

Menemukan Makna Komunikasi di Era Teknologi: Perspektif Teori Heidegger, Logos, dan Kebenaran

Rezha Ribka Kaunang

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan, Jakarta, Indonesia
01689230032@student.uph.edu

ABSTRACT

Heidegger's thinking about Logos and truth shifts the focus from the traditional static view to a more dynamic and processual view. By emphasizing the role of language in revealing truth, Heidegger provides a new perspective on how we understand and experience reality. The aim of this research is to describe in detail how to find the meaning of communication in the technological era as viewed from the perspective of Heidegger's Theory, Logos and Truth. This research method applies Systematic Literature Review (SLR) using PRISMA guidelines. The research results show that Heidegger's logos theory provides a critical view of modern communication phenomena, especially in the context of social media, online news and instant communication. Logos, which Heidegger understood as the basis of human understanding and rationality, risks being reduced to a mere technical tool in the digital environment. Communication that occurs on these platforms often loses depth and nuance, replaced by information fragmentation and algorithmic interests that prioritize hype and user engagement over truth and deep understanding.

Keywords: communication, technology, Heidegger's logos theory

ABSTRAK

Pemikiran Heidegger tentang Logos dan kebenaran menggeser fokus dari pandangan tradisional yang statis ke pandangan yang lebih dinamis dan prosesusual. Dengan menekankan peran bahasa dalam pengungkapan kebenaran, Heidegger memberikan perspektif baru tentang bagaimana kita memahami dan mengalami realitas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan secara rinci dalam menemukan makna komunikasi di era teknologi yang ditinjau dari perspektif Teori Heidegger, Logos, dan Kebenaran. Metode penelitian ini menerapkan *Systematic Literature Review (SLR)* dengan menggunakan panduan PRISMA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori logos Heidegger memberikan pandangan kritis terhadap fenomena komunikasi modern, terutama dalam konteks media sosial, berita online, dan komunikasi instan. Logos, yang oleh Heidegger dipahami sebagai dasar pemahaman dan rasionalitas manusia, berisiko direduksi menjadi sekadar alat teknis dalam lingkungan digital. Komunikasi yang terjadi di platform-platform ini sering kali kehilangan kedalaman dan nuansa, digantikan oleh fragmentasi informasi dan kepentingan algoritmik yang mengutamakan sensasi dan keterlibatan pengguna di atas kebenaran dan pemahaman yang mendalam.

Kata kunci: komunikasi, teknologi, teori logos Heidegger

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, atau pesan dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi yang efektif memerlukan penyampaian yang jelas dan pemahaman yang tepat antara komunikator dan komunikan. Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan manusia. Weekly dalam (Wijaya, 2024) menjelaskan secara etimologi (bahasa), kata “komunikasi” berasal dari bahasa Inggris “communication” memunyai kata dari bahasa latin “communicare”.

Namun, Rogers dan D. Lawrence Kincaid (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih menghasilkan atau bertukar informasi satu sama lain, yang menghasilkan pemahaman yang lebih baik satu sama lain.

Proses ini dapat terjadi melalui berbagai saluran, seperti verbal (bahasa lisan dan tulisan), nonverbal (gerakan tubuh, ekspresi wajah), dan media digital. Selain itu, komunikasi juga dapat melibatkan umpan balik, di mana komunikan memberikan respon terhadap informasi yang diterima, sehingga terjadi pertukaran informasi yang dua arah.

Perkembangan teknologi, khususnya teknologi digital dan internet, telah membawa perubahan signifikan dalam makna dan cara komunikasi. Perubahan ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, budaya, dan personal. Cross menjelaskan Jenis fitur dan teknologi yang dapat digunakan pengguna akan terus berubah karena perkembangan ini. Ini membuat media sosial lebih hipernym daripada hanya mengikuti berbagai konsep atau penggunaan. Teknologi telah memungkinkan komunikasi berlangsung secara real-time dan instan. Dengan email, pesan instan, dan media sosial, informasi dapat dikirim dan diterima dalam hitungan detik di seluruh dunia.

