



bagian tiga

## **HUBUNGAN MEDIA MASSA DAN KHALAYAK Reinterpretasi di Era Milenial**

Rahman Asri

**P**erkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat saat ini secara langsung berdampak pada pengembangan bentuk-bentuk media yang diciptakan pada saat ini. Teknologi komunikasi yang terus berkembang telah mengubah perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi media. Perubahan yang terjadi bukan hanya dalam kaitan teknis yang dimungkinkan oleh kemampuan teknologi yang berkembang, namun juga bentuk-bentuk kreatifitas media yang dihasilkan.

Di era media tradisional (*pra-new media age*) masyarakat atau individu mengkonsumsi media secara parsial (terpisah) dikarenakan teknologi pada saat itu belum dimungkinkannya sebuah alat memiliki beberapa fungsi media seperti saat ini. Sebelum memasuki abad

ke-21, bisa dikatakan hampir semua peralatan teknologi komunikasi hanya memiliki satu fungsi tunggal sesuai dengan kegunaannya. Telepon hanya digunakan untuk berbicara, penyeranta pesan (*pager*) hanya untuk mengirimkan pesan melalui operator, pesawat radio didengarkan tersendiri, televisi ditonton terpisah, begitu juga pemutar lagu seperti: *tape recorder*, pemutar piringan hitam (*player*) peralatan khusus untuk rekreasi mendengarkan musik yang bisa dinikmati pada saat itu.

Namun seiring perkembangan media digital, kemampuan teknologi saat ini memungkinkan berbagai fitur kegunaan terkumpul pada satu perangkat. Pada sebuah perangkat smartphone dalam genggam tangan, kita bisa menggunakannya untuk berbagai fungsi. Smartphone tidak lagi sebatas alat komunikasi yang digunakan secara verbal (lisan maupun tulisan) tetapi juga berbagai fiturnya memberikan berbagai varian fitur yang lebih beragam mulai dari pemutar video, musik, radio bahkan juga kamera digital (*digital camera*).

Selain pada sisi kemampuan teknologi yang menawarkan berbagai fitur penggunaan, teknologi komunikasi juga menghasilkan perubahan pada format (*platform*) dari bentuk media yang dikenal sebelumnya. Pada masanya, di era sebelum memasuki periode digital (*digital age*) format atau *platform* media secara umum memiliki karakteristik satu arah (*one way communication*), adanya *gate-keeper*, berdampak sangat kuat terhadap khalayak atau audiens yang menjadi target sasarannya.

## Dampak Kemajuan Teknologi Media



**Sumber:** Saroso, *Future TV & Human Capital*, 2014.

Namun seiring perkembangan teknologi komunikasi, media berubah tidak dalam arti bentuknya semata melainkan juga merubah karakter media tersebut dari yang kita kenal sebelumnya. Pola komunikasi media dengan khalayak yang semula satu arah (*one way communication*) telah berubah menjadi dua arah (*two way communication*), peran *gate-keeper* yang menyeleksi dan memilih pesan yang ingin disampaikan oleh media kepada khalayak mulai dikurangi, khalayak selain sebagai konsumen (*consumer*) juga sekaligus bisa menjadi pengisi konten (*producer*) maka kemudian muncul apa yang dikenal sebagai '*procumer*'.

## Perubahan Media Klasik dan Media Baru

➤ **Media massa Tradisional / Klasik (*first media age*)**

- surat kabar, majalah / tabloid ( print media)
- radio, televisi, film ( electronic / audio – visual media)
- Media massa di era ini bersifat One way Communication



➤ **Media massa baru (*new media age*)**

- *computer, on-line, digital, social media*
- *Media massanya sudah berupa two-way communication*



Sumber: Nielsen Media Research, Nielsen Media & Marketing Presentation, 2012

Khalayak tidak lagi pasif sebagai konsumen, tapi mengkonsumsi dan sekaligus turut memberikan ‘warna’ pada media massa yang dikonsumsi. Respon khalayak atas sebuah informasi menjadi langsung (*direct*), berbeda pada saat dimana dulu sebatas tanggapan atas informasi yang dianggap tidak tepat yang disampaikan melalui surat kepada redaksi media. Di masa milenial saat ini, khalayak tidak hanya sebatas merespon informasi yang diterimanya melainkan juga menyampaikan opini, pandangan atau pemikirannya dalam berbagai platform media massa yang bersifat *two-way communication* bisa berupa jurnalisme warga (*citizen journalism*) seperti *Kompasiana*, forum perbincangan seperti *KasKus*, *VivaForum*, *DetikForum*, *User-*

*Generated Content (UGC), MojokCo, Tirto.id, dan berbagai bentuk media social (social media) seperti facebook, twitter, path, instagram, yang semakin populer digunakan khalayak.*

### Platform Media Digital (New Media)



**Sumber:** rujukan website media online terkait

Penggunaan media digital dalam banyak hal telah merubah juga pola hubungan media massa dan khalayak (*audience*), dimana dalam hubungan sebelumnya media massa ditempatkan dalam posisi '*superior*' di atas khalayak. Pemilihan informasi sebagai konten pemberitaan yang ingin disampaikan sepenuhnya ditentukan oleh pengelola media. Mulai dari topik bahasan yang dipilih, narasumber yang ditampilkan, juga penempatan berita dan format penyajian sepenuhnya dilakukan dan menjadi warna redaksi pengelola media tersebut.

Dampak informasi yang disampaikan media massa saat itu, dipahami begitu besar dan berpengaruh langsung pada khalayaknya. Informasi apa yang disajikan media massa kepada khalayak akan berpengaruh merubah atau mengarahkan pola berpikir (*kognitif*), apa yang dirasakan (*afektif*), dan pada akhirnya merubah sikap dan perilaku masyarakat sebagai khalayak sasaran media.

Dalam konsumsi media di era milenial dengan berbasis digital, *online (cyber media)* yang tidak bisa diabaikan juga apa yang disebut media sosial (*social media*) yang menjadi pilihan alternatif para peselancar di dunia maya (*cyber*) dalam memperoleh informasi terbaru maupun untuk berjejaring sosial di antara mereka. Dari akun media sosial (*social media*) masyarakat dapat memperoleh informasi terkini (*updating*) baik dari jejaring media sosial berbagai media konvensional yang merambah ke dunia digital karena tuntutan perubahan teknologi yang ada saat ini ataupun dari banyak format media baru yang terus muncul semakin banyak. Penyebaran informasi yang didapat khalayak juga diperoleh dari akun media sosial pribadi pertemanan dengan *re-posting* dan *linked* kepada rujukan situs *website*, *social media* informasi *mainstream media* yang ada.

