecenderungan fragmentasi penonton, karena informasi dan hiburan yang bersumber dari seluruh dunia tidak terbatas. walaupun internet merupakan media yang menyediakan keberagaman informasi, internet juga memfasilitasi pengguna untuk mengakses setiap bahan materi pelajaran dan bidang topiknya, dan juga menjadi media konvergensi teknologi.

Sebagai media informasi dan komunikasi yang tidak terikat oleh waktu, jarak dan ruang, internet memiliki kapasitas untuk memberikan informasi dan konten hiburan yang dapat memenuhi kepentingan pengguna seluas mungkin, selain itu juga menghubungkan setiap pengguna internet yang ingin terlibat dengan seorang ataupun banyak orang.

Internet berperan dalam membentuk fragmentasi pengetahuan lebih kuat dibandingkan media hiburan video offline, karena pengguna dapat menyesuaikan atau membuat konten internet untuk dikonsumsi sendiri seperti melalui chatroom, newsgroup, blog, dan sebagainya.

4. *Consumer Setting*

a. *Interactive media technology and electronic shopping.*

Internet adalah sebuah media pemasaran direct-response multimodal. Dimana internet menyediakan berbagai tempat untuk mengiklankan produk-produk yang diinginkan. Yang membuat konsumen akan tertarik terhadap produk tersebut.

Sehingga internet pun menjada sebuah tempat belanja bagi para konsumen yang disebut dengan *teleshopping* atau *electronic shopping*. Walaupun *teleshopping* ini mempunyai fungsi yang efisien, nyaman, harga rendah dan berbagai macam produk tetapi juga mempunyai implikasi social bagi yang menggunakannya¹⁰. Pertama, belanja melalui saluran *teleshopping* biasanya berarti melakukan pembelian di lingkungan isolasi yang tidak melibatkan interaksi sosial yang sebenarnya dicirikan sebagai pertukaran didalam *took ritel* (Grant & Guthrie, 1991; Urbaczewski & Jessup, 1998). Kedua, kesenangan dan pemenuhan emosional yang disediakan oleh rangsangan yang berasal dari *teleshopping* sering dapat memutuskan aspek duniawi kehidupan sehari-hari konsumen dan memberikan tempat pelarian diri yang baik bagi individu dari realita social yang tidak menyenangkan. Ketiga, konsumen yang telah terobsesi dengan mencari kepuasan instan dari kegiatan *teleshopping* belanja mereka, untuk memenuhi kebutuhan psikologis yang berbeda, bisa melihat kemampuan kontrol diri mereka terkikis. Keempat, industri *teleshopping*, terutama dengan pertumbuhan yang cepat dalam perdagangan online, telah muncul untuk menjadi kekuatan yang lebih kuat dalam perekonomian kita. ini karena kemudahan, kenyamanan, dan belanja internet dimana-mana, dan kemampuan situs belanja internet untuk menawarkan hampir setiap jenis produk atau layanan mulai dari barang sehari-hari, sampai barang-barang hiburan, layanan pemesanan, perbankan, investasi, pembayaran tagihan dan pengobatan. tetapi *teleshopping* punya implikasi positif dan negative pula. di satu sisi, *teleshopping* telah membuat banyak konsumen hidup lebih baik dengan memberikan mereka

¹⁰ Lin Carolyn A. *Interactive Media Technology and Electronic Shopping*. Dalam Lin A Carolyn, David J. Atkin. *Communication Technogy and Social change*. Hal.216

cara biaya dan efisien waktu untuk berbelanja. di sisi lain, konsumen sering Unware dari bahaya pengeksposan identifikasi pribadi dan finansial informasi mereka untuk teleshopping operator channel yang melakukan penipuan pemasaran atau yang sistem database yang tidak terjamin.

