

Perspektif Teori Komunikasi Behaviorisme Oleh John Broadus Watson

Asyifa Khumaira¹, Fenika Gabriella², Jessica Caroline Charis³, Naniek N. Setijadi⁴

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, Indonesia

Email: asyifakhumaira97@gmail.com fenika21gaby@gmail.com

jessicacarolinecharis@gmail.com

Submitted: 03-01-2024, Reviewed: 05-01-2024, Accepted 08-01-2024

ABSTRAK

Dalam beberapa dekade terakhir, teknologi komunikasi telah mengalami kemajuan pesat yang berdampak besar pada pola konsumsi digital media dalam masyarakat modern. Penelitian ini memanfaatkan perspektif teori komunikasi behaviorisme yang dikembangkan oleh John Broadus Watson untuk menggali lebih dalam pengaruh teknologi komunikasi terhadap pola konsumsi digital media di kalangan masyarakat modern. Hasil penelitian menyoroti bahwa teknologi komunikasi memegang peran krusial dalam membentuk pola konsumsi digital media masyarakat modern. Salah satu dampak yang signifikan adalah peningkatan waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi konten digital media. Faktor pendorong utama bagi peningkatan ini adalah stimulus berupa ketersediaan konten digital yang menarik dan beragam. Selain itu, perubahan jenis konten yang dikonsumsi juga merupakan hasil dari pengaruh teknologi komunikasi. Masyarakat modern cenderung merespons stimulus berupa kebutuhan akan informasi dan pendidikan dengan mengonsumsi konten digital media yang relevan dan bermanfaat. Tidak hanya itu, penelitian ini juga mencatat peningkatan interaksi sosial melalui digital media sebagai dampak dari perkembangan teknologi komunikasi. Hal ini dapat dijelaskan sebagai respon terhadap kebutuhan masyarakat untuk tetap terhubung dengan orang lain. Dengan adanya platform digital media, interaksi sosial tidak lagi terbatas oleh batasan geografis, memungkinkan individu untuk saling berkomunikasi dan berbagi pengalaman secara virtual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa teknologi komunikasi memiliki peran sentral dalam mengubah pola konsumsi digital media masyarakat modern. Peningkatan waktu konsumsi, perubahan jenis konten, dan intensifikasi interaksi sosial melalui digital media adalah bukti nyata dampak positif dan transformatif dari perkembangan teknologi komunikasi dalam menghadapi tuntutan dan kebutuhan masyarakat modern.

Kata Kunci: *Teknologi komunikasi, pola konsumsi digital media, teori komunikasi behaviorisme*

ABSTRACT

In the last few decades, communication technology has undergone rapid advancements that significantly impact the consumption patterns of digital media in modern society. This research employs the behavioral communication theory perspective developed by John Broadus Watson to delve deeper into the influence of communication technology on the consumption patterns of digital media among modern society. The research findings highlight that communication technology plays a crucial role in shaping the consumption patterns of digital media in modern society. One notable impact is the increased time spent consuming digital media content. The primary driving factor for this increase is the stimulus provided by the availability of diverse and engaging digital content. Additionally, the shift in the types of content consumed is also a result of the influence of communication technology. Modern society tends to respond to stimuli such as the need for information and education by consuming relevant and beneficial digital media content. Furthermore, the research notes an increase in social interaction through digital media as a consequence of technological advancements in communication. This can be explained as a response to the societal need to stay connected with others. With the existence of digital media platforms, social interaction is no longer confined by geographical limitations, allowing individuals to communicate and share experiences virtually. Consequently, it can be concluded that communication technology plays a central role in transforming the consumption patterns of digital media in modern society. The increased consumption time, changes in content types, and the heightened social interaction through digital media serve as tangible evidence of the positive and transformative impact of communication technology development in meeting the demands and needs of modern society.

Keywords: Communication technology, digital media consumption patterns, behaviorism communication theory



This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah secara signifikan cara masyarakat modern berinteraksi dengan digital media. Keberadaan perangkat teknologi komunikasi yang semakin canggih dan terjangkau telah membuka pintu akses yang lebih luas bagi masyarakat untuk mengonsumsi berbagai macam konten digital. Seperti dengan kemunculan *smartphone* dan perangkat pintar lainnya telah memberikan kemudahan bagi individu untuk selalu terhubung dengan dunia digital. Dengan adanya aplikasi dan platform khusus, pengguna dapat mengakses berita, video, musik, dan konten multimedia lainnya kapan saja dan di mana saja. Ini mengubah pola konsumsi media menjadi lebih fleksibel dan personal (Firmansyah & Saepuloh, 2022).

Perkembangan teknologi komunikasi juga menciptakan ruang baru untuk kreativitas dan inovasi dalam industri media. Platform media sosial, streaming, dan layanan on-demand semakin populer, menciptakan panggung global bagi kreasi konten dan memungkinkan para kreator untuk terhubung langsung dengan audiens mereka. Pembayaran digital dan model bisnis baru juga telah muncul, memberikan peluang baru untuk monetisasi konten. Selain itu, kemajuan dalam teknologi jaringan, seperti jaringan 5G, telah meningkatkan kecepatan dan ketersediaan internet, memungkinkan transfer data yang lebih cepat dan pengalaman pengguna yang lebih mulus. Hal ini memberikan peluang baru bagi pengembang konten digital untuk menciptakan pengalaman yang lebih interaktif dan imersif, seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR).

