



Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online

Dimas Prasetya^{1*}, Ryan Marina²

¹UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Jl. Kusuma Bangsa No.9, Panjang Baru, Kota Pekalongan, 51141, Indonesia

²UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Jl. Kusuma Bangsa No.9, Panjang Baru, Kota Pekalongan, 51141, Indonesia

Abstrak. Paper ini membahas bagaimana media baru berkembang dan membawa berbagai dampak bagi penggunanya. Menggunakan metode penelitian pustaka, secara spesifik penelitian ini membahas implikasi yang timbul dari dua produk media baru yaitu media sosial dan game online. Temuan dari penelitian menggambarkan, bahwa media baru telah merubah karakteristik dari penggunanya, dari yang sebelumnya pengguna atau khalayaknya hanya diposisikan sebagai konsumen, namun saat ini memiliki dua peran sekaligus yaitu konsumen dan produsen. Di antara manfaat dari kehadiran media sosial adalah media sosial difungsikan untuk menjalin komunikasi antar pengguna media sosial, sarana penjualan atau promosi suatu barang dan jasa, sarana praktik jurnalisme warga, dan sarana pembentukan komunitas baru. Adapun permasalahan utama dari kehadiran media sosial adalah penyalahgunaan fitur-fitur media sosial yang digunakan untuk menyebarkan konten-konten bajakan dan pornografi. Beralih pada *game online*, manfaat dari munculnya *game online* adalah munculnya kreativitas, kerja sama tim, membentuk komunikasi sosial hingga meningkatnya kemampuan berbahasa Inggris penggunanya. Sedangkan permasalahan pokok dari *game online* adalah para penggunanya berisiko mengalami kecanduan bermain *game* yang dapat berdampak pada aspek fisik dan emosional.

Kata kunci: game online (;) media baru (;) media sosial

1. Pendahuluan

Komunikasi dapat digambarkan secara sederhana sebagai pertukaran simbol atau pesan diantara komunikan dan komunikator melalui cara-cara tertentu. Dalam model komunikasi awal yang dipaparkan oleh Harold Laswell, terdapat lima komponen utama dalam memahami komunikasi. Komponen tersebut adalah *who, says what, in which channel, to whom*, dan *with what effect* (West dan Turner, 2017). Laswell menjelaskan komunikasi terdiri dari lima komponen, yakni: (*who*) siapa komunikatornya, (*says what*) mengatakan apa (pesan), (*in which channel*) komunikasi melalui kanal apa, *to whom* atau ditujukan kepada siapa komunikannya, dan *with what effect* atau apa efek dari komunikasi tersebut. Walaupun era dan media komunikasi yang terus berubah, model komunikasi yang dikemukakan oleh Laswell masih relevan hingga saat ini.

Terkait media komunikasi, perkembangan media komunikasi terbagi menjadi empat era, yaitu: *pertama*, era komunikasi tulisan. *Kedua*, era komunikasi cetak. *Ketiga*, era telekomunikasi. *Keempat*, era komunikasi interaktif (Abrar, 2003). Dari keempat era tersebut, semua aspek komunikasi yang disampaikan oleh Harold masih sangat relevan,

hanya yang membedakan adalah pada komponen *in which channel* dan *with what effect*. Pada era telekomunikasi dan era komunikasi interaktif, pilihan *in which channel* menjadi banyak pilihan dan bervariasi. Khususnya pada era interaktif yang didukung dengan pesatnya perkembangan internet. Pada tahun 2017, pengguna atau pengakses internet di Indonesia pada awal tahun 2016 adalah 88,1 juta. Dari awal tahun 2016 hingga awal tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia naik sebesar 51 persen ke angka 132,7 juta pengguna (We Are Social, 2017).

Penetrasi internet tersebut secara perlahan-lahan mendorong proses komunikasi di Indonesia yang bergeser menjadi era interaktif. Era interaktif ini sering disebut sebagai era *new media* atau era media baru yang menghubungkan berbagai jenis media teknologi dengan jaringan internet. Karakteristik utama dari media baru adalah fleksibilitas dalam penggunaan serta mendorong terjadinya komunikasi interaktif antar penggunanya (Mondry, 2008). Melalui media baru memungkinkan manusia untuk berkomunikasi secara aktif bahkan *real time* mengesampingkan jarak dan waktu. Jika telepon bisa menghubungkan suara, maka melalui media baru yang terhubung jaringan internet, manusia dapat berbicara secara bertatap muka melalui fitur *Video Call*.

