

Dampak Media Sosial Dalam Perubahan Ekonomi Di Tengah Masyarakat

Nobel A. Tampubolon

Institut Agama Kristen Negeri Tarutung

Email : nobeladryanto@gmail.com

Abstract. *The impact of social media on economic changes in society can be seen from various aspects. Social media has had a significant impact especially in consumer behavior, marketing and business interactions. Apart from that, social media also influences people's social and economic behavior patterns, such as adapting to new habits, communication patterns, and creating a digital entrepreneurial ecosystem. Social media also has positive impacts, such as making interaction easier, expanding reach, and obtaining information at lower costs. However, there are also negative impacts, such as decreased face-to-face interaction, potential for addiction, conflict, and privacy issues. The use of social media has also initiated changes in social and economic behavior, for example in the case of farmers switching to the agrotourism sector due to social media activities, as well as influencing the presence of agrotourism and collaboration with outside parties. Thus, it can be concluded that social media has a significant role in shaping social and economic change in society, both in positive and negative terms.*

Keywords: *Media Social, Ekonomi, Society*

Abstrak. Dampak media sosial terhadap perubahan ekonomi di tengah masyarakat dapat dilihat dari berbagai aspek. Media sosial telah memberikan dampak signifikan terutama dalam perilaku konsumen, pemasaran, dan interaksi bisnis. Selain itu, media sosial juga mempengaruhi pola perilaku sosial dan ekonomi masyarakat, seperti adaptasi terhadap kebiasaan baru, pola komunikasi, dan penciptaan ekosistem kewirausahaan digital. Media sosial juga memiliki dampak positif, seperti memudahkan interaksi, memperluas jangkauan, dan memperoleh informasi dengan biaya yang lebih murah. Namun, terdapat juga dampak negatif, seperti menurunnya interaksi tatap muka, potensi kecanduan, konflik, dan masalah privasi. Penggunaan media sosial juga telah menginisiasi perubahan perilaku sosial dan ekonomi, misalnya dalam kasus petani yang beralih ke sektor agrowisata akibat aktivitas sosial media, serta mempengaruhi kehadiran agrowisata dan kerjasama dengan pihak luar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perubahan sosial dan ekonomi masyarakat, baik dari segi positif maupun negatif.

Kata Kunci: Media Sosial, Ekonomi, Masyarakat

PENDAHULUAN

Dalam konteks ini, media sosial terbagi menjadi kelompok privat dan publik. Tergolong media sosial privat, media sosial seperti WhatsApp banyak digunakan dalam aktivitas masyarakat sehari-hari, terutama sebagai sarana komunikasi. Hal ini terlihat dari cara masyarakat berkomunikasi yang sebagian besar menggunakan media sosial. Tidak hanya pada media sosial kategori private, media sosial publik seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube dan Tiktok juga banyak digunakan sebagai saluran komunikasi alternatif. Dengan demikian, keberadaan media sosial sangat mempengaruhi cara masyarakat Indonesia berkomunikasi. Selain itu, media sosial merupakan salah satu bentuk komunikasi alternatif bagi warga (Thompson, 2020). Di beberapa daerah, media sosial bahkan bisa dijadikan salah satu alternatif penunjang pelayanan publik (Arianto, 2022). Dengan demikian, kehadiran media sosial juga mempengaruhi cara berkomunikasi sehingga mengubah perilaku masyarakat. Dengan kata lain, media sosial bisa digunakan sebagai sarana penghidupan sendiri maupun

berkelompok. Faktanya, media sosial banyak digunakan untuk mengadukan masalah pribadi maupun pertemanan. Hal ini terlihat dari perubahan perilaku masyarakat yang sebagian besar dipengaruhi oleh berfungsinya media sosial. Salah satunya adalah keinginan memanfaatkan media sosial untuk menunjukkan eksistensinya. Dengan demikian, sangat jelas terlihat bahwa media sosial telah menjadi saluran perubahan di seluruh aspek kehidupan sipil (Lim, 2013). Faktanya, media sosial telah mendorong warga untuk menciptakan semacam komunitas digital yang lebih luas di kalangan warga (Literat et al., 2018).¹

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data menggunakan metode kualitatif yaitu studi pustaka, yang dilakukan dengan cara mempelajari referensi-referensi buku, artikel, dan browsing internet. Penelitian dengan metode kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang sedalam-dalamnya dengan cara pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula, yang menunjukkan pentingnya kedalaman dan detail suatu data yang diteliti. Pengumpulan data dalam tulisan ini dengan memanfaatkan daftar dapat lebih mendukung objek penelitian.