## The Game has Changed



Sumber: <https://www.thisdaylive.com>

Selain itu penyebaran (*broadcasting*) dari berbagai akun media sosial (*social media*) tentang isu-isu bahasan baik informasi maupun tema-tema kontroversial juga menjadi konsumsi khalayak yang kadang sulit terverifikasi kebenarannya. Di sisi lain, munculnya media sosial yang menurut Holmes (2008) menjadi ciri komunikasi massa baru (*second media age*); *democratizing, decentralized, two way communication, individually oriented, beyond state control, promoting individual consciousness*, telah membuat media sosial menjadi pilihan alternatif sebagai pengganti saluran distribusi informasi (*channel*) yang selama ini dijalankan oleh media massa.

## Media Social (Social Media)



Istimewa

Pilihan sumber informasi yang tidak lagi hanya bersumber dari *mainstream media* dan pola interaksi yang kini dua arah (*two way communication*) akan berdampak langsung pada perubahan "*bargaining position*" hubungan antara media massa dan khalayak. Berbagai bentuk media baru (*new media platform*) yang terus tumbuh dan berkembang seiring perubahan teknologi komunikasi dan komputasi saat ini di era digital, pada akhirnya tidak sebatas pada kecanggihan teknologinya yang kian maju, melainkan juga pada perubahan pola konsumsi media dan juga *me-repositioning* hubungan media massa dan khalayaknya.



## MEDIA MASSA DAN KHALAYAK

Dampak perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat saat ini, meningkatkan rasa kekhawatiran akan efek media massa terhadap khalayak (dalam hal ini masyarakat). Media massa baik berupa media cetak (surat kabar, majalah, dan sebagainya), media elektronik (radio, televisi) maupun bentuk *new media* melalui jejaring internet sudah begitu menyeruak di masyarakat saat ini. Terpaan media (*media exposure*) yang begitu masif bisa berakibat kondisi khalayak atau masyarakat dalam keadaan banjir informasi (*overloaded information*). Limpahan informasi yang berlebih tersebut kadang menyulitkan masyarakat atau khalayak dalam melakukan pemilahan dan pemilihan informasi yang akurat berdasarkan sumber berita yang terpercaya (*credible*).

### Overloaded – Flood Information



Istimewa

Menurut DeFleur (1975:159), setiap anggota massa akan memberikan respons yang sama pada stimuli yang datang dari media massa. Model Jarum Hypodermis (*Hypodermic Needle Theory*) atau Teori Peluru (*Bullet Theory*) menguatkan pandangan tersebut dengan mengasumsikan bahwa massa yang tidak berdaya ditembaki oleh stimuli media massa. Dengan menggunakan analogi pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum ke bawah kulit pasien (Rakhmat, 1984). Dalam hal ini kekuatan media massa begitu dominan sehingga mampu mengarahkan dan membentuk perilaku khalayak. Begitu beragam informasi yang disampaikan melalui program berita, materi iklan yang mempersuasi target sarannya, konten hiburan (*entertainment*) baik dalam format drama maupun non-drama terkirim sebagai pesan (*messages*) yang langsung menerpa khalayak saat mereka menerimanya.

Menyadari media massa yang berdampak luas dan dinilai efektif, media massa sering juga dimanfaatkan secara politis oleh pengelola media atau penguasa untuk memanipulasi opini massa. Sering tampil dalam materi pemberitaan, muncul dalam berbagai kampanye yang disiarkan ataupun menjadi narasumber dalam sebuah pembahasan program talkshow akan menciptakan efek positif dalam penggambaran *image* yang ingin dideskripsikan dalam sajian sebuah media massa. Hal demikian kita bisa menemukannya baik di jaringan sebuah grup televisi swasta nasional maupun jaringan penyiaran televisi asing di luar negeri.

Contoh penayangan *Mars Perindo* di beberapa stasiun televisi dalam jaringan media MNC grup (RCTI, MNCTV, GlobalTV) dan beberapa liputan pemberitaan

## Media Exposure



**Sumber:** <https://www.emarketeers.com/e-insight/5-ways-digital-pros-can-deal-with-information-overload/>

aksi sosial Harry Tanoesudibjo -sebagai pemilik stasiun televisi tersebut- sebagai materi pemberitaan sangat jelas menunjukkan penggunaan media dalam rangka mengakomodasi kepentingan politik pemiliknya. Hal yang sama juga kita mendapatkannya di Media Grup (MetroTV, Media Indonesia, Metrotvnews.com) untuk Surya Paloh selaku pemilik dengan bendera Partai Nasdem, demikian pula halnya terjadi di media grup Bakrie (tvOne, ANTV, vivanews.com) untuk kepentingan Aburizal Bakrie baik sebagai petinggi Partai Golkar maupun secara kepentingan pribadi perusahaan.

Menurut pandangan Dofivat, media massa dikendalikan dan dikuasai oleh kelompok atau golongan sekelompok orang tertentu untuk kepentingannya sendiri, sehingga jutaan manusia kehilangan

kebebasannya. Dalam hal ini media massa yang digunakan diantaranya; elektronik radio, televisi, dan juga media cetak surat kabar, majalah, tabloid (serta media *online* dalam konteks saat ini, tambahan dari *penulis*).

Pada suatu masa, peran media massa dipandang sangat berpengaruh terhadap kualitas masyarakat. Namun kemudian muncul pandangan kritis para ahli yang menilai peran media massa tidak lagi dominan, bahkan hampir dianggap tidak ada pengaruhnya sama sekali terhadap masyarakat. Menurut pandangan Raymond A. Bauer, bahwa masyarakat sebagai khalayak akan mengikuti pesan yang disampaikan apabila pesan itu menguntungkan bagi mereka.

Masyarakat akan merasa tertarik atas berita yang diperbincangkan media apabila berita itu memang berkesan penting untuk dirinya. Misalkan, berita kecelakaan lalu-lintas yang terjadi di sekitar lokasi tinggalnya, yang mungkin akan berbeda responnya bagi masyarakat di wilayah lain karena belum tentu merasa terlibat pada peristiwa kecelakaan tersebut. Begitu juga apabila media massa memberitakan tentang pelaksanaan Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) untuk lulusan SMA/ sederajat yang heboh. Untuk para pelajar, orang tua siswa, dan pihak sekolah dan kampus yang terkait akan merasa berita itu sangat penting. Sebaliknya, bagi pengemudi angkutan umum, tukang sayur, supir angkot, dan kuli bangunan, berita mengenai SBMPTN itu kurang mendapat perhatian mereka. Khalayak sendiri dianggap sebagai kepala kosong yang siap untuk menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya (Dervin, 1981).

