

Urgensi Adaptasi Teknologi bagi Masyarakat Profesi di Era *Society* 5.0

Raka Ramandita¹, Anwar Sanusi², Wulandari³, Andri Azis Putra⁴,
Fuad Nawawi⁵

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ushuluddin dan Adab, IAIN Syekh Nurjati Cirebon
rakamandita@gmail.com

Abstract

This research aims to discuss the urgency of technological adaptation in the era of society 5.0. This research uses a qualitative approach by applying descriptive-analytical methods. The results and discussion in this study show that for people who are not yet technologically literate, they should be literate as soon as possible to adapt, mingle, and cooperate with technology in this day and age. Because if it is not done as soon as possible, it will cause further backwardness in following the development of this era, which is one of the causes of someone's difficulties in living life. Whereas literally, technology itself was created to facilitate human life. Broadly speaking, this research concludes that there are many digital media platforms such as; Facebook Market Place, Instagram Shop, Tik Tok Shop, Shopee, Tokopedia, Lazada, Fiverr, Open Sea, Gojek, and also Grab that can widely market products and services today. Therefore, this study recommends that professional societies who are not yet technologically literate should be technologically literate as soon as possible to adapt to the times, and make innovations and solutions in developing and marketing through digital media that are being widely used in the era of society 5.0.

Keywords: Digital media; Professional societies; The era of society 5.0; Technological adaptation

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis. Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bagi masyarakat yang belum melek teknologi agar sesegera mungkin untuk melek teknologi untuk

beradaptasi, berbaur, dan bekerja sama dengan teknologi pada zaman sekarang ini. Karena jika tidak dilakukan sesegera mungkin, akan menyebabkan ketertinggalan yang lebih jauh dalam mengikuti perkembangan zaman ini, yang menjadi salah satu penyebab seseorang kesusahan dalam menjalani kehidupan. Padahal secara harfiah, teknologi sendiri diciptakan untuk memudahkan kehidupan manusia. Secara garis besar, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat banyak sekali platform media digital seperti; Facebook Market Place, Instagram Shop, Tik Tok Shop, Shopee, Tokopedia, Lazada, Fiverr, Open Sea, Gojek, dan juga Grab yang dapat memasarkan secara luas produk dan layanan jasa pada zaman ini. Maka dari itu, penelitian ini merekomendasikan kepada masyarakat profesi yang belum melek teknologi agar sesegera mungkin melek teknologi untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan melakukan inovasi serta solutif dalam melakukan pengembangan dan juga pemasaran melalui media digital yang sedang maraknya digunakan di era *society* 5.0.

Kata Kunci: Adaptasi teknologi; Era *society* 5.0; Masyarakat profesi; Media digital

Pendahuluan

Perkembangan pesat pada zaman ini tidak terlepas dari kontribusi besar manusia yang menciptakan teknologi dari masa ke masa, mulai dari pesawat sederhana, mekanik analog, yang kemudian bertransformasi ke era teknologi modern pada era revolusi industri 4.0, seperti terciptanya mesin-mesin serta robot-robot yang dilengkapi dengan *Artificial Intelegent* (AI), atau yang kita semua kenal dengan kecerdasan buatan, dan hal-hal tersebut sangat membantu manusia menyelesaikan masalah, atau memudahkan dalam menjalani kehidupan (Al-Fikri, 2021). Di samping memudahkan kehidupan manusia, yang merupakan dampak yang sangat positif dari adanya teknologi, namun ternyata ada dampak negatif yang sangat besar dari adanya teknologi yang sangat modern ini, seperti hilangnya atau menyempitnya lapangan pekerjaan yang biasanya dilakukan oleh manusia, kini telah tergantikan oleh teknologi modern tersebut. Dampak negatif akan sangat terasa jika manusia tidak dapat beradaptasi dengan teknologi. Oleh karena itu, penelitian ini memandang betapa pentingnya bagi masyarakat untuk beradaptasi serta membaur dan juga bekerja sama dengan teknologi yang modern ini agar tidak kesulitan dalam menjalani kehidupan, yang mana aspek-aspeknya telah tergantikan

oleh teknologi. Apalagi pada zaman ini, yaitu era *society* 5.0 yang rata-rata muncul dari kalangan Generasi Milenial dan juga Generasi Z sudah menjadi warga internet (*internet society*), dimana mereka lebih sering mengakses keperluan hidupnya melalui perangkat digital (Yuliani, 2018).