Pembahasan

Pengertian dan Sejarah Media Sosial

Media sosial merupakan suatu platform online yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan di seluruh dunia. Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari banyak orang, memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi dan pertukaran informasi. Bentuk media sosial yang paling umum, seperti blog, memberikan individu platform untuk menyampaikan pemikiran, pengalaman, dan pengetahuan secara pribadi. Jejaring sosial memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan rekan kerja, sambil membagikan momen kehidupan sehari-hari. Wiki, dengan sifat kolaboratifnya, memberikan kemampuan untuk berkontribusi bersama-sama dalam menciptakan dan menyunting konten.

¹ B Arianto, "Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Pandeglang," *Journal of Digital Business and Innovation ...* 1, no. 2 (2022): 147–167, <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdbim/article/view/50506%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdbim/article/download/50506/41430>.

Pendapat lain menyatakan bahwa media sosial adalah media online yang mendukung komunikasi sosial, menggunakan teknologi jaringan untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Ini menyoroti aspek komunikatif dan interaktif dari media sosial, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berperan aktif dalam menghasilkan konten dan merespons konten orang lain. Peran media sosial dalam membentuk opini publik, menyebarkan informasi, dan menciptakan komunitas virtual sangat signifikan. Meskipun memberikan keuntungan dalam keterhubungan global dan pertukaran ide, media sosial juga memiliki tantangan terkait privasi, disinformasi, dan pengaruh sosial yang perlu dikelola dengan bijaksana. Oleh karena itu, pemahaman yang matang tentang cara menggunakan dan berinteraksi dengan media sosial adalah kunci untuk memanfaatkannya secara positif dalam era digital ini.²

etin Board System (BBS), sebuah platform yang mengumumkan pertemuan dan informasi yang berbeda. Ini menjadi komunitas virtual pertama dalam sejarah. Selain itu, Pada tahun 1979, kemunculan UserNet membuat masyarakat menggunakan komunikasi buletin virtual, artikel. Saat itu, media sosial hanya digunakan untuk berbagi atau belum ada jaringan pertemanan virtual. Jaringan pertemanan virtual baru bermunculan Pada tahun 1997 dengan enam derajat pelayanan. Platform ini memungkinkannya penggunanya membuat profil dan daftar teman. Pada tahun 1999, blogger mulai bermunculan dan Jurnal Langsung. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk berbagi tulisan dan berkomunikasi melalui blog dan majalah Anda. Jejaring sosial mulai berkembang pesat pada tahun 2002, ketika ia lahir seorang teman Platform ini memungkinkan pengguna untuk membuat profil dan jaringan praktis dengan orang-orang di seluruh dunia. Friendster kemudian menjadi populer di kalangan anak muda waktu Pada tahun 2004, lahirlah sebuah program media sosial yang begitu fenomenal Saat ini adalah Facebook. Setelah itu, aplikasi media sosial seperti Twitter, Instagram, Google, dan lainnya. Kesuksesan ini telah dimulai jejaring sosial lain dengan spesifikasi berbeda, seperti MySpace untuk musik dan LinkedIn untuk bisnis atau pekerjaan. Banyak aplikasi dari waktu ke waktu yang terus bertambah sehingga menyulitkan masyarakat untuk terhindar dari jebakan tersebut media sosial. Faktanya, sehari tanpa media sosial membuat banyak orang merasa hampa. Sebab, media sosial sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat saat ini. Media sosial bahkan telah mempengaruhi perilaku, hubungan sosial, dan kesehatan cara berpikir kita.³

² A Rafiq, "327205602" (2015): 18–29.

³ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial," *Introduction to High Performance Computing for Scientists and Engineers x* (2021): 194–210.