Dalam konteks perubahan yang dihadirkan media baru, terdapat dua garis besar perubahan yang terjadi dalam era media baru, perubahan pertama adalah media massa yang mulai melakukan konvergensi media. Hal ini bisa dilihat dari produknya berupa televisi, radio, majalah ataupun koran yang juga memiliki situs berita daring. Perubahan kedua munculnya media baru yang sifatnya lebih interaktif yang ditandai dengan munculnya ponsel dengan fitur internet, media sosial dan *game online*. Media baru telah mampu menyatukan berbagai jenis media ke dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Bukan hanya dalam konteks kemajuan teknologi, media baru telah mampu membuat perubahan-perubahan dalam lingkup sosial kultural masyarakat. Media baru mempengaruhi cara berinteraksi, komunikasi, hingga cara jual beli. Media baru telah memungkinkan terjadinya konvergensi secara teknologi dan budaya. Selain itu, perkembangan media baru juga telah memangkas sekat-sekat di antara manusia, utamanya terkait jarak dan waktu. Di dalam media baru populasi dunia menjadi sebuah *global village* atau desa sejagat yang terhubung melalui perantara internet (Marshall McLuhan, 2003). Dalam konsep ini segala bentuk komunikasi dan kebudayaan dalam melebur menjadi satu tanpa adanya sekat pemisah.

Selain cara komunikasi manusia yang mengalami perubahan, internet juga ikut mendorong perubahan pola bermain *game*. Dulu tren bermain *game* adalah secara *off line* menggunakan alat yang tidak terhubung dengan internet, seperti Nintendo atau Gamebot yang mana untuk bermain *game* ini cukup dengan menggunakan kaset. Namun dengan penetrasi internet, kini *game* dapat dimainkan secara daring melalui ponsel atau perangkat komputer. Dengan fitur internet, *game online* dikoneksikan hingga ke seluruh dunia sehingga para pemainnya dapat bermain dengan pemain lain meski berada di negara yang berbeda. Perkembangan *game online* ini ditandai dengan dua hal yaitu maraknya berdiri warung internet khusus *game online* dan menjamurnya aplikasi atau fitur *game online* di ponsel pintar. Pada tahun 2015 tercatat pemain *game* di Indonesia, dari total populasi penduduk Indonesia sekitar 255,7 Juta, jumlah yang sudah bersentuhan dengan internet adalah sebanyak 66 Juta penduduk dan 42,8 juta di antaranya aktif bermain *game* (Newzoo, 2015).

Dari uraian di atas menegaskan penetrasi internet dan media baru telah merubah struktur dan tatanan sosial dalam masyarakat. Pada kalangan urban, internet merupakan kebutuhan mendasar selain kebutuhan sandang, pangan dan papan. Internet dan media baru benar-benar membuat ikatan yang kuat dengan penggunanya. Berdasarkan penjabaran di atas maka perlu dielaborasi bagaimana media baru telah merubah konsep khalayak dan bagaimana media baru melalui media sosial dan *game online* membawa dampak kepada masyarakat. Secara garis besar paper ini akan membahas tiga hal, yaitu:

pertama membahas bagaimana perkembangan media baru di Indonesia, *kedua* membahas bagaimana media baru membawa dampak terhadap cara berkomunikasi antar sesama manusia dan *ketiga* membedah implikasi yang muncul dari dua media baru: media sosial dan *game online* berikut dengan manfaat dan permasalahannya.

2. Metode

Penelitian ini memakai metode penelitian pustaka (*library research*) yakni pengumpulan data melalui penelusuran berbagai sumber seperti jurnal, buku, laporan, dan dokumen yang relevan dengan obyek penelitian (Mahmud, 2011). Penelusuran serta pengumpulan data dilakukan melalui pembacaan dan pencatatan dari sumber tertulis, sumber tidak tertulis maupun sumber-sumber yang tersebar secara elektronik (Zed Mestika, 2004). Selain penelusuran data dari berbagai sumber, penelitian pustaka juga memberikan penekanan pada pencarian berbagai konsep, prinsip dan teori dari sumber-sumber yang ada untuk kemudian dijadikan landasan dalam menganalisis permasalahan penelitian.