Selain itu, dalam bahasan Teori Agenda Setting

upaya media massa mengatasi persaingan yang terus-menerus dengan berbagai isu penting agar mendapatkan perhatian dari para pekerja media, publik, dan penguasa. Jennings Bryant dan Susan Thompson berpandangan, bahwa agenda setting adalah hubungan yang kuat antara berita yang disampaikan media dengan isu-isu yang dinilai penting oleh khalayak. Pada konteksnya, agenda setting merupakan kekuasaan untuk mengatur berbagai isu, dimana media menyajikan stimuli kuat isu-isunya seragam dan diperhatikan oleh khalayak. Stimuli dari media ini membangkitkan desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu sebagai bagian khalayak yang menjadi target media massa tersebut.

### Liputan Media 'baladacintarizieq' dan Eksekusi Ahok



Sumber: rujukan website media online terkait



Sumber: rujukan website media online terkait

Sebagai contoh pemberitaan tentang kasus *baladacintarizieq* dengan tuduhan *chat* asusila dipublikasikan media secara terus menerus dan mengambil porsi begitu banyak di banyak media akan lebih terekspose dibandingkan berita eksekusi pihak Kejaksaan terhadap kasus penistaan agama Basuki Tjahaja Purnama (Ahok) yang masih bermasalah karena seharusnya penempatan terhukum di Lembaga Pemasyarakatan (LP). Namun dengan alasan keamanan, pihak aparat masih mempertimbangkan tetap di sel tahanan Mako Brimob, Kelapa Dua, Cimanggis, Depok, Jawa Barat tempat Ahok ditahan sementara. Media massa lebih menonjolkan kasus '*baladacintarizieq*' serta menjadikannya fokus pemberitaan, hanya sedikit memberitakan bagaimana pelaksanaan eksekusi Ahok ke lembaga pemasyarakatan (LP). Terpaan media (*media exposure*) yang demikian dan diterima masyarakat mengenai kedua informasi itu, pas-

ti akan lebih memusatkan perhatiannya kepada pemberitaan tentang kasus *baladacintarizieq* dibandingkan dengan pemberitaan eksekusi Ahok ke LP.

Pengaruh media massa memang terasa, namun sebenarnya pengaruh media massa tersebut disaring, diseleksi, bahkan mungkin ditolak khalayak sesuai dengan faktor-faktor personal yang mempengaruhinya. reaksi dari khalayak masyarakat. Berbagai faktor akan mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Beberapa faktor yang mempengaruhi sikap khalayak terhadap pemberitaan media massa diantaranya faktor psikologis individu seperti potensi biologis, sikap, nilai, kepercayaan, serta bidang pengalaman.

Kebiasaan mengkonsumsi media (*media habit*) juga menjadi satu diantaranya, terdapat asumsi bahwa mereka yang berpendidikan rendah cenderung sedikit membaca surat kabar, tetapi sering menonton televisi. Sedangkan kelompok menengah akan cenderung menyukai acara pendidikan, berita, dan informasi. Sementara kelompok menengah atas lebih menyukai bahasan ekonomi/bisnis di surat kabar atau majalah.

Hal lain, adanya kesadaran publik yang juga dapat mempengaruhi isi media ketika perhatian publik terhadap suatu isu tertentu meningkat terus-menerus secara konsisten. Secara ideal, masyarakat pada umumnya harus bisa memilah-milih informasi mana yang baik dan tidak dari berbagai informasi yang bersumber pada media massa. Sehingga, media massa tidak lagi sepenuhnya mengendalikan pola pikir masyarakat, tetapi secara cerdas mampu memilah dan memilih informasi yang memang baik serta layak mereka dapatkan.

## EFEK ISI MEDIA MASSA DAN TEORI KHALAYAK

Komunikasi dalam konteks cakupan tertentu, kita mengenal adanya *komunikasi interpersonal*, *komunikasi kelompok*, *komunikasi publik* dan *komunikasi organisasi* dalam hal ini pada level massa (mass). Pada penerapannya, komunikasi pada level massa tersebut bisa dengan atau tanpa media. Namun, menurut Littlejohn (2005), biasanya pada level komunikasi massa lebih cenderung menggunakan media (media massa) karena dianggap lebih efisien dan penyebarannya menjadi lebih luas.

Penggunaan media tersebut memanfaatkan media cetak (poster, surat kabar, majalah, dan sebagainya), media elektronik (radio, televisi), dan perkembangan terakhir juga menggunakan media *online* (portal, website, blog, media sosial dan berbagai format media jejaring lainnya). Definisi komunikasi massa telah banyak dikemukakan para ahli, diantaranya apa yang dikemukakan Bittner (Rakhmat, 1985): “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*”

Komunikasi massa merupakan sebuah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah orang. Dalam definisi tersebut dinyatakan bahwa komunikasi massa pada hakikatnya adalah sebuah proses komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi media massa kepada khalayak luas yang *anonim*. Proses komunikasi yang demikian diistilahkan Littlejohn (2005) dengan konsep media *encoding*, yaitu proses di mana organisasi media memediakan pesannya kepada khalayak.



*“Komunikasi Massa adalah suatu proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus-menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan dengan melalui berbagai cara”*

(DeFleur & McQuail, 1985 dan McQuail, 2000)

Menurut McQuail (1994) dalam Teori Normatif, fungsi media massa itu akan sangat berkaitan dengan iklim politik di mana media massa (*pers*) itu berkembang. Dalam *sistem pers libertarian*, maka penciptaan implikasinya relatif sepenuhnya tergantung pada masing-masing organisasi media. Sedangkan bila beroperasi dalam *sistem pers authoritarian*, maka implikasi-implikasi tersebut cenderung tergantung pada penguasa. Meskipun dalam operasionalisasinya organisasi media sangat tergantung pada iklim politik dimana beroperasi, namun komponen-komponen sistem dalam operasionalisasi bekerjanya organisasi media akan mengacu pada pandangan bahwa media massa sebagai sistem sosial dimana cenderung memiliki beberapa komponen yang konstan dalam suatu totalitas sistem yang saling berketergantungan yaitu : *audiences, research organizations, distributors, producers and their sponsors, advertising agencies* dan *subsystems of control* (De Fleur & Rokeach, 1982).