Ada beberapa jenis media sosial berikut:

- A. Bookmark adalah alat untuk berbagi alamat email dengan minat yang sama objek yang menarik.
- B) Content sharing adalah website berbagi konten dimana masyarakat membuat berbagai media dan diungkapkan kepada orang lain.
- C. Wiki merupakan media sosial yang sering memberikan segala informasi pengunjungnya Website sendiri dan masyarakat dapat mengubah informasi jika dirasa tidak benar dan tidak lengkap
- D. Flickr adalah situs milik Yahoo yang mengkhususkan diri dalam berbagi gambar kontributor dari seluruh dunia yang merupakan pakar fotografi.
- E. Jejaring sosial merupakan suatu kegiatan yang memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia tempat-tempat tertentu untuk membangun hubungan antar manusia.
- f) Membuat pernyataan merupakan media sosial untuk menyampaikan pendapat kepada orang lain Di dalam dunia Puntoad (2011:34).

Dampak Media Sosial bagi Ekonomi

Dampak positif media sosial dari sudut pandang bisnis dapat meningkatkan keuntungan penjualan produk, meningkatkan kredibilitas perusahaan atau organisasi dan dapat menciptakan kerjasama bisnis yang luas. Namun ada juga dampak negatifnya seperti promosi produk penyebaran berita atau informasi yang tidak pantas/palsu, palsu, yang menyebabkan persaingan tidak sehat.⁴

Pengertian Ekonomi

Menurut istilah, kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani kuno yakni *ikos* yang artinya keluarga, rumah tangga serta *nomos* ialah peraturan. Secara etimologi atau secara bahasa ekonomi ialah aturan rumah tangga atau manajemen rumah tangga. Ekonomi adalah ilmu sosial yang mempelajari cara manusia menggunakan sumber daya terbatas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka yang tidak terbatas. Disiplin ini melibatkan analisis tentang bagaimana masyarakat, individu, dan organisasi mengelola sumber daya yang terbatas untuk menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan, serta mendistribusikan hasilnya.

⁴ Fina Puspa Effendi and Dinie Anggraeni Dewi, "Generasi Milenial Berpancasila Di Media Sosial," *Journal Civics & Social Studies* 5, no. 1 (2021): 116–124.

Prinsip Dasar Ekonomi:

Sumber Daya Terbatas: Ekonomi, sebagai ilmu sosial yang mendalami perilaku manusia dalam mengelola sumber daya terbatas, menyoroti kenyataan bahwa waktu, uang, tanah, dan tenaga kerja adalah sumber daya yang tidak tak terbatas. Keterbatasan ini membentuk landasan filosofi ekonomi, di mana manusia harus menghadapi realitas kelangkaan dan mengambil keputusan bijaksana untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya yang terbatas tersebut.

Dalam konteks ini, konsep kelangkaan menjadi pilar utama yang mengarahkan setiap aspek kehidupan ekonomi. Waktu yang terbatas mendorong individu dan organisasi untuk membuat keputusan bijaksana dalam alokasi sumber daya, menentukan prioritas, dan merencanakan tindakan dengan mempertimbangkan dampak jangka pendek dan jangka panjang. Kelangkaan uang menciptakan disiplin pengeluaran, mengharuskan manusia untuk membuat pilihan yang memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sejalan dengan kapasitas finansial yang dimiliki.

Pentingnya tanah sebagai sumber daya yang terbatas mencuat dalam konteks pemanfaatan lahan untuk kegiatan pertanian, perumahan, dan industri. Keputusan mengenai penggunaan tanah mempengaruhi ketahanan pangan, perkembangan perkotaan, dan keseimbangan lingkungan. Begitu pula dengan tenaga kerja yang menjadi kekuatan penggerak produksi dan layanan. Dalam mengelola sumber daya manusia, pilihan bijaksana melibatkan aspek-aspek seperti pelatihan, pengembangan, dan perencanaan karier untuk memastikan efisiensi dan produktivitas optimal. Adapun konsep pengambilan keputusan ekonomi yang bijaksana melibatkan pertimbangan matang terhadap kebutuhan mendesak dan keinginan jangka panjang. Individu, dalam kesehariannya, harus memilih di antara alternatif yang terbatas, mengutamakan yang esensial, dan menilai dampak keputusan terhadap kehidupan mereka secara keseluruhan. Hal ini berimplikasi pada konsep efisiensi ekonomi, di mana pemanfaatan sumber daya harus seoptimal mungkin tanpa pemborosan.