Teori komunikasi behaviorisme oleh John Broadus Watson memberikan perspektif yang menarik dalam menganalisis pengaruh teknologi komunikasi terhadap pola kognisi digital media masyarakat modern. Teori ini menekankan pada dinamika antara stimulus dan respon dalam konteks komunikasi. Dalam hal ini, stimulus dapat diidentifikasi sebagai konten digital media yang diproduksi oleh komunikator, seperti video, artikel, atau postingan media sosial. Stimulus ini bertindak sebagai pemicu yang memicu respon dari penerima pesan atau komunikan.

Respon dalam teori behaviorisme dapat diinterpretasikan sebagai perilaku konsumsi digital media yang dilakukan oleh komunikan. Misalnya, seorang individu yang terpapar oleh konten video informatif mungkin merespon dengan melakukan tindakan klik untuk mendapatkan lebih banyak informasi atau membagikan konten tersebut kepada teman-teman mereka. Respon ini mencerminkan interaksi yang terjadi dalam proses komunikasi digital.

Penting untuk memahami bahwa teori behaviorisme tidak hanya mengamati respons individu terhadap stimulus, tetapi juga bagaimana kondisi lingkungan dan pengalaman sebelumnya memengaruhi pola perilaku. Dalam konteks teknologi komunikasi, faktor-faktor seperti desain antarmuka aplikasi, algoritma rekomendasi, dan pengalaman pengguna sebelumnya dapat memainkan peran kunci dalam membentuk respon individu terhadap konten digital media. Dengan mengadopsi kerangka teori behaviorisme, penelitian dan analisis terhadap pola konsumsi digital media dapat lebih terfokus pada pemahaman interaksi dinamis antara stimulus yang dihasilkan oleh teknologi komunikasi dan respons yang muncul dari masyarakat modern. Dengan demikian, dapat ditemukan pola-pola perilaku yang dapat membantu pengembangan strategi konten, perancangan platform, dan implementasi kebijakan yang lebih efektif dalam mengelola dampak teknologi komunikasi terhadap masyarakat modern (Fuller et al., 2021).

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori komunikasi behaviorisme

Teori komunikasi behaviorisme, yang diusung oleh John Broadus Watson, memiliki keunggulan sebagai salah satu kerangka pemikiran paling awal dan berpengaruh dalam kajian komunikasi. Dalam esensinya, teori ini menelusuri dinamika stimulus dan respon sebagai fondasi utama proses komunikasi. Stimulus, sebagai unsur pemicu, memiliki peran sentral dalam merangsang respon dari penerima pesan atau komunikan. Sementara itu, respon adalah manifestasi reaksi yang timbul dari pengaruh stimulus tersebut.

Dalam mengaplikasikan teori ini pada konteks komunikasi digital, stimulus dapat diidentifikasi sebagai berbagai bentuk konten digital media yang dihasilkan oleh komunikator. Misalnya, dalam ranah media sosial, sebuah postingan, gambar, atau video dapat berperan sebagai stimulus yang membangkitkan respons dari para pengguna. Interaksi dan reaksi yang muncul dari pengguna terhadap stimulus ini mencerminkan proses komunikasi yang terjadi dalam lingkungan digital.

Dalam hal konsumsi digital media, respon yang muncul dapat berupa serangkaian perilaku yang dilakukan oleh komunikan. Sebagai contoh, ketika seseorang terpapar oleh konten video inspiratif, responnya mungkin melibatkan tindakan seperti menyukai, mengomentari, berbagi, atau bahkan melakukan pembelian jika video tersebut berupa promosi produk. Keseluruhan rangkaian interaksi ini mencirikan bagaimana individu merespon dan berinteraksi dengan stimulus digital media yang mereka hadapi.

Penting untuk diingat bahwa teori behaviorisme juga menekankan pentingnya konteks dan pengaruh lingkungan dalam membentuk perilaku. Dalam konteks komunikasi digital, faktor seperti desain antarmuka platform, algoritma rekomendasi, dan pola konsumsi sebelumnya dapat memodulasi pengaruh stimulus dan mengarah pada berbagai respons dari komunikan. Dengan mengadopsi teori behaviorisme, penelitian terkait konsumsi digital media dapat lebih mendalam dan terarah. Analisis stimulus dan respon dalam lingkungan komunikasi digital menjadi kunci untuk memahami perubahan perilaku konsumen, mengoptimalkan strategi pemasaran digital, dan merancang pengalaman pengguna yang lebih efektif dalam era transformasi digital yang terus berlangsung.

John Broadus Watson, seorang tokoh psikolog Amerika yang memegang peranan kunci dalam mengembangkan aliran behaviorisme dalam dunia psikologi, merancang teori komunikasi yang menggambarkan proses komunikasi sebagai suatu tindakan yang dapat diamati dan diukur. Watson menawarkan perspektif yang

revolusioner dengan mengekang pandangan komunikasi yang tradisional, menggeser fokus dari aspek-aspek internal atau pikiran ke arah tingkah laku yang dapat diobservasi secara langsung. Baginya, komunikasi adalah suatu bentuk tindakan yang dapat dilihat, teraba, dan diukur, yang termanifestasi melalui berbagai ekspresi, seperti gerakan tubuh yang mungkin diartikulasikan, ekspresi wajah yang tergambar, atau bahkan kata-kata yang diucapkan.

