

**ORATIO DIES NATALIS FISIP UNIVERSITAS KATOLIK
PARAHYANGAN KE-60**

Oleh : Dr. James Rianto Situmorang, Drs., MM

Prodi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Katolik Parahyangan

Bandung, 25 Agustus 2021

**KESIAPAN MASYARAKAT INDONESIA BERTRANSFORMASI
MENJADI MASYARAKAT DIGITAL**

1. PENDAHULUAN

Masyarakat di seluruh dunia secara perlahan selama puluhan tahun telah bertransformasi menjadi masyarakat digital. Kata digital sudah digunakan sejak puluhan tahun yang lalu, umumnya digital digunakan sebagai pengganti kata analog, misalnya jam digital, kamera digital, timbangan digital, fotokopi digital. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), digital artinya berhubungan dengan angka-angka. Istilah digital kemudian sering dipasangkan dengan kata lain misalnya pemasaran digital, bisnis digital, perbankan digital, kampus digital, teknologi digital, literasi digital, ekonomi digital, kampung digital, masyarakat digital, dan sebagainya. Penggunaan kata digital yang semakin marak membuat makna sebenarnya menurut KBBI menjadi kabur karena tidak lagi semata-mata berkaitan dengan angka.

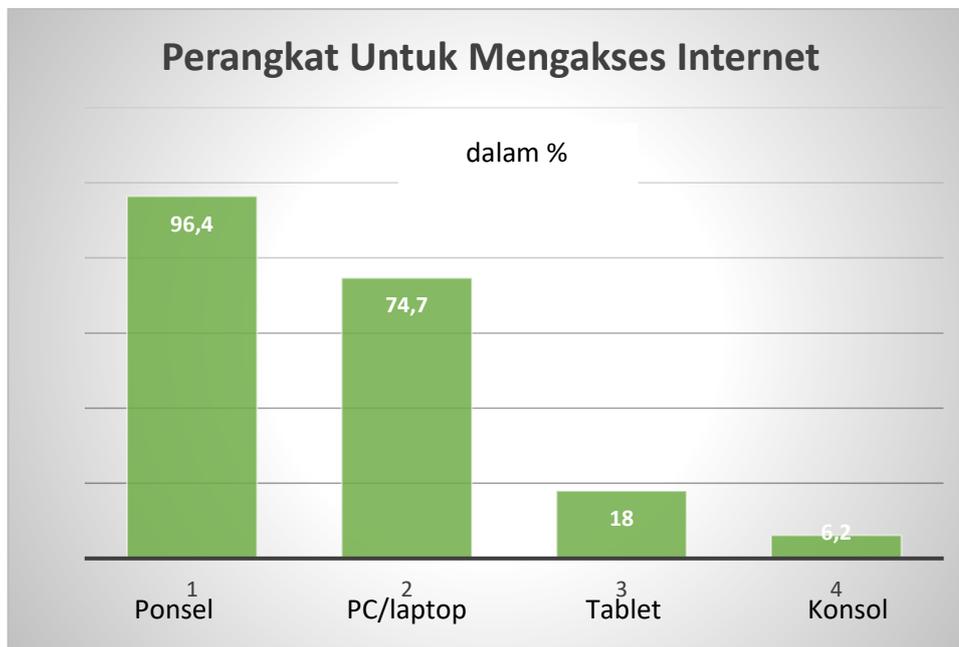
Apakah digital sama dengan Internet? Tentu saja tidak karena digital bisa memiliki banyak arti namun kita tidak bisa memungkiri bahwa istilah digital semakin bermunculan sejak adanya Internet. Sebagai contoh, di Pasar Batik Trusmi Cirebon ada yang disebut kampung digital yaitu kawasan pelaku UMKM batik yang difasilitasi Telkom untuk menjadi UMKM online sejak tahun 2015. Peranan Internet sangat bisa dirasakan di era digital seperti sekarang ini karena Internet membawa banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat. Munculnya Internet mengubah perilaku atau kebiasaan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dimulai dengan *e-mail*, *website*, *e-commerce*, *e-learning*, *e-library*, pesan instan, aplikasi, *online banking*, *game online*, *virtual meeting* sampai kepada *live streaming*, dan yang

lainnya. Materi dalam naskah orasio ini akan saya fokuskan kepada peranan Internet dalam kehidupan masyarakat digital agar materinya tidak melebar membahas digital dalam pengertian yang seluas-luasnya.

Masyarakat di wilayah negara Republik Indonesia juga telah berubah menjadi masyarakat digital. Alasan utamanya ada dua, gawai (*gadget*) dan Internet. Untuk mendukung pernyataan ini penulis mengutip artikel yang ditulis oleh Wahyunanda Kusuma Pertiwi di *kompas.com* tanggal 24-2-2021 berjudul “Pengguna Internet Indonesia Tembus 200 Juta, Hampir Semua "Online" dari Ponsel”.

“Platform manajemen media sosial HootSuite dan agensi *marketing* We Are Social kembali merilis laporan terbaru tentang pengguna internet global, termasuk Indonesia untuk awal tahun 2021. Di laporan terbarunya, layanan manajemen konten dan agensi pemasaran tersebut mengungkap jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau 73,7 persen dari total populasi sebesar 274,9 juta jiwa pada Januari 2021. Dari total tersebut, sebanyak 195,3 juta jiwa atau 96,4 persennya mengakses internet lewat perangkat *mobile* berjenis *smartphone* dan ponsel fitur. Mereka menggunakan koneksi seluler dan WiFi untuk mengakses internet. Rata-rata pengguna internet mobile berusia 16-64 tahun dan menghabiskan waktu 5 jam 4 menit setiap harinya untuk mengakses internet. Ponsel bukan satu-satunya yang digunakan untuk mengakses internet karena para pengguna internet di Indonesia juga memiliki perangkat jenis lain yang juga digunakan untuk *online* seperti PC atau laptop (74,7 persen), tablet (18, persen), dan konsol game (16,2 persen). Hampir semua pengguna internet di Indonesia (98,3 persen) memang memiliki perangkat ponsel, baik *smartphone* maupun *feature phone*. Secara keseluruhan, orang Indonesia suka mengakses media sosial. Jumlahnya mencapai 170 juta jiwa. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial adalah 3 jam 14 menit setiap hari.”

Data mengenai perangkat yang digunakan untuk mengakses Internet di Indonesia dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

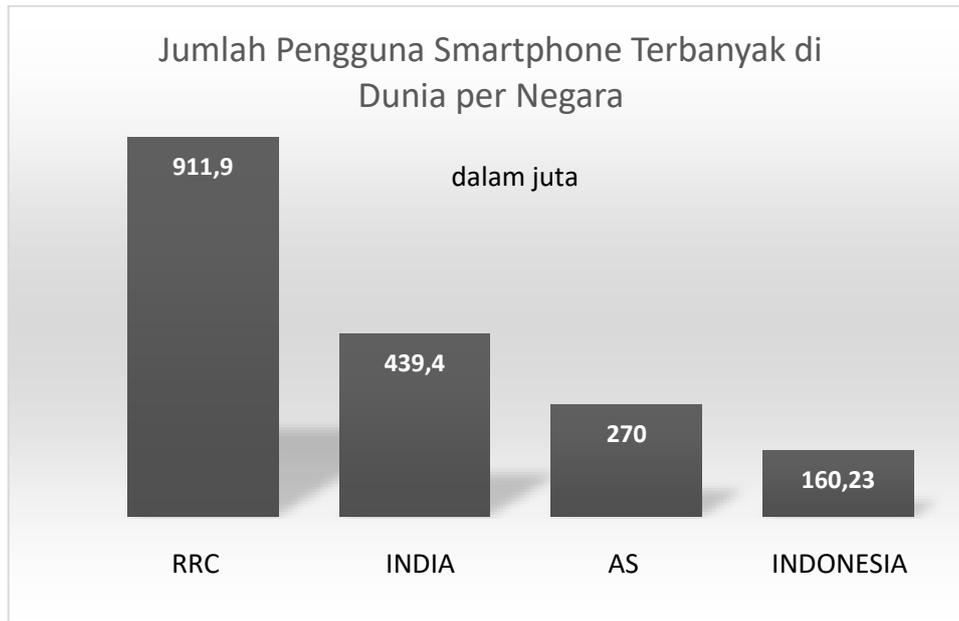


Gambar 1 Perangkat Yang Digunakan Untuk Mengakses Internet

Sumber : We Are Social (2021)