Dalam lingkup lebih luas, keterbatasan sumber daya juga menciptakan dinamika dalam perekonomian global. Persaingan untuk sumber daya antar negara memunculkan pertimbangan geopolitik dan strategi ekonomi nasional. Keterlibatan pemerintah dalam merancang kebijakan ekonomi menjadi kunci untuk mencapai keseimbangan antara penggunaan sumber daya dan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap realitas kelangkaan sumber daya dan pengambilan keputusan ekonomi yang bijaksana

merupakan fondasi bagi pembentukan masyarakat yang efisien, berkelanjutan, dan mampu mengatasi tantangan dalam menghadapi keterbatasan sumber daya.

Pilihan dan Keterbatasan: Keterbatasan sumber daya menciptakan kebutuhan untuk membuat pilihan. Individu dan masyarakat harus memilih di antara alternatif yang ada, memprioritaskan kebutuhan dan keinginan berdasarkan tingkat urgensi dan manfaat.⁵

Tujuan dan Keinginan: Tujuan ekonomi yang melibatkan pemenuhan keinginan dan kebutuhan manusia menjadi titik sentral dalam pembentukan dan pengelolaan sistem ekonomi. Selain memastikan pemenuhan kebutuhan dasar seperti pangan, pakaian, dan tempat tinggal, ekonomi juga mencakup berbagai keinginan yang lebih kompleks dan berkembang seiring waktu.

Kebutuhan dasar menciptakan dasar bagi kesejahteraan manusia. Pemenuhan kebutuhan pangan memastikan ketersediaan nutrisi yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kehidupan sehari-hari. Pengadaan pakaian dan tempat tinggal memberikan keamanan dan kenyamanan yang esensial bagi kehidupan manusia. Tujuan ekonomi pada tingkat dasar adalah untuk memastikan setiap individu memiliki akses terhadap kebutuhan ini.

Bidang Studi dalam Ekonomi:

Mikroekonomi: Mempelajari perilaku ekonomi dari sudut pandang individu, rumah tangga, atau perusahaan. Fokusnya termasuk penawaran dan permintaan, harga, dan alokasi sumber daya di tingkat kecil.⁶

Makroekonomi: Memeriksa ekonomi sebagai suatu kesatuan dan mempertimbangkan aspek besar seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, inflasi, dan kebijakan moneter dan fiskal yang diterapkan oleh pemerintah.

Sistem Ekonomi:

Ekonomi Pasar: Keputusan ekonomi yang terjadi di dalam suatu masyarakat seringkali dipengaruhi oleh mekanisme pasar, yang menciptakan suatu sistem di mana interaksi penawaran dan permintaan menjadi penentu utama dalam alokasi sumber daya. Mekanisme ini dikenal sebagai pasar bebas, di mana harga dan kuantitas barang dan jasa ditentukan oleh dinamika pasar yang berkembang melalui tindakan konsumen dan produsen.

Dalam pasar bebas, penawaran mencerminkan sejauh mana produsen bersedia menawarkan barang atau jasa tertentu pada berbagai tingkat harga, sementara permintaan

⁵ Sundoro Tanuwidjaja and I Putu Ayub Darmawan, "Bisnis Dalam Perspektif Iman Kristen," *THRONOS: Jurnal Teologi Kristen* 1, no. 2 (2020): 86–98.

⁶ Rusmiati Rusmiati, "Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa MA AL FATTAH Sumbermulyo," *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Ekonomi* 1, no. 1 (2017): 21–36.

mencerminkan sejauh mana konsumen bersedia membayar untuk barang atau jasa tersebut pada tingkat harga tertentu. Interaksi antara penawaran dan permintaan di pasar menciptakan suatu titik keseimbangan di mana harga dan kuantitas berada pada tingkat yang memaksimalkan kebahagiaan konsumen dan keuntungan produsen.