Dari perspektif sosial budaya, industri teleshopping dapat dilihat sebagai penyedia layanan sosial berharga bagi konsumen yang menikmati kemudahan berbelanja di rumah untuk tujuan fungsional dan / atau hiburan. Dapat juga sebagai sumber perilaku antisosial dan disfungsional sosial yang membawa dampak sosial berbahaya yang berasal dari kurangnya keterlibatan konsumen dilingkungan sosial lebih dalam, membawa konsumen lebih impulsif menjadi lebih kompulsif, dan mengubah konsumen lebih kompulsif menjadi pecandu belanja.

Dari Perspektif Ekonomi, kegesitan industri teleshopping sebagai tenaga pemasaran telah membantu posisi industri sebagai pemain utama dalam perekonomian konsumen. pada tahap perkembangan pasar online, sebagian besar konsumen masih mengandalkan outlet offline untuk memenuhi sebagian besar kebutuhan belanja mereka. (Fallows, 2004). Selain itu, saluran pemasaran online tetap menjadi sarana alternatif untuk distribusi produk konsumen, karena pertimbangan efisiensi saluran pengiriman (Jones & Vijayarathy, 1998; Strader & Shaw, 1999)¹¹.

b. Interactive media technology and telemedicine.

Telemedicine telah didefinisikan dalam berbagai cara, baik dalam lingkup yang sempit maupun dalam lingkup yang luas. Salah satu definisi telemedicine dari The Office for the Advancement of Telehealth (OAT) sebagai penggunaan informasi elektronik dan teknologi telekomunikasi untuk

¹¹ Lin Carolyn A. Interactive Media Technology and Electronic Shopping. Dalam Lin A Carolyn, David J. Atkin. Communication Technology and Social change. Hal.217

mendukung perawatan klinis jarak jauh, pasien dan pendidikan yang berhubungan dengan professional kesehatan, kesehatan masyarakat dan administrasi kesehatan (Office for the Advancement of Telehealth, n.d.)¹². Dalam menggunakan teknologi komunikasi untuk membantu menyampaikan pesan pencegahan penyakit, program intervensi penyakit, dan pelayanan kesehatan mencerminkan sebuah tren digitalisasi yang besar dalam pemasaran sosial dan kesehatan. misalnya, pemerintah U.S saat ini mendorong konversi catatan pasien dari kertas ke elektronik untuk memudahkan pengambilan data yang dinamis dan portabilitas, dengan demikian meningkatkan perawatan pasien, efisiensi penagihan, dan asuransi - program transfer.

Dalam sistem telemedicine, penerimaan dan penggunaan teknologi adalah dua faktor penting yang memungkinkan kesuksesan fungsi dan pemasaran layanan telemedicine. penelitian yang menguji faktor-faktor adopsi teknologi ini melalui model penerimaan teknologi yang berfokus pada pengujian persepsi pengguna tentang kegunaan sistem teknologi dan kemudahan penggunaan sebagai dasar untuk memprediksi sikap pengguna dan niat untuk mengadopsi sistem teknologi. Dengan implikasi, menyampaikan pesan-pesan kesehatan, program, produk, dan jasa saluran teknologi membutuhkan penyedia layanan kesehatan, sistem perawatan kesehatan dan pasien untuk mengenali dan percaya pada keuntungan relatif dan kemudahan menggunakan teknologi untuk membuat fungsi sistem telemedicine secara efektif dan efisien. telemedicine di mulai dengan memberikan telecare kepada penduduk yang tidak terlayani - yang biasanya berada di daerah pedesaan atau tidak

¹² Whitten Pamela. Interactive Media Technology and Telemedicine. Dalam Lin A Carolyn, David J. Atkin. Communication Technogy and Social change. Hal.223

bisa bergerak secara fisik - dengan menghilangkan hambatan waktu, biaya, dan jarak yang dibutuhkan untuk perjalanan.