3. Hasil dan Diskui

3.1. Konsep Media Baru

Media baru secara mudah dapat disebut sebagai media digital (Terry Flew, 2015). Media baru merupakan media digital yang penggunaannya memerlukan jaringan internet yang dapat difungsikan untuk mentransmisikan berbagai pesan dan informasi baik berupa teks, foto, video, dan lain sebagainya. Berbagai pesan dan informasi tersebut dapat dialihkan ke dalam format *soft file* atau digital di mana pesan dan informasi dapat disebarluaskan secara mudah. Hal yang paling menonjol dari media baru adalah kemampuannya dalam menghubungkan antarpenggunanya dan meningkatkan komunikasi secara dialogis (McQuail, 2011). Media baru merupakan media yang identik sebagai media yang berteknologi tinggi yang mendorong hadirnya inovasi-inovasi baru (Vivian, 2008). Sebagai contoh bagaimana saat ini Ipod menjual musik dengan cara yang baru dan kreatif. Begitupun banyak bermunculan *e-book* yang dapat dibaca dan diakses melalui penggunaan ponsel pintar.

Media baru memiliki empat karakteristik utama, yakni pertama, desentralisasi. Maksud dari desentralisasi adalah bahwa khalayak atau penerima pesan dapat memilih untuk mengakses berita atau informasi yang diinginkan. Sifat informasi tidak lagi terpusat sehingga para khalayak memiliki kebebasan dalam memilih informasi yang ingin diakses. Lebih dari itu, khalayak juga dapat turut membuat konten media. Kedua, Kemampuan tinggi. Pengantaran pesan dalam media baru menggunakan transmisi dari satelit. Pengantaran tersebut mampu mengurangi hambatan dalam komunikasi sehingga pesan yang disampaikan bisa berlangsung dengan cepat dan berjumlah tidak terbatas. Karakteristik media baru yang ketiga, interaktivitas. Interaktivitas disebut pula sebagai komunikasi timbal yang merupakan salah satu karakteristik yang paling terlihat dari media baru jika dibandingkan dengan era sebelumnya. Di sini penerima pesan dapat memilih, menukar informasi, menjawab kembali, dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung. Karakteristik keempat, kelenturan bentuk, isi, dan penggunaan. Media baru telah bertransformasi ke dalam bentuk yang lebih mudah dan fleksibel. Contohnya melalui internet dan *smartphone* siapapun dapat mengakses informasi di mana dan kapan saja melalui situs berita *online*. Perkembangan teknologi yang juga telah merambah ke berbagai bentuk seperti buku menjadi *e-book*, transaksi *online* melalui

aplikasi *electronic commerce*, beralihnya televisi dan radio menjadi digital. Hal-hal ini yang memudahkan penggunaannya baik dari segi konten dan media. (Denis McQuail, 2011)

Kemudian, media baru dapat diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu 1) Media komunikasi interpersonal seperti ponsel, dan email. Penggunaan ponsel yang kini semakin intens melalui fitur-fiturnya. Email yang terintegrasi melalui ponsel memudahkan penggunaannya untuk mengakses email dari mana dan kapan saja. Penggunaan ini biasanya bersifat personal dan rahasia baik dengan tujuan bekerja ataupun tujuan pribadi. 2) Media permainan interaktif. Media yang termasuk di dalamnya komputer, *video game*, hingga *game online*. Permainan interaktif disini berarti adanya konsep interaktivitas di antara sesama pengguna atau pemain. Jika dulu *game* identik dengan permainan yang dimainkan secara *offline* namun dengan perkembangan teknologi dan internet kini aneka *game* bisa dimainkan secara *online* dan interaktif.

Kemudian, klasifikasi yang berikutnya, 3) Media pencari informasi. Di antaranya adalah *search engine* atau mesin pencari informasi seperti penggunaan WWW (World Wide Web). Internet telah dianggap sebagai wadah atau sumber informasi yang luas dan tidak terbatas yang bisa diakses oleh siapapun. Dengan aktualitas, kemudahan serta kecepatan dalam aksesnya membuat mesin pencari informasi secara *online* ini terus berkembang. Klasifikasi yang berikutnya, 4) Media partisipasi kolektif yang dimaksudkan media sebagai sarana pertukaran berita, informasi, pengalaman, berita, bahkan menjalin jejaring atau komunikasi sesama pengguna yang terhubung melalui jaringan internet, saat ini contoh yang paling relevan dengan jenis ini adalah media sosial. Pengguna media partisipasi kolektif dapat menjalin hubungan melalui internet baik hubungan itu bersifat pribadi, bisnis, karir, dan lain-lainnya. Hubungan yang terjalin pada media partisipasi kolektif sudah masuk sampai pada tahap efektif dan emosional.