Dari sejumlah komponen itu, diketahui bahwa komponen audience atau khalayak diidentifikasi sebagai salah satu komponen (variabel yang mempengaruhi ‘*encoding*’ media) utama yang sangat rumit dalam sistem sosial komunikasi massa. Hal tersebut dikarenakan, sifat dan karakter audience atau khalayak yang berjenjang

(berbeda level), bervariasi perbedaan latarbelakangnya dan saling berkaitan diantara kategori yang berbeda. Menurut De Fleur & Rokeach (1982) dalam pandangannya bahwa *“Beberapa variabel utama yang berperan dalam menentukan bagaimana komponen ini beroperasi dalam sistem ini adalah kebutuhan utama dan kepentingan anggota khalayak, ragam kategori-kategori sosial yang direpresentasikan dalam khalayak, dan karakteristik hubungan sosial antara khalayak. Variabel ini menunjukkan mekanisme perilaku yang menentukan pola perhatian, penafsiran, dan respon khalayak berkaitan isi dari jenis tertentu”*.

Khalayak (*audiences*) merupakan salah satu faktor penting dari sebuah proses komunikasi. Unsur khalayak memiliki peran penting sebagai salah satu kunci terbangunnya proses komunikasi yang ingin dicapai, komunikasi yang efektif. Konsep khalayak (*audiences*) menunjukkan adanya sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki perhatian, reseptif, tapi relatif pasif yang terkumpul dalam latar yang kurang lebih bersifat publik (McQuail, 2011). Menurut Widjajanto (2013) khalayak dapat diklasifikasi berdasarkan:

- Tempat (geografis, lokasi atau wilayah)
- Kelompok (demografis : usia, gender, keyakinan, SES, pendidikan, pekerjaan)
- Jenis media, saluran atau media tertentu (type/ genre, topik, lifestyle)

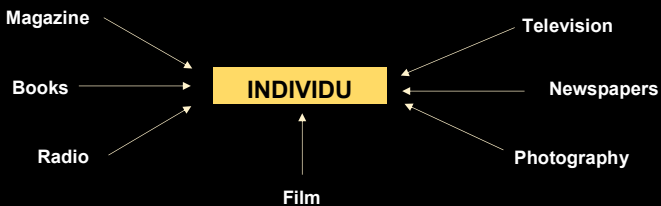


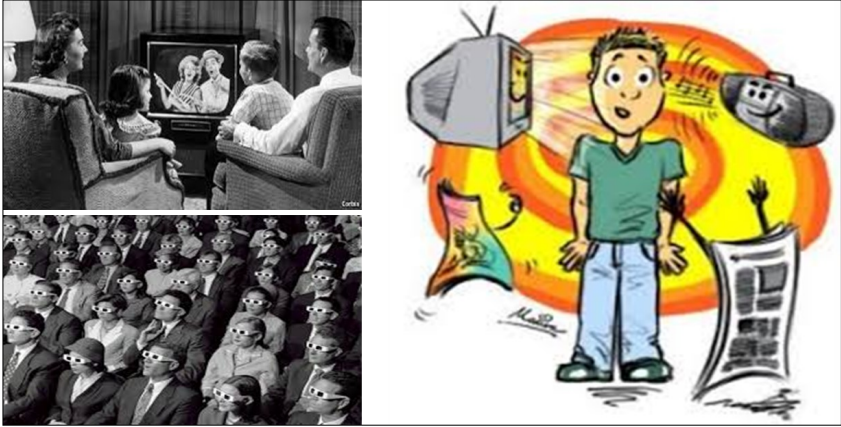


Audiens bias disebut sekumpulan orang yang menjadi pembaca (*reader*), pendengar (*listener*) dan atau pe-nonton/pemirsa berbagai media atau komponen isinya atau konten media (McQuail, 2010). Sementara khalayak media (*media audiences*) dalam pandangan McLuhan (1964), *audiences* merupakan sentral komunikasi massa yang secara konstan dibombardir oleh media.

## AUDIENCE (AUDIENS)

*Audiences* sebagai sentral komunikasi massa yang secara konstan dibombardir oleh media (McLuhan, 1964) .





**Sumber:** [www.wealthdaily.com/articles/the-power-of-media-a-libertarian-perspective/5895](http://www.wealthdaily.com/articles/the-power-of-media-a-libertarian-perspective/5895)

Menurut Dervin (1981), dalam kajian teori komunikasi massa kita mengenal adanya dua tipe khalayak (*audiences*):

- *Khalayak yang pasif*, dimana khalayak yang dianggap sebagai ‘kepala kosong’ yang siap menampung seluruh pesan komunikasi yang dicurahkan kepadanya. Dalam hal ini, pesan komunikasi yang disampaikan dianggap ‘baik’ baik oleh komunikator (*sender*) maupun komunikan (*receiver*) seperti *Hypodermic Needle Theory* (teori jarum suntik) atau *Bullet Theory* (*Teori Peluru*).
- *Khalayak yang aktif*, khalayak yang dengan sengaja dan aktif mencari informasi dalam media untuk memenuhi kebutuhannya, seperti pemahaman *Uses & Gratification Theory*.

Dalam studi komunikasi, pemahaman tentang khalayak (*audiences*) bisa berupa individu atau kelompok masyarakat (*segmentasi-targeting*) menjadi kunci agar proses komunikasi berjalan efektif dan sesuai dengan target harapan dan tujuan yang ditetapkan atau diinginkan. Tugas seorang komunikator atau media adalah

untuk mengetahui dan memahami siapa yang menjadi khalayak sasaran (*target audiences*) dan yang akan mengkonsumsi media tersebut atau penerima pesan (*receiver*) sebelum proses komunikasi berlangsung.

Karenanya sebagai satu diantara unsur penting dalam proses komunikasi massa (terlebih apa dikaitkan dengan studi atas efek media massa), maka menjadi penting unsur khalayak (*audiences*) menjadi perhatian para peneliti efek yang ditimbulkan isi media (*media content*). Dalam hal ini kaitan isi (*content*) yang dimaksudkan bisa bersifat *low-taste content; non-debated content* dan *high-taste content*. Beberapa peneliti media berpandangan bahwa perilaku negatif bisa degradasi moral ataupun tindakan kekerasan sangat mungkin distimuli karena isi sebuah tayangan atau program.

Kasus anak-anak yang menirukan adegan kekerasan seperti tayangan *Smack Down* (Lativi sebelum re-branding menjadi tvOne), *One Pride* (tvOne) ataupun UFC (iNews) disinyalir oleh banyak pihak diakibatkan melihat tayangan program-program sejenisnya. Meskipun realitasnya efek media televisi tidak sebagai penyebab tunggal pada kasus tersebut, namun muncul respon negatif dari masyarakat pada program-program aksi tersebut. Beberapa teori efek media telah menjelaskan hal itu, seperti yang dikemukakan Gerbner dengan Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*) bahwa isi media sama seperti realitas yang pada gilirannya akan menghasilkan koherensi yang kuat dan pesan dari media televisi terkultivasi secara signifikan ke dalam diri individu khalayak.