Teknologi memungkinkan komunikasi asinkron, di mana pesan dapat dikirim dan dibaca pada waktu yang berbeda. Email dan pesan teks adalah contoh dari komunikasi asinkron yang memberikan fleksibilitas waktu, berbeda dengan komunikasi sinkron seperti panggilan telepon atau tatap muka. Hal ini mengubah cara kita berinteraksi, bekerja, dan mengakses informasi, menjadikan dunia lebih terhubung. Komunikasi kini bersifat global. Teknologi memungkinkan orang dari berbagai belahan dunia untuk berkomunikasi tanpa hambatan

geografis. Tentu ini dapat memperluas jangkauan interaksi sosial dan budaya, serta memungkinkan kolaborasi internasional dalam berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, dan penelitian. Komunikasi tidak lagi terbatas pada teks.

Teknologi memungkinkan penggunaan berbagai media seperti gambar, video, audio, dan animasi. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok mengintegrasikan multimedia, menjadikan komunikasi lebih dinamis dan menarik. Interaktivitas juga meningkat dengan adanya fitur komentar, likes, dan sharing. Teknologi memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan disesuaikan. Algoritma di media sosial dan platform digital lainnya mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi pengguna, membuat pengalaman komunikasi lebih relevan namun juga menciptakan echo chambers, di mana orang hanya terpapar pada pandangan yang serupa dengan mereka.

Internet sangat mungkin menjadi kecanduan, bahkan tanpa disadari. Di era teknologi, identitas digital memainkan peran penting. Orang dapat berkomunikasi secara anonim atau menggunakan identitas virtual. Ini membuka peluang untuk kebebasan berekspresi tetapi juga menimbulkan tantangan terkait privasi, keamanan, dan tanggung jawab. Perubahan dalam cara kita berkomunikasi juga memerlukan literasi digital dan kompetensi teknologi. Kemampuan untuk menggunakan perangkat digital, memahami etika komunikasi online, dan menjaga keamanan siber menjadi keterampilan yang penting di era teknologi. Teknologi mengubah norma dan etika komunikasi. Contoh seperti netiket (etika berinternet) menjadi penting dalam mengatur perilaku online. Norma sosial tentang privasi, keaslian informasi, dan interaksi online terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi.

Fenomena baru, kecanduan media sosial, muncul sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan komunikasi. Komunikasi di era teknologi mengalami transformasi besar dalam hal kecepatan, skala, media, dan cara interaksi. Teknologi telah membuat komunikasi lebih cepat, lebih luas, lebih interaktif, dan lebih personal, sambil menghadirkan tantangan baru terkait privasi, etika, dan literasi digital. Pemahaman dan adaptasi terhadap perubahan ini menjadi kunci untuk memanfaatkan teknologi secara efektif dalam komunikasi.

Menurut Martin Heidegger, komunikasi bukan sekadar proses pengiriman informasi dari satu orang ke orang lain, tetapi lebih merupakan suatu eksistensi bersama di dunia. Heidegger menekankan bahwa komunikasi adalah cara di mana manusia mengungkapkan dirinya dan berpartisipasi dalam keberadaan bersama dengan orang lain. Dalam pandangan Heidegger, komunikasi melibatkan "pernyataan" (discourse), yang merupakan cara utama di mana Dasein (istilah Heidegger untuk keberadaan manusia) memahami dirinya sendiri dan dunianya. Bagi Heidegger, komunikasi bukan hanya tentang pertukaran pesan, tetapi juga tentang mengungkapkan dan mengartikan makna dari keberadaan bersama. Ini melibatkan proses "menyatakan" (articulating) dan "menyingkapkan" (disclosing) pengalaman hidup dalam konteks interaksi sosial. Secara esensial, Heidegger melihat komunikasi sebagai fenomena ontologis yang mendasar bagi manusia, bukan sekadar fenomena linguistik atau psikologis. Ini mencerminkan bagaimana individu terlibat secara eksistensial dengan dunia dan dengan orang lain.