Ekonomi Komando: Pemerintah memiliki kendali penuh atas pengambilan keputusan ekonomi, mengatur produksi, distribusi, dan konsumsi. Ekonomi Campuran: Kombinasi dari ekonomi pasar dan ekonomi komando, di mana ada campur tangan pemerintah dalam beberapa aspek tetapi juga memberikan kebebasan bagi pasar.⁷

Pentingnya Ekonomi:

Ekonomi memainkan peran sentral dalam membentuk kebijakan publik, memberikan panduan bagi perusahaan, dan memahami dinamika perubahan ekonomi. Pemahaman yang baik tentang prinsip ekonomi membantu individu dan organisasi membuat keputusan yang cerdas dan berkelanjutan.

Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (online), perekonomian mempunyai beberapa arti, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengetahui prinsip-prinsip produksi, distribusi dan penggunaan barang dan kekayaan seperti keuangan, industri, dan bisnis.
- 2) Penggunaan uang, tenaga, waktu yang berharga dan sebagainya.
- 3) Sistem perekonomian negara.
- 4) Keuangan rumah tangga, organisasi atau negara.

Ekonom Paul A. Samuelson (2003), Ekonomi adalah metode yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang menggunakan sumber daya yang terbatas untuk mencapai keserbagunaan barang dan produk yang berbeda dan distribusinya dalam konsumsi masyarakat. Berdasarkan beberapa definisi ekonomi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Ekonomi adalah aturan-aturan yang mengatur urusan keuangan di suatu negara individu atau kelompok orang untuk menggunakan sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan.⁸

Dampak media sosial terhadap perubahan ekonomi di tengah masyarakat

Dampak media sosial terhadap perubahan ekonomi di tengah masyarakat sangat mencolok dan luas. Media sosial telah mengubah paradigma tradisional dalam dunia bisnis dengan memfasilitasi interaksi antara pelaku ekonomi dan konsumen. Pemasaran melalui

⁷ Dhaniswara K Harjono, "Konsep Pembangunan Hukum Dan Perannya Terhadap Sistem Ekonomi Pasar," *Jurnal Hukum* 18, no. 4 (2011): 564–584.

⁸ M. R. Sholihin, W. Arianto, and D. F. Khasanah, "Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia," *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember* (2018): 149–160.

platform media sosial menjadi sangat efektif, memungkinkan bisnis mencapai audiens global tanpa biaya iklan yang signifikan.⁹ Selain itu, model bisnis berbagi semakin berkembang, memanfaatkan konektivitas sosial untuk menghubungkan penyedia jasa dengan konsumen secara efisien. Fenomena ini menciptakan peluang ekonomi baru dan merubah cara kita menggunakan dan membagi sumber daya.

Pekerjaan fleksibel juga menjadi kenyataan berkat media sosial. Platform pekerjaan online memungkinkan freelancer dan pekerja lepas menjual keterampilan mereka secara mandiri, mempromosikan fleksibilitas dalam pilihan karier. Di samping itu, media sosial menjadi alat utama dalam personal branding dan kewirausahaan. Individu dapat memanfaatkan platform ini untuk membangun merek pribadi, memasarkan produk atau ide mereka, dan menciptakan bisnis yang mandiri.¹⁰

Dalam konteks pendidikan dan pelatihan, media sosial menjadi sumber daya berharga. LinkedIn Learning dan platform e-learning lainnya memberikan akses mudah untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan. Hal ini membantu masyarakat untuk memperbaiki kualifikasi mereka dan meningkatkan daya saing di pasar kerja. Selain itu, media sosial memainkan peran dalam memengaruhi opini publik, memanifestasikan kekuatan besar dalam membentuk tren konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.¹¹

Perubahan model bisnis tradisional juga terjadi akibat media sosial. Bisnis e-commerce dan model bisnis online lainnya menjadi lebih umum, menggantikan atau melengkapi model bisnis konvensional. Dengan memanfaatkan ulasan, testimonial, dan rekomendasi di media sosial, konsumen dapat membuat keputusan pembelian yang lebih terinformasi, dan bisnis dapat merespons lebih cepat terhadap perubahan pasar. Keseluruhan, media sosial telah meresapi berbagai aspek kehidupan ekonomi, menciptakan dinamika baru yang memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi global secara lebih mudah dan efektif.¹²

Berikut adalah rincian tentang dampak media sosial dalam perubahan ekonomi:

1. Pemasaran dan Promosi:

Media sosial menjadi platform utama untuk pemasaran dan promosi produk atau layanan. Bisnis dapat mencapai audiens yang lebih luas secara global tanpa biaya iklan yang signifikan.