Melalui perspektif behaviorisme, Watson mengedepankan ide bahwa komunikasi tidak hanya merupakan suatu bentuk penyampaian informasi atau ide melalui media internal seperti pikiran, tetapi lebih merupakan suatu proses eksternal yang terlihat. Dengan kata lain, komunikasi terjadi ketika individu secara aktif memberikan respons terhadap rangsangan atau stimulus yang diterima dari lingkungan atau orang lain di sekitarnya. Esensi komunikasi dalam pandangan Watson tampaknya bertumpu pada konsep respons sebagai indikator utama keberhasilan proses komunikasi. Respons ini melibatkan interaksi langsung antara stimulus dan individu, yang dapat mencakup berbagai bentuk respons, baik itu tindakan konkret, perubahan dalam ekspresi wajah, atau respons verbal yang terucap (Lin, 2009). Dengan demikian, stimulus dan respons bukanlah sekadar komponen-komponen terpisah, tetapi saling terkait dalam membentuk dinamika komunikasi yang kompleks.

Pemikiran Watson ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang cara komunikasi manusia diinterpretasikan dan dipahami. Dengan menempatkan penekanan pada aspek yang dapat diamati, teori behaviorisme membangun fondasi untuk memahami cara kita merespon, belajar, dan berinteraksi satu sama lain dalam masyarakat. Melalui tinjauan yang cermat terhadap stimulus dan respons, Watson memberikan kontribusi yang tak ternilai pada pemahaman psikologi komunikasi dan bagaimana kita memahami serta merespon dunia di sekitar. Respons ini menjadi penanda utama dari terjadinya proses komunikasi. Hal ini dapat mencakup berbagai tindakan atau reaksi yang dapat diperhatikan, membentuk pola perilaku yang menggambarkan interaksi antarindividu. Watson merinci bahwa stimulus yang tepat dan kontekstual sangat mempengaruhi respons yang dihasilkan oleh individu tersebut.

Dapat dikatakan dalam kerangka teori behaviorisme Watson, pentingnya stimulus dan respons ini menjadi pondasi utama dalam pemahaman proses komunikasi. Setiap tindakan atau kata yang diucapkan oleh individu dianggap sebagai stimulus yang dapat menciptakan efek langsung terhadap penerima pesan. Ia membayangkan suatu proses yang terukur dan dapat diamati, memisahkan diri dari pendekatan psikologi sebelumnya yang lebih mengedepankan aspek batiniah dan sulit diamati (Kazakov et al., 2020). Dengan menggarisbawahi peran stimulus dan respons dalam komunikasi, Watson tidak hanya menyajikan konsep teoritis baru dalam psikologi, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman kita tentang interaksi sosial dan komunikasi manusia. Penerapan teori behaviorisme ini dalam konteks komunikasi memberikan dasar untuk memahami bagaimana tingkah laku yang teramati dan diukur dapat membentuk dinamika hubungan antarindividu dalam masyarakat.

B. Pola konsumsi digital media masyarakat modern

Pola konsumsi digital media masyarakat modern mengalami transformasi substansial, yang terbentuk oleh laju kemajuan teknologi komunikasi yang luar biasa. Hasil penelitian menyoroti evolusi pola konsumsi ini dalam beberapa aspek utama. Seperti terlihat peningkatan signifikan dalam jumlah waktu yang dihabiskan oleh masyarakat modern untuk mengonsumsi digital media. Fenomena ini dapat ditelusuri melalui pertumbuhan eksponensial jumlah pengguna internet dan peningkatan penggunaan berbagai perangkat digital. Masyarakat modern tidak hanya menggunakan digital media sebagai sumber informasi, melainkan juga sebagai hiburan utama dan saluran utama untuk menjalin interaksi sosial. Dengan penggunaan perangkat digital yang semakin meluas, durasi waktu yang diinvestasikan dalam mengakses berbagai konten digital media terus memanasikan pertumbuhan yang pesat.

Selain menjadi wahana hiburan, digital media juga telah meraih peran penting sebagai sarana komunikasi utama. Platform media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai bentuk saluran komunikasi digital lainnya telah menjadi pilar interaksi sosial dalam masyarakat modern. Pergeseran ini mencerminkan perubahan fundamental dalam cara masyarakat berkomunikasi dan bersosialisasi. Tidak hanya itu, perkembangan ini membawa implikasi mendalam terhadap cara digital media membentuk dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap dunia di sekitar mereka. Informasi yang diakses melalui digital media tidak hanya bersifat informatif tetapi juga formatif dalam membentuk pandangan dan nilai-nilai individu.

Dalam era modern yang terus berkembang, pola konsumsi digital media bukan hanya sekadar fenomena melainkan telah menjadi ciri khas yang menandai perubahan mendasar dalam cara masyarakat berinteraksi dengan informasi dan hiburan. Digital media bukan lagi hanya dianggap sebagai penyedia informasi dan hiburan semata, melainkan telah menjelma menjadi pilar utama yang membentuk dinamika interaksi sosial dan bahkan mempengaruhi pembentukan pandangan dunia individu.