Martin Heidegger, seorang filsuf Jerman terkenal, memiliki pemikiran yang mendalam tentang konsep "Logos" dan "Kebenaran". Heidegger menginterpretasikan "Logos" dalam konteks etimologi dan filosofis Yunani. Dalam filsafat klasik, "Logos" sering diartikan sebagai "kata", "rasio", atau "alasan". Namun, Heidegger memperluas maknanya dengan menekankan bahwa "Logos" juga berarti "pengungkapan" atau "penampakan". Bagi Heidegger, Logos bukan hanya sekadar kata atau diskursus, tetapi cara di mana segala sesuatu menjadi terbuka dan terlihat. Ini terkait dengan pemahaman bahwa bahasa tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membuka dunia dan memperlihatkan realitas. Menurut Hatab dalam Simonigar (2023), Bahasa adalah tempat manusia dapat tinggal, berkomunikasi, dan terbuka kepada dunia.

Heidegger mengkaji ulang konsep kebenaran melalui istilah Yunani kuno "Aletheia", yang berarti "ketaktersembunyian" atau "pengungkapan". Berbeda dengan pemahaman tradisional tentang kebenaran sebagai korespondensi antara pernyataan dan realitas (teori korespondensi kebenaran), Heidegger melihat kebenaran sebagai proses pengungkapan atau penampakan. Dalam pandangannya, kebenaran adalah ketika sesuatu muncul dari ketersembunyiannya dan menjadi hadir di hadapan kita. Heidegger menyatukan konsep Logos dan Aletheia untuk menunjukkan bahwa bahasa (Logos) adalah sarana utama melalui mana kebenaran (Aletheia) terungkap. Ketika kita berbicara atau berpikir, kita tidak hanya menggambarkan dunia, tetapi juga menyingkapnya, membuat aspek-aspek realitas yang sebelumnya tersembunyi menjadi terlihat dan dapat diakses. Dengan demikian, kebenaran adalah sebuah proses dinamis yang berlangsung melalui bahasa dan pengungkapan.

Dalam karya-karyanya seperti "Being and Time" (Sein und Zeit), Heidegger mengeksplorasi bagaimana eksistensi manusia (Dasein) terlibat dalam proses pengungkapan ini. Dia berpendapat bahwa pemahaman kita tentang keberadaan dunia dan diri kita sendiri adalah hasil dari pengungkapan berkelanjutan melalui interaksi kita dengan dunia, yang dimediasi oleh bahasa. Pemikiran Heidegger tentang Logos dan kebenaran menggeser fokus dari pandangan tradisional yang statis ke pandangan yang lebih dinamis dan prosedural. Dengan menekankan peran bahasa dalam pengungkapan kebenaran, Heidegger memberikan perspektif baru tentang bagaimana kita

memahami dan mengalami realitas. Bahasa adalah lebih dari sekadar alat untuk mengungkapkan semua aspek keberadaan manusia. Bahasa bukan hanya bagian dari kehidupan manusia; itu hidup di dalamnya dan mengungkapkan dunia manusia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menerapkan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan menggunakan panduan PRISMA, yang merupakan pendekatan sistematis dan transparan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis penelitian yang relevan dengan topik tertentu. Dalam hal ini, topiknya adalah makna komunikasi di era teknologi dalam perspektif Teori Heidegger, Logos, dan Kebenaran. PRISMA, atau *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*, menyediakan pedoman untuk memastikan bahwa tinjauan literatur dilakukan dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Proses pengumpulan data dimulai dengan menyusun strategi pencarian literatur yang komprehensif di berbagai *database* seperti Scopus dan Google Scholar, menggunakan kata kunci yang relevan untuk menemukan studi yang sesuai. Dengan mengikuti panduan PRISMA, penelitian *systematic literature review* menjadi lebih teratur, transparan, dan dapat diandalkan, sehingga meningkatkan kualitas dan kredibilitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pemikiran Martin Heidegger, "Logos" memainkan peran penting dalam komunikasi, yang melampaui sekadar transfer informasi. Heidegger melihat "Logos" sebagai pengungkapan, di mana melalui bahasa, realitas terungkap dan menjadi dapat diakses. "Logos" memungkinkan kita mengungkapkan dan membuat terlihat apa yang sebelumnya tersembunyi. Dalam konteks komunikasi, ini berarti bahwa ketika kita berbicara atau mendengarkan, kita tidak hanya bertukar kata-kata tetapi juga membuka dunia tertentu. Misalnya, ketika seseorang menceritakan pengalaman mereka, mereka tidak hanya memberikan informasi tetapi juga mengungkapkan cara pandang tertentu terhadap dunia yang bisa diterima atau dialami oleh pendengar.