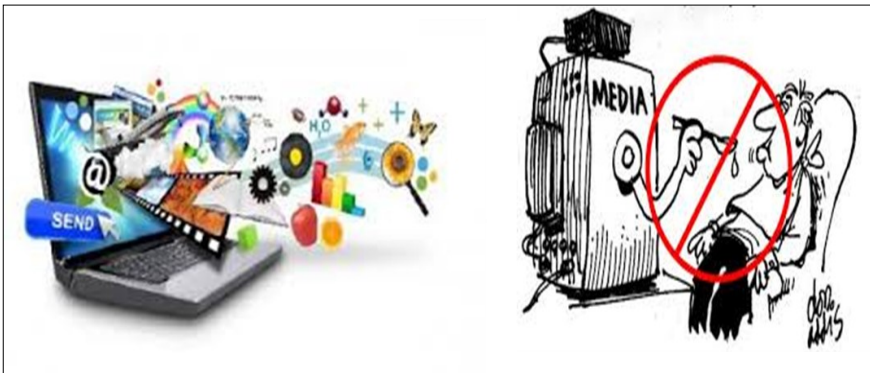
Hal senada dikemukakan Berkowitz dalam teorinya *Stimulating Effects (Aggressive Cues)*, bahwa terpapar atas rangsangan-rangsangan agresif akan meningkatkan level

dorongan emosi dan kejiwaan seseorang, nantinya akan meningkatkan kemungkinan perilaku agresif seseorang (DeFleur & Rokeach, 1982). Studi lain yang dilakukan Bandura & Walters dengan *Observational Learning Theory* telah memperkuat bahwa pesan-pesan televisi atau bentuk-bentuk lainnya dari media kekerasan, dimana bukan hanya meningkatkan tingkat agresivitas khalayak melalui bagaimana mereka belajar agresi, melainkan juga melalui penyampaian tokoh yang memerankannya dan menjadi contoh bagi individu khalayak yang mengonsumsi konten media tersebut.

Sedangkan dalam kaitan isi atau konten media *high-taste content*, bisa berupa program musik serius (*musik klasik, orchestra*), sajian program drama bertema cerita *canggih (complicated, science-fiction)*, juga berupa sebuah talkshow bahasan politik dengan narasumber yang kompeten di bidangnya. Dalam sebuah diskusi politik yang serius misalnya, program tersebut diharapkan berkontribusi akan menciptakan kondusif pada individu masyarakat dalam berbangsa dan bernegara. Contoh hal tersebut bisa kita melihatnya di beberapa negara demokratis seperti Amerika Serikat misalnya, dalam pemberitaan surat kabar memuat tentang pemilu, pemerintahan, pertahanan-keamanan dan juga isu-isu nasional maupun luar negeri.

Diharapkan dengan mengikuti isi pemberitaan yang ditampilkan media massa, individu atau warga masyarakat sebagai khalayak media akan menjadi kondusif dalam mengikuti perkembangan nasional maupun apa yang terjadi di dunia secara keseluruhannya. Begitu pun halnya terjadi di media massa tanah air, khususnya media massa yang memformat acaranya lebih pada

program berita atau informasi seperti MetroTV, tvOne, *KompasTV* maupun Radio Elshinta dengan tagline “*News and Talks*”. Begitupun program-program lain di media lain meskipun tidak mengkhususkan pada berita dan in-

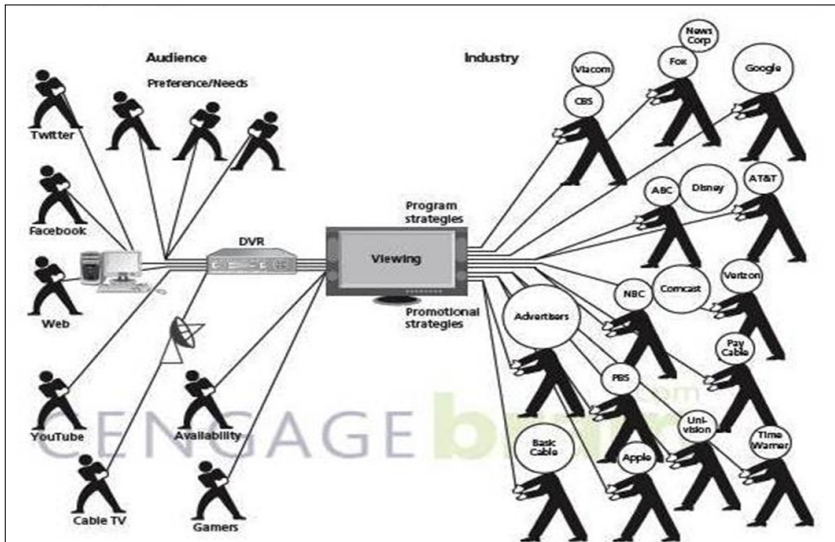


formasi, namun beberapa acara programnya turut memberikan iklim kondusif agar individu khalayak ikut berpartisipasi dalam perannya sebagai anggota masyarakat atau warganegara.

### **MEDIA MASSA TIDAK SELALU MENANG**

Seperti telah sangat dipahami oleh praktisi maupun para ahli pengkaji media massa, akan selalu ada tarik-menarik antara berbagai pihak terkait atau pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik dalam hubungan media dengan khalayak, antar media massa sejenis, pihak media industri, pembuat kebijakan (*regulator*) pemerintah ataupun asosiasi (*board, association*) maupun perkembangan teknologi komunikasi khususnya berkaitan dengan media. Hal tersebut oleh Susan Tyler Eastman & Douglas A. Ferguson (2013) digambarkan layakanya terjadi perang kepentingan dari berbagai pihak seperti terlihat dalam ilustrasi berikut:

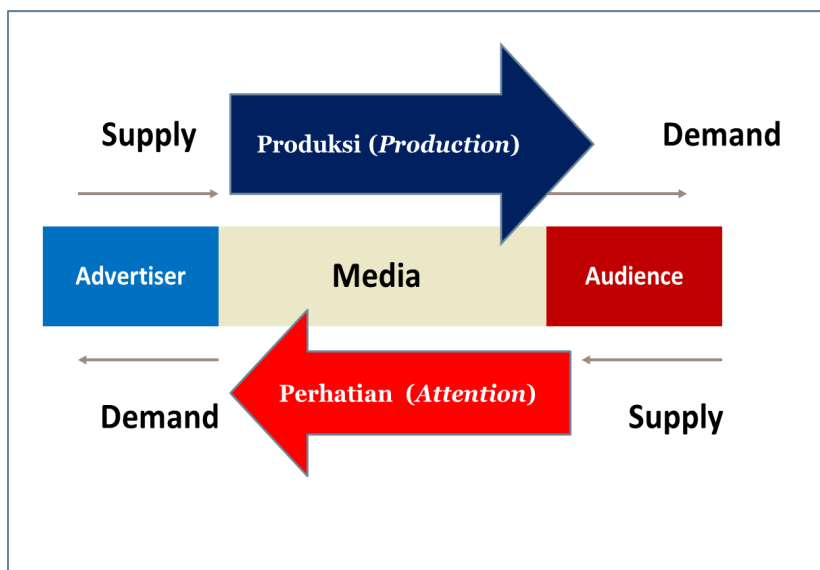
## Hubungan Media Massa dan Khalayak



**Sumber:** Sumber: Susan Tyler Eastman & Douglas A. Ferguson, Media Programming: Strategies and Practices, 9th Edition, Boston: 2013.

Patut diberikan catatan juga, bahwa bisnis media yang berlangsung hingga saat ini menjalani apa yang disebut sebagai *'dual consumer'* sebagai target sasaran penyampaian pesannya. *'Dual consumer'* yang dimaksudkan adalah mencoba meraih perhatian penonton atau khalayak (*audiences*) di satu sisi, sementara juga harus memperoleh pendapatan melalui iklan (*advertising*) untuk menutup biaya operasional sekaligus keuntungan yang ingin diraihnya. Dalam hal ini, kita diperkenalkan apa yang dikenal dengan *'two sided market'* (pasar dua sisi) dalam pembahasan Ekonomi Media (Noor, 2010).





Sumber: <https://www.thisdaylive.com>

Bahkan ditegaskan oleh Eastman & Ferguson (2013),

*“Contrary to popular belief, broadcasters are not in the business of creating programs; they are in the business of creating audiences that advertisers want to reach”*

Berbeda dengan pemahaman yang dipahami, sesungguhnya seorang praktisi penyiaran (*broadcaster*) tidak di dalam bisnis mengkreasi acara atau program, melainkan mengkreasi ‘*audiences*’ yang ingin dicapai oleh pengiklan (produk atau jasa). Karena itu relasi antara pengelola ataupun pemilik media dengan khalayak (*audiences*) harusnya terjaga dengan baik. Hubungan mutualisme (saling membutuhkan) antara pihak media dengan khalayaknya menjadi hal penting yang tidak bisa diabaikan. Media massa memberikan berbagai isi atau konten acara program yang diinginkan khalayak bisa berupa informasi maupun hiburan. Sementara bagi

pemilik atau pengelola media akan terus berusaha memperluas jangkauan medianya kepada khalayak, dengan demikian pengiklan akan melihat seberapa banyak terpaan media tersebut dapat dinilai layak untuk membawa pesan iklan kepada khalayak yang menjadi target sasaran mereka. Ada sebuah rangkaian yang saling terkait antara media massa, khalayak dan pengiklan.

Apabila tidak ada hubungan positif yang saling mendukung antara ketiga pihak tersebut (media-khalayak-pengiklan) akan sangat mengganggu berjalannya fungsi atau operasional media tersebut. Munculnya persoalan tersebut misalnya saat terjadi insiden pengusiran kru liputan pemberitaan beberapa media massa yang dianggap mengganggu kerja jurnalis di lapangan.

Hal tersebut telah dialami jurnalis *MetroTV*, *KompasTV* dan *GlobalTV* saat peliputan “*Aksi Super Damai 212*” di lapangan Monas pada 2 Desember 2016 beberapa waktu lalu yang menimbulkan kontroversi. Bahkan IJTI (Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia) maupun AJI (Aliansi Jurnalis Independen) merilis surat resmi keberatan atas apa yang dialami para jurnalis saat meliput di tempat kejadian. Namun juga ada tanggapan dari pihak media lainnya yang memberikan gambaran apa yang menjadi latar belakang penolakan kerjasama untuk diliput dengan tindakan pengusiran wartawan dari lokasi aksi.

Sumber: rujukan website media online terkait

**KOMPAS.com**  
TERMINAL MUDA HUT BAKTI

NEWS EKONOMI BOLA TENIS SAINS ENTERTAINMENT OTomotif LIFESTYLE PROPERTI TRAVEL EKUAD KULON IMAGES TV VIK

News / Nasional

## Dikecam, Kekerasan terhadap Jurnalis Saat Liput Aksi 112

FABIAN JANUARUS KOWADO  
Dipublikasikan: 12 FEB 2017 16:58 WIB

Para jurnalis di Mataram melakukan aksi labur dengan di atas kartu parkir, sebagai simbol keprihatinan atas tindakan kekerasan yang menimpa wartawan di Medan. (sumber: Mataram, Rama Sastra)

**JAKARTA, KOMPAS.com** – Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Jakarta mengedukasi leras sekelompok orang peserta aksi 112 yang mengintimidasi hingga memukul para jurnalis yang tengah meliput.

Ketua AJI Jakarta, Ahmad Numasim mengatakan, pihaknya mencatat ada beberapa jurnalis dan perusahaan media berbeda yang diperalakan tidak baik oleh peserta aksi di Masjid Istiqlal Jakarta. Sabtu (11/2/2017).

28 JUNI - 5 JULI 2017  
**Nikmati Promo HUT Kompas ke-52**  
DISKON  
**52%**  
Gunakan Kode  
**KOMPAS52**  
KLIK DI SINI

DIGITAL LENDAH 10 BUKU

WA 0812 9005 0800

TERPOPULER

TRENDING PERISTIWA POLITIK JAKARTA UANG DUNIA KHAS PROPERTI TRAVEL VIDEO

## Saat wartawan MetroTV jadi sasaran massa di berbagai aksi bela Islam

Minggu, 12 Februari 2017 07:15  
Reporter : Ramadhian Fadlillah

wartawan MetroTV disoraki. ©2016 Merdeka.com

**Merdeka.com** - Reporter Desi Fitriani dan kameramen Ucha Fernandes sedang mengambil gambar di depan pintu masuk Al Fatah Masjid Istiqlal saat aksi 112. Belum sempat masuk, terdengar suara dari belakang

"Usir Metro TV... usir Metro TV," teriak massa, Sabtu (11/2).