Pentingnya digital media sebagai agen pembentuk opini dan pemikiran tampak semakin besar seiring dengan pertumbuhan teknologi komunikasi yang terus berlanjut. Masyarakat modern tidak hanya menggunakan media digital sebagai alat untuk memperoleh informasi, melainkan juga sebagai wadah ekspresi dan keterlibatan dalam komunitas daring. Melalui interaksi sosial yang terjadi di berbagai platform, individu tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga berkontribusi dalam membentuk naratif dan budaya digital. Dalam konteks ini, pemahaman mendalam terhadap perubahan pola konsumsi digital media menjadi krusial dalam perancangan strategi komunikasi yang efektif. Para pengambil keputusan di dunia bisnis, pemasaran, dan media perlu memahami bagaimana masyarakat modern menyikapi dan berpartisipasi dalam ekosistem digital. Strategi komunikasi harus mampu memanfaatkan dinamika ini dengan mempertimbangkan kebutuhan, preferensi, dan ekspektasi masyarakat terkait digital media (Maulid et al., 2022).

Selain itu, terlihat perubahan signifikan dalam jenis konten yang dikonsumsi oleh masyarakat modern. Tidak lagi terbatas pada konsumsi berita dan hiburan semata, masyarakat kini merangkul berbagai jenis konten, termasuk konten edukasi, bisnis, dan sebagainya. Pergeseran ini mencerminkan kesadaran yang semakin meningkat di kalangan masyarakat akan pentingnya mendapatkan pengetahuan dan informasi yang lebih bervariasi. Strategi komunikasi yang holistik dan relevan perlu diimplementasikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang semakin beragam dan terkoneksi. Dengan cara ini, digital media bukan hanya menjadi sarana untuk mengonsumsi konten tetapi juga menjadi sarana untuk membentuk dan memperkaya pengalaman serta pemahaman masyarakat di tengah era digital yang terus berkembang.

Peningkatan interaksi sosial melalui digital media merupakan tren yang memikat perhatian dalam perubahan dinamika komunikasi masyarakat modern. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan pergeseran cara masyarakat berkomunikasi, tetapi juga menjadi cermin dari transformasi lebih luas dalam pola konsumsi digital media. Ketergantungan pada platform media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai bentuk digital media lainnya menciptakan lingkungan baru yang memungkinkan pertukaran ide, pengalaman, dan penguatan ikatan sosial di dunia maya.

Perkembangan teknologi komunikasi menjelma menjadi katalisator utama dalam evolusi pola konsumsi digital media. Peningkatan waktu konsumsi yang signifikan, diversifikasi konten yang semakin luas, dan intensifikasi interaksi sosial melalui berbagai platform digital menciptakan lanskap media yang dinamis dan terus berkembang. Individu modern tidak hanya mengonsumsi konten digital, tetapi juga aktif terlibat dalam proses pembentukan dan pembagian konten tersebut, membangun komunitas maya yang semakin kompleks dan terhubung.

Tantangan mendatang dalam konteks ini adalah pemahaman dan pengelolaan dampak positif dan negatif yang muncul dari perubahan ini. Sementara peningkatan interaksi sosial melalui digital media membawa manfaat seperti peningkatan konektivitas dan pertukaran budaya, juga dapat membawa tantangan terkait privasi, penyebaran informasi palsu, dan dampak psikologis (Zulkifli & Mohamed, 2023). Menjaga keseimbangan dan kualitas pengalaman digital masyarakat modern melibatkan upaya bersama dari berbagai pihak, termasuk penyedia platform, pembuat kebijakan, dan pengguna akhir, untuk menciptakan lingkungan yang aman, responsif, dan bermanfaat. Perubahan dalam interaksi sosial melalui digital media bukan sekadar sekumpulan tren, tetapi mencerminkan pergeseran fundamental dalam cara masyarakat berkomunikasi dan berpartisipasi dalam dunia digital yang semakin kompleks. Dengan pemahaman mendalam terhadap tren ini, kita dapat membentuk dan membimbing evolusi media digital ke arah yang lebih positif dan memberdayakan dalam mendukung kebutuhan masyarakat modern (Kwon & Silva, 2020).

METODE

Metode penelitian yang diterapkan dalam artikel ini menekankan pendekatan kualitatif, yang mendalam dan melibatkan pemahaman serta interpretasi makna dari data yang dikumpulkan. Dalam konteks ini, penelitian kualitatif dianggap sebagai metode yang paling sesuai untuk menjelajahi dan merinci kompleksitas pengaruh teknologi komunikasi terhadap pola konsumsi digital media masyarakat modern. Data yang menjadi fokus penelitian ini adalah data teks, termasuk artikel, jurnal, dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik yang dibahas. Pilihan ini dikarenakan data teks dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang pandangan, sikap, dan perilaku masyarakat terkait pengaruh teknologi komunikasi dalam konsumsi digital media.

Proses analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan metode analisis tematik. Analisis tematik adalah pendekatan sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami tema-tema utama yang muncul dalam data. Dengan metode ini, peneliti dapat menggali esensi dari berbagai teks dan mengidentifikasi pola, tren, atau makna yang mungkin muncul dari perbincangan atau literatur yang dianalisis. Penerapan analisis tematik dalam artikel ini bertujuan untuk mengungkap tema-tema utama yang terkait dengan pengaruh teknologi komunikasi terhadap konsumsi digital media masyarakat modern. Analisis ini memungkinkan peneliti untuk menyoroti pola dan tren yang mungkin mencerminkan perubahan dalam perilaku konsumsi digital media. Selain

itu, metode ini memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengorganisir dan menginterpretasikan data yang kompleks (Nabela & Rianto, 2020).

Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisis tematik, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pemahaman kita terhadap peran teknologi komunikasi dalam membentuk pola konsumsi digital media masyarakat modern. Pendekatan ini tidak hanya memungkinkan eksplorasi yang mendalam, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk menangkap nuansa dan kompleksitas pengaruh teknologi komunikasi dengan lebih baik.

TEMUAN

Peningkatan Waktu Konsumsi Digital Media

Hasil penelitian menggambarkan suatu paradigma yang mengindikasikan bahwa masyarakat modern saat ini semakin menanamkan waktu yang signifikan dalam mengonsumsi digital media. Peningkatan ini termanifestasi dalam beberapa indikator kunci, mencakup pertumbuhan jumlah pengguna internet, peningkatan penggunaan perangkat digital, dan lamanya waktu yang diinvestasikan dalam mengakses berbagai platform digital.

Data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 77,07% dari total penduduk. Angka ini mencerminkan peningkatan sebesar 2,16% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Ini menggambarkan bahwa akses internet semakin merata dan terjangkau, membuka peluang lebih besar bagi masyarakat untuk terlibat dalam konsumsi digital media.

Melanjutkan temuan sebelumnya, data dari Hootsuite dan We Are Social mengeksplorasi lebih dalam dengan menyajikan informasi tambahan yang menarik. Menurut data tersebut, rata-rata orang Indonesia dilaporkan menghabiskan waktu 8 jam 42 menit setiap hari untuk menggunakan internet, mencerminkan peningkatan sebesar 1,6% dibandingkan tahun sebelumnya. Angka ini memberikan gambaran tentang intensifikasi aktivitas online, yang dapat melibatkan berbagai aspek seperti penelusuran informasi, interaksi sosial, atau konsumsi berbagai bentuk konten digital. Berbagai faktor dapat diidentifikasi sebagai pendorong utama di balik peningkatan waktu konsumsi digital media ini. Pertama, perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih dan terjangkau memberikan kontribusi besar dengan memungkinkan akses lebih mudah dan luas terhadap berbagai platform digital. Kecepatan dan kualitas konektivitas yang semakin baik turut mendukung masyarakat dalam menjelajahi dunia digital dengan lebih lancar (Joshi et al., 2023).

Selanjutnya, keberagaman konten digital media memainkan peran sentral dalam membentuk perilaku konsumsi masyarakat modern. Ketersediaan konten yang menarik dan beragam, mulai dari berita aktual, hiburan berkelas, hingga materi pendidikan dan bisnis, memicu ketertarikan dan panggilan bagi pengguna untuk menghabiskan lebih banyak waktu dalam ranah digital. Fenomena ini tidak hanya menciptakan kesempatan untuk eksplorasi yang lebih luas tetapi juga menegaskan peran konten sebagai penggerak utama dalam memahami dinamika konsumsi digital.

Daya tarik konten yang beragam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam dan individualistik. Setiap individu dapat menemukan konten yang sesuai dengan minat, kebutuhan, dan preferensi pribadinya. Beragamnya pilihan ini tidak hanya memuaskan keinginan untuk hiburan, tetapi juga menjadi sumber pengetahuan dan inspirasi yang tak terbatas. Sebagai contoh, seseorang mungkin memilih untuk menghabiskan waktu dengan menonton konten pendidikan untuk meningkatkan keterampilan, sementara yang lain memilih hiburan untuk bersantai dan menghilangkan stres (Joske, 2020). Penting untuk diakui bahwa peningkatan waktu konsumsi digital media tidak hanya bersifat kuantitatif, tetapi juga mencerminkan evolusi kualitatif dalam interaksi masyarakat dengan teknologi digital. Perubahan ini merangkul pergeseran dalam pola perilaku, preferensi, dan cara masyarakat memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mereka. Adanya evolusi ini menandakan bahwa pengguna tidak lagi hanya menjadi penerima pasif, tetapi aktif berkontribusi dalam membentuk dan memodifikasi konten digital sesuai dengan keinginan mereka.

Seiring dengan evolusi teknologi yang terus berlanjut dan semakin beragamnya konten digital, mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika kompleks ini menjadi semakin penting. Merancang strategi yang relevan dalam menghadapi era konsumsi digital yang terus berkembang memerlukan kecerdasan dalam memahami tren, preferensi, dan kebutuhan konsumen. Inilah tantangan utama yang dihadapi oleh perusahaan, pembuat konten, dan pemangku kepentingan lainnya, yang harus terus beradaptasi untuk memberikan pengalaman digital yang tidak hanya memenuhi harapan tetapi juga mendukung perubahan positif dalam kehidupan masyarakat modern (Geber & Hefner, 2019).

Perubahan gaya hidup yang semakin individualistik dan konsumtif juga turut berkontribusi pada peningkatan waktu konsumsi digital media. Masyarakat modern cenderung mencari kepuasan instan dan personal melalui pengalaman digital, memperkuat tren konsumsi digital media yang terus berkembang. Dalam mencari kemudahan dan kecepatan, individu lebih memilih untuk terlibat dalam aktivitas online untuk memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan interaksi sosial (Vraga et al., 2021). Namun, penting untuk diakui bahwa sementara peningkatan waktu konsumsi digital media membuka peluang baru, hal ini juga menimbulkan pertanyaan dan tantangan serius.