Melalui "Logos", kita memberikan makna kepada dunia di sekitar kita. Bahasa tidak hanya merefleksikan realitas tetapi juga membentuknya. Dalam komunikasi, penggunaan bahasa membantu membangun persepsi, pemahaman, dan makna kolektif. Misalnya, dalam percakapan, pilihan kata dan narasi yang digunakan oleh pembicara mempengaruhi bagaimana pendengar memahami dan menafsirkan realitas yang dibicarakan. "Logos" menciptakan jembatan antara individu yang berkomunikasi, memungkinkan mereka berbagi pengalaman dan pemahaman. Dalam interaksi sosial, bahasa memungkinkan individu untuk saling mengerti dan berhubungan pada tingkat yang lebih dalam. Bahasa adalah kemampuan yang dapat diakses oleh semua orang, termasuk diri mereka sendiri. Menurut Heidegger (1996), bahasa adalah eksistensi manusia. Hal ini penting dalam pembentukan hubungan, kerja sama, dan komunitas. Bahasa sebagai "logos" membantu orang memahami dan menyadari satu sama lain.

Heidegger menekankan bahwa komunikasi melalui "Logos" adalah proses dinamis. Bahasa dan percakapan terus-menerus membuka aspek-aspek baru dari pengalaman kita. Setiap tindakan komunikasi adalah sebuah kesempatan untuk mengungkapkan lebih banyak tentang diri kita dan dunia kita, serta memperluas wawasan dan perspektif. "Logos" dalam komunikasi juga berkaitan dengan eksistensi kita sebagai manusia. Heidegger percaya bahwa melalui bahasa, kita menyatakan keberadaan kita dan memahami diri kita sendiri. Percakapan bukan hanya alat untuk pertukaran informasi tetapi juga cara kita memahami dan menegaskan eksistensi kita di dunia ini. Hal ini adalah cara unik bagi setiap orang untuk berbicara dengan diri mereka sendiri, berpikir, dan mempersiapkan keberadaannya. Bahasa, menurut Heidegger, bukan hanya kata-kata, tetapi pra-kata yang membedakan setiap orang dan menjadi karakteristik unik yang hanya dimiliki oleh manusia.

Mengintegrasikan pemikiran Martin Heidegger dengan tantangan teknologi saat ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang dampak teknologi pada eksistensi manusia dan makna komunikasi. Heidegger, dalam karyanya "The Question Concerning Technology" (*Die Frage nach der Technik*), menawarkan analisis filosofis yang relevan dengan konteks teknologi modern. Heidegger mengajukan konsep "Gestell" atau "enframing" untuk menggambarkan bagaimana teknologi mempengaruhi cara kita melihat dan berinteraksi dengan dunia. Teknologi cenderung mengubah segala sesuatu menjadi sumber daya yang dapat dioptimalkan dan digunakan. Tantangan modern seperti eksploitasi sumber daya alam, pengabaian etika, dan objektifikasi manusia dapat dilihat sebagai manifestasi dari "enframing". Teknologi cenderung mengurangi dunia menjadi kumpulan sumber daya, termasuk manusia yang diperlakukan sebagai komponen yang dapat diukur dan dimanipulasi.

Heidegger menekankan pentingnya "Dasein" atau keberadaan yang autentik. Di era teknologi, manusia sering kali terjebak dalam rutinitas dan pola konsumsi yang didikte oleh teknologi, yang dapat mengaburkan makna dan merusak autentisitas eksistensi. Penggunaan media sosial, misalnya, sering kali mempromosikan versi ideal diri yang tidak autentik dan menimbulkan kecemasan serta perasaan keterasingan. Menurut Heidegger, teknologi tidak hanya mengungkapkan dunia tetapi juga dapat menyembunyikannya. Teknologi modern sering menyajikan informasi dalam bentuk yang sangat terstruktur dan terkontrol, yang dapat membatasi cara kita

memahami kebenaran. Misalnya, algoritma media sosial yang menentukan apa yang kita lihat dapat membentuk persepsi kita tentang dunia dengan cara yang tidak sepenuhnya transparan.