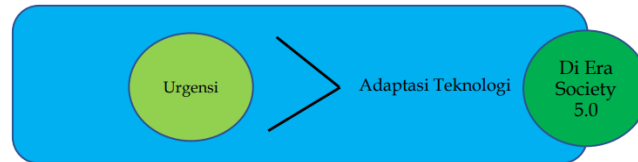
Hasil penelitian terdahulu terkait pesatnya perkembangan teknologi di era *society* 5.0 telah dilakukan oleh sejumlah peneliti. Antara lain laporan penelitian beberapa tahun lalu yang dilakukan oleh Parwati, Ni Putu Yuniarika & Pramatha, I Nyoman Bayu (2021), "*Strategi Guru Sejarah dalam Menghadapi Tantangan Pendidikan Indonesia di Era Society 5.0*," Universitas PGRI Mahadewa Indonesia. Pembelajaran sejarah saat ini pada saat ini dihadapkan pada tantangan yang sangat besar, belum usai dengan bergulirnya era industri 4.0, kita dikejutkan lagi dengan munculnya era *society* 5.0 yang harus dihadapi dan menjadi tantangan tersendiri dalam dunia pendidikan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi guru sejarah dalam menghadapi tantangan pendidikan Indonesia era *society* 5.0. Penelitian ini menggunakan studi pustaka. Dalam teknik pengumpulan data penulis akan mengeksplorasi data sesuai dengan pembahasan mengenai tantangan guru sejarah dalam menghadapi *society* 5.0. penelitian ini bertujuan agar guru sejarah dapat meningkatkan kompetensinya di era *society* 5.0 Strategi pembelajaran era *Society* 5.0 itu mengarahkan guru dapat mengembangkan potensi dan *skill* yang dimilikinya dengan bahan ajar, baik menggunakan informasi dari media *online* maupun dari dunia nyata. Guru-guru dalam cara mengajar bisa mengikuti perkembangan zaman dengan media pembelajarannya bisa menggunakan berbaur teknologi. Dengan kondisi seperti ini, guru ditantang untuk mampu mengembangkan kompetensi profesionalnya tidak hanya dalam aras pembelajaran konvensional, tetapi juga di lingkungan pembelajaran berbasis teknologi (Parwati & Pramatha, 2021).

Hasil penelitian terdahulu dan penelitian sekarang memiliki kesamaan dan sekaligus perbedaan. Penelitian terdahulu dan penelitian sekarang sama-sama meneliti bagaimana cara beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang pesat di era *society* 5.0. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu membahas tentang bagaimana strategi guru sejarah yang harus beradaptasi dengan teknologi guna menghadapi tantangan pendidikan di Indonesia, sedangkan penelitian sekarang membahas tentang urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0 yang berfokus pada profesi dalam kehidupan masyarakat.

Kerangka berpikir perlu disusun sebagai alur logis secara garis besar berjalannya penelitian. Alur logis ini akan diarahkan untuk mengatasi permasalahan utama dalam penelitian ini, yaitu terdapat urgensi adaptasi

digital di era *society* 5.0. Untuk memudahkan deskripsi kerangka berpikir, maka disajikan bagan seperti di bawah ini:

Bagan 1. Kerangka Berpikir



Urgensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), merupakan sebuah keharusan yang mendesak. Urgensi dari pengertian ini dapat diberi pengertian bahwa urgensi merupakan kondisi yang mengharuskan untuk memprioritaskan suatu hal yang benar-benar diperlukan untuk segera ditindak ke tingkatan lebih lanjut (Ernawati, 2021). Maka dari itu, berdasarkan pengertian di atas dapat diambil benang merah bahwa urgensi adalah suatu tingkat kebutuhan dan kepentingan yang harus didahulukan dan dipilih. Sehingga seseorang tersebut ketika dihadapkan untuk menentukan sebuah pilihan dan juga keputusan, diharuskan untuk mampu memilih mendahulukan pemenuhannya di antara kebutuhan atau kegiatan yang lainnya serta dapat memilih kebutuhan yang sangat *urgen*. Memiliki sebuah urgensi sudah menjadi sebuah keharusan bagi manusia. Karena dalam kehidupan pun setiap manusia pasti memiliki sebuah kondisi di mana ia harus mengambil tindakan tersebut, dan meninggalkan kegiatan yang lainnya demi memprioritaskan hal yang penting tersebut. Salah satu contoh dari keadaan urgensi adalah beradaptasi. Beradaptasi sudah menjadi urgensi bagi manusia, karenanya jika manusia tidak beradaptasi, ia akan kesulitan untuk menjalani hidupnya. Menurut Robbins (2003), adaptasi merupakan suatu proses di mana manusia menempatkan dirinya untuk mencapai berbagai tujuan dan juga kebutuhan untuk menghadapi lingkungan dan kondisi sosial yang selalu berubah-ubah agar dapat terus bertahan. Penyesuaian diri juga dapat diartikan sebagai metode khusus yang dilakukan oleh setiap manusia, untuk memberikan respon-respon terhadap tuntunan dalam dirinya maupun situasi eksternal di lingkungan yang dihadapinya. Respon-respon tersebut mencakup tingkah laku dan mental, di mana seseorang tersebut berusaha agar dapat berhasil dalam mengatasi kebutuhan-kebutuhannya, konflik-konflik, frustrasi, ketegangan-ketegangan yang dialami oleh dirinya, sehingga tercipta sebuah keselarasan antara keinginan dalam diri dengan apa yang diharapkan oleh lingkungannya (Desmita, 2012).