Keduanya digiring oleh massa dan dicaci maki. Mereka disuruh keluar dari lingkungan masjid. Ucha Fernandes dipukuli di bagian perut, leher, dan kaki. Sedangkan kepala Desi sempat dipukul pakai bambu hingga memar.

Peliputan yang berimbang, obyektif, tidak memihak (netral), menjunjung tinggi integritas profesi kewartawanan (*journalist*) dan tetap dalam koridor etika insan pers sesuai UU No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers maupun Kode Etik Kewartawanan yang harusnya menjadi pedoman perilaku seorang jurnalis seperti dipertanyakan. Bentuk penolakan liputan bahkan lebih jauh sebagai reaksi tidak suka dengan mengusir kru liputan seperti menunjukkan protes sekaligus tidak respek atas kinerja para jurnalis yang bekerja di lapangan. Mereka khalayak yang ikut dalam “Aksi Super Damai 212” di Monas pada 2 Desember 2016 merasa tercederai dan merasa tidak percaya lagi dengan kerja jurnalis yang mereka sikapi dengan mengganggu dan tidak berkenan diliput. Ada pertarungan integritas atas profesionalisme kerja jurnalistik yang dilakukan kru liputan beberapa media tersebut.



Sumber: rujukan website media online terkait

Pada peristiwa ini, kemudian akan memunculkan pertanyaan mendasar bagi sebuah media massa, akankah sebuah media bisa hidup terus tanpa ada khalayak (*audiences*) yang bagaikan menjadi jiwa atau aliran darahnya? Khalayak (*audiences*) adalah jiwa atau bagaikan darahnya sebuah program atau media. Sebuah program atau media yang tidak disukai akan ditinggalkan khalayaknya. Lalu jika media ditolak, apakah kemudian media tersebut hidup bagai zombie gentayangan tanpa jiwa di tubuhnya!



**Sumber:** rujukan website media online terkait

Sumber: rujukan website media online terkait



The screenshot shows the homepage of the KIBLAT news website. At the top, there is a navigation bar with links for HOME, NEWS, TITIAN, IN DEPTH, KHAZANAH, DOWNLOAD, GALERI, and BUASA PER. The main headline is "Sebut Massa Aksi Bela Islam III Hanya 50Ribu, Wartawan MetroTV Diusir Lagi" dated Jumat, 2 Desember 2016 10:24. Below the headline is a large photograph of a man in a black shirt being escorted by police. To the left of the main image is a sidebar with several smaller news items under the "TITIAN" section. Below the main image, there is a "BERITA TERKAIT" section with several related article titles and dates.



The screenshot shows an article on the "tribun islam" website. The page has a blue header with the site name "tribun islam" and a navigation bar with links for HOME, BERITA, ARTIKEL ISLAM, ARTIKEL, MUALAF, and UNIK. The breadcrumb trail reads "Home > Berita > Nasional > Sebut Massa Aksi Bela Islam III Hanya 50Ribu, Wartawan MetroTV Diusir Lagi". The article title is "Sebut Massa Aksi Bela Islam III Hanya 50Ribu, Wartawan MetroTV Diusir Lagi" and it is dated "JUMAT, 02 DESEMBER 2016". Below the title is a large photograph of the same man in a black shirt being escorted by police, identical to the one in the KIBLAT screenshot.

## **LITERASI DIGITAL DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PILAR KELIMA**

Transformasi konsumsi penggunaan media yang tidak terhindarkan karena perkembangan teknologi komunikasi saat ini, perlahan namun pasti mengalihkan masyarakat dari media tradisional ke arah penggunaan media baru (*new media*) yang berbasis teknologi digital. Konsumsi media digital, *online media* sebuah jalan yang mau-tidak mau, suka-tidak suka akan menjadi jalan takdir yang harus ditapaki oleh pengelola maupun praktisi media di masa depan. Pemahaman akan dunia teknologi *cyber, digital, online* harus dimiliki oleh pengelola maupun praktisi yang masih terus aktif di dalam industri media saat ini.

Pentingnya pemahaman akan penggunaan teknologi digital untuk bisa dimanfaatkan secara lebih positif bagi masyarakat telah ditekankan baik oleh Menteri Pendidikan Nasional Muhadjir Effendy dan diperkuat pandangan tersebut oleh Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara dalam siaran pers menanggapi kebijakan rencana pemblokiran situs (*website*) ataupun beberapa platform media sosial yang telah menjadi isu nasional dan diberitakan media ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), 03/02/2017).

Masyarakat yang telah memahami literasi digital (*digital literacy*) diharapkan akan lebih memanfaatkan jaringan menjadi sarana yang positif bagi pengembangan wawasannya melalui berbagai informasi, ilmu pengetahuan maupun teknologi terapan yang diperolehnya. *“Penekanannya bukan hanya 'apa' atau 'bagaimana' alat-alat teknologi informasi dan komunikasi, internet, media sosial itu digunakan, tetapi 'untuk apa?'. Itu*

*yang terpenting," ujar Muhajir dalam siaran pers, Jumat (3/2/2017).*

Menteri Komunikasi dan Informatika Rudiantara menambahkan, banyak yang mengatakan bahwa pemblokiran situs karena kontennya bermuatan negatif merupakan keberhasilan. hal itu sebenarnya salah. Keberhasilan yang sesungguhnya adalah terletak pada pembangunan kesadaran pengguna internet untuk menggunakannya secara lebih positif. Sesungguhnya, permasalahan itu lebih pada konten (*content*) bukan di sisi teknologi digitalnya. Karena itu, Rudiantara berharap komunitas-komunitas digital turut mendukung pemerintah dalam hal mewujudkan masyarakat yang melek literasi digital (*digital literated*).

Menurut Davis & Shaw (2011), *digital literacy* atau literasi digital merupakan kemampuan berhubungan dengan informasi hipertekstual, dalam artian membaca non-sekuensial berbasis sistem komputer atau platform digital. Artinya, kemampuan analisa menjadi sesuatu yang penting ketika individu atau sebuah masyarakat memahami segala informasi yang diperoleh dari berse-lancar (*browsing*) di dunia maya. Ditambahkan oleh Gil-ster (2007), literasi digital dimaknai sebagai kemampuan membaca, memahami dan analisa berbagai sumber digi-tal. UNESCO (*The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) sebuah lembaga PBB (Persatuan Bangsa-Bangsa) yang berkaitan dengan pen-didikan, ilmu pengetahuan dan kebudayaan, menetapkan literasi digital telah menjadi bagian dari rencana jangka panjang yang tertuang dalam roadmap UNESCO (2015-2020), di mana literasi digital menjadi pilar pen-ting untuk masa depan pendidikan dan menjadi basis




pengetahuan, yang didukung oleh teknologi informasi yang terintegrasi.