Dampaknya terhadap keseimbangan hidup, kesehatan mental, dan dinamika sosial masyarakat merupakan aspek-aspek yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Sebagai fokus penelitian lebih lanjut, akan menjadi penting untuk terus menggali nuansa kompleks ini dan merancang pendekatan yang seimbang dalam memahami serta mengelola pola konsumsi digital media di tengah masyarakat yang terus berubah ini (Farina, 2014).

Dengan begitu, pengembangan strategi yang responsif dan berkelanjutan menjadi krusial. Melibatkan pemangku kepentingan dalam dialog terbuka, mendengarkan umpan balik konsumen, dan mengadaptasi praktik-praktik terbaik yang memprioritaskan keseimbangan antara konsumsi digital dan kesejahteraan masyarakat merupakan langkah-langkah kunci dalam menghadapi dinamika perubahan ini.

Perubahan Jenis Konten yang Dikonsumsi

Hasil penelitian tidak hanya mengungkapkan peningkatan waktu konsumsi digital media, namun juga menggambarkan perubahan signifikan dalam ragam konten yang diminati oleh masyarakat modern. Tidak terbatas pada konten berita dan hiburan, masyarakat kini semakin mengakrabi konten edukasi, bisnis, dan berbagai jenis informasi lainnya. Fenomena ini mencerminkan bahwa kesadaran akan pentingnya pendidikan dan informasi semakin meluas di kalangan masyarakat modern.

Peningkatan konsumsi konten edukasi ini dapat dijelaskan oleh sejumlah faktor yang saling terkait. Pertama, perkembangan dunia pendidikan yang semakin kompetitif mendorong masyarakat untuk mencari sumber pengetahuan tambahan di luar lingkungan formal. Konten edukasi digital memberikan alternatif yang fleksibel dan terjangkau untuk memperoleh informasi dan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan individu. Selain itu, kebutuhan masyarakat untuk terus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan juga menjadi pendorong utama. Dalam era di mana perubahan teknologi dan pasar kerja terjadi begitu cepat, individu merasa perlu untuk terus belajar dan mengikuti perkembangan terkini. Konsumsi konten edukasi menjadi sarana yang efektif untuk memenuhi kebutuhan ini, memungkinkan individu untuk mengembangkan diri tanpa harus meninggalkan kenyamanan rumah (Ruthven, 2022).

Kemudahan akses terhadap konten edukasi digital merupakan faktor lain yang mendukung tren ini. Platform online, kursus daring, webinar, dan sumber daya digital lainnya memberikan akses yang lebih mudah dan terbuka bagi masyarakat untuk mengakses informasi pendidikan (Firman Kurniawan, 2021). Dengan demikian, individu dapat memilih materi pembelajaran yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, menjadikan proses pembelajaran lebih personal dan berorientasi pada pilihan individu. Peningkatan konsumsi konten edukasi dalam digital media mencerminkan pergeseran paradigma masyarakat modern yang semakin menghargai dan menyadari pentingnya pendidikan dan informasi. Dengan teknologi sebagai sarana, masyarakat memiliki akses lebih besar dan lebih fleksibel untuk memenuhi kebutuhan belajar mereka, menciptakan lingkungan di mana pengetahuan dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja.

Peningkatan Interaksi Sosial Melalui Digital Media

Hasil penelitian menyoroti tidak hanya peningkatan waktu konsumsi digital media, tetapi juga pergeseran signifikan dalam pola interaksi sosial masyarakat modern. Digital media, khususnya melalui media sosial dan aplikasi pesan instan, telah menjadi wadah utama bagi individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan orang lain, menggantikan atau melengkapi interaksi langsung di dunia fisik.

Data dari *We Are Social* memberikan gambaran lebih rinci tentang fenomena ini, dengan mencatat bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 212,5 juta orang. Peningkatan yang signifikan sebesar 10,3% dari tahun sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran sentral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia (Adegboyega, 2020). Peningkatan interaksi sosial melalui digital media dapat dijelaskan oleh beberapa faktor yang saling terkait. Pertama-tama, perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih memberikan sarana yang lebih efisien dan menarik bagi individu untuk tetap terhubung. Aplikasi pesan instan yang cepat, platform media sosial yang dinamis, dan kemampuan berbagi konten secara real-time menciptakan pengalaman berkomunikasi yang lebih mendalam dan mendekati interaksi tatap muka (Sakti & Nainggolan, 2023).

Perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin individualistik juga turut berkontribusi pada peningkatan interaksi sosial melalui digital media. Individu cenderung mencari kenyamanan dan kecepatan dalam berkomunikasi, serta memiliki kontrol lebih besar atas konten yang mereka bagikan dan konsumsi. Media sosial memberikan wadah untuk mengekspresikan identitas diri, minat, dan pandangan secara lebih bebas dan terbuka. Dengan demikian, peningkatan interaksi sosial melalui digital media tidak hanya mencerminkan evolusi teknologi, tetapi juga refleksi dari kebutuhan sosial dan perubahan gaya hidup masyarakat modern. Dalam merespons tren ini, penting bagi perusahaan teknologi dan pembuat kebijakan untuk memahami kompleksitasnya dan memastikan bahwa penggunaan digital media terus mendukung kesehatan hubungan sosial dan kesejahteraan individu.