Heidegger melihat bahasa sebagai cara fundamental di mana dunia diungkapkan. Namun, teknologi telah mengubah cara kita menggunakan bahasa. Komunikasi digital sering kali singkat, terfragmentasi, dan kurang mendalam dibandingkan komunikasi tatap muka. Menurut McLuhan (David Holmes, 2012: 382), orang-orang di masyarakat media menemukan diri mereka dalam dunia yang tertutup dan virtual.

Tantangan ini dapat dilihat dalam konteks Heideggerian sebagai pengurangan potensi bahasa untuk mengungkapkan keberadaan secara penuh. Heidegger mendorong refleksi mendalam tentang teknologi dan keberadaan kita. Dalam menghadapi tantangan teknologi modern, penting untuk mengembangkan kesadaran kritis tentang bagaimana teknologi mempengaruhi kehidupan kita. Pendidikan tentang literasi digital dan etika teknologi dapat membantu individu menjadi lebih sadar akan dampak teknologi dan menggunakannya secara lebih bijaksana.

Heidegger tidak sepenuhnya menolak teknologi tetapi mengajak kita untuk menemukan hubungan yang lebih otentik dengannya. Ini berarti mencari cara untuk menggunakan teknologi yang menghormati keberadaan dan esensi manusia. Misalnya, desain teknologi yang berpusat pada manusia (*human-centered design*) dapat membantu menciptakan alat dan platform yang mendukung kesejahteraan dan autentisitas. Salah satu contoh nyata tentang bagaimana teknologi telah mengubah komunikasi adalah fenomena media sosial, terutama platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Situs web pengguna media sosial yang paling populer seperti WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, dan Tiktok, antara lain, telah menunjukkan bahwa orang-orang, komunitas, dan lembaga telah berinteraksi secara online untuk berkomunikasi dan terlibat dengan orang lain.

Cara kita berinteraksi dengan media sosial telah berubah., berbagi informasi, dan membentuk identitas kita. Namun, fenomena ini juga menimbulkan beberapa masalah, seperti ketergantungan pada validasi eksternal, penyebaran informasi yang dangkal, dan polarisasi sosial. Dapat dilihat dari contoh kasus yang banyak terjadi belakangan ini yakni banyaknya pengguna media sosial mengejar "likes", "comments", dan "shares" sebagai indikator penerimaan sosial dan kesuksesan. Hal ini sering kali mendorong orang untuk membagikan konten yang mungkin tidak sepenuhnya autentik atau mencerminkan kehidupan mereka yang sebenarnya, demi mendapatkan lebih banyak perhatian dan validasi.

Pengguna sering kali mempresentasikan versi ideal diri mereka, yang berbeda dari kenyataan. Ketergantungan pada validasi eksternal dapat menyebabkan kecemasan, stres, dan ketidakpuasan dengan diri sendiri. Algoritma media sosial cenderung memperkuat pandangan yang sama, menciptakan "echo chambers" dan memperparah polarisasi. Kepercayaan diri adalah dasar manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Seseorang memerlukan kebebasan berpikir dan berperasaan untuk tumbuh menjadi manusia yang percaya diri.

Heidegger menekankan pentingnya "Dasein" atau eksistensi yang autentik. Dalam konteks media sosial, ini berarti mendorong pengguna untuk berbagi konten yang lebih autentik dan reflektif dari pengalaman nyata mereka, daripada memprioritaskan citra yang sempurna. Heidegger memperingatkan terhadap "enframing", di mana teknologi mengubah cara kita melihat dunia dan diri kita sebagai sumber daya. Kesadaran akan kecenderungan ini bisa membantu kita menggunakan media sosial dengan cara yang lebih bijaksana, tidak sekadar sebagai alat untuk mendapatkan validasi, tetapi sebagai sarana untuk membangun hubungan yang bermakna dan meningkatkan pemahaman diri dan orang lain.

Heidegger mendorong refleksi kritis tentang teknologi. Pengguna media sosial bisa secara berkala merenungkan dampak penggunaan media sosial terhadap kehidupan mereka dan menyesuaikan kebiasaan mereka untuk meminimalkan dampak negative. Sindrom mengahbiskan ditandai dengan perilaku komplusif dan tidak tertarik pada kegiatan lainnya, dan menghabiskan banyak waktu menggunakan internet dan tidak dapat mengontrol penggunaannya (Young, Pittsner, O'Mara, & Buchanan). Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menetapkan batasan tentang berapa lama Anda menggunakan media sosial, sehingga Anda tidak menjadi kecanduan dan membantu Anda menjaga keseimbangan dalam kehidupan Anda.

