

ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

**Perspektif Kebutuhan, Pilihan dan Inovasi
Media Komunikasi**

Dr. Joko S Dwi Raharjo, M.Kom.
Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom.
Dr. Manik Sunuantari, M.Si.
Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si.
Dr. Jamalullail, MM, M.Si.
Dr. Syafirin Abdullah, M.Si.
Dr. Mirza Rhonda, M.Si.
Dr. Dewi Widowati, M.Si

ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Perspektif Kebutuhan, Pilihan dan Inovasi Media Sosial

Buku *Adopsi Media Sosial dan Teknologi Komunikasi* mengeksplorasi dinamika penggunaan media sosial dalam kehidupan modern dari tiga perspektif utama: kebutuhan, pilihan, dan inovasi. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, media sosial telah menjadi sarana utama untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun hubungan, baik personal maupun profesional.

Penulis menganalisis bagaimana kebutuhan manusia terhadap interaksi sosial, informasi, dan hiburan mendorong adopsi media sosial secara masif. Dalam konteks ini, buku ini memaparkan teori kebutuhan yang relevan, seperti hierarki kebutuhan Maslow, dan menjelaskan bagaimana media sosial memenuhi kebutuhan tersebut di era digital. Selain itu, buku ini membahas faktor-faktor yang memengaruhi pilihan pengguna terhadap platform tertentu, termasuk faktor demografi, preferensi individu, dan keunggulan teknologi. Penulis juga menggarisbawahi pentingnya inovasi media sosial, baik dari sisi teknis maupun fungsi, yang membuat platform-platform tersebut mampu bertahan dalam persaingan.

Dilengkapi dengan studi kasus atau implementasi, buku ini tidak hanya memberikan wawasan mendalam bagi akademisi dan praktisi, tetapi juga menawarkan panduan bagi pengguna awam yang ingin memahami dampak media sosial terhadap pola pikir dan perilaku mereka. Buku ini merupakan bacaan wajib bagi siapa saja yang ingin memahami hubungan antara teknologi komunikasi dan kebutuhan manusia, sekaligus mengeksplorasi tantangan dan peluang di era media sosial.



Penerbit : CV. AA. RIZKY
Alamat : Jl. Raya Ciruas Petir,
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan
Kec. Walantaka - Serang Banten
E-mail : aa.rizkypress@gmail.com
Website : www.aarizky.com

ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Perspektif Kebutuhan, Pilihan dan Inovasi Media Sosial

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Perspektif Kebutuhan, Pilihan dan Inovasi Media Sosial

**Dr. Joko S. Dwi Raharjo, M.Kom.
Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom.
Dr. Manik Sunuantari, M.Si.
Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si.
Dr. Jamalullail, MM., M.Si.
Dr. Syafirin Abdullah, M.Si.
Dr. Mirza Rhonda, M.Si.
Dr. Dewi Widowati, M.Si.**



**PENERBIT:
CV. AA. RIZKY
2025**

ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI

Perspektif Kebutuhan, Pilihan dan Inovasi Media Sosial

© Penerbit CV. AA RIZKY

Penulis:

Dr. Joko S. Dwi Raharjo, M.Kom.	Prof. Dr. Ir. Kholil, M.Kom.
Dr. Manik Sunuantari, M.Si.	Prof. Dr. H. Sunarto, M.Si.
Dr. Jamalullail, MM., M.Si.	Dr. Syafrin Abdullah, M.Si.
Dr. Mirza Rhonda, M.Si.	Dr. Dewi Widowati, M.Si.

Desain Cover & Tata Letak:

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Januari 2025

Penerbit:

CV. AA. RIZKY

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183
Hp. 0819-06050622, Website : www.aarizky.com
E-mail: aa.rizkypress@gmail.com

Anggota IKAPI

No. 035/BANTEN/2019

ISBN :

xii + 170 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2025 pada Penulis dan Penerbit

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

PRAKATA

Segala puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku berjudul: ***ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI: Perspektif Kebutuhan, Pilihan, dan Inovasi Media Sosial*** ini dapat diselesaikan. Kehadiran buku ini diharapkan mampu memberikan wawasan komprehensif mengenai bagaimana media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan modern, baik sebagai sarana komunikasi, sumber informasi, maupun platform inovasi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga mencerminkan kebutuhan mendasar manusia, seperti kebutuhan akan pengakuan, hubungan sosial, dan akses terhadap informasi. Buku ini mengupas lebih dalam berbagai dimensi yang mendorong adopsi media sosial, dengan fokus pada tiga aspek utama: kebutuhan, pilihan, dan inovasi.

Pada bagian pertama, pembahasan berfokus pada bagaimana kebutuhan psikologis dan sosial seseorang mendorong penggunaan media sosial. Teori-teori mendasar seperti hierarki kebutuhan Maslow diintegrasikan untuk menjelaskan relevansi media sosial di era digital. Selanjutnya, bagian kedua mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi pilihan individu terhadap platform tertentu, seperti preferensi pribadi, keunggulan teknis, hingga tren sosial. Terakhir, buku ini mengeksplorasi inovasi teknologi yang memungkinkan media sosial tetap relevan di tengah persaingan ketat.