Organisasi Kaiser Permanente baru-baru ini melaporkan hasil mereka tentang perawatan pasien dengan menggunakan videophone rumah . Dalam percobaan ini pasien yang baru didiagnosis dengan berbagai kondisi kronis (misalnya , gagal jantung kongestif , obstruktif kronik penyakit paru , kecelakaan pembuluh darah otak , kanker , diabetes , stress dan kebutuhan untuk perawatan luka) yang dirawat di rumah . Pasien dalam kelompok ini dilengkapi dengan Videophone rumah , stetoskop elektronik , dan monitor tekanan darah digital arahan dari dokter umum melalui elektronik. Ini adalah metode yang jauh lebih murah daripada metode tradisional , seperti yang digunakan oleh dua kelompok kontrol dari dokter umum dengan pasien serupa : biaya langsung kunjungan ke klinik rawat jalan penyakit dalam tujuh kali lebih besar per pasien daripada sebuah elektronik konsultasi . Dalam perpanjangan prinsip elektronik, Swinfen Trust, sebuah badan amal medis , baru-baru ini membuktikan kemanjuran email dalam sebuah proyek berkelanjutan untuk mendukung dokter di negara-negara berkembang seperti Bangladesh. anjuran dokter yang disediakan oleh panel konsultan relawan , terutama dari negara-negara industri , dan hasil penelitian menunjukkan bahwa skema kemungkinan akan biaya yang efektif , setidaknya untuk dokter dan pasien¹³.

5. Citizen Journalism

Lahirnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) menjadi stimulasi dan dibarengi dengan jaminan kebebasan pers dalam menyajikan berita, masyarakat umum dapat turut

¹³ Woothon Richard. 2001. *Telemedicine*. BMJ Publishing Group Hal.557-558

menyampaikan kejadian yang memiliki nilai berita. Inilah yang sering kita kenal dengan istilah *citizen journalism* atau *jurnalisme warga*. Istilah *citizen journalism* mengacu pada peran aktif masyarakat dalam proses untuk mengumpulkan, melaporkan, menganalisis, dan juga menyajikan berita. Berbagai media massa juga membuka kesempatan luas bagi masyarakat untuk melakukan hal ini.

Citizen journalism atau jurnalisme warga merupakan kegiatan dimana peran wartawan atau kegiatan jurnalistik bisa dilakukan oleh masyarakat yang secara formal bukan wartawan. Kegiatan yang dilakukannya sama dengan wartawan pada umumnya, yakni mengumpulkan informasi, menulis berita, mengedit dan menyiarkannya. Dalam menyiarkan informasinya, *citizen journalism* bisa dilakukan dengan mengirim tulisannya kepada media massa seperti koran atau media online, kemudian redaksi memutuskan apakah tulisan tersebut layak atau tidak untuk dipublikasikan melalui media massanya. Cara lain yang bisa dilakukan menggunakan blog, di sini *citizen journalism* bisa juga disebut sebagai blogger. Tapi tidak semua blogger merupakan *citizen journalist*.

Citizen journalism berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi, media terutama internet. Karena setiap orang kini bisa menulis dan menyampaikan tulisannya kepada khalayak dengan mudah. Saat ini di Indonesia *citizen journalism* berkembang dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya blog yang ada di Indonesia dan dibuat oleh masyarakat Indonesia. Keberadaan blog tersebut telah menandakan *citizen journalism* merupakan satu fenomena yang diminati dan akan terus berkembang dalam masyarakat. Keterbukaan dalam hal pengaksesan ataupun penyampaian informasi yang dimiliki oleh *citizen journalism* yang seiring dengan perkembangan jurnalisme online yang terus meningkat, menyebabkan keberadaan *citizen journalism* akan terus eksis (Aurelia, 2008 dalam

<http://www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdfprosiding2/fisip201014.pdf>

).

Di Indonesia untuk *citizen journalism* dapat kita lihat dari keterlibatan warga dalam media internet yang saat ini cenderung semakin aktif. Kita bisa melihat pada media blog baik itu blogger, wordpress, kompasiana, detikblog, dan lain sebagainya. Tidak hanya itu, situs jejaring sosia juga dapat digunakan sebagai media untuk menginformasikan suatu keadaan oleh warga seperti twitter, facebook, dan lain sebagainya.