⁹ Rachmawan Budiarto et al., *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis* (Ugm Press, 2018).

¹⁰ Posma Sariguna Johnson Kennedy, "Dampak Ekonomi GIG Dan Bisnis Digital" (2022).

¹¹ Meilayah Ariani et al., *PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN ERA DIGITAL* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

¹² M M H Hamdan, *Ide Dan Peluang Entrepreneur Era Digital* (PT Rekacipta Proxy Media, 2023).

Kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan juga meningkat, memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan pasar dengan lebih baik.¹³

2. Ekonomi Berbagi:

Model bisnis berbagi atau sharing economy semakin berkembang berkat media sosial. Platform seperti Uber, Airbnb, dan TaskRabbit memanfaatkan konektivitas sosial untuk menghubungkan penyedia jasa dengan konsumen. Ini menciptakan peluang ekonomi baru dan memungkinkan pengguna memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dengan lebih efisien.¹⁴

3. Pekerjaan Fleksibel:

Media sosial telah mengubah dinamika pekerjaan dengan memperkenalkan model pekerjaan fleksibel. Freelancer dan pekerja lepas dapat memanfaatkan platform seperti Upwork atau Fiverr untuk menawarkan keterampilan mereka kepada klien di seluruh dunia. Ini menciptakan fleksibilitas yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam pilihan karier.

4. Kewirausahaan dan Personal Branding:

Media sosial memberikan wadah bagi kewirausahaan dan personal branding. Individu dapat membangun merek pribadi mereka sendiri, mempromosikan produk atau ide, dan membangun bisnis secara mandiri. Ini mendorong pertumbuhan sektor kreatif dan memungkinkan koneksi yang lebih luas di antara para pelaku bisnis.¹⁵

5. Sentimen Konsumen dan Umpan Balik:

Media sosial menjadi sumber data berharga untuk menganalisis sentimen konsumen dan umpan balik produk atau layanan. Bisnis dapat merespons dengan cepat terhadap perubahan preferensi atau masalah pelanggan, meningkatkan kepuasan konsumen dan memperbaiki kualitas produk.¹⁶

6. Pendidikan dan Pelatihan:

Media sosial juga berperan dalam pendidikan dan pelatihan. Platform seperti LinkedIn Learning atau YouTube menjadi sumber belajar yang terjangkau dan mudah diakses. Ini membantu masyarakat meningkatkan keterampilan mereka dan mengakses informasi baru, yang pada gilirannya, dapat meningkatkan daya saing ekonomi.¹⁷

¹³ Tri Rachmadi and S Kom, *The Power Of Digital Marketing*, vol. 1 (Tiga Ebook, 2020).

¹⁴ Endang Yuniastuti, *Pola Kerja Kemitraan Di Era Digital-Perlindungan Sosial Transportasi Online Roda Dua* (Elex Media Komputindo, 2020).

¹⁵ Jandy Luik and Agusly Aritonang, *Freelancers Media Dalam Era Digital* (Prenada Media, 2021).

¹⁶ Siti Alyqha Mahira et al., "TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM ANALISIS SENTIMEN: STUDI PADA PERUSAHAAN KATA. AI," *Responsive* 6, no. 2 (2023): 139–148.

¹⁷ Nurul Maghfiroh and others, "BAGAIMANA CARA MEMAKSIMALKAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA," *APPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 86–92.

7. Pengaruh Opini Publik:

Opini publik di media sosial dapat memiliki dampak besar pada keputusan konsumen dan tren pasar. Ulasan, testimonial, dan rekomendasi dari pengguna media sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan keputusan pembelian.

8. Perubahan Model Bisnis Tradisional:

Media sosial telah menjadi katalisator bagi pergeseran paradigma dalam dunia bisnis dengan mengenalkan model bisnis baru yang sangat tergantung pada konektivitas online. Fenomena ini mencakup perkembangan bisnis e-commerce, dropshipping, dan berbagai model bisnis inovatif lainnya. Keberadaan media sosial memberikan platform yang ideal untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen secara langsung, mengubah cara produk dan layanan dijual serta didistribusikan.