Teknologi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan keseluruhan sarana untuk menyediakan banyak barang yang dibutuhkan

bagi kenyamanan dan keberlangsungan hidup manusia. Penggunaan istilah teknologi sendiri dalam kurun waktu 200 tahun terakhir telah berubah secara signifikan. Sebelum abad 20, istilah teknologi tidak lazim dalam bahasa Inggris, karena biasanya hal tersebut merujuk pada pengkajian dan penggambaran seni terapan (Crabb, 1823). Secara sederhana teknologi dapat diartikan sebagai hasil dari olah pikir manusia untuk mengembangkan mekanisme tertentu atau tata cara dan menggunakannya untuk menyelesaikan persoalan dalam hidupnya. Jadi teknologi adalah segala sesuatu yang memudahkan kehidupan manusia dalam bentuk mekanisme sistem (Maryono & Istiana, 2008). Teknologi berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman, yang berawal dari pesawat sederhana lalu bertransformasi ke mekanik analog, kemudian ke mesin, robot, *Artificial Intelligence* (AI), kemudian merambah ke maraknya penggunaan perangkat digital. Era revolusi industri 4.0 diawali dengan munculnya mesin-mesin serta robot-robot canggih yang dilengkapi oleh *Artificial Intelligence* (AI), kemudian beralih ke era baru yaitu era *society* 5.0 yang melanjutkan era sebelumnya. Era *society* 5.0 ditandai dengan maraknya penggunaan internet oleh masyarakat dalam kehidupan (*internet society*). Dengan munculnya era *society* 5.0, banyak masyarakat yang berlomba-lomba mengubah kehidupan mereka menjadi digital. Maka dari itu, penulisan ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada masyarakat luas tentang urgensi beradaptasi dengan teknologi di era *society* 5.0, agar mereka yang belum melek teknologi, dapat mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi di zaman ini serta untuk mempermudah kehidupan mereka.

Permasalahan utama penelitian ini adalah terdapat urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0. Sejalan dengan permasalahan utama, rumusan masalah penelitian ini ialah bagaimana urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0. Penelitian ini bertujuan untuk membahas urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0. Sebuah penelitian ilmiah lazim memiliki manfaat dan kegunaan, baik teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memiliki implikasi manfaat dan kegunaan sebagai kajian awal dalam memahami urgensi beradaptasi dengan teknologi di Era *Society* 5.0. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memiliki implikasi manfaat dan kegunaan untuk memberikan pemahaman tentang urgensi adaptasi teknologi di era *society* 5.0 khususnya bagi masyarakat profesi.

Metode Penelitian

Metode penelitian mencakup lima aspek penting, yaitu pendekatan dan metode, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan waktu serta tempat penelitian (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menerapkan metode deskriptif-analitis (Darmalaksana, 2020). Jenis data penelitian ini merupakan data kualitatif yang tidak menggunakan angka-angka statistik. Sumber primer penelitian ini meliputi platform media sosial yang relevan dalam membantu menyebarkan luaskan dan juga mengikuti adaptasi teknologi dalam keprofesian masyarakat, seperti di Facebook Market Place, Instagram atau Instagram Shop, Tiktok Shop, Digital Market (Shopee, Tokopedia, Lazada), Fiverr, Open Sea, Gojek dan juga Grab. Sumber-sumber literatur tentang urgensi beradaptasi dengan teknologi bagi masyarakat di era *society* 5.0 serta pemecahan masalah dan juga pemberian solusi melalui platform media yang sudah di uraikan di atas. Sumber sekunder penelitian ini meliputi rujukan-rujukan yang terkait dengan topik utama yang bersumber dari artikel, buku, dan dokumen hasil penelitian lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi sosial media dan studi pustaka. Teknik analisis data dilakukan melalui tahapan inventarisasi, klasifikasi, dan analisis data (Darmalaksana, 2022). Penelitian ini tanpa menentukan waktu dan tempat karena bukan merupakan penelitian eksperimen, melainkan penelitian pemikiran meskipun data-data diambil dari platform media digital Facebook Market Place, Instagram atau Instagram Shop, Tiktok Shop, Digital Market (Shopee, Tokopedia, Lazada), Fiverr, Open Sea, Gojek, dan juga Grab.

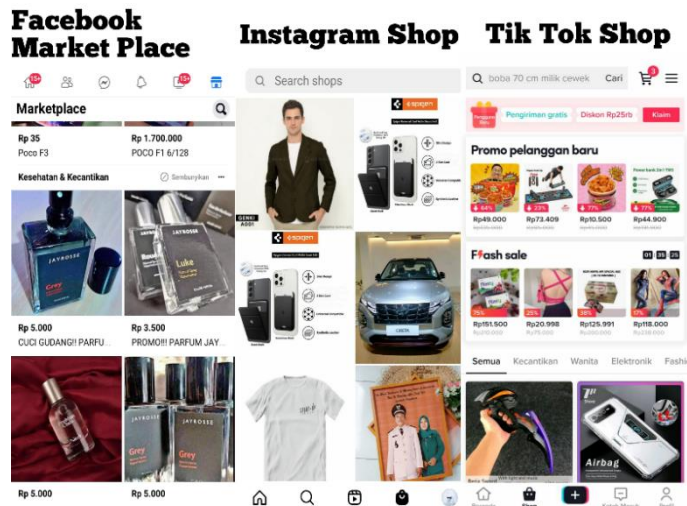
Hasil dan Pembahasan

1. Platform Media Digital Tantangan Adaptasi Era *Society* 5.0

Pada zaman sekarang ini hidup sudah dimudahkan dengan teknologi yang sudah sangat canggih, hal tersebut karena sudah melekatnya perangkat digital pada kehidupan, sehingga sudah tidak memerlukan tenaga yang besar jika ingin membeli sebuah keinginan ataupun kebutuhan konsumen. Begitupun dengan produsen yang sudah tidak harus repot-repot lagi untuk memasarkan produknya ke jangkauan pasar yang lebih luas, hal itu disebabkan sudah adanya media digital yang mewadahi produk mereka untuk pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang terjangkau.