Jenis ponsel yang banyak digunakan orang saat ini adalah ponsel pintar atau *smartphone*. Dikutip dari Newzoo (2021), pengguna *smartphone* terbesar di dunia pada tahun 2020 adalah penduduk di RRC, jumlahnya mencapai 911,9 juta pengguna. Berikutnya adalah penduduk di negara India dengan 439,4 juta pengguna *smartphone*. Di peringkat ketiga adalah penduduk di Amerika Serikat dengan 270 juta pengguna *smartphone*. Di peringkat keempat adalah penduduk di Indonesia dengan 160,23 juta pengguna *smartphone*. Data tersebut mungkin tidak akurat 100% tetapi paling tidak bisa membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat di Indonesia telah memiliki *smartphone* yang memang bisa digunakan untuk mengakses Internet.

Data jumlah pengguna ponsel terbanyak di dunia berdasarkan jumlah pengguna di setiap negara dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Jumlah Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia per Negara

Sumber : Newzoo (2021)

Smartphone yang sekarang menjadi ponsel standar yang digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat adalah wajar karena memang sangat banyak manfaatnya. Pengguna *smartphone* adalah bagian dan mungkin menjadi ciri dari masyarakat digital karena si pengguna dapat melakukan banyak hal hanya dengan bermodalkan satu *smartphone* saja. *Smartphone* dapat dipakai untuk bertelepon, mengirim pesan instan lewat SMS atau WA, memfoto, menghitung (fungsi kalkulator), membuat video, dan sebagainya. Pengguna *smartphone* juga dapat melakukan banyak hal dengan mengakses Internet seperti membuka e-mail, mengikuti *video conference*, belanja online, mendaftar layanan online di bidang kesehatan, transaksi perbankan online, membaca berita, aktif di medsos (Youtube, Facebook, Instagram, dan sebagainya), menonton film, *trading* saham dan valas online, pesan taksi dan ojek online, menggunakan Google Maps, pinjaman online, dan masih banyak yang lainnya. Pinjaman online atau pinjol perlu digarisbawahi karena sudah banyak korban pinjol ilegal karena ketidaktahuan korban tentang resiko melakukan pinjol. Berkaitan dengan pandemi Covid-19, fungsi *smartphone* menjadi sangat penting karena untuk bisa masuk ke mal maka pengunjung harus sudah mengunduh aplikasi pedulilindungi di *smartphone*-nya agar bisa melakukan *scan QR code* yang ada di mal tersebut.

Pengguna ponsel dan komputer di Indonesia memiliki beragam kepentingan saat mereka mengakses Internet namun yang terbanyak adalah untuk mengakses media sosial. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah pesan instan WhatsApp (WA). Menurut data Digital Report tahun 2019 dari We Are Social dan Hootsuite, tercatat 83 persen pengguna internet di Indonesia merupakan pengguna WA. WA digunakan untuk saling berinteraksi dan berkomunikasi di antara masyarakat di Indonesia. Hal tersebut mungkin dapat dibuktikan dengan seringnya pengguna ponsel menerima pesan WA setiap harinya. Saking populernya WA di Indonesia sampai timbul guyonan bahwa yang dicari seseorang pertama kali ketika bangun tidur di pagi hari adalah ponselnya untuk melihat apakah ada pesan WA untuknya.

Hadirin sekalian yang saya hormati,

2. KONSEP MASYARAKAT DIGITAL

Untuk lebih memahami apa yang disebut masyarakat digital, akan disebutkan dulu berbagai pengertian tentang masyarakat digital yang dikutip dari ww.igi-com seperti berikut ini;

- 1. A society in which everything runs on digital technology where paperless and electronic means are the norm.*
- 2. Process of evolution derived from the information society through the intensive use of technologies and digital media where the internet positions itself as the information tool itself and whose decentralized set of networks form a union in access and transmission collaborative learning.*
- 3. A modern, progressive society that is formed as a result of the adoption and integration of Information and Communication Technologies (ICT) at home, work, education and recreation, and supported by advanced telecommunications and wireless connectivity systems and solutions.*
- 4. Refers to society in which digital technologies are widely used to respond to different individual, community and social challenges.*

5. *A modern society is a progressive society that is formed as a result of the adoption and integration of information and communication technologies.*

Ada juga seorang sosiolog terkenal asal Spanyol bernama Manuel Castells yang telah menulis 3 buku tentang *network society*, yang sedikit banyak mirip dengan *digital society*. Castells (2004) mendefinisikan *network society* sebagai berikut: *A network society is a society whose social structure is made of networks powered by microelectronics-based information and communication technologies.*

Dari berbagai definisi yang disebutkan di atas dapat kita simpulkan bahwa masyarakat digital berbasis kepada teknologi informasi dan komunikasi. Kedua teknologi ini awalnya dikaitkan dengan komputer dan Internet. Seiring kemajuan teknologi maka muncullah *smartphone* yang menambah alternatif perangkat yang dapat digunakan untuk mengerjakan beberapa fungsi komputer seperti *word processor*, *spreadsheet*, dan terutama untuk mengakses Internet.

Saya mencoba membagi bidang yang erat kaitannya dengan masyarakat digital sebagai berikut;

1. Layanan publik

Pembuatan e-KTP atau KTP elektronik adalah layanan pembuatan kartu identitas kepada masyarakat secara gratis sebagai basis data kependudukan nasional. E-KTP diluncurkan sejak tahun 2009 untuk menggantikan bentuk KTP sebelumnya. Di dalam e-KTP terdapat sejumlah informasi seperti Nomor Induk Kependudukan (NIK), nama, tanggal lahir, dan alamat. Sejak tahun 2014 masa berlaku e-KTP adalah seumur hidup. E-KTP sering diminta sebagai syarat dalam mengurus berbagai hal, misalnya untuk membuat paspor, membuka rekening bank, registrasi kartu SIM pasca bayar dan Prabayar, mendaftar vaksinasi Covid-19, dan sebagainya.

Beberapa persoalan yang menyangkut e-KTP antara lain:

- a. Kasus korupsi terkait pengadaan e-KTP untuk tahun 2011-2012.
- b. Data e-KTP seseorang digunakan untuk meregistrasi kartu SIM Prabayar tanpa seizin si pemilik e-KTP. Ini sangat beresiko mengingat kartu Prabayar tersebut bisa

disalahgunakan, Sebagai contoh masih banyaknya SMS abal-abal yang berisi menang undian, sewa rumah diurus saudaranya, kirim uang ke rekening bank tertentu, yang dikirim ke ponsel seseorang tanpa pengirimnya takut akan ketahuan identitasnya. Bisa juga karena pelaku mungkin memiliki e-KTP aspal. Ditjen Dukcapil menemukan di lapangan terdapat 1 NIK di registrasi untuk 68 nomor HP Provider XL Axiata, bahkan ada 1 NIK dipakai untuk registrasi 403 nomor HP Indosat. Fakta ini ditemukan saat Dirjen Dukcapil Zudan Arif Fakrulloh mempraktekkan log akses pada 7 Juli 2021 untuk melakukan uji petik siapa pemilik nomor HP.

Layanan publik lainnya yang juga telah menerapkan sistem elektronik adalah pembuatan paspor. Orang yang hendak mengurus paspor dapat mendaftar melalui <https://antrian.imigrasi.go.id/> atau melalui aplikasi Layanan Paspor Online. Untuk wawancara dan foto si pemohon paspor tetap harus datang ke kantor imigrasi yang dipilihnya.

