

Mengenal Web 2.0

Sabtu, 23 Mei 2015 | 18:53:11 WIB | **Endang Kurniawan**

Kita telah mengenal adanya teknologi Internet yang menyediakan begitu banyak layanan didalamnya berupa web-web yang dapat kita akses. Pada masa kini, layanan yang paling digemari dan digunakan masyarakat adalah social networking. Aplikasi serta web social network mulai berkembang pesat saat terkenalnya facebook sekitar tahun 2007. Begitu banyak media sosial lainnya yang diciptakan untuk menyaingi popularitas facebook dengan menawarkan berbagai fitur yang berbeda. Sekarang ini seorang pengguna bisa memiliki akun dari hampir setiap social network yang ada. Pengguna social network juga tidak terbatas usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa. Hal ini membawa perubahan bagi budaya yang ada terutama dalam hal komunikasi.

Adanya social network memungkinkan bertambahnya kesalahan dalam interpretasi, kebohongan serta komunikasi yang berujung kriminalitas. Social network memiliki efek "ketagihan" (addicted) terutama bagi para remaja. Luasnya ruang lingkup dalam jejaring sosial membuat seseorang semakin ingin menjalin hubungan dengan siapa saja. Walaupun mempermudah komunikasi jarak jauh, adanya social network seakan memberikan jarak antar individu yang dekat. Orang akan cenderung lebih malas untuk bertemu dan berbicara secara langsung dengan adanya jejaring sosial. Mereka merasa jejaring sosial membuat segalanya lebih praktis, sehingga komunikasi secara langsung semakin jarang terjadi. Komunikasi yang kita lakukan dalam jejaring sosial pun sulit untuk dipastikan kebenarannya, karena kita tidak melihat dan bertemu secara langsung dengan lawan bicara kita sehingga tidak ada pesan non verbal yang kita terima untuk memastikan kebenaran sebuah pesan.

Social network ini mulai dikembangkan setelah adanya sebuah konsep teknologi yang dinamakan web 2.0. Sebuah situs Web 2.0 memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkolaborasi satu sama lain dalam dialog media sosial sebagai pencipta konten yang dibuat pengguna dalam komunitas virtual, berbeda dengan situs web di mana orang-orang terbatas pada tampilan pasif konten. Contoh Web 2.0 termasuk situs jejaring sosial, blog, wiki, folksonomi, situs berbagi video, host layanan, aplikasi web, dan mashup. Dalam menciptakan web 2.0 ini sang pencipta memiliki visi untuk menjadikan web sebagai "media kolaboratif, tempat di mana kita bisa berpartisipasi dengan cara memberikan kontribusi, mengorganisir serta menciptakan konten/isi dari web itu sendiri " dengan harapan hal tersebut dapat membawa perubahan konten yang ada dalam web menjadi lebih baik lagi.

Web 2.0 dapat dibagi dalam tiga bagian yaitu Rich Internet application (RIA) yang mendefinisikan alur data dibawa dari desktop ke browser, apakah itu dari sudut pandang grafis atau sudut pandang kegunaan. Beberapa istilah-istilah yang berhubungan dengan RIA adalah Ajax dan Flash. Kedua adalah Web-oriented architecture (WOA) yang merupakan bagian penting dalam Web 2.0, yang mendefinisikan bagaimana aplikasi Web 2.0 menyebar luaskan fungsi mereka sehingga aplikasi lain dapat memanfaatkan dan mengintegrasikan fungsinya mealui satu set aplikasi yang sangat kaya yang telah tersedia. Contohnya adalah feed, RSS, Web Services, mash-up. Ketiga adalah Social Web yang mendefinisikan bagaimana Web 2.0 cenderung lebih banyak berinteraksi dengan pengguna akhir dan membuat pengguna akhir merupakan bagian yang tidak terpisahkan.

Aplikasi Web 2.0 menggunakan Web (atau Internet) sebagai platformnya. Platform di sini adalah tempat suatu aplikasi dijalankan. Sehingga web 2.0 bukan berjalan atas dasar Operating System yang ada tapi dengan adanya internet. Dengan demikian, web 2.0 yang merupakan sebuah layanan ini dapat diupdate tanpa terus-menerus data dan programnya tanpa harus dibeli lagi atau dipasang ulang.

Aplikasi Web 2.0 memiliki sifat yang unik, yaitu memanfaatkan kepandaian dari banyak orang secara kolektif. Sebagai hasilnya muncullah basis pengetahuan yang sangat besar hasil gabungan dari pengetahuan banyak orang. Contoh yang jelas adalah Wikipedia. Selain itu setiap individu juga dapat berbagi pengetahuan apapun

dengan menulis blog pribadi. User juga dapat memberikan label pada konten. Contohnya saat kita mengunggah foto ke facebook kita men-tag teman-teman kita yang ada didalam foto. Web 2.0 ini juga terkenal dengan model many-to-many sehingga pemberi dan penerima konten sama-sama banyak, tidak seperti web 1.0 dimana hanya pemilik atau administrator saja yang mempublikasi konten.

Dalam dunia bisnis, web 2.0 sangat berpengaruh dalam hal pemasaran. Untuk mereka yang bekerja dalam bidang pemasaran , Web 2.0 menawarkan kesempatan untuk melibatkan konsumen . Dengan menggunakan Web 2.0 untuk berkomunikasi dengan konsumen dapat membantu dalam pengembangan produk , peningkatan layanan dan promosi . Perusahaan juga dapat menggunakan Web 2.0 untuk meningkatkan kerja sama baik dengan mitra bisnis maupun konsumen . Misalnya , karyawan perusahaan menciptakan situs wiki yang merupakan Web di mana penggunanya dimungkinkan untuk menambah, menghapus , dan mengedit konten. Dalam bentuk daftar jawaban atas pertanyaan tentang setiap produk yang sering diajukan , hal ini membuat konsumen telah menambahkan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan produk.

Web 2.0 juga menawarkan lembaga keuangan banyak peluang untuk terlibat dengan pelanggan . Jaringan seperti Twitter dan Facebook kini menjadi elemen umum strategi multichannel dan loyalitas pelanggan , dan bank mulai menggunakan situs ini secara proaktif untuk menyebarkan pesan mereka . Selain itu , industri jasa keuangan menggunakan Twitter untuk melepaskan " berita " dan acara mendatang , dan YouTube untuk menyebarkan video yang menampilkan eksekutif berbicara tentang berita pasa. Selain itu yang berkembang saat ini adalah munculnya online banking bagi melalui browser maupun mobile. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi pari para pelanggan. Terutama bagi orang-orang yang memang tidak memiliki banya waktu luang dan harus sering berada di jalan. Online banking dapat digunakan baik untuk pembelian, pembayaran, transfer maupun pengecekan saldo.

Usaha kecil telah berkembang menjadi lebih kompetitif dengan menggunakan strategi pemasaran Web 2.0 untuk bersaing dengan perusahaan besar . Sebagai bisnis yang baru tumbuh dan berkembang, teknologi baru digunakan untuk mengurangi kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan . Jaringan sosial telah menjadi lebih intuitif dan user friendly untuk memberikan informasi yang mudah dicapai oleh pengguna akhir . Sebagai contoh, perusahaan menggunakan Twitter untuk menawarkan pelanggan kupon dan diskon untuk produk dan jasa.

All is about imagination - Endang Kurniawan

Sumber : <https://endangkurniawan.com/article-mengenal-web-2-0.html>