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah mendukung penyusunan buku ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk menyempurnakan edisi selanjutnya.

Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan menjadi sumber inspirasi, baik bagi mahasiswa, peneliti, praktisi, maupun masyarakat umum yang ingin memahami lebih jauh tentang hubungan antara teknologi komunikasi dan perilaku manusia.

Jakarta, Januari 2025

Penulis,

DAFTAR ISI

PRAKATA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Problematika Adopsi Media Sosial dan Teknologi Komunikasi.....	1
B. Peran Media Sosial dalam Kehidupan Modern	8
C. Ruang Lingkup Adopsi Media Sosial dan Teknologi Komunikasi.....	17
BAB 2 EKOLOGI MEDIA DAN MEDIA BARU.....	23
A. Konsep Ekologi Media dalam Era Digital	23
B. Perkembangan Media Baru dan Media Tradisional	25
C. Interaksi Media Baru dengan Ekosistem Sosial.....	26
D. Dampak Media Baru terhadap Teknologi Komunikasi	27
E. Peran Media Baru dalam Transformasi Sosial.....	29
BAB 3 <i>COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION</i> <i>(CMC)</i>	33
A. Definisi dan Konsep Dasar CMC.....	33

	B. Model-Model Komunikasi Berbasis Teknologi.....	36
	C. CMC dalam Konteks Media Sosial	39
	D. Keuntungan dan Tantangan CMC	42
	E. Pengaruh CMC terhadap Komunikasi Interpersonal	44
BAB 4	KEBUTUHAN DAN PILIHAN MEDIA (<i>MEDIA CHOICES AND NEEDS</i>).....	47
	A. Teori Kebutuhan dan Penggunaan Media.....	47
	B. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pilihan Media	60
	C. Analisis Preferensi Pengguna Media Sosial ...	67
	D. Peran Media Sosial dalam Memenuhi Kebutuhan Psikologis	73
BAB 5	KARAKTERISTIK INOVASI (<i>INNOVATION CHARACTERISTICS</i>).....	77
	A. Teori Difusi dan Inovasi (<i>Diffusi of Innovation Theory</i>)	77
	B. Persepsi Karakteristik Inovasi (<i>Innovation Characteristics</i>)	88
	C. Peran Kreativitas dalam Pengembangan Media Sosial	95
	D. Tantangan dalam Menciptakan Inovasi Berkelanjutan	96
	E. Strategi Inovasi untuk Mendukung Keberlanjutan.....	99

BAB 6	PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	101
	A. Faktor Psikologis dalam Penerimaan Media Sosial.....	101
	B. Proses Pengadopsian Media Sosial oleh Masyarakat.....	104
	C. Penggunaan Media Sosial di Berbagai Segmen Pengguna.....	105
	D. Hambatan dan Kendala dalam Penggunaan Media Sosial.....	106
BAB 7	MEDIA SOSIAL (<i>SOCIAL MEDIA</i>).....	109
	A. Definisi dan Evolusi Media Sosial.....	109
	B. Fungsi dan Peran Media Sosial dalam Kehidupan Modern	111
	C. Dinamika Interaksi di Platform Media Sosial.	113
	D. Tantangan Etika dan Privasi dalam Media Sosial.....	115
BAB 8	ANALISIS KRITIS DAN REFLEKSI.....	119
	A. Analisis Dampak Media Sosial terhadap Komunikasi	119
	B. Refleksi atas Pengaruh Teknologi terhadap Pilihan Media	121
	C. Kritik terhadap Tren Adopsi Media Sosial	124
	D. Kesadaran Sosial terhadap Inovasi Media	126
	E. Prospek Penelitian Lebih Lanjut	128
BAB 9	IMPLEMENTASI ADOPSI MEDIA SOSIAL DAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI.....	131
	A. Kebutuhan dan Pilihan Media Sosial dalam Karakteristik Inovasi	131

B. Hubungan Kebutuhan dan Pilihan Media Sosial dengan Penerimaan Media Sosial	136
C. Kebutuhan dan Pilihan Media Sosial dalam Pola Penggunaan Media Sosial.....	140
DAFTAR PUSTAKA	143
TENTANG PENULIS	170

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Faktor Pengaruh Pesan dalam Komunikasi.....	5
Tabel 2.1	Perubahan Ekologi Media dalam Era Digital....	25
Tabel 2.2	Dampak Media Baru dalam Teknologi Komunikasi	28
Tabel 4.1	Perkembangan Penggunaan <i>Uses & Gratification</i> dalam Penelitian Media Sosial	56
Tabel 4.2	Pengembangan Konsep Kebutuhan Media Baru	61
Tabel 4.3	Pengembangan Konsep Seleksi Media.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Tahapan Pengambilan Keputusan	81
Gambar 6.1 Konseptual TTAM Analisis	101
Gambar 6.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	102