2. Komunitas virtual

Komunitas virtual adalah komunitas yang menggunakan internet sebagai mediana. Orang yang pertama kali menggunakan istilah *virtual community* adalah Howard Rheingold yang bahkan disebut juga sebagai First Citizen of the Internet. Rheingold (2000) mengatakan, "*People in virtual communities use words on screen to exchange pleasantries and argue, engage in intellectual discourse, conduct commerce, exchange knowledge, share emotional support, make plans, brainstorm, gossip, feud, fall in love, find friends and lost them, play games, flirt, create a little high art and a lot of idea talk.*"

Pada awalnya komunitas virtual berkomunikasi melalui *e-mail group*, forum *chat online*, *newsgroup*. Seiring waktu model komunitas virtual bergeser menggunakan aplikasi media sosial utamanya aplikasi pesan instan. Dulu tentu kita masih ingat yang disebut Blackberry Messenger (BBM), sekarang yang populer adalah WhatssApp Group (WAG). Sampai beberapa tahun yang silam sebelum munculnya WAG, civitas Unpar berkomunikasi melalui sebuah *e-mail group* yang setiap harinya biasanya ada saja pesan yang masuk dan sering ditanggapi oleh

anggota lainnya. Sampai sekarang *e-mail group* itu masih ada akan tetapi sudah jarang anggotanya yang saling berkirim pesan lewat *e-mail group* tersebut.

Salah satu ciri masyarakat digital adalah berkomunikasi menggunakan aplikasi media sosial yang banyak pilihannya seperti Facebook, Instagram, WA, Telegram, dan sebagainya. Seperti sudah dijelaskan di muka, aplikasi pesan instan yang sangat populer di Indonesia adalah WA. Melalui aplikasi WA, seseorang bisa mengirim pesan instan berupa teks, foto, dokumen, dan video. WA juga memiliki fasilitas panggilan telepon, bisa dengan *phone call* atau *video call*. Sebagian besar dari apa yang disebutkan oleh Rheingold dapat difasilitasi oleh WA. *Video call* bahkan bisa digunakan oleh seorang suami atau istri yang curiga kepada pasangannya untuk melihat dimana pasangannya berada saat itu.? Jika di *video call* tidak menjawab mungkin memang ada sesuatu yang disembunyikan oleh pasangannya tersebut.

Saya yakin para hadirin yang hadir di lokasi maupun secara online pasti punya WA di ponselnya meskipun yang bersangkutan mungkin memiliki aplikasi pesan instan yang lain seperti Telegram atau Line. WA rasanya menjadi sesuatu yang wajib dimiliki oleh pemilik ponsel di Indonesia. Masyarakat digital semakin terbiasa hidup sebagai anggota komunitas virtual apalagi selama pandemi lebih banyak diam di rumah. Castells (2004) menjelaskan virtual community sebagai berikut: *Are virtual communities real communities? Yes and no. They are communities but not physical ones , and they do not follow the same patterns of communication and interaction as physical communities do. But they are “unread”, they work in a different plane of reality.”*

3. Ekonomi digital

Salah satu yang berperan besar dalam menunjang kemajuan ekonomi digital adalah *e-commerce*. *E-commerce* sudah berjalan di Indonesia selama dua puluh tahun lebih, tidak lama setelah Amazon.com berdiri pada tahun 1994. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia cukup pesat karena terbukti sekarang ini sudah ada beberapa

marketplace¹ di Indonesia yang sudah menjadi *unicorn* bahkan *decacorn*. Perusahaan-perusahaan *e-commerce* yang telah mencapai status *unicorn* dan kapan diraihnya sebagai berikut: 1) Tokopedia (2019) 2) Traveloka (2017) 3) Bukalapak (2017) 4) OVO (2019) 5) JD.id (2020). Perusahaan yang sudah menjadi *decacorn* adalah Gojek sejak tahun 2019 yang belum lama melakukan merger dengan Tokopedia membentuk perusahaan GoTo. Bukalapak juga telah melakukan penawaran saham perdana belum lama ini dan berhasil meraup dana sebesar 21,9 triliun rupiah.

Perusahaan *e-commerce* cepat melesat karena memang sekarang ini masyarakat semakin banyak yang melakukan belanja online. Mungkin tidak lama lagi akan muncul *unicorn* atau *decacorn* lainnya. Perusahaan *e-commerce* lainnya juga sangat populer di Indonesia seperti Lazada, Blibli, dan Shopee yang juga memiliki pelanggan dalam jumlah yang besar. *E-commerce* merupakan bagian dari ekonomi digital yang biasa juga disebut sebagai ekonomi internet. Selain *e-commerce*, ekonomi digital juga mencakup penggunaan uang elektronik atau *e-money* yang semakin populer di Indonesia. Membayar tol di Indonesia bahkan wajib menggunakan kartu *e-money*. Sudah banyak perusahaan yang menerbitkan *e-money* seperti OVO, Gopay, LinkAja, Doku Wallet, Brizzi, Flazz BCA, *e-money* Mandiri, TapCash BNI. Hidup sebagai masyarakat digital tidak lagi harus membawa uang tunai yang banyak di tas atau di kantong.

Selain perusahaan besar, tentu saja peran UMKM sangat signifikan dalam perekonomian Indonesia. Pemerintah telah berupaya memajukan kinerja UMKM agar bisa melakukan bisnis secara online. Pemerintah mencanangkan gerakan 100.000 UMKM Go Online secara serentak di 30 kota/kabupaten di Indonesia pada tahun 2017. Gerakan ini digagas seiring dengan visi Presiden Joko Widodo untuk menjadikan Indonesia sebagai *Digital Energy of Asia*. Pemerintah menargetkan 8 juta UMKM dapat online pada tahun 2020. Menkop dan UMKM Teten Masduki mengatakan bahwa berdasarkan data dari Indonesian *E-Commerce Association*

¹ Istilah *marketplace* penulis gunakan mengacu kepada buku *Marketing Management* karangan Kotler dan Keller Edisi 14e. Disitu disebutkan, "The marketplace is physical, such as store you shop in; the marketplace is digital, as when you shop on the Internet. Pengertian marketplace dan marketpace di buku yang sama edisi 15 sudah tidak ada lagi.

(idEA) terdapat 13,7 juta UMKM Indonesia atau sekitar 21% dari total UMKM yang sudah bergabung dalam ekosistem digital hingga Mei 2021.

4. *Video conference*

Sebelum munculnya pandemi Covid-19 sudah sering diselenggarakan acara atau kegiatan yang dilakukan melalui *video conference*. Adanya pandemi Covid-19 membuat aplikasi *video conference* semakin marak digunakan di seluruh dunia. Aplikasi *video conference* yang populer di Indonesia adalah Google Meet dan Zoom. Penggunaan aplikasi ini dilakukan dalam kegiatan belajar atau kuliah daring, rapat virtual, webinar, peninjauan lokasi, dan sebagainya. Penggunaan aplikasi *video conference* pastinya dapat menjangkau banyak orang sekaligus terutama melalui aplikasi Zoom. Google Meet sejak April 2021 hanya memberikan layanan gratis selama 1 jam saja sedangkan Zoom ada yang bayar dan ada yang gratis mengikuti aturan yang dibuat Zoom. Kebiasaan masyarakat digital memanfaatkan penggunaan Google Meet, Zoom dan yang sejenisnya juga dapat menjangkau seluruh dunia karena aplikasi-aplikasi tersebut dijalankan melalui Internet. Kebiasaan menggunakan *video conference* bisa jadi akan diteruskan meskipun pandemi Covid-19 nantinya berakhir.

Bapak/Ibu, Sdr/i sekalian yang saya hormati.