Berikut adalah beberapa media digital yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk secara digital:

Gambar 1. Social Media Market



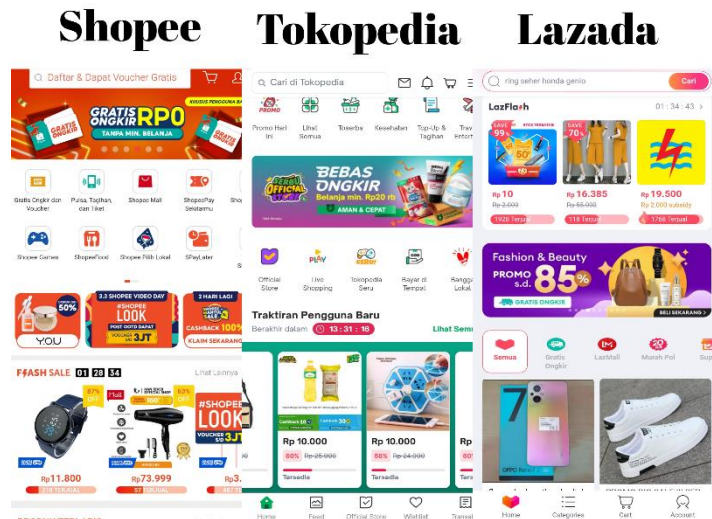
Gambar 1 merupakan gambar *social media market*, di mana pada zaman ini sudah dipastikan setiap orang yang memiliki perangkat digital pasti selalu menjelajahi *social media*. Beberapa tahun sebelumnya, *social media* hanya digunakan oleh warga internet terkait kehidupan sosial di luar sana sebagai informasi terkini. Namun pada zaman sekarang ini, *social media* sudah memiliki fungsi lain, yaitu sebagai pasar digital.

Dilansir dari laporan Meta Inc, jumlah pengguna aktif bulanan Facebook di seluruh dunia telah mencapai 2,96 miliar orang pada kuartal III 2022 (Annur, 2022), sedangkan pengguna Facebook di Indonesia sendiri berdasarkan data dari Napoleon Cat, terdapat 178,7 juta akun pada Desember 2022 (Sadya, 2023). *Social media* Instagram sendiri, berdasarkan data *We Are Social* terdapat pengguna aktif bulanan di seluruh dunia mencapai 1,45 miliar orang pada bulan April 2022, dan di antaranya terdapat 99,9 juta pengguna aktif dari Indonesia (Rizaty, 2022). Dan terdapat pengguna aktif Tik Tok di seluruh dunia sekitar 1,6 miliar pengguna berdasarkan data dari Business of Apps pada tahun 2022 (Rizaty, 2023), sedangkan dilansir dari *World population review* memaparkan bahwa terdapat pengguna aktif Tik Tok di Indonesia mencapai 99 juta pengguna yang menempati urutan kedua di dunia (Dzulfaroh, 2023).

Dari paparan data di atas, dapat kita lihat bersama bahwa sangat banyak sekali pengguna *social media*, yang pasti didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z. Melihat banyaknya pasar target pada *social*

media, seharusnya dapat dijadikan pacuan semangat untuk selalu berinovasi dan juga beradaptasi dengan teknologi yang serba menggunakan perangkat digital ini. Media digital tersebut dapat dimanfaatkan oleh para pedagang non konsumsi dan konsumsi, penulis, dan juga seniman.

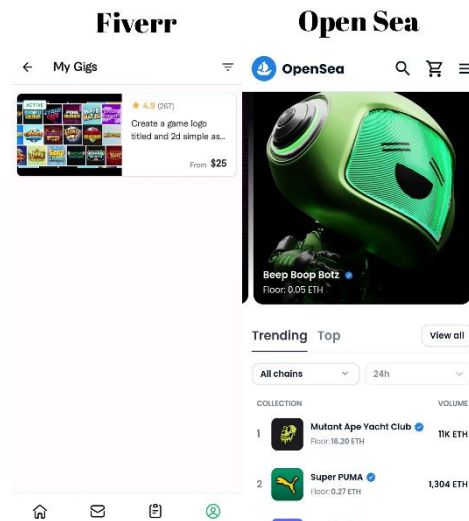
Gambar 2. Digital Market



Gambar 2 merupakan gambar digital market yang masih eksis hingga saat ini. Digital market ini hampir sama dengan social media market, hanya saja digital market fokus pada pemasaran barang secara digital saja. Maka dari itu sudah jelas bahwa pasar target yang masuk pada digital market tersebut khusus untuk membeli barang saja tanpa adanya tujuan lain.

Berdasarkan data dari iPrice, pengguna Tokopedia mencapai 135 juta pengunjunnya berdasarkan kuartal I 2021, kemudian disusul oleh Shopee dengan 127 juta pengunjung, dan disusul oleh Lazada dengan 30 juta pengunjung per bulannya (Riskita, 2022). Data ini menunjukkan bahwa terdapat banyak pengguna dan juga pengunjung *e-Commerce* di zaman sekarang ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ada 34,10% usaha yang melakukan kegiatan *e-commerce* hingga 15 September 2022 (Rizaty, 2022). Prosentase tersebut akan selalu bertambah seiring berjalannya zaman, dan dengan beradaptasinya para pedagang konsumsi dan non konsumsi dengan teknologi, akan meluaskan pasar target mereka.