Bisnis e-commerce, sebagai salah satu dampak utama dari penetrasi media sosial, memungkinkan perusahaan untuk menjual produk secara online tanpa adanya batasan geografis. Konsumen dapat dengan mudah menjelajahi dan membeli produk melalui platform e-commerce, yang sering kali terintegrasi dengan media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi. Ini tidak hanya memberikan keuntungan bagi konsumen yang dapat berbelanja tanpa harus meninggalkan rumah, tetapi juga memberikan peluang bagi produsen dan pengecer untuk mencapai pasar yang lebih luas.

Dropshipping, sebagai model bisnis lain yang diperkenalkan melalui media sosial, melibatkan penjualan produk tanpa perlu menyimpan stok fisik. Penjual hanya memesan produk saat ada permintaan dari konsumen, dan barang dikirimkan langsung dari pemasok ke pelanggan. Model ini memanfaatkan konektivitas online untuk menghubungkan penjual dengan berbagai pemasok dan konsumen, mengurangi risiko dan biaya yang terkait dengan penyimpanan inventaris.

Penggunaan media sosial juga mendorong inovasi dalam strategi pemasaran dan promosi. Perusahaan dapat menggunakan platform ini untuk membangun merek, berinteraksi langsung dengan konsumen, dan mendapatkan umpan balik secara real-time. Konten kreatif, promosi, dan kampanye viral menjadi lebih mudah untuk menjangkau audiens yang luas, menciptakan hubungan yang lebih erat antara merek dan konsumen.

Pentingnya konektivitas online dalam model bisnis yang muncul melalui media sosial menekankan perubahan dalam cara nilai ditransmisikan dan didistribusikan. Bisnis tidak lagi hanya berfokus pada transaksi fisik tetapi juga pada pengalaman dan interaksi online. Inovasi ini menciptakan peluang baru dan memaksa perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan

dinamika pasar yang cepat. Seiring dengan pertumbuhan media sosial, model bisnis yang terus berkembang akan terus memainkan peran kunci dalam transformasi landscape bisnis global.¹⁸

KESIMPULAN DAN SARAN

Dampak media sosial dalam perubahan ekonomi di tengah masyarakat telah membuka pintu menuju era baru bisnis dan interaksi sosial. Transformasi ini mencakup pengaruh yang signifikan dalam pemasaran, hubungan bisnis, dan model pekerjaan. Media sosial tidak hanya menjadi alat untuk berkomunikasi, tetapi juga motor penggerak inovasi dan pertumbuhan ekonomi. Keberadaan bisnis e-commerce, model dropshipping, dan strategi pemasaran melalui media sosial menandai perubahan mendalam dalam cara kita memahami dan melibatkan diri dalam kegiatan ekonomi. Konektivitas online memungkinkan akses global untuk bisnis dan konsumen, menciptakan peluang baru dan menghilangkan batasan geografis. Dalam perubahan ini, hubungan antara merek dan konsumen menjadi lebih langsung dan terbuka. Strategi pemasaran melalui media sosial menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan kesadaran konsumen. Sementara itu, model bisnis dropshipping dan e-commerce memberikan konsumen kemudahan berbelanja dan memacu produsen untuk lebih inovatif dalam menyediakan produk dan layanan. Dan Saran Selanjutnya, penting bagi pemerintah dan regulator untuk memperbarui dan menyusun regulasi yang relevan untuk mengakomodasi perubahan ekonomi yang dipicu oleh media sosial. Regulasi yang jelas dan diterapkan dengan bijaksana dapat menciptakan lingkungan bisnis yang sehat dan adil, menjaga keberlanjutan dan integritas ekonomi di era digital. Investasi dalam pendidikan dan pelatihan keterampilan digital juga menjadi kunci. Seiring dengan transformasi ekonomi yang dipicu oleh media sosial, masyarakat perlu dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan digital yang diperlukan untuk berpartisipasi secara aktif dalam ekosistem ekonomi digital. Selain itu, bisnis dihimbau untuk mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif dan responsif terhadap perubahan tren konsumen. Konten kreatif dan berfokus pada keterlibatan pelanggan dapat memperkuat citra merek dan menciptakan pengalaman positif untuk konsumen. Terakhir, perusahaan perlu memprioritaskan keamanan dan etika dalam penggunaan data konsumen. Dalam menjalankan operasi bisnis secara online, penting untuk menjaga privasi konsumen dan memastikan bahwa data yang dikumpulkan dan digunakan dengan etika yang tinggi. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan masyarakat dan