Penutup

Kesimpulan

Dari catatan sejarah menunjukkan bahwa internet mengalami proses perkembangan yang cukup panjang. Di mulai pada tahun 1957 dan kemudian baru dapat diakses secara umum pada tahun 1990an internet telah menjadi media massa baru dan terus berkembang hingga saat ini. Di Indonesia sendiri internet masuk pada tahun 1988, dengan Universitas Indonesia sebagai pelopor pengembangan teknologi ini. Setelah itu, internet terus berkembang di tanah air dan sampai dengan saat ini telah dapat diakses di hampir seluruh wilayah di Tanah air walaupun dengan berbagai tingkat akses yang terbatas.

Ada beberapa alasan mengapa media baru ini muncul, yaitu: *pertama*, konvergensi media, adalah adanya integrasi dari media yang sebelumnya ada. Pertemuan antara media cetak dengan komputer dan jaringan internet membuat kita mengenal apa yang dinamakan dengan media *on-line*. *Kedua*, interaktivitas, adalah sifat komunikasi dua arah yang bisa dikendalikan oleh pengguna. Misalnya, khalayak bisa memilih apa yang hendak dicarinya hanya dengan meng-klik *mouse* komputernya, seseorang bisa berinteraksi dengan orang lain melalui *mailing list* dan khalayak bisa memberi komentar terhadap informasi yang disajikan, seketika setelah dia membaca atau melihat informasi tersebut. *Ketiga*, perubahan perilaku, yang menunjukkan ada perubahan

pada pihak khalayak yang disebabkan karena adanya unsur interaktif diantara penggunaannya. Perubahan perilaku ini, merupakan tuntutan teknologi yang dipergunakan oleh media baru tersebut yang menuntut khalayak untuk lebih aktif.

Media massa memberikan implikasi terhadap kehidupan masyarakat. *Pertama, individual and group setting*. Hal ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu 1) *Computer Mediated Technology and Social Interaction* dan 2) *Computer – Mediated Technology and Children*. Dalam hal ini, internet memiliki berbagai fitur menarik seperti email, Online Chat Rooms, Instant Messaging dan sebagainya membuat seseorang dapat terhubung dengan mudah dengan orang yang lain. Kemudian mudahnya mengakses internet tidak hanya dirasakan oleh orang dewasa tetapi juga dirasakan oleh anak-anak. Mereka bisa menggunakan internet untuk mendownload musik, blogging, dan berhubungan dengan teman-temannya dengan media social seperti twitter dan facebook. Implikasi social dari internet kepada anak-anak yaitu pertama, interaksi anak dan teman sebayanya. Dengan berkembangnya teknologi computer dan internet anak-anak menghabiskan waktunya didepan computer dan melewatkan waktu bersama keluarga mereka. Di internet mereka bisa melakukan email, chat ataupun IM. Computer menjadi media yang menghubungkan mereka dengan teman-teman sebayanya mereka. Kedua, hubungan anak-dunia. Di internet juga anak dapat mengakses informasi yang bisa berbahaya ataupun bermanfaat bagi mereka. Semuanya tergantung dari control orang tua dan guru mereka. Dan ketiga, hubungan anak-diri mereka.

Kedua, work and organizational telework. Sama dengan penjelasan sebelumnya, dimana anak-anak menggunakan teknologi untuk pembelajaran dan pekerjaan rumah yang menyenangkan, istilah *home office* juga menjadi searti dengan gagasan dimana computer didesain untuk pekerjaan rumah yang berlokasi dirumah. Kemudian dapat pula melakukan *telework* yaitu dimana para pekerja mengerjakan tugas kantor

mereka dirumah, dengan menggunakan teknologi komunikasi termasuk internet untuk menghubungkan mereka dengan rekan bisnis mereka.