3. PERANAN PLATFORM ONLINE DI MASA PANDEMI COVID-19

Pada bulan Maret 2020 Indonesia mulai terkena wabah Covid-19 yang kemudian menjadi pandemi di seluruh dunia. Covid-19 ternyata sangat mudah menular dan virus ini juga sangat berbahaya. Covid-19 sudah menyebabkan korban jiwa meninggal lebih dari 126 ribu orang di Indonesia dan lebih dari 4,4 juta orang di seluruh dunia berdasarkan data di detik.com sampai 22 Agustus 2021. Untuk menghambat penyebaran Covid-19, Pemerintah Indonesia tidak menerapkan *lockdown* melainkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di awal pandemi. PSBB memang masih membolehkan orang bekerja di kantor (WFO) dengan pembatasan jumlah pegawai yang masuk kantor setiap harinya. Sudah sejak awal juga Pemerintah melalui PSBB mengharapkan sebagian besar pegawai lebih baik

bekerja di rumah (WFH). Jumlah orang yang terpapar Covid-19 sempat melandai namun mulai bulan Juni 2021 jumlah yang terkena virus ini melonjak pesat dengan munculnya varian Delta. Pemerintah kemudian memberlakukan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Darurat mulai 3-25 Juli 2021 dan diteruskan dengan istilah PPKM Level 4, 3 dan 2 sampai 23 Agustus 2021. Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi (Menko Marves) Luhut Binsar Panjaitan selaku Koordinator PPKM Nasional mengatakan bahwa penerapan PPKM akan dievaluasi setiap minggu.

PSBB dan PPKM membuat sebagian besar masyarakat tinggal di rumah yang akhirnya membawa perubahan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat. Perubahan yang dimaksud mencakup beberapa bidang antara lain:

1. Pembelajaran online.

Lembaga-lembaga pendidikan mulai dari tingkat SD-Perguruan Tinggi (PT) pada prinsipnya tidak diperbolehkan melakukan pembelajaran tatap muka (PTM), terutama yang berada di zona merah. Sebagian sekolah yang berada di bukan zona merah mencoba melakukan PTM namun akhirnya ditutup oleh Satgas Covid-19 karena ternyata menyebabkan kluster Corona. Sebagian besar lembaga pendidikan di seluruh Indonesia menaati aturan PSBB dengan melakukan model pembelajaran daring (*online*). Kita harus bersyukur karena fasilitas untuk melakukan pendidikan digital sudah cukup memadai. Untuk perkuliahan daring sudah ada platform yang dapat dimanfaatkan untuk membentuk kelas virtual. Google Meet dan Zoom menjadi platform yang paling banyak digunakan untuk kegiatan pertemuan daring dan kedua platform tersebut memang sudah ada sebelum adanya pandemi Covid-19.

Selain kedua platform tersebut, beberapa lembaga pendidikan juga telah memiliki fasilitas pembelajaran daring sendiri, misalnya Universitas Katolik Parahyangan yang sudah memiliki IDE. IDE dapat digunakan untuk berbagai aktivitas daring seperti perkuliahan, pemberian dan pengumpulan tugas, forum diskusi, *chatting*, dan sebagainya. Aplikasi lainnya yang dapat menjadi media pembelajaran daring antara lain Whatss App, Google Classroom, e-mail, Youtube.

Jadi, untuk fasilitas pembelajaran daring berupa platform atau aplikasi kelihatannya tidak ada masalah.

Lalu dimana masalah pembelajaran online?

a. Sinyal Internet yang Kurang Bagus.

Aplikasi atau platform yang digunakan untuk pembelajaran daring bergantung atau berbasis kepada Internet. Setiap orang dapat memilih berbagai opsi untuk mendapatkan layanan Internet. Ada yang berlangganan wifi lewat provider seperti Indihome dan First Media, bisa juga berlangganan kuota lewat provider ponselnya seperti Telkomsel, XL, Indosat. Sebenarnya pelajar atau mahasiswa dapat memanfaatkan wifi gratis di lokasi tertentu seperti mal, café, restoran namun pembatasan mobilitas penduduk membuat wifi gratis tidak menjadi pilihan yang populer.

Internet berbayar tentu membutuhkan biaya dan pemerintah melalui Kemendibudristek berusaha mencarinya. Pemerintah sejak tahun lalu telah memberikan jatah kuota internet gratis untuk pelajar, mahasiswa, guru, dan dosen di seluruh Indonesia. Saya sendiri pernah mendapat kuota di awal pemberian jatah pada tahun lalu selama 2 bulan namun bulan berikutnya sampai sekarang tidak pernah mendapatkannya lagi. Saya tidak mempersoalkannya karena kebetulan saya berlangganan wifi. Semoga untuk penerima jatah kuota internet gratis lainnya, khususnya pelajar dan mahasiswa masih lancar menerimanya sampai sekarang.

Bagus tidaknya Internet sangat tergantung kepada sinyal yang didapatkan penggunaannya. Secara umum sinyal Internet dari wifi, katakanlah kita berlangganan wifi, lebih baik daripada sinyal Internet lewat kuota ponsel, apakah berlangganan ataupun kuota gratis dari Pemerintah. Disinilah permasalahan pertemuan kelas daring menjadi terkendala. Peserta kelas yang sinyal internetnya bagus atau kuat tidak masalah namun tidak demikian halnya dengan peserta kelas yang sinyal Internetnya kurang bagus. Saya sendiri sering menemui mahasiswa yang ketika giliran ditanya mengatakan Internetnya jelek sehingga suaranya terputus-putus atau tidak terdengar. Permasalahan sinyal Internet ini juga yang membuat siswa-siswa di daerah pedalaman kesulitan mendapatkan sinyal yang bagus sehingga harus berjalan

kaki beberapa kilometer ke daerah yang dianggap mampu memberikan sinyal Internet yang lebih bagus di ponsel mereka.

Sinyal internet yang lebih baik sebenarnya dapat diperoleh masyarakat jika Pemerintah membangun fasilitas wifi gratis untuk umum dalam jumlah yang banyak dan merata di seluruh Indonesia. Fasilitas wifi untuk umum di Indonesia praktis masih terbatas yaitu di mal, restoran, café, hotel, bandara, stasiun KA dan sebagainya. Fasilitas wifi tersebut hanya bisa diakses oleh sebagian kecil masyarakat dan lebih banyak berada di kota-kota besar. Kita berharap di masa depan akan tersedia fasilitas wifi gratis untuk umum di seluruh pelosok Indonesia.

b. Memberatkan Orang tua

Pembelajaran daring terjadi pada semua tingkatan pendidikan, mulai dari SD-PT. Untuk murid SMA dan mahasiswa kelihatannya tidak terlalu masalah bagi mereka dalam menerima materi pelajaran atau kuliah yang diberikan guru atau dosen secara daring. Untuk murid SMP secara umum kelihatannya mereka juga cukup siap untuk menerima materi pelajaran secara daring tanpa menafikan sebagian murid mengalami kesulitan dalam menangkap materi pelajaran daring. Untuk murid SD, mungkin di level inilah banyak muncul permasalahan belajar daring. Murid SD umumnya ada pada rentang usia 6-12 tahun sehingga pada usia tersebut mungkin terlalu muda untuk melakukan belajar daring terutama yang berada di kelas 1-3 SD.

Sebagian murid SD pada kelas 1-3 masih sering ditunggu oleh orang tuanya ketika belajar secara normal di sekolah. Hal tersebut bisa diartikan bahwa orang tua masih menganggap anak mereka sebagai anak kecil yang masih jauh dari kata mandiri. Jadi, wajar jika murid SD yang kesulitan mengikuti pelajaran daring menjadi beban bagi orang tua yang harus menjadi “guru” kedua di rumah. Orang tua harus mau meluangkan waktu cukup banyak untuk mengajari anaknya mengenai materi yang diberikan guru, entah untuk persiapan ulangan atau mengerjakan pekerjaan rumah. Kita tidak perlu heran jika banyak orang tua yang ingin cepat-cepat agar anaknya bisa menjalani kelas tatap muka kembali meskipun pandemi belum terkendali.