BAHASAN

Hasil penelitian menggambarkan pandangan yang jelas mengenai dampak teknologi komunikasi terhadap pola konsumsi digital media di kalangan masyarakat modern. Dalam konteks ini, teori komunikasi behaviorisme karya John Broadus Watson memberikan landasan teoritis yang sangat relevan dan informatif.

Teori komunikasi behaviorisme menekankan peran fundamental dari stimulus dan respon dalam proses komunikasi. Dalam konteks konsumsi digital media, stimulus diwakili oleh konten digital media yang diproduksi oleh komunikator, sementara respon mencakup beragam perilaku konsumsi digital media yang diperlihatkan oleh komunikan (Ulfa & Purnamaningsih, 2022). Sudut pandang ini memberikan sebuah kerangka kerja yang memungkinkan kita memahami bagaimana interaksi dengan konten digital media dapat memberikan dampak yang signifikan pada pola perilaku konsumsi masyarakat modern. Dalam hal ini stimulus melibatkan berbagai bentuk konten digital media, seperti artikel, video, dan postingan media sosial. Kemajuan teknologi komunikasi memberikan kontribusi besar terhadap keberagaman dan ketersediaan konten ini. Sementara itu, respon masyarakat terwujud dalam berbagai tindakan konsumsi, termasuk peningkatan waktu yang dihabiskan untuk mengonsumsi digital media, perubahan jenis konten yang dikonsumsi, dan peningkatan interaksi sosial melalui platform digital.

Peningkatan waktu konsumsi digital media mencerminkan dinamika kompleks dalam respons masyarakat terhadap stimulus konten yang semakin beragam dan menarik. Konten-konten digital media, mencakup berita, hiburan, dan edukasi, berperan sebagai stimulus yang merangsang minat dan keterlibatan masyarakat. Keberagaman ini memberikan daya tarik yang kuat, mendorong individu untuk menghabiskan lebih banyak waktu dalam dunia digital (Suwana et al., 2020).

Perubahan dalam jenis konten yang dikonsumsi menggambarkan adaptasi masyarakat terhadap kebutuhan akan informasi dan pendidikan. Kesadaran akan pentingnya informasi mendorong pergeseran preferensi konsumsi menuju konten yang lebih edukatif dan informatif. Respons ini dapat dilihat sebagai upaya masyarakat untuk memenuhi kebutuhan kognitif mereka melalui interaksi dengan konten yang memberikan nilai pengetahuan dan wawasan yang lebih mendalam. Peningkatan interaksi sosial melalui digital media muncul sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat untuk tetap terhubung, seiring dengan perubahan gaya hidup yang semakin individualistik dan konsumtif. Dalam paradigma behaviorisme, interaksi sosial di platform media sosial dan aplikasi pesan instan menjadi bentuk respons terhadap stimulus sosial yang menciptakan rasa keterhubungan di tengah individualisme yang tumbuh.

KESIMPULAN

Dalam kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa teknologi komunikasi telah membentuk suatu paradigma yang signifikan dalam pola konsumsi digital media di masyarakat modern. Temuan penelitian menyoroti tiga aspek utama: peningkatan waktu konsumsi digital media, perubahan jenis konten yang dikonsumsi, dan lonjakan interaksi sosial melalui digital media.

Kini peningkatan waktu konsumsi digital media tercermin dari pertumbuhan jumlah pengguna internet, peningkatan penggunaan perangkat digital, dan investasi waktu yang semakin lama dalam mengakses berbagai platform digital. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia, mencapai 77,07% pada tahun 2023. Faktor-faktor seperti perkembangan teknologi komunikasi yang terjangkau turut memainkan peran utama dalam membentuk pola konsumsi ini. Selanjutnya, terdapat perubahan yang signifikan dalam jenis konten yang dikonsumsi oleh masyarakat modern. Mereka tidak hanya mengonsumsi berita dan hiburan, tetapi juga konten edukasi, bisnis, dan lainnya. Fenomena ini mencerminkan pergeseran kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan dan informasi. Faktor pendukungnya mencakup perkembangan dunia pendidikan yang kompetitif, kebutuhan akan peningkatan keterampilan dan pengetahuan, serta kemudahan akses terhadap konten edukasi digital.

Peningkatan interaksi sosial melalui digital media juga merupakan hasil signifikan dari evolusi pola konsumsi. Platform media sosial dan aplikasi pesan instan menjadi wadah utama bagi individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi. Perkembangan teknologi komunikasi yang canggih dan kebutuhan masyarakat untuk tetap terhubung menjadi pendorong utama. Perubahan gaya hidup yang individualistik juga turut berkontribusi pada intensifikasi interaksi sosial melalui media digital. Dalam konteks teori komunikasi behaviorisme, pola konsumsi digital media masyarakat modern dapat dipahami sebagai respons terhadap stimulus berupa konten digital media. Peningkatan waktu konsumsi, perubahan jenis konten, dan intensifikasi interaksi sosial dapat diartikan sebagai respon masyarakat terhadap rangsangan yang semakin beragam dan menarik. Namun, di tengah semua peluang dan perubahan positif, perlu diakui bahwa peningkatan waktu konsumsi digital media juga membawa dampak dan tantangan serius. Dampak terhadap keseimbangan hidup, kesehatan mental, dan dinamika sosial perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Oleh karena itu, perusahaan, pembuat konten, dan pemangku kepentingan lainnya perlu terus beradaptasi dan merancang strategi yang seimbang untuk mendukung perkembangan konsumsi digital yang berkelanjutan dan positif di tengah masyarakat yang terus berubah.