Ketiga, entertainment setting - online technology, edutainment, infotainment. Hal ini menunjukkan bahwa implikasi perubahan sosial pada konten hiburan online beragam dari media internet dan dapat sebagai dampak positif maupun negatif. Dampak utama internet adalah menawarkan akses informasi dan hiburan serta barang dan jasa pada setiap lokasi di mana orang dapat mengakses internet. Masuknya media online telah membantu mempercepat kecenderungan fragmentasi penonton, karena informasi dan hiburan yang bersumber dari seluruh dunia tidak terbatas. walaupun internet merupakan media yang menyediakan keberagaman informasi, internet juga memfasilitasi pengguna untuk mengakses setiap bahan materi pelajaran dan bidang topiknya, dan juga menjadi media konvergensi teknologi.

Keempat, consumer setting. Dalam hal ini dapat dilihat dalam: 1) *interactive media technology and electronic shopping.* Internet dapat menjadi media pemasaran direct-response multimodal. Dimana internet menyediakan berbagai tempat untuk mengiklankan produk-produk yang diinginkan. Yang membuat konsumen akan tertarik terhadap produk tersebut. Sehingga internet pun menjada sebuah tempat belanja bagi para konsumen yang disebut dengan teleshopping atau electronic shopping. 2) *Interactive media technology and telemedicine.* Telemedicine berakaitan dengan penggunaan informasi elektronik dan teknologi telekomunikasi untuk mendukung perawatan klinis jarak jauh, pasien dan pendidikan yang berhubungan dengan professional kesehatan, kesehatan masyarakat dan administrasi kesehatan (Office for the Advancement of Telehealth, n.d.).

Kelima, citizen journalism. Hal ini terlihat dari kemungkinan seseorang untuk memberitakan informasi dalam media pribadinya di media online. Setiap orang dapat menjadi jurnalis dan membuat serta mengelola medianya sendiri. Hal ini tentu saja dapat memberikan

dampak positif dan negatif. Postifnya ialah bahwa informasi tidak lagi didominasi oleh sumber-sumber tertentu, bahkan kita bisa mengetahui dan membagi informasi yang ada disekitar kita yang luput dari pandangan media massa yang ada. Negatifnya ialah, terkadang dengan pengetahuan jurnalistik yang minim, kebanyakan informasi yang ada di Internet tidak sesuai dengan kode etik dan cenderung hanya isu belaka.

Saran

- a. Tulisan ini dapat menjadi referensi dalam melihat perkembangan internet dewasa ini.
- b. Berbagai materi yang tim penyusun masukan dari berbagai sumber diharapkan dapat memberikan gambaran perkembangan internet dan implikasinya terhadap kehidupan masyarakat. Namun kami tetap bersifat terbuka untuk menerima masukan berupa data-data pendukung guna memperbaiki makalah ini menjadi lebih lengkap sesuai dengan data yang ada.
- c. Kehadiran internet tidak hanya dipandang sebagai hal positif saja, namun kita juga harus melihat sisi negatif dari perkembangan media baru ini.

Daftar Pustaka

Briggs, Asa & Peter Burke.2006. *Sejarah Sosial Media: Dari Gutenberg Sampai Internet*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.

Foust, James C. 2009. *Online Journalism: Principles and Practices of News of the Web*. USA: Holcomb Hathaway.

McQuail. Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika, Jakarta.

Salwen. Michael B, Bruce Garrison, Paul D. Driscoll. *Online News and the Public* (ed.). 2005, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, London.

Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Kencana. Jakarta.

Sejarah Internet. Wikipedia.com (diakses 27 November 2013)

Sejarah Internet di Indonesia. Wikipedia.com (diakses 27 November 2013)

Sumber Internet:

<http://www.pustaka.ut.ac.id/dev25/pdfprosiding2/fisip201014.pdf>