Mendikbudristek Nadiem Makarim sebenarnya telah mewacanakan Pembelajaran Tatap Muka (PTM) terbatas mulai tahun ajaran baru 2021/2022. PTM terbatas akan dilaksanakan dengan prokes yang ketat. Pihak-pihak yang mendesak segera dilakukannya PTM berdalih bahwa akan ada ancaman "*lost generation*" jika pembelajaran daring terlalu lama diberlakukan. Saya sendiri kurang sependapat karena "*lost generation*" dalam arti murid ketinggalan materi pelajaran bisa dikejar di kemudian hari karena belajar tatap muka akan berlangsung kembali pada waktu yang tepat, ini hanya masalah waktu.

Lost generation tidak ada artinya dibandingkan "*lost live*" karena banyak murid yang terpapar Covid-19 dan kemudian ada yang meninggal. Sebagai catatan, menurut data satgas penanganan COVID-19 pada 16 Juli 2021 lalu mencatat ada 12,8% atau sekitar 351.336 kasus positif Ccovid-19 terjadi pada anak-anak usia 0 - 18 tahun. Korban anak meninggal karena Covid-19 mencapai 777 orang dan yang membuat kita lebih khawatir karena varian Delta yang sekarang mewabah mulai sering menjangkiti penduduk usia muda. Jangan sekali-kali punya pandangan bahwa seorang anak yang terkena Covid hanya OTG saja karena tubuhnya kuat dan sehat, tidak mungkin anak meninggal karena Covid-19.

Sudah banyak lembaga pendidikan yang berinisiatif melakukan vaksinasi massal kepada murid atau mahasiswanya setelah ada vaksin yang bisa disuntikkan ke tubuh orang yang berusia 12- 18 tahun plus. Kita sebagai Civitas Unpar harus mengucapkan terima kasih atas upaya Unpar yang telah memvaksinasi seluruh pegawai Unpar dan sebagian mahasiswa Unpar. Kita semua berharap agar semua mahasiswa dapat divaksinasi sehingga perkuliahan tatap muka dapat segera terwujud. Mahasiswa berkepentingan dengan perkuliahan luring karena mereka memilih kuliah di Unpar dengan pertimbangan agar dapat berinteraksi dan bersosialisasi dengan teman kuliah, dosen, pegawai TU, dan yang lainnya. Mereka juga dapat beraktivitas ekstrakurikuler yang sesuai dengan minat atau keinginannya seperti Mahitala, paduan suara, unit olahraga, badan mahasiswa, dan sebagainya. Kita sudah hampir 18 bulan menjalani kuliah daring selama pandemi Covid-19 berlangsung. Semoga kuliah tatap muka atau kuliah luring segera dapat terwujud tidak lama lagi sebagaimana harapan kita semua.

3. Gawai (*gadget*)

Gawai yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk mengakses Internet dalam proses pembelajaran daring. Alat yang paling umum digunakan adalah komputer, bisa PC atau laptop, dan ponsel tipe *smartphone*. Perangkat keras ini harus disediakan oleh murid atau mahasiswa yang bersangkutan sendiri karena Pemerintah kelihatannya tidak sanggup untuk menyediakan laptop atau ponsel jutaan unit secara gratis kepada murid dan mahasiswa di seluruh Indonesia.

Tersedianya PC, laptop, dan ponsel bagi seorang murid atau mahasiswa mungkin tidak ada masalah bagi keluarga yang memang mampu membelinya namun bagaimana bagi keluarga yang tidak mampu, katakanlah keluarga miskin. Disinilah permasalahan terjadi. Secara umum harga ponsel lebih murah dibandingkan PC atau laptop karena *smartphone* barupun ada yang berharga di bawah 1 juta rupiah. Harga ponsel seken yang lumayan kualitasnya juga ada yang di bawah 1 juta rupiah. Masalahnya, uang sebesar ratusan ribu, katakanlah 500 ribu rupiah, merupakan jumlah yang sangat besar bagi keluarga miskin karena prioritas mereka adalah membeli sembako, utamanya beras.

Sebagian orang tua yang merasa berat memaksakan membeli ponsel untuk anaknya demi bisa ikut belajar daring. Ada juga berita sedih dari Banyuwangi bulan Juli yang lalu ketika seorang siswa SD bunuh diri karena anak tersebut tidak dibelikan ponsel baru oleh orang tuanya yang tidak mampu. Tidak disebutkan apakah ponsel yang dimaksud untuk kepentingan pembelajaran daring atau tidak. Kita berharap tidak ada kasus murid yang bunuh diri di Indonesia karena tidak dibelikan orang tuanya ponsel baru demi mengikuti pembelajaran daring.

Gangguan lainnya yang menyangkut perangkat keras ini adalah ketika rumah murid mati lampu atau listrik. PC jika mati listrik jelas tidak bisa digunakan sedangkan laptop masih bisa digunakan apabila baterenya masih berfungsi dan tenaga batere di laptopnya masih kuat digunakan selama waktu tertentu. Saya sendiri pernah mendapat laporan dari mahasiswa bahwa ketika UTS listrik di perumahannya mengalami pemadaman. Internet yang menggunakan layanan wifi dari provider juga akan ikut “mati” jika listrik di rumah pelanggan tersebut padam. Listrik padam ketika

mengikuti kelas daring mungkin tidak terlalu menjadi masalah namun jika terjadi ketika mengikuti ujian mungkin akan menimbulkan masalah, misalnya ujian akhir di SD, SMP, SMA, UTS dan UAS di PT, atau Ujian Saringan Masuk online ke PTN dan PTS.

b. Perbankan online

Layanan perbankan online sudah cukup populer digunakan nasabah bank di Indonesia sebelum terjadinya pandemi Covid-19. Layanan online yang pertama adalah dengan menggunakan *internet banking*. *Internet banking* di Indonesia sudah dimulai sejak tahun 2001 ketika Bank Central Asia (BCA) membuka layanan *internet banking*-nya dengan menggunakan situs www.klikbca.com. Bank-bank nasional lainnya kemudian juga membuka layanan *internet banking* kepada nasabah mereka. Kemunculan ponsel yang dapat mengakses internet merupakan sebuah peluang bagi perbankan untuk memulai era *mobile banking*, yang juga dipelopori oleh Bank BCA pada tahun 2011 dengan layanan m-BCA. Saat ini sebagian besar bank nasional sudah memiliki layanan *mobile banking*. Layanan *online banking* semakin banyak digunakan oleh nasabah yang membuat sebagian bank menutup kantor cabangnya bahkan sebelum pandemi Covid-19 muncul. Layanan *online banking* kelihatannya tetap akan menjadi tren di masa mendatang sebagai gaya hidup masyarakat digital.

Ketika PSBB diberlakukan Pemerintah tahun lalu, sebagian masyarakat yang menjadi nasabah bank sudah siap dalam melakukan transaksi perbankan secara online melalui *internet banking* dan *mobile banking*. Nasabah tidak perlu keluar rumah untuk bertransaksi perbankan non tunai sehingga tidak perlu berdekatan dengan orang lain agar terhindar dari Covid-19. Nasabah memang tetap harus ke ATM untuk mengambil uang atau menyetor tunai dan juga ke kantor bank jika memang ada kebutuhan yang harus berurusan dengan *customer service* atau kasir di bank. Sebagai contoh meningkatnya penggunaan layanan *online banking* yaitu Mandiri Online. Pengguna aplikasi Mandiri Online yang menjadi salah satu layanan digital unggulan Bank Mandiri, pengguna aktifnya hingga Mei 2020 telah mencapai 5 juta pengguna dengan nilai transaksi sebesar Rp 230 triliun (www.bisnis.com).