3.2. Perubahan Khalayak dalam Media Baru

Perubahan mendasar konsep khalayak atau audiens pada era media lama (media massa) dengan media baru adalah pada media baru khalayak bergeser menjadi aktif yaitu kondisi di mana khalayak dapat menentukan pilihan ingin mengkonsumsi media atau informasi apa. Pada media lama, khalayak digambarkan hanya menerima berbagai informasi yang tersebar tanpa benar-benar dapat memilih konten yang sesuai keinginan khalayak. Secara umum terdapat dua perubahan audiens pada masa *new media*. Perubahan yang pertama tentang khalayak pada era media baru yaitu khalayak menjadi aktif dan dapat berinteraksi langsung dengan pengguna lainnya. Jika dalam media lama khalayak tidak memiliki banyak pilihan untuk mengakses media sebaliknya dengan munculnya media baru memungkinkan khalayak untuk memilih dari berbagai media yang ada. Melalui internet, berbagai media bisa dipilih diantaranya membaca dari portal berita atau menonton berita secara *streaming* melalui web stasiun berita. Bahkan khalayak bisa melakukan *multitasking*, sambil menonton televisi khalayak dapat membaca berita *online* dari ponselnya.

Selain dapat memilih konten media yang ingin diakses, khalayak juga dapat membagikan suatu pesan/konten kepada khalayak lainnya (Ike Picone, 2017). Selain itu, media baru turut menghadirkan berbagai alternatif *platform* media yang mana khalayak dapat mengakses berbagai konten dari berbagai *platform* tersebut. Hal ini membuat khalayak yang memiliki ketertarikan terhadap hobi, artis dan lain-lainnya dapat menemukan hal-hal tersebut dari berbagai media atau kanal yang ada. Perubahan yang *kedua*, khalayak memiliki dua peran yang bersamaan, peran sebagai produsen dan peran sebagai konsumen. Jika pada era media lama (media massa) khalayak hanya diposisikan sebagai konsumen yang terus dijejali informasi oleh media maka pada media baru,

khalayak juga berperan sebagai konsumen. Alih-alih khalayak hanya mengkonsumsi konten, tapi khalayak juga dapat membuat, mengolah, bahkan menyebarkan berbagai konten tersebut. Dapat dikatakan pada era media baru terdapat garis yang tipis tentang peran khalayak sebagai produsen maupun konsumen. Karakteristik ini yang sangat membedakan dengan konsepsi khalayak pada era media lama yang lebih terbatas (Sundet & Yteberg, 2009).

3.3. Manfaat dan Permasalahan Media Baru

Dalam waktu yang cenderung singkat, media baru telah merubah banyak hal dari cara hidup orang-orang saat ini. Dari perkembangan media baru yang diinisiasi oleh penggunaan internet setidaknya memunculkan dua hal penting. Dua hal itu adalah media sosial dan *game online* yang mana kehadiran dua media tersebut memberikan dampak kepada pemakainya yang kemudian memunculkan beragam masalah dan kesempatan.

3.3.1. Media Sosial

Media sosial saat ini terdiri dari berbagai jenis, di antaranya Facebook, Instagram, Twitter, Bigo, dan TikTok. Pada pembahasan media sosial akan dibahas secara spesifik melalui dua fitur yang lahir sebagai bagian dari media sosial dan fitur ini telah tersedia di mayoritas media sosial. Fitur yang pertama adalah *video live streaming*. Jika sebelumnya orang-orang mengakses media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan atau mengunggah suatu tulisan atau foto, kini terdapat satu fitur baru yang makin digemari oleh orang-orang yaitu fitur *video live streaming*. Fitur ini telah membawa pengalaman baru pada penggunaannya karena melalui fitur ini siapapun bisa secara bebas mengikuti siaran pengguna lainnya secara *audiovisual*, baik yang di dalam maupun luar negeri selama masih terhubung internet. Di antara media sosial memiliki fitur ini adalah Nano Live, Bigo, TikTok dan Instagram. Selain fungsi utamanya sebagai situs jejaring sosial, aplikasi ini juga menghadirkan berbagai manfaat bagi penggunaannya. Di antara manfaat itu ialah sebagai jurnalisme warga, ulasan produk bisnis, sampai pada promosi suatu barang dan jasa. Orang-orang yang memiliki konten menarik cenderung akan diikuti oleh banyak orang. Terdapat seorang penulis buku yang mempromosikan bukunya lewat fitur *snagram* di Instagram. Melalui aplikasi ini bahkan respon atau *feedback* yang didapat seketika melalui komentar atau pesan dari aplikasi tersebut. Melalui TikTok, penerapan Jurnalisme warga dapat dilakukan dengan cara mendokumentasikan secara langsung saat peristiwa atau kejadian penting seperti kecelakaan dan kebakaran pemukiman.