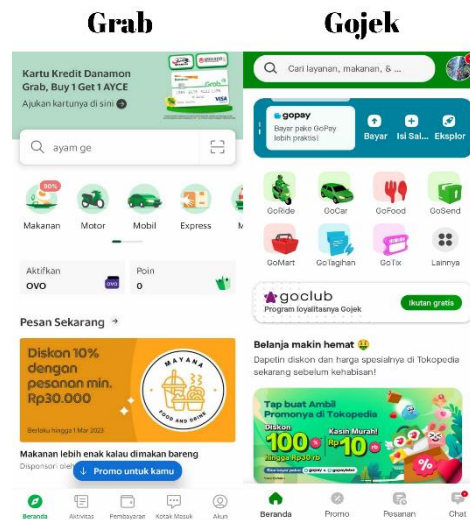
Gambar 3. Website Market



Gambar 3 merupakan gambar dari website market yang dikhususkan untuk penyedia jasa dalam seni dan desain. Website market ini merupakan media digital yang sangat bagus bagi seniman dan desainer. Hal tersebut dikarenakan pasar target dari media tersebut bukan hanya orang Indonesia, namun dari manca-negera yang pembayarannya menggunakan dolar bukan lagi rupiah. Data dari *google play store* menyatakan bahwa terdapat lebih dari 10 juta pengguna dari aplikasi Fiverr. Sedangkan untuk Open Sea sendiri, pada Maret 2020 terdapat 4.000 pengguna aktif tiap bulannya (Maulida, 2022).

Seiring pesatnya perkembangan zaman, karya seni yang masih menggunakan perangkat tradisional, hasil karyanya sangat sulit dipasarkan karena memang hanya sedikit pasar target yang ada di Indonesia. Maka dari itu, para seniman harus sesegera mungkin beradaptasi dengan teknologi di era sekarang. Pada zaman sekarang ini, sudah sangat banyak aplikasi *digital art* untuk menghasilkan sebuah karya dalam bentuk digital. Proses pembuatannya pun hanya menggunakan sentuhan tangan dalam layar *smartphone* saja sudah sangat cukup untuk menghasilkan karya seni, begitupun dengan desain grafis. Dengan adanya website market yang dikhususkan pada bidang desain, kini para seniman tidak perlu khawatir dengan eksistensi seni di zaman modern ini. Hal tersebut dikarenakan seni tersebut dapat mengikuti perkembangan zaman menjadi karya seni digital (*digital art*).

Gambar 4. Digital Transport Service



Gambar 4 merupakan dari digital *transport service* yang dikhususkan pada pelayanan jasa transportasi digital. *Digital transport service* ini merupakan media digital yang sangat bagus untuk para tukang ojek pengkolan, yang hanya diam di tempat menunggu penumpang yang lewat atau hanya berkeliling di sekitar tempat itu saja. Namun dengan adanya *digital transport service* ini, para tukang ojek tersebut dapat memasarkan jasanya lewat perangkat digital dan jangkauannya lebih luas.

Survei Institute for Development of Economics and Finance (INDEF) menyatakan dari hasil surveinya bahwa pada saat ini Gojek menjadi layanan transportasi online yang paling banyak digunakan konsumen Indonesia. Aplikasi besutan PT. GoTo Gojek Tokopedia itu digunakan oleh 82,6% responden disusul dengan Grab sebanyak 57,3% responden (Ahdiat, 2022). Adanya digital *transport service* tersebut, berkat kemajuan teknologi sekarang ini. Tujuan sebenarnya dari teknologi adalah mempermudah kehidupan manusia, namun akan menjadi dampak buruk ketika manusia tidak mengikuti perkembangan zaman tersebut. Karena berkesan merebut lapangan pekerjaan ojek pengkolan, padahal jika ojek pengkolan mau beradaptasi dengan teknologi, keberadaan digital *transport service* ini akan sangat memudahkan pekerjaan mereka.

2. Adaptasi Masyarakat Profesi dengan Teknologi di Era Digital

Ada beberapa profesi masyarakat yang menurut penulis harus beradaptasi dan singgah dengan kehidupan digital di antaranya pedagang, jasa transportasi umum, penulis, dan seniman.

Pada tahun 2017, Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa terdapat 22,4 juta orang atau sekitar 31,81% dari seluruh populasi di Indonesia adalah seorang pedagang, yang terdiri dari pedagang besar, eceran, industri, dan penyedia akomodasi makan dan minum (Akbar, 2017). Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa hampir sebagian dari masyarakat di Indonesia merupakan seorang pedagang. Di era *society* 5.0 ini, yang didominasi oleh kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z, selalu menjalani kehidupannya melalui perangkat digital. Mereka lebih memilih berbelanja dengan cara *online*, daripada harus keluar rumah. Padahal barang yang mereka beli ada di sekitar lingkungan tempat tinggal mereka. Ketika pasar target sudah banyak yang berpindah kepada kehidupan digital, maka para pedagang yang belum juga membuat inovasi perubahan dengan beradaptasi dengan teknologi, maka akan terjadi ancaman yang begitu besar. Kemungkinan terburuknya mereka akan tutup usaha dikarenakan bangkrut, yang disebabkan mereka belum juga berpindah atau membuat inovasi dagang dengan cara berdagang di kehidupan nyata dan juga memasarkan produk mereka secara digital. Di mana dalam dunia digital ini, banyak pasar target yang di dominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z yang selalu memenuhi keinginan dan juga kebutuhan hidup mereka.