c. Belanja online

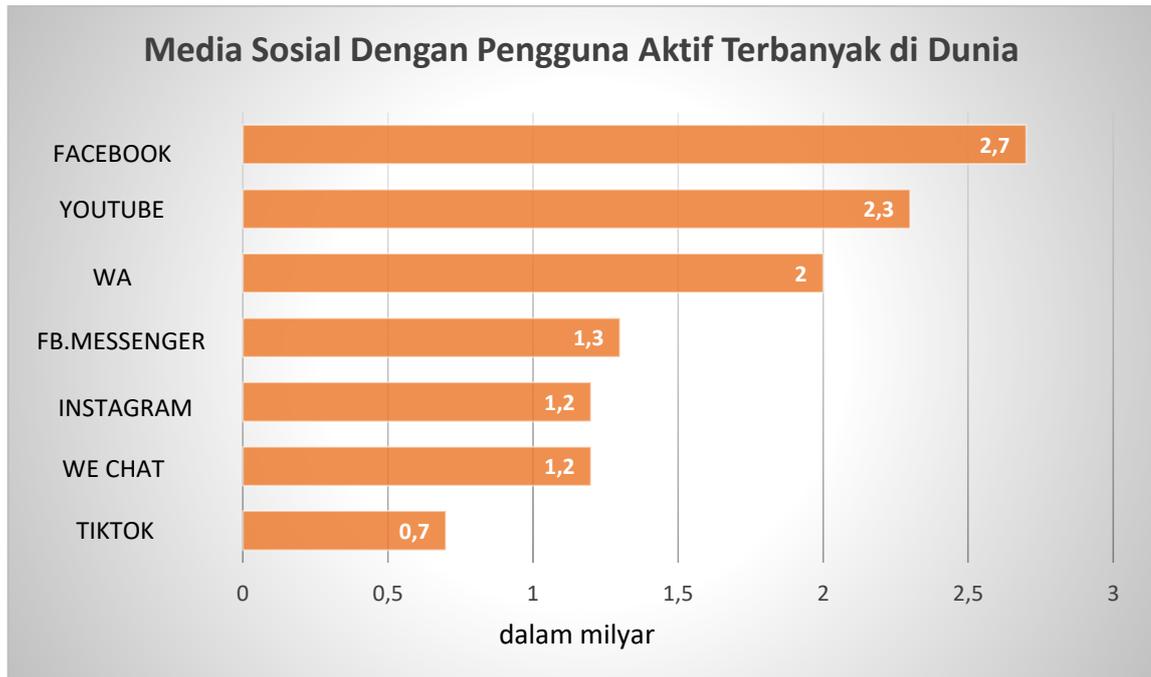
Sebelum munculnya wabah pandemi Covid-19, cara belanja online sudah populer digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Belanja online yang dimaksud dapat membeli produk 1) di *marketspace* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, dan lainnya 2) membeli makanan dan minuman lewat GoFood dan GrabFood 3) membeli produk termasuk makanan dan minuman di di layanan online toko atau gerai yang menjualnya. Ketika PSBB dan sekarang PPKM diterapkan maka warga masyarakat sebetulnya sudah tidak ada masalah dengan berbelanja online. Masyarakat hanya tetap harus waspada ketika menerima dan membawa barang pesanan ke dalam rumah untuk menghindari terpapar Covid-19. Menurut data dari Bank Indonesia(BI), pandemi Covid-19 membuat transaksi digital khususnya *e-commerce* terus meningkat. Hingga kuartal I-2021, transaksi di *e-commerce* sudah mencapai 548 juta transaksi dengan nominal mencapai Rp 88 triliun.

Bapak/Ibu, Sdr/I sekalian yang saya hormati.

4 . PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL OLEH MASYARAKAT INDONESIA

Media sosial sangat digandrungi oleh pengguna Internet di Indonesia. Sudah dijelaskan bahwa WA merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan. Tidak hanya WA, media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube juga sangat banyak penggunanya di Indonesia. Kenyataan itu mungkin didasari bahwa salah satu kultur masyarakat Indonesia adalah senang berkomunikasi dengan orang lain. Ini terbukti ketika ada aturan makan di warteg dan restoran saat PPKM Level 4 hanya boleh maksimal 20 menit maka banyak warga yang protes karena mungkin mereka tidak sempat ngobrol lagi.

Untuk mendapatkan gambaran media sosial yang paling banyak digunakan oleh penduduk dunia, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

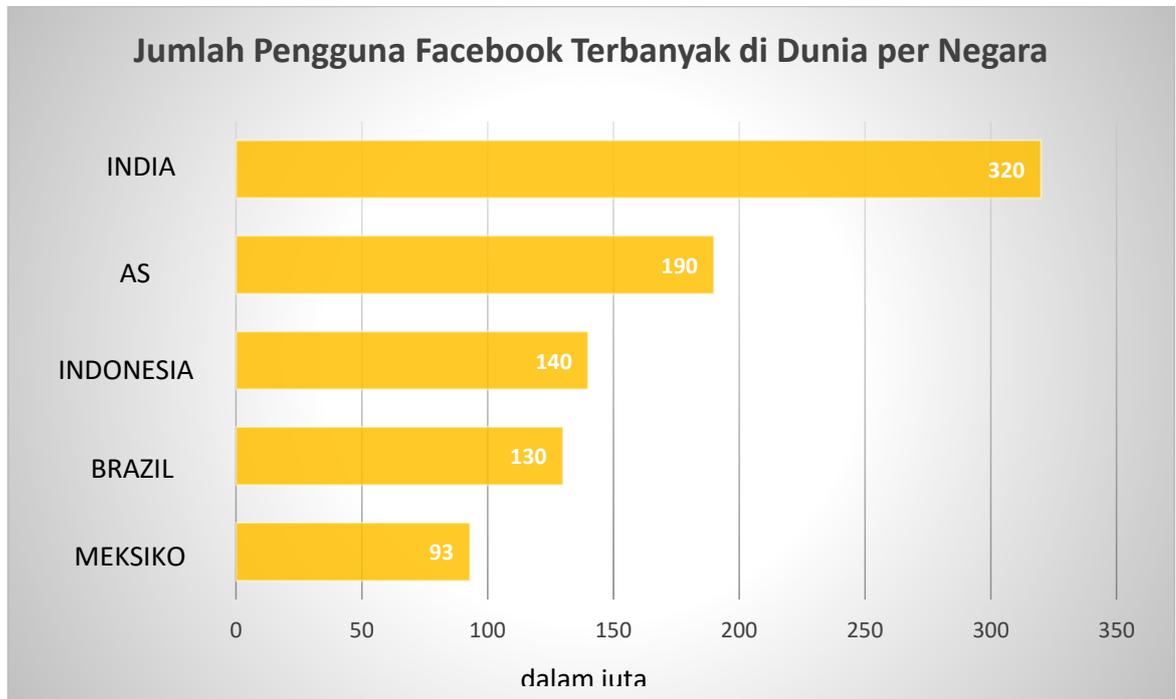


Gambar 3 Media Sosial Dengan Pengguna Aktif Terbanyak di Dunia Tahun 2021
Sumber: We Are Social (2021)

Dari bagan di atas maka media sosial yang paling populer di dunia adalah Facebook sebanyak 2,7 milyar pengguna, Youtube sebanyak 2,3 milyar pengguna, dan WA sebanyak 2 milyar pengguna. Ketiganya juga sangat populer di Indonesia ditambah dengan Instagram dan Tiktok.

Dari media sosial yang paling populer di dunia berikutnya akan ditampilkan jumlah pengguna beberapa media sosial di Indonesia dibandingkan dengan negara lain.