REFERENSI

- Adegboyega, L. O. (2020). Influence of Social Media on the Social Behavior of Students as Viewed by Primary School Teachers in Kwara State, Nigeria. *Mimbar Sekolah Dasar*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.17509/mimbar-sd.v7i1.23479>
- Alam, A., Cho, N., & Kim, K. S. (2018). The role of news media literacy in predicting news personalization and news engagement. *EWAH Journal of Social Science Research*, 34, 73–109. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract/43171590>
- Amazeen, M. A., & Bucy, E. P. (2019). Conferring resistance to digital disinformation: The inoculating influence of procedural news knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 63(3), 415–432. doi:10.1080/08838151.2019.1653101.
- Farina, A. (2014). Communication Theories. *Soundscape Ecology*, 63–105. https://doi.org/10.1007/978-94-007-7374-5_4
- Firman Kurniawan, Y. A. S. (2021). The Dynamics Transformation Of Living Media Consumption In The Digital Era (Shifting Preferences Study From Mediated Media Editors To Unmediated Media Editors And To Mediated Media Editors). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 201–211. <https://doi.org/10.35326/medialog.v4i1.1032>
- Firmansyah, D., & Saepuloh, D. (2022). Social Learning Theory: Cognitive and Behavioral Approaches. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(3), 297–324. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/jiph/index>
- Fuller, M., Kamans, E., van Vuuren, M., Wolfensberger, M., & de Jong, M. D. T. (2021). Conceptualizing Empathy Competence: A Professional Communication Perspective. *Journal of Business and Technical Communication*, 35(3), 333–368. <https://doi.org/10.1177/10506519211001125>
- Geber, S., & Hefner, D. (2019). Social norms as communicative phenomena: A communication perspective on the theory of normative social behavior. *Studies in Communication and Media*, 8(1), 6–28. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2019-1-6>
- Joshi, A., Das, S., & Sekar, S. (2023). How Big Five Personality Traits affect Information and Communication Technology Use: A Meta-Analysis. *Australasian Journal of Information Systems*, 27, 1–39. <https://doi.org/10.3127/ajis.v27i0.3985>
- Joske, W. D. (2020). Basic of Learning Theory (Behaviorism, Cognitivism, Constructivism and humanism). *International Journal of Asian Education*, Vol.1(June 2020), 37–42. <https://media.neliti.com/media/publications/319060-basic-of-learning-theory-behaviorism-cog-05a8f817.pdf>
- Kazakov, S., Ruiz-Alba, J. L., & Muñoz, M. M. (2020). The impact of information and communication technology and internal market orientation blending on organisational performance in small and medium enterprises. *European Journal of Management and Business Economics*, 30(2), 129–151. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-04-2020-0068>
- Kwon, H. R., & Silva, E. A. (2020). Mapping the Landscape of Behavioral Theories: Systematic Literature Review. *Journal of Planning Literature*, 35(2), 161–179. <https://doi.org/10.1177/0885412219881135>
- Lin, C. A. (2009). Effects of the internet. In *Media Effects: Advances in Theory and Research*. <https://doi.org/10.4324/9780203877111-32>
- Maulid, D. L., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2022). The Impact of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions. In *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)* (Vol. 657, Issue November 2021). <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.045>
- Miller, A. C. (2019, May 3). Viral misinformation: Rise of “anti-vaxxer” movement requires news literacy inoculation. *USA TODAY*. Retrieved from <https://www.usatoday.com/story/opinion/2019/05/03/measles-spread-viral-anti-vaxxer-misinformation-internet-literacy-news-column/3650914002/>
- Nabela, H. R., & Rianto, P. (2020). The Use of New Media Technology in Families and Its Impact on Intimacy. *Asian Journal of Media and Communication*, 4(2), 87–98. <https://doi.org/10.20885/asjmc.vol4.iss2.art3>
- Ruthven, I. (2022). An information behavior theory of transitions. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 73(4), 579–593. <https://doi.org/10.1002/asi.24588>
- Sakti, R. E., & Nainggolan, B. (2023). Understanding the Role of Social Media Toward Satisfaction of Government in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 12(1). <https://doi.org/10.7454/jkmi.v12i1.1185>
- Suwana, F., Pramiyanti, A., Mayangsari, I., Nuraeni, R., & Firdaus, Y. (2020). Penggunaan Media Digital Generasi Z Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(3), 327–340.
- Ulfa, M., & Purnamaningsih, I. R. (2022). Innovation of Learning Media Through Information and Communication Technology in the Revolution Era 4.0. *PROJECT : Professional Journal of English Education*, 5(4), 885–890.
- Vraga, E. K., Tully, M., Maksl, A., Craft, S., & Ashley, S. (2021). Theorizing News Literacy Behaviors. *Communication Theory*, 31(1), 1–21. <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa005>
- Zulkifli, N. S., & Mohamed, N. F. (2023). The Relationship between Internet Addiction, Mental Health and Suicidal Behavior among Undergraduate Students in Malaysia. *Psychosophia: Journal of Psychology, Religion, and Humanity*, 5(1), 46–52. <https://doi.org/10.32923/psc.v5i1.2551>