Terdapat banyak sekali jasa transportasi umum di Indonesia, seperti jasa pesawat, perahu, kereta api, bus, taksi, angkutan kota, dan juga ojek. Beberapa di antara mereka sudah melakukan adaptasi dengan teknologi, yaitu mendaftarkan pada aplikasi yang relevan dan pemasaran jasanya bisa dilakukan secara *online*. Namun sangat disayangkan sekali beberapa jasa transportasi umum tersebut, bisa dibilang lebih ramai dari Generasi Milenial dan Generasi Z yang sudah menggunakan aplikasi *online*. Hal tersebut akan menjadi ancaman jika tidak segera beradaptasi dengan teknologi, terutama dengan ojek pengkolan. Kita dapat melihat bahwa dari Generasi Milenial dan juga Generasi Z lebih memilih menggunakan jasa transportasi lewat media digital, padahal di sekitar mereka terdapat ojek pengkolan. Maka dari itu, harus dilakukan sesegera mungkin bagi masyarakat yang berprofesi sebagai ojek pengkolan, agar beradaptasi dengan teknologi dengan mendaftarkan dirinya kepada platform media yang menyediakan jasa pemasaran terhadap jasa transportasi umum.

Penulis di Indonesia sendiri sangatlah banyak, dilansir dari Perpustakaan Nasional (Perpusnas) Republik Indonesia, terdapat sekitar 370.983 buku yang telah diterbitkan. Di antara daerah yang banyak telah menerbitkan buku; Jakarta pusat: 68.900 terbitan, Sleman: 58.444 terbitan, Bandung: 47.783 terbitan, Bantul: 34.159 terbitan, Surabaya: 31.683 terbitan, Jakarta Selatan: 29.652 terbitan, Jakarta Timur: 28.607 terbitan, Jakarta Barat:

27.485 terbitan, Malang: 23.519 terbitan, Bogor: 20.751 terbitan (Perpusnas, 2023). Dari data tersebut dapat kita lihat begitu banyaknya penulis di Indonesia, dan data tersebut masih diambil baru-baru ini tahun 2023 yang baru berjalan dua bulan. Namun lagi-lagi sebagai seorang penulis juga harus beradaptasi dengan teknologi, bahkan penulis-penulis besar seperti Tere Liye dan Boy Candra sudah melakukan adaptasi dengan teknologi untuk memasarkan karya mereka kepada pasar yang lebih luas lagi.

Pada era *society* ini, hidup sudah serba digital. Kita lihat saja anak perkuliahan zaman sekarang dengan zaman dulu, memiliki jumlah buku fisik yang sangat jauh berbeda. Karena memang pada zaman dahulu belum ada sebuah teknologi secanggih sekarang untuk mengubah buku fisik ke dalam *e-book*, sehingga banyak sekali buku anak perkuliahan pada zaman dahulu. Berbeda dengan zaman sekarang ini yang sudah serba digital, anak perkuliahan yang didominasi Generasi Milenial dan Generasi Z sudah menggunakan *e-book* sebagai bahan bacaan mereka, belum lagi jurnal-jurnal dari website Kemendikbud-Ristek yang sudah membuat pengkhususan materi yang dibutuhkan oleh anak perkuliahan zaman sekarang. Seorang penulis zaman sekarang harus pintar-pintar beradaptasi dengan teknologi untuk mencapai target pasar yang lebih luas, jika tidak para penulis hanya membuang waktu, pikiran, tenaga, serta biaya namun tidak mencapai pasar target yang maksimal.

Kehidupan seniman di Indonesia seperti tidak terlihat di zaman sekarang, bahkan banyak seniman yang sudah meninggalkan profesinya karena tidak bisa beradaptasi dengan teknologi. Namun sebenarnya banyak peluang yang dimiliki seorang seniman untuk menyebarluaskan karyanya untuk dibeli ataupun jasanya di zaman yang modern ini, jika mereka dapat beradaptasi dengan teknologi. Sudah banyak sekali situs-situs besar yang cakupannya sudah internasional sehingga kerap kali dibeli dengan harga yang fantastis oleh orang luar negeri. Seharusnya hal tersebut dapat dimanfaatkan oleh seorang seniman dalam memasarkan karya dan juga jasa mereka. Apalagi di zaman yang sudah canggih ini, seni tidak hanya lagi tentang goresan tinta dalam media nyata, namun sudah bisa dilakukan seni digital atau yang pada zaman sekarang ini disebut dengan *digital art*.