1. Facebook

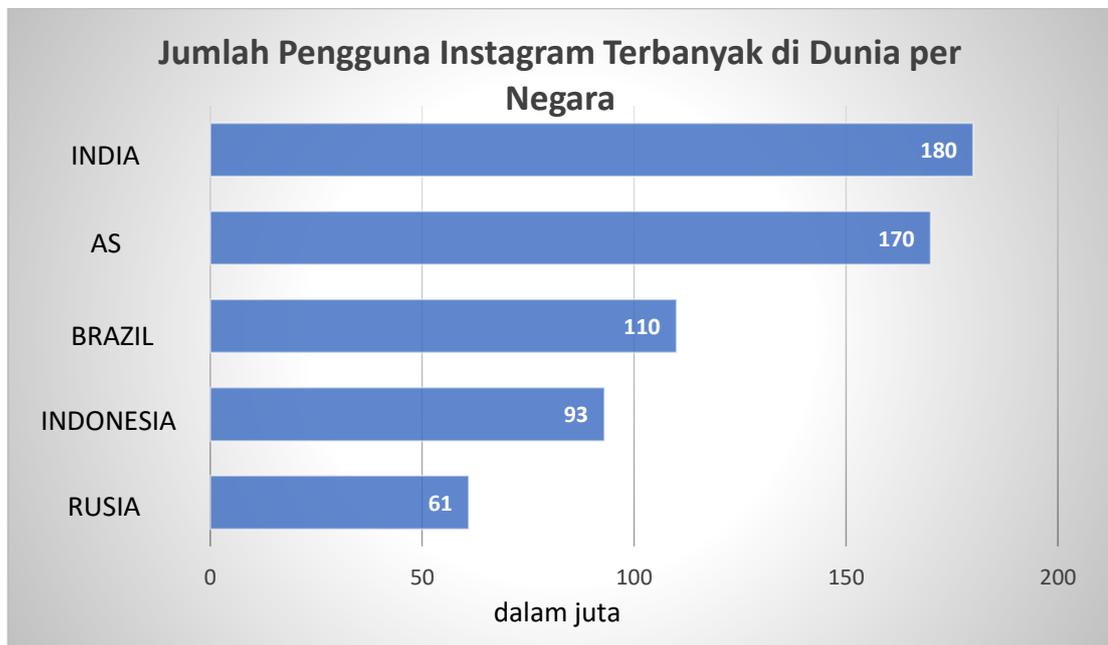


Gambar 4 Peringkat Jumlah Pengguna Facebook Terbanyak di Dunia per Negara
Sumber : Statista (2021)

2. WhatsApp

Indonesia juga disebutkan berada di peringkat 4 penggunaan aplikasi WA di seluruh dunia berdasarkan negara pada tahun 2020. Berita di Internet tersebut tidak menyebutkan data jumlah pengguna yang pasti per negara. Di seokilat.com hanya disebutkan 10 negara pengguna WA tertinggi di dunia yaitu 1) India 2) Brazil 3) Jerman 4) Indonesia 5) Rusia 6) Turki 7) Spanyol 8) Italia 9) Belanda 10) Inggris. Menurut saya wajar Indonesia berada di peringkat 4 karena jumlah pengguna *smartphone* terbanyak di dunia per negara Indonesia berada di peringkat 4 dan rasanya setiap ponsel di Indonesia memiliki aplikasi WA.

3) Instagram

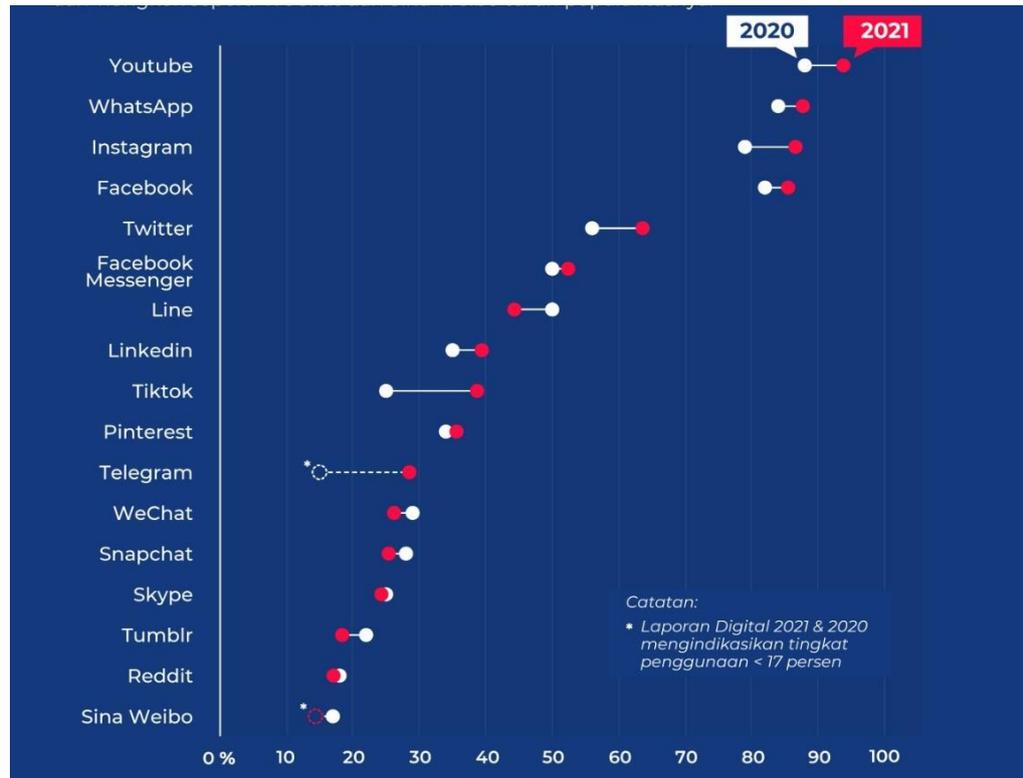


Gambar 5 Peringkat Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia per Negara
Sumber : Statista (2021)

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, terutama di kalangan dewasa muda. Dikutip dari statista.com, India merupakan negara dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia, yaitu mencapai 180 juta pengguna. Diikuti Amerika Serikat sebesar 170 juta pengguna, Brazil 110 juta pengguna, Indonesia 93 juta pengguna, dan Rusia 61 juta pengguna.

Di Facebook, WA, dan Instagram ternyata Indonesia selalu masuk dalam 4 besar terbanyak di dunia dalam hal jumlah penggunanya berdasarkan Negara. Hal tersebut kelihatannya wajar saja karena jumlah penduduk Indonesia adalah yang terbanyak nomor 4 di dunia. Jumlah pengguna aplikasi media sosial di Indonesia yang sangat banyak paling tidak menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah siap menjadi masyarakat digital

Dari berbagai media sosial yang populer di dunia maka media sosial yang paling populer di Indonesia adalah Youtube, WA, Instagram, dan Facebook. Youtube merupakan situs video berbagi sehingga netizen lebih banyak menonton videonya, bukan sebagai Youtubernya. Berikut akan disajikan gambar mengenai media sosial yang paling populer di Indonesia.



Gambar 6 Media Sosial Paling Populer di Indonesia

Sumber: Digital (2020) Digital (2021) GWI

Media sosial dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk tujuan atau maksud tertentu seperti berikut ini:

1. Sebagai media pemasaran

Dalam konteks pemasaran, media sosial dianggap sebagai platform di mana orang membangun jaringan dan berbagi informasi dan atau sentimen (Kaplan dan Haenlein, 2010). Media sosial telah menghasilkan tiga perubahan mendasar di pasar. Pertama, media sosial memungkinkan perusahaan dan pelanggan untuk terhubung dengan cara yang tidak mungkin dilakukan di masa lalu. Keterhubungan tersebut diberdayakan oleh berbagai platform, seperti situs jejaring sosial (misalnya, Facebook), situs *microblogging* (misalnya, Twitter), dan komunitas konten (misalnya, YouTube), yang memungkinkan jaringan sosial untuk membangun dari minat dan nilai bersama (Kaplan dan Haelin, 2010). Kedua, media sosial telah mengubah cara perusahaan dan pelanggan berinteraksi dan saling mempengaruhi. Interaksi sosial melibatkan "tindakan", baik melalui komunikasi atau pengamatan

pasif, yang memengaruhi pilihan dan perilaku konsumsi orang lain. Interaksi sosial seperti itu dikenal sebagai Word of Mouth atau "efek menular." (Chen et al., 2011). Ketiga, proliferasi data media sosial telah memungkinkan perusahaan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan lebih baik dan meningkatkan pengambilan keputusan dalam bisnis (Libai et al., 2010). Data media sosial, bersama dengan data digital lainnya, secara luas dicirikan oleh 3V (*volume, variety, dan velocity*), yang mengacu pada jumlah data yang sangat besar, berbagai sumber data, dan data real-time yang ekspansif. (Alharthi et al., 2017).