Kemudian memfokuskan pada kualitas interaksi, seperti percakapan mendalam dan dukungan nyata, daripada sekadar pengumpulan "likes" atau "followers". Bahasa memengaruhi interaksi di Instagram. Penggunaan hashtag yang bijak, komentar yang responsif, dan caption yang cerdas dapat meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperluas jangkauan konten.

Mengikuti pemikiran Heidegger tentang kehadiran fisik, pengguna dapat berusaha untuk lebih sering berinteraksi secara langsung, yang memungkinkan komunikasi yang lebih penuh dan bermakna. Pertemuan tatap muka membantu memperkuat hubungan sosial yang lebih autentik dan mendalam. Banyak orang dan komunitas mulai menerapkan "digital detox", mengurangi atau menghilangkan penggunaan media sosial untuk periode tertentu, guna merefleksikan dampak teknologi pada kehidupan mereka dan membangun kembali hubungan dunia nyata. Pengembangan dan penggunaan platform media sosial yang lebih etis dan mendukung kesejahteraan penggunaannya, seperti yang tidak menggunakan algoritma manipulatif untuk meningkatkan keterlibatan.

Diperlukan pula program pendidikan dan kampanye kesadaran yang mengajarkan literasi digital, etika penggunaan media sosial, dan pentingnya keseimbangan antara kehidupan online dan offline.

KESIMPULAN

Peran "Logos" dalam komunikasi menurut Heidegger adalah mendalam dan transformatif. Ini melibatkan pengungkapan dunia, pemberian makna, membangun interkoneksi, dan eksplorasi pengalaman serta eksistensi. Bahasa sebagai "Logos" memungkinkan kita tidak hanya untuk berkomunikasi tetapi juga untuk memahami dan mengalami realitas dengan cara yang lebih kaya dan bermakna.

Pemikiran Heidegger tentang teknologi menawarkan kerangka kerja kritis untuk memahami dan menanggapi tantangan yang muncul di era teknologi modern. Dengan mempertimbangkan konsep-konsep seperti "enframing", autentisitas, dan pengungkapan kebenaran, kita dapat mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak teknologi dan mencari cara yang lebih bijaksana dan manusiawi untuk berinteraksi dengannya. Refleksi kritis dan kesadaran mendalam tentang hubungan kita dengan teknologi dapat membantu kita menavigasi tantangan era digital dengan cara yang lebih berarti dan autentik.

Dalam konteks fenomena modern seperti media sosial, berita online, dan komunikasi instan, kita bisa melihat beberapa dinamika yang relevan dengan pemikiran Heidegger. Platform seperti Facebook dan Twitter sering kali menekankan keterbukaan dan berbagi informasi secara instan. Namun, ini juga bisa mengarah pada distorsi dan manipulasi, di mana kebenaran menjadi terselubung di balik informasi yang berlimpah dan tidak selalu dapat diverifikasi. Kecepatan penyebaran berita online sering kali mengorbankan kedalaman dan akurasi. Berita cepat bisa menyembunyikan kebenaran yang lebih mendalam di balik permukaan informasi yang dangkal. Aplikasi seperti WhatsApp dan Telegram memfasilitasi komunikasi cepat, namun sering kali menghilangkan konteks dan nuansa yang diperlukan untuk pemahaman yang penuh.

Dengan menerapkan pemikiran Heidegger, kita dapat memahami bahwa media sosial, berita online, dan komunikasi instan berpotensi menghambat proses pengungkapan kebenaran yang mendalam (aletheia) dan mereduksi logos menjadi sekadar alat teknis. Ini menuntut kita untuk lebih kritis dan reflektif dalam penggunaan teknologi, mencari cara untuk menjaga kedalaman dan keaslian dalam interaksi kita dengan dunia dan sesama manusia. Dalam menghadapi era informasi ini, penting bagi kita untuk mempertimbangkan bagaimana kita dapat menggunakan teknologi secara bijak, menjaga integritas kebenaran, dan tetap terhubung dengan dimensi eksistensial dari keberadaan kita.