Selain sebagai sarana jurnalisme warga, media sosial juga turut mendorong terjadinya komunikasi dan interaksi yang erat terhadap komunitas masyarakat. Hal ini tercermin dari munculnya suatu fitur di aplikasi Facebook berupa grup Facebook yang merupakan grup-grup sosial yang diinisiasi oleh masyarakat. Di antara grup Facebook tersebut ialah grup Info Cegatan Jogja (ICJ) di Yogyakarta dan grup Bubuhan Samarinda (Busam) di Samarinda. Grup Facebook ICJ pada awalnya adalah grup pertukaran informasi yang menyampaikan lokasi-lokasi operasi patuh lalu lintas. Namun pada perjalanannya, grup ICJ beralih kepada grup Facebook yang memiliki fungsi sosial yaitu menolong dan memberikan solusi saat anggota grup memiliki kesulitan di daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Sebagai contoh, saat salah satu anggota grup ICJ mengalami insiden ban motor bocor maka anggota grup lain memberikan informasi bengkel tambal ban terdekat sampai kemudian ikut datang untuk menolong.

Di balik berbagai manfaat dari fitur tersebut, juga tersimpan dua masalah utama dari kehadiran media sosial. Masalah yang pertama adalah kecenderungan bagi penggunaannya untuk selalu eksis dan tampil sempurna. Masalah ini dapat menyebabkan terjadinya

pergeseran atau perubahan perilaku sebagai dampak dari penggunaan media sosial. Sebagai contoh, orang yang pada kesehariannya merupakan orang yang pemalu dan cenderung pendiam, dapat menjadi sangat aktif dan bebas di media sosial. Pembaruan status, mengunggah foto, hingga *video live streaming* dengan kuantitas yang relatif sering dan massif. Hal ini dapat terjadi karena beberapa motif diantaranya pertama untuk mencari perhatian, kedua dalam dunia *cyberspace* identitas menjadi bahasan penting mengingat seringkali apa yang ditampilkan oleh seseorang di media sosial bertujuan untuk menutupi kehidupan nyata orang tersebut. Artinya, siapapun dapat dengan sengaja merubah identitas atau perilakunya saat menggunakan media sosial. Media sosial dijadikan sebagai suatu panggung pertunjukan untuk memperoleh perhatian secara instan dan sebagai kebutuhan untuk aktualisasi diri (Apriadi Tambaruka, 2013).

Masalah yang kedua, kecenderungan untuk menampilkan sesuatu yang kekinian dan sensasional. Sebagai contoh, terdapat sebuah kasus seorang mahasiswa asal Samarinda yang menggunakan fitur *video live streaming* pada saat menonton bioskop dan secara tidak sadar ikut menyebarkan konten film tersebut tanpa izin. Padahal hal itu merupakan suatu pelanggaran sebagaimana tercantum dalam Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Selain itu fitur ini juga rawan dalam penyebaran konten porno. Melalui Bigo seseorang dapat memperoleh uang apabila banyak ditonton dan diberi suatu *feedback* oleh penontonnya. Karena alasan itu, sebagian penggunaannya memilih untuk menampilkan sensualitas atau konten yang cenderung porno agar mendapatkan *viewers* yang banyak.