¹⁸ Lalu Edy Herman and Handry Sudiarta Athar, "Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual," *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung* 5, no. 2 (2018).

pelaku bisnis dapat merespons perubahan ekonomi yang diinduksi oleh media sosial dengan bijaksana, memaksimalkan manfaatnya, dan menciptakan lingkungan ekonomi yang sehat, inklusif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani, Meiliyah, Zulhawati Zulhawati, Haryani Haryani, Benny Novico Zani, Liza Husnita, Mochammad Bayu Firmansyah, Perdy Karuru, Andi Hamsiah, and others. *PENERAPAN MEDIA PEMBELAJARAN ERA DIGITAL*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Arianto, B. “Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Pandeglang.” *Journal of Digital Business and Innovation* ... 1, no. 2 (2022): 147–167.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdbim/article/view/50506%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jdbim/article/download/50506/41430>.
- Budiarto, Rachmawan, Susetyo Hario Putero, Hempri Suyatna, Puji Astuti, Harwin Saptoadi, M Munif Ridwan, and Bambang Susilo. *Pengembangan UMKM Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Ugm Press, 2018.
- Cahyono, Anang Sugeng. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial.” *Introduction to High Performance Computing for Scientists and Engineers* x (2021): 194–210.
- Effendi, Fina Puspa, and Dinie Anggraeni Dewi. “Generasi Milenial Berpancasila Di Media Sosial.” *Journal Civics & Social Studies* 5, no. 1 (2021): 116–124.
- H Hamdan, M M. *Ide Dan Peluang Entrepreneur Era Digital*. PT Rekacipta Proxy Media, 2023.
- Harjono, Dhaniswara K. “Konsep Pembangunan Hukum Dan Perannya Terhadap Sistem Ekonomi Pasar.” *Jurnal Hukum* 18, no. 4 (2011): 564–584.
- Herman, Lalu Edy, and Handry Sudiarta Athar. “Pengembangan Model Social Media Marketing Dan Keputusan Berkunjung: Sebuah Pendekatan Konseptual.” *J-IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung* 5, no. 2 (2018).
- Kennedy, Posma Sariguna Johnson. “Dampak Ekonomi GIG Dan Bisnis Digital” (2022).
- Luik, Jandy, and Agusly Aritonang. *Freelancers Media Dalam Era Digital*. Prenada Media, 2021.
- Maghfiroh, Nurul, and others. “BAGAIMANA CARA MEMAKSIMALKAN PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA.” *APPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2023): 86–92.
- Mahira, Siti Alyqha, Iwan Sukoco, Cecep Safa’atul Barkah, and Nurillah Jamil Achmawati Novel. “TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM ANALISIS SENTIMEN: STUDI PADA PERUSAHAAN KATA. AI.” *Responsive* 6, no. 2 (2023): 139–148.
- Rachmadi, Tri, and S Kom. *The Power Of Digital Marketing*. Vol. 1. Tiga Ebook, 2020.
- Rafiq, A. “327205602” (2015): 18–29.
- Rusmiati, Rusmiati. “Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Bidang Studi Ekonomi Siswa MA AL FATTAH Sumbermulyo.” *Utility: Jurnal Ilmiah Pendidikan*

dan Ekonomi 1, no. 1 (2017): 21–36.

Sholihin, M. R., W. Arianto, and D. F. Khasanah. “Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia.” *Prosiding 4th Seminar Nasional dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember* (2018): 149–160.

Tanuwidjaja, Sundoro, and I Putu Ayub Darmawan. “Bisnis Dalam Perspektif Iman Kristen.” *THRONOS: Jurnal Teologi Kristen* 1, no. 2 (2020): 86–98.

Yuniastuti, Endang. *Pola Kerja Kemitraan Di Era Digital-Perlindungan Sosial Transportasi Online Roda Dua*. Elex Media Komputindo, 2020.