3. Urgensi Adaptasi Teknologi Masyarakat Profesi di Era *Society* 5.0

Pada era *society* 5.0 ini, eksistensi kehidupan didominasi oleh dua kalangan, yaitu kalangan dari Generasi Milenial dan kalangan dari Generasi Z. Generasi Milenial merupakan generasi kelahiran 1981-1996 yang pada saat ini berusia 24-39 tahun, sedangkan Generasi Z yang mendominasi era *society* 5.0 ini, adalah generasi kelahiran 1997-2012 yang pada saat ini berusia 8-23 tahun. Dominasi Generasi Z pada era *society* 5.0

ini disebabkan mereka berada pada usia produktif (Rosariana, 2021). Kedua generasi tersebut adalah generasi yang sedang gencar-gencarnya menggunakan perangkat digital untuk memenuhi keinginan dan juga kebutuhannya, seolah-olah perangkat digital sudah sangat melekat dalam kehidupan mereka. Maka dari itu, zaman ini disebut juga dengan “*Era Society 5.0*”, dikarenakan melekatnya perangkat digital dan internet pada kehidupan masyarakat (*internet society*).

Dengan melekatnya perangkat digital pada kehidupan sekarang, sudah banyak dari mereka, yakni kalangan dari Generasi Milenial dan Generasi Z, singgah kehidupan dari kehidupan nyata menjadi kehidupan digital. Maka dari itu, jika masih ada orang-orang yang belum juga singgah atau mengikuti perkembangan dari kedua generasi tersebut, maka mereka akan kesulitan menjalani kehidupan, terutama secara ekonomi. Mereka yang kesulitan mengikuti perkembangan zaman dari kedua generasi tersebut, adalah mereka yang merupakan sebagian kalangan dari Generasi Z dan Generasi Milenial, kemudian diikuti oleh Generasi X (kelahiran 1965-1980, usia 40-55 tahun) dan juga Generasi Baby Boomer (kelahiran 1946-1964, usia 56-74 tahun) yang masih belum juga melek teknologi (Rosariana, 2021). Mereka masih bersikeras melakukan mata pencaharian hanya dalam kehidupan nyata, tanpa mengombinasikannya dengan kehidupan digital, di mana banyak pasar target dari kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z yang memenuhi pasar digital.

Maka dari itu, penulis memandang betapa pentingnya beradaptasi dengan teknologi bagi masyarakat profesi di era *society 5.0* ini, di antaranya: 1) Pasar target sudah beralih dari kehidupan nyata ke kehidupan digital yang sedang ramai; 2) Banyak orang yang sudah melakukan inovasi ke dalam dunia digital; dan 3) Kurang luasnya jangkauan pasar di kehidupan nyata dibandingkan dengan kehidupan digital.

Hal-hal di atas merupakan beberapa alasan mengapa seseorang harus sesegera mungkin untuk beradaptasi dengan teknologi agar dapat singgah dari kehidupan nyata ke kehidupan digital. Karena jika tidak segera dilakukan, maka seseorang tersebut akan sulit menjalani kehidupan dan akan semakin tertinggal jauh oleh perkembangan zaman yang pesat ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya untuk beradaptasi dengan teknologi oleh masyarakat di era *society 5.0* ini, terutama bagi masyarakat yang belum melek teknologi. Hal tersebut dikarenakan zaman berkembang dengan sangat pesat diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi pada masa ini. Era *society 5.0* yang identik dengan perangkat digital yang selalu mengiringi kehidupan ini, didominasi oleh kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z, di mana kebutuhan serta keinginan hidup mereka dapat dipenuhi hanya dengan

perangkat digital. Dengan adanya pemberian pemahaman tentang pentingnya beradaptasi dengan teknologi di era *society* 5.0 ini, diharapkan masyarakat dapat menjalani kehidupannya dengan lebih mudah kembali, sebagaimana fungsi teknologi diciptakan untuk manusia.

Kesimpulan

Penelitian ini secara garis besar menyimpulkan bahwa terdapat banyak sekali platform media digital, seperti Facebook Market Place, Instagram Shop, Tik Tok Shop, Shopee, Tokopedia, Lazada, Fiverr, Open Sea, Gojek, dan juga Grab yang dapat memasarkan secara luas produk dan layanan jasa pada zaman ini. Hal tersebut merupakan dampak dari pesatnya perkembangan teknologi. Bahkan platform media digital dari uraian di atas hanyalah sebagian kecil dari banyaknya platform media digital yang ada. Hasil dan pembahasan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bagi masyarakat yang belum melek teknologi agar sesegera mungkin untuk melek teknologi untuk beradaptasi, berbaur, dan bekerja sama dengan teknologi pada zaman sekarang ini. Karena jika tidak dilakukan sesegera mungkin, akan menyebabkan ketertinggalan yang lebih jauh dalam mengikuti perkembangan zaman ini, yang menjadi salah satu penyebab seseorang kesusahan dalam menjalani kehidupan. Padahal secara harfiah, teknologi sendiri diciptakan untuk memudahkan kehidupan manusia. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memiliki implikasi manfaat dan kegunaan untuk memberikan pemahaman tentang urgensi masyarakat untuk beradaptasi dengan teknologi di era *society* 5.0. Penelitian ini memiliki keterbatasan tanpa melakukan studi lapangan melalui wawancara kepada masyarakat profesi yang belum melek teknologi. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah peluang untuk melakukan kajian lebih lanjut secara empiris agar lebih terukur. Penelitian ini merekomendasikan kepada masyarakat profesi yang belum melek teknologi agar sesegera mungkin melek teknologi untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan melakukan inovasi serta solutif dalam melakukan pengembangan dan juga pemasaran melalui media digital yang sedang maraknya di gunakan di era *society* 5.0.