3.3.2. Game Online

Media baru berikutnya adalah *game online*. Penetrasi internet menyebabkan berkembangnya permainan konsol yang telah ada. Kini muncul game-game yang secara spesifik harus dimainkan secara *online* dan bergrup, walau para pemainnya terpisahkan jarak dan kerap kali tidak saling kenal. *Game online* dapat dimainkan melalui Play Station, komputer, *smartphone* dan lain-lainnya. Di antara sisi positif dari *game online* adalah munculnya kreativitas, kerjasama tim, membentuk komunikasi sosial hingga meningkatnya kemampuan berbahasa Inggris (Timothy C. Lisk, 2012). Terdapat empat efek positif dari memainkan *game online*, yaitu: 1) rileksasi (mengurangi stress). *Game online* didesain untuk memberikan rasa senang kepada penggunaannya yang tentunya ini dapat membuat rileks hingga mengurangi stres, terutama setelah melewati aktivitas sehari-hari. 2) meningkatkan keterampilan menggunakan komputer. Dengan intensitas yang tinggi dalam memainkan *game online* melalui komputer, bagi para remaja ini merupakan latihan dalam menggunakan komputer yang kemudian keterampilan tersebut dapat digunakan untuk mendukung proses pembelajaran. 3) mendorong kemampuan pemecahan masalah. Beberapa *game online* menuntut agar pemainnya dapat menyelesaikan berbagai halangan, dan persoalan yang ada di *game* tersebut sehingga secara tidak langsung *game online* mendorong kemampuan *problem solving* para pemainnya dan 4) mendapatkan kenalan baru. Permainan yang dilakukan secara daring ini mempertemukan berbagai orang dari tempat yang berbeda sehingga kesempatan penggunaannya untuk berkenalan dan membangun jejaring pertemanan baru antarsesama pemain *game online* (R.S. Suryanto, 2015).

Terkait efek buruk, terdapat lima efek negatif dari *game online*. Efek yang pertama adalah merusak mata dan menimbulkan kelelahan. Kecenderungan bagi orang yang bermain *game online* adalah menatap monitor atau layar ponsel dalam waktu yang lama apalagi jika dilakukan tanpa istirahat. Hal ini dapat menyebabkan mata dan tubuh menjadi lelah. Efek yang kedua membuat malas belajar. Pada dasarnya permainan adalah

sesuatu yang menyenangkan bagi semua orang terkhusus anak-anak, namun jika seseorang dibiarkan bermain *game online* tanpa henti maka sedikit banyak akan membuat malas untuk belajar. Efek yang ketiga adalah mengajarkan kekerasan. Adegan kekerasan adalah salah satu visualisasi yang sering ditampilkan dalam *game online*. Jika hal itu ditonton secara terus menerus oleh anak-anak secara tidak langsung mengajarkan kekerasan untuk mereka. Efek yang keempat adalah berpeluang mengajarkan judi. Efek persaingan dalam *game online* dapat mendorong pemainnya untuk melakukan judi. Efek kelima berisiko kecanduan. kecanduan dalam game online bersifat kecanduan psikologis bukan fisik (Aqila Smart, 2010). Secara psikologis, para pencandu game berubah menjadi kompulsif yaitu suatu kondisi di mana orang-orang ingin melakukan suatu hal dalam hal ini bermain game tanpa henti (Chen & Chang, 2008). Kemudian, pecandu *game online* merasa gelisah dan resah jika dalam sehari tidak melakukan aktivitas permainan yang kemudian berdampak kesulitan dalam belajar dan berkonsentrasi dalam beraktivitas (M. Latief, 2017).

4. Kesimpulan

Teknologi komunikasi dan internet adalah dua pionir yang terus mendorong media baru untuk melakukan perubahan. Selain itu, media baru telah mendorong terjadinya perubahan konsep khalayak yang pada media tradisional komunikasi bersifat satu arah namun dalam media baru telah memungkinkan terjadinya interaktivitas antar sesama pengguna media baru. Selain interaktivitas dalam media baru sesama pengguna memungkinkan untuk saling berkolaborasi dan membangun suatu komunitas secara *online*. Komunitas secara *online* ini memunculkan apa yang disebut sebagai *Network Society*. *Network Society* atau masyarakat jaringan adalah masyarakat yang merupakan gabungan dari sosial dan jaringan media yang kemudian melahirkan suatu bentuk organisasi. Suatu tatanan atau jaringan sosial itu terdiri dari suatu kelompok, organisasi, atau komunitas yang terorganisir (Van Dijk, 2006).