Pelaku bisnis di Indonesia sudah banyak yang memanfaatkan platform media sosial untuk memasarkan produk mereka. Sebagian mahasiswa bimbingan saya yang sudah memulai bisnis mengatakan bahwa Instagram menjadi pilihan favorit mereka untuk memasarkan produk yang mau mereka jual. Alasannya tampilan Instagram lebih kekinian, cocok untuk pebisnis usia muda. Tentu banyak juga pelaku bisnis yang menggunakan media sosial lain seperti Facebook yang memang menyediakan halaman untuk bisnis. Jika hadirin sering menonton Tiktok maka ada cukup banyak video singkat yang memasarkan produk tertentu. Intinya, berbagai media sosial dapat dimanfaatkan untuk tujuan bisnis yaitu memasarkan produk ke target pasar yang luas bahkan sampai ke manca negara.

2. Sebagai media interaksi dan komunikasi sosial

Aplikasi media sosial untuk tujuan bergaul atau berkomunikasi yang populer di Indonesia adalah WA, Facebook, dan Instagram, juga ada media sosial lainnya seperti Twitter, LinkedIn, Line. Media sosial yang sudah disebutkan memungkinkan penggunaannya untuk mengirim pesan, foto, gambar, video, dokumen, mencari teman lama dan teman baru, berdiskusi, curhat, dan sebagainya. Kita tidak bisa memungkiri bahwa pada dasarnya media sosial ada untuk tujuan yang baik atau positif. Ada berita di Internet misalnya, seseorang bertemu temannya yang sudah hilang jejaknya 25 tahun atau seorang anak yang dipertemukan dengan orang tua kandungnya setelah berpisah 30 tahun, semuanya berkat peran media sosial.

Pengguna media sosial di Indonesia yang totalnya sudah lebih dari seratus juta orang tentu memiliki berbagai sifat atau karakter yang sangat beragam. Disinilah

masalahnya, ada pengguna media sosial yang menggunakan media sosial dengan semaunya saja tanpa mengindahkan etika. Mulailah muncul konten-konten negatif berupa provokasi, ujaran kebencian, hinaan, pelecehan, ancaman, mengajak tawuran, pornografi, isu SARA, hoax, dan sebagainya. Konten negatif ini tentu sangat meresahkan terutama hoax yang tidak saja bisa menimbulkan keresahan tetapi juga kerusuhan. Presiden Jokowi saja yang seharusnya dihormati sering dihina atau dilecehkan di media sosial, yang menurut saya tidak pantas dilakukan oleh siapapun yang merasa sebagai warga negara Indonesia.

Indonesia telah memiliki UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang kemudian mengalami perubahan dalam UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU No. 11 tahun 2008 tentang ITE. Dalam UU tersebut terdapat pasal yang berisi ancaman hukuman bagi pelaku konten negatif di media sosial. Berdasarkan data SAFEnet tentang jumlah kasus pidana yang menjerat pelaku dengan UU ITE hingga 30 Oktober 2020 mencapai 324 kasus. Sebanyak 209 orang dijerat pasal 27 ayat 3 tentang pencemaran nama baik, 76 orang dijerat pasal 28 ayat 3 tentang ujaran kebencian dan 172 kasus dilaporkan berasal dari unggahan di media sosial. Pelaku konten negatif yang dijerat kelihatannya termasuk kategori yang dianggap berat sehingga diproses pidana. Masih banyak pelaku konten negatif lainnya yang tidak tersentuh hukum, bisa karena tidak ada pengaduan atau konten negatifnya mungkin dianggap tidak meresahkan masyarakat.

Presiden Jokowi meminta Kepolisian selektif menangani kasus dugaan pelanggaran UU No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan UU No.19 tahun 2016 (UU ITE). Kapolri Jenderal Listyo Sigit Prabowo merespon cepat dengan menerbitkan Surat Edaran (SE) Kapolri No.SE/2/11/2021 tentang Kesadaran Budaya Beretika untuk Mewujudkan Ruang Digital Indonesia yang Bersih, Sehat, dan Produktif. Polri memprioritaskan atau menekankan pendekatan *restorative justice*, penyelesaian perkara di luar pengadilan melalui proses mediasi dalam penanganan kasus dugaan pelanggaran UU ITE. Kita lihat saja apakah penyelesaian perkara model *restorative justice* dapat menangani dan mengendalikan pelanggaran terhadap UU ITE. Saya hanya bisa menyarankan hendaknya Anda bijak jika Anda adalah seorang pengguna media sosial.

Hadirin sekalian yang saya hormati.

5. PENUTUP

Berdasarkan penjelasan-penjelasan yang sudah dikemukakan sebelumnya dapat saya simpulkan bahwa masyarakat Indonesia telah siap bertransformasi menjadi masyarakat digital. Sebagian besar masyarakat telah memiliki *smartphone* untuk melakukan berbagai aktivitas yang menggunakan atau memanfaatkan Internet. Sebagian masyarakat yang lebih mampu juga telah memiliki PC dan atau laptop yang memudahkan pemiliknya dalam melakukan pekerjaan di kantor, di rumah, di kampus, di tempat umum, dan sebagainya. PC atau laptop juga akan lebih memudahkan seorang pelajar atau mahasiswa dalam mengikuti proses pembelajaran daring yang diberlakukan di Indonesia karena terjadinya wabah Covid-19.

Masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan belanja online, perbankan online, daftar online, *e-money*, belajar online, dan online lainnya, yang merupakan ciri dari masyarakat digital. Hampir semua pemilik *smartphone* di Indonesia telah memiliki aplikasi perpesanan atau pesan instan dan yang paling populer adalah WA. Masyarakat Indonesia selalu masuk empat besar dunia dalam hal jumlah pengguna Facebook, Instagram, WA berdasarkan negara. Sudah banyak pula pelaku bisnis yang sudah melakukan bisnisnya secara online termasuk jutaan UMKM di Indonesia. Selain hal positif yang sudah disebutkan maka hal yang negatif yaitu ada sebagian kecil pengguna medsos yang mengirimkan atau mengunggah konten negatif melalui berbagai aplikasi medsos. Salah satu konten negatif adalah hoax karena menyebarkan berita bohong yang dampaknya bisa berbahaya jika masyarakat sampai percaya kepada isu di hoax tersebut.

Demikianlah saya telah menyampaikan orasio Dies FISIP Unpar yang ke-60. Saya mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu dan Sdr/i yang berkenan mendengarkan orasio saya. Semoga isi dari naskah orasio ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat digital Indonesia.

REFERENSI

- Alharthi, A., Krotov, V., & Bowman, M. (2017). Addressing barriers to big data. *Business Horizon*, Vol. 60 No.3, 285-292.
- Castells, M. (2004). *The Network Society; A Cross-cultural perspective*, Edward Elgar Publishing Limited, UK.
- Chen, Y., Wang, Q., & xie, J. (2011). Online social interactions: A natural experiment on word of mouth versus observational learning. *Journal of Marketing Research*, Vol. 48 No.2, 238-254.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, Vol. 53 No.1, 59-68.
- Kotler, P., & Keller, K.L.(2012). *Marketing Management*, 14e Global edition, Pearson Education Limited, Essex, England.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15 Global edition, Pearson Education Limited, Essex, England.
- Libai, B., Bolton, R., Bugel, M. S., de Ruyter, K., Gotz, O., Risselada, H., & Stephen, A. T. (2010). Customer-to-customer interactions: Broadening the scope of word of mouth research, *Journal of Service Research*, Vol. 13 No.3, 267-282.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, The MIT Press