Teori logos Heidegger memberikan pandangan kritis terhadap fenomena komunikasi modern, terutama dalam konteks media sosial, berita online, dan komunikasi instan. Logos, yang oleh Heidegger dipahami sebagai dasar pemahaman dan rasionalitas manusia, berisiko direduksi menjadi sekadar alat teknis dalam lingkungan digital. Komunikasi yang terjadi di platform-platform ini sering kali kehilangan kedalaman dan nuansa, digantikan oleh fragmentasi informasi dan kepentingan algoritmik yang mengutamakan sensasi dan keterlibatan pengguna di atas kebenaran dan pemahaman yang mendalam.

Implikasi pertama dari teori ini adalah bahwa komunikasi digital dapat mengaburkan kebenaran. Dalam pencarian cepat akan informasi dan keterlibatan sosial, banyak konten yang tersebar tanpa verifikasi mendalam, mengakibatkan penyebaran misinformasi dan disinformasi. Ini bertentangan dengan konsep aletheia Heidegger, di mana kebenaran harusnya merupakan proses pengungkapan yang jujur dan autentik. Kehilangan konteks dan penekanan pada kecepatan dan kuantitas informasi menghambat proses pengungkapan yang sejati.

Kedua, teori logos Heidegger mengingatkan kita bahwa teknologi dapat mereduksi bahasa dan komunikasi menjadi mekanis. Komunikasi instan dan berita online sering kali menghilangkan elemen-elemen kritis seperti refleksi dan dialog yang mendalam. Akibatnya, interaksi manusia menjadi dangkal dan transaksional, mengurangi kesempatan untuk pemahaman yang lebih mendalam dan otentik tentang diri kita dan dunia sekitar.

Ketiga, dalam konteks eksistensial, teori logos Heidegger menekankan pentingnya keterlibatan otentik dengan keberadaan. Media sosial dan komunikasi instan sering kali mendorong keterlibatan superfisial yang tidak memadai untuk memenuhi kebutuhan eksistensial kita akan pemahaman yang lebih mendalam dan bermakna. Dengan demikian, kita perlu merenungkan cara-cara untuk menjaga integritas dan kedalaman dalam komunikasi kita, mencari keseimbangan antara kemudahan teknologi dan keaslian eksistensial yang diadvokasi oleh Heidegger.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayub, M. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan dan Konseling*, 7(1).
- Azizah, E., & Baharuddin, F. (2021). Hubungan antara fear of missing out (fomo) dengan kecanduan media sosial instagram pada remaja. *Humanistik*'45, 9(1), 15-25.
- Holmes, David. (2012). Teori Komunikasi media, teknologi dan masyarakat. Yogyakarta: Pustaka belajar.
- Latifah, L., & Ngalimun, N. (2023). Pemulihan Pendidikan Pasca Pandemi Melalui Transformasi Digital Dengan Pendekatan Manajemen Pendidikan Islam Di Era Society 5.0. *Jurnal Terapung: Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 41-50.

- Putikadyanto, A. P. A., Adriana, I., & Efendi, A. N. (2021, December). Presentation culture in the digital age: online identity representation on social media. In *International Congress of Indonesian Linguistics Society (KIMLI 2021)* (pp. 45-49). Atlantis Press.
- Simonigar, J., & Sitorus, F. K. (2023). Martin Heidegger dalam Seni Membuat Caption Social Media Marketing. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(3), 785-789.
- Stefani, J., & Cruz, N. O. da. (2019). Understanding and Language in Heidegger: Ex-sistence, Ontological Openness and Hermeneutics. *Bakhtiniana: Revista de Estudos Do Discurso*, 14(2), 112–127.
- Triandini, E., Jayanatha, S., Indrawan, A., Werla Putra, G., & Iswara, B. (2019). Systematic Literature Review Method for Identifying Platforms and Methods for Information System Development in Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 1(2), 63
- Wijaya, D. S., Febriana, S. D., & Pradana, B. C. S. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Rebranding Grande Garden Café. *RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi (e-ISSN: 2807-6818)*, 4(01), 1-6.