Kehadiran media baru juga turut membawa berbagai dampak dan implikasi pada kehidupan masyarakat baik berupa manfaat dan permasalahan. Hal yang menarik adalah manfaat dan permasalahan yang muncul tersebut adalah sebagai bentuk terjalannya komunikasi secara daring dan kemudian berdampak pada dunia nyata. Di antara manfaat dari kehadiran media sosial yakni dapat dijadikan medium komunikasi antarpenggunannya, sarana penjualan atau promosi suatu barang dan jasa, sarana praktik jurnalisme warga, dan yang paling penting adalah sebagai sarana pembentukan komunitas masyarakat baru. Komunitas-komunitas baru yang berkembang dan terbentuk melalui media sosial kemudian mendorong terjadinya komunikasi dan interaksi pengguna secara langsung. Sedangkan manfaat dari munculnya *game online* adalah munculnya kreativitas, kerjasama tim, membentuk komunikasi sosial hingga meningkatnya kemampuan berbahasa Inggris penggunaannya.

Kemudian permasalahan utama dari kehadiran media sosial adalah penyalahgunaan fitur-fitur media sosial yang digunakan untuk menyebarkan konten-konten bajakan (pelanggaran hak cipta) dan juga konten-konten terlarang seperti pornografi. Sedangkan permasalahan pokok dari game online adalah para penggunanya berisiko mengalami kecanduan bermain game yang dapat berdampak pada aspek fisik dan emosional. Pada aspek fisik, pecandu *game online* akan mengalami kelelahan yang berdampak pada nafsu makan yang turun drastis dan kesulitan untuk tidur. Dampak emosional, anak sifat kompulsif

Lebih lanjut, paper ini menunjukkan kontribusi pada aspek kajian media baru dan lebih spesifik pada dua jenis media baru yaitu media sosial dan *game online*. Kontribusi

utama pada penelitian ini adalah elaborasi terhadap manfaat dan permasalahan dari kehadiran media sosial dan *game online* yang dilihat dari perspektif khalayak media tersebut. Persepektif khalayak yang dulu hanya diposisikan sebagai konsumen, namun saat ini berperan sekaligus sebagai konsumen dan produsen.

Referensi

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Chen, C. Y. dan Chang, S.L. 2008. An Exploration of Tendency to Online Game Addiction Due To User's liking of Design Feature. *Asian Journal of Health and Information Sciences*. Volume 3, pp. 1-4.
- Flew, Terry. 2005. *New Media : An Introduction (3rd Edition)*. Melbourne: Oxford University Press.
- Lisk, C. Timothy. 2012. Leadership in Multiplayer Online Gaming Environments. *Simulation & Games*. Sage Publications. Volume 43 (1), pp. 133-149.
- Mahmud. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mc Quail, Dennis. 2000. *Mc Quail's Communication Theory (fourth edition)*. London: Sage Publications.
- McLuhan, Marshall. 2003. *Understanding Media : The Extension of Man*. London & New York: Gingko Press.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Picone. Ike. 2017. Conceptualizing Media Users Across Media: The Case for 'Media User/User' as Analytical Concepts. *Convergence*. Volume 23 (4), pp. 378-390.
- Smart, Aqila. 2010. *Cara Cerdas Mengatasi Anak Kecanduan Game Online*. Yogyakarta: A Plus Books.
- Sundet, Vilde Schanke, dan Ytreberg, Espen. 2009. "Working Notions of Active Audiences: Further Research on the Active Participant in Convergent Media Industries." *Convergence*. Volume 15 (4), pp. 383-390.
- Suryanto, R.S. 2015. Dampak Positif dan Negatif Permainan Game Online Di Kalangan Pelajar. *Jom FISIP*. Volume 2 (2), pp 1-15.
- Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Van Dijk, Jan. 2006. *The Network Society: Social Aspect of New Media Second Edition*. London: Sage Publications.
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Zed Mestika. 2004. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta : Yayasan Bogor Indonesia.

Internet

- Latief. 2017. *Awas, Kecanduan Game Online Tak Cuma Bikin Anak Depresi*. <http://edukasi.kompas.com/read/2016/12/07/15581271/awas.kecanduan.game.online.tak.cuma.bikin.anak.depresi>
- Newzoo Games Market Reseach. Rolling Into Southeast Asia: A Battleground For Global,Regional and Local Apps. <https://newzoo.com/insights/articles/rolling-southeast-asia-battleground-global-regional-local-social-apps>

Newzoo Games Market Research. *Indonesian Games Market 2015*. <https://newzoo.com/insights/infographics/newzoo-summer-series-21-indonesian-games-market/>

We Are Social. 2017. *Digital in 2017 Global Overview*. <https://wearesocial.com/special-reports/>

*Corresponding author's email: dimas.prasetya@iainpekalongan.ac.id, Tel: +6285247164164