Daftar Pustaka

- Ahdiat, A. (2022). Gojek vs Grab, Mana yang Konsumennya Lebih Banyak?. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/08/gojek-vs-grab-mana-yang-konsumennya-lebih-banyak>.
- Akbar, R. J. (2017). BPS: 31 Persen Warga Indonesia Berprofesi Pedagang. Diakses dari <https://www.viva.co.id/arsip/909592-bps-31-persen-warga-indonesia-berprofesi-pedagang>.



- Al-Fikri, H. M. (2021). Peluang dan Tantangan Perguruan Tinggi Menghadapi Revolusi Digital di Era Society 5.0. *Seminar Nasional Pendidikan*, 350-355.
- Annur, C. M. (2022). Makin Populer, Jumlah Pengguna Facebook Hampir 3 Miliar Orang pada Kuartal III 2022. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/07/makin-populer-jumlah-pengguna-facebook-hampir-3-miliar-orang-pada-kuartal-iii-2022#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20Meta%20Inc%2C%20jumlah,orang%20pada%20kuartal%20III%202022.>
- Crabb, G. (1823). *Universal Technological Dictionary*. London: Baldwin, Cradock and Joy.
- Darmalaksana, W. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan*. Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Darmalaksana, W. (2022). *Panduan Penulisan Skripsi dan Tugas Akhir*. Bandung: Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Desmita. (2012). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dzulfarah, A. N. (2023). Indonesia Pengguna Tik Tok Terbesar Kedua di Dunia, Mengapa Aplikasi Ini Begitu Digemari?. Diakses dari <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/19/200000065/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-kedua-di-dunia-mengapa-aplikasi-ini?page=all#:~:text=KOMPAS.com%20%E2%80%93%20Indonesia%20Oberada%20pada,dunia%20dengan%20jumlah%2099%20juta.>
- Ernawati. (2021). *Berhenti Sesaat untuk Melesat*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Maryono, Y., & Istiana, B. P. (2008). *Teknologi Informasi dan Komunikasi I SMP Kelas VII*. Bogor: Quadra.
- Maulida, L. (2022). Berkat NFT, Dua Anak Muda Pendiri OpenSea Ini Menjadi Milyarder Baru. Diakses dari [https://internasional.kontan.co.id/news/berkat-nft-dua-anak-muda-pendiri-opensea-ini-menjadi-milyarder-baru#:~:text=Valuasi%20marketplace%20NFT%20OpenSea,juta\)%20untuk%20mendukung%20transaksi%20NFT.](https://internasional.kontan.co.id/news/berkat-nft-dua-anak-muda-pendiri-opensea-ini-menjadi-milyarder-baru#:~:text=Valuasi%20marketplace%20NFT%20OpenSea,juta)%20untuk%20mendukung%20transaksi%20NFT.)
- Parwati, N. P. Y., & Pramatha, I. N. B. (2021). Strategi Guru Sejarah dalam Menghadapi Tantangan Pendidikan Indonesia di Era Society 5.0. *WIDYADARI: Jurnal Pendidikan*, 22(1), 143-158.
- Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. (2023). Diakses dari <https://isbn.perpusnas.go.id/Home/Statistik#intro>.
- Riskita, A. (2022). 22 Marketplace di Indonesia yang Paling Banyak Dikunjungi. Diakses dari <https://store.sirclo.com/blog/marketplace->



- di-
indonesia/#:~:text=4.%20Lazada,sebanyak%2030%20juta%20per%20
bulannya.
- Rizaty, M. A. (2022). Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. Diakses dari <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.
- Rizaty, M. A. (2022). Semakin Banyak Pelaku Usaha Daring di Indonesia pada 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/semakin-banyak-pelaku-usaha-daring-di-indonesia-pada-2022>.
- Rizaty, M. A. (2023). Pengguna Aktif Tik Tok Dunia Sentuh 1,6 Miliar pada 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-aktif-tiktok-dunia-sentuh-16-miliar-pada-2022>.
- Robbins, P. S. (2003). *Perilaku Organisasi. Edisi Sembilan, Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Rosariana, B. (2021). Generasi “Milenial” dan Generasi “Kolonial”. Diakses dari [https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html#:~:text=Sedangkan%20Milenial%20yaitu%20generasi%20yang,\(lahir%201946%2D1964\)](https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html#:~:text=Sedangkan%20Milenial%20yaitu%20generasi%20yang,(lahir%201946%2D1964)).
- Sadya, S. (2023). Ada 178,7 Juta Pengguna Facebook di Indonesia hingga Akhir 2022. Diakses dari <https://dataindonesia.id/Digital/detail/ada-1787-juta-pengguna-facebook-di-indonesia-hingga-akhir-2022>.
- UIN Sunan Gunung Djati Bandung. (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Yuliani, A. (2018). Pandai Memanfaatkan Teknologi Digital. Diakses dari https://www.kominfo.go.id/content/detail/12360/pandai-memanfaatkan-teknologi-digital/0/sorotan_media.