Dengan kemampuan memilah dan membaca secara analitik agar memperoleh informasi yang dapat dipertanggungjawabkan isinya, maka kemampuan literasi digital masyarakat akan sangat diperlukan dalam menghadapi 'tsunami informasi' di tengah percepatan teknologi digital saat ini. Untuk itu kampanye literasi digital secara massif, juga pembelajaran terstruktur dalam proses belajar-mengajar harus menjadi program yang serius dijalankan agar dapat menumbuhkan kecerdasan bermedia sosial, Sehingga diharapkan penggunaan media sosial yang mewabah di masyarakat belakangan ini akan lebih dapat mengembangkan gagasan dan ide-ide kreatif. Sebaliknya, individu atau masyarakat akan lebih sadar untuk lebih bijak berperilaku di ruang terbuka media sosial dengan memilah informasi mana konten-konten *hoax* yang menyesatkan dan lebih berpegang pada informasi atau berita yang bisa dipertanggungjawabkan.

**FAKE NEWS OR REAL NEWS?**

**10 tips to getting the facts for yourself**



**1. Look at the URL**

If it ends with **.com.co** or **lo**, be suspicious.  
These are often fake or satirical versions of real news sources.  
For example, **abcnews.com.co** or **Newslo**.

**2. Read other sections of the website**

Does the website look professional?  
Does the language sound serious and credible?  
Or do they use strange-sounding language and incorrect grammar?  
For example, the over-use of exclamation points found in this paragraph from the **abcnews.com.co** home page is a clue that this is not a real news source:

Thanks to ABC News President & CEO, Dr. Paul "Un-Buzz Killington" Horner for making ABC News the greatest website in the multiverse. We need writers! Contact us! Looking to advertise? Contact us! ... Do you have a complaint? We love to hear them!

Dalam pemahaman terhadap informasi, secara umum masyarakat terbagi menjadi 4 kuadran (Priyambodo, Jurnal Komunika, Volume 9, No. 2, Desember 2011), yaitu :

1. Masyarakat *ignorance* (tidak tahu), merasa tahu padahal tidak mengetahui apa-apa.
2. Masyarakat *awareness* (kesadaran), masyarakat yang sadar mereka banyak tidak tahu.
3. Masyarakat *profesional* (professional), masyarakat su-

dah dapat bertindak komprehensif.

4. Masyarakat *mastery* (keunggulan), unggul dapat menyelesaikan sesuatu secara baik.

Dalam masyarakat kuadran pertama dan kedua, peran dan fungsi media massa lebih menerapkan pemberitaan dengan pendekatan *agenda setting* seperti dikemukakan oleh McCombs & Shaw (1972) di mana media massa begitu kuat (*powerfull*) dalam mempengaruhi agenda isu-isu yang diangkat menjadi pembicaraan publik.

Sementara, pada masyarakat yang berada di kuadran ketiga dan keempat, media massa biasanya menerapkan pemberitaan mereka lebih pada pendekatan *uses of gratification* (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974 dan 2000) dengan jargon “*give the people what they wants*” (berikan apa saja yang diinginkan publik). Dalam hal ini, media massa tidak sebatas mengembangkan isi berita yang perlu diketahui publik, tetapi juga mampu menyampaikan informasi dari berbagai aspek yang masyarakat ingin ketahui.

Pentingnya peran media massa dalam masyarakat telah disadari oleh berbagai pihak, bahkan banyak pengamat menilai dengan fungsi dan perannya dalam menegakkan fungsi kontrol dalam hidup bermasyarakat dan bernegara memposisikan *pers* (media massa) sebagai pilar keempat. Seperti kita telah memahami bersama, sebuah negara demokratis berdiri di tiga pilar yang disebut *Trias Politika: Legislatif, Eksekutif, dan Yudikatif* dalam masyarakat modern saat ini. Namun, sering terjadi ketiga lembaga negara tersebut tidak berfungsi sebagaimana mestinya, ada yang melemah atau dilemahkan atau

bahkan menjadi super dominan di saat menjalani perannya. Maka *pers* atau media massa muncul menjadi penyeimbang sekaligus mengkoreksi apa yang seharusnya dijalankan ketiga fungsi lembaga tersebut. Thomas Jefferson (1787) salah seorang *founding fathers* Negara Amerika Serikat pernah berujar (Syah, 2014):

*“Lebih baik kita memiliki pers tanpa pemerintahan daripada pemerintahan tanpa pers”*

Apa yang ingin disampaikan dalam ungkapan tersebut, harus lebih dilihat sebagai peran ideal yang seharusnya dilakukan pers atau media massa untuk terus menjadi pengontrol dan penyeimbang dalam menjaga kepentingan masyarakat secara luas. Namun sebaliknya, pers atau media massa harus menjauhkan dirinya kalau hanya berperan sebagai corong penguasa atau perpanjangan tangan dari kepentingan kelompok/golongan. Ada terkesan pengkhianatan idealisme dari peran dan fungsi yang diemban oleh pers atau media massa sebagaimana mestinya apabila kerja jurnalistik di lapangan hanya dinisbatkan bagi kepentingan-kepentingan sesaat dengan agenda-agenda yang bukan memperjuangkan kepentingan umum masyarakat.

Kemunculan media alternatif seperti *social media*, *blog* atau *microblogging* semacam forum berbagi informasi memang tidak bisa dihindari di era komunikasi digital yang terus berkembang. Namun di sisi lain, juga memberikan tantangan yang akan dihadapi pengelola dan praktisi media baik dari media cetak, elektronik (audio visual) dan bentuk media yang ada sebelumnya. Penyebaran informasi berbasis teknologi digital, *online* akan lebih sigap, cepat, serentak dan masif.

Dampak dari teknologi informasi di era milenial ini sangat dirasakan begitu membuka peluang sekaligus menimbulkan kekhawatiran dari *multiplier effects* (efek beruntun) yang diakibatkannya. Dari pengamatan Sirikat Syah (2014) praktisi media sekaligus pendiri dan direktur LKM Media Watch, sebuah lembaga pengamat dan monitoring media, bahwa sejak tahun 2011 telah muncul apa yang disebutnya sebagai *pilar kelima* yaitu media sosial (*social media*) di periode milenial yang kita menjalaninya hingga saat ini.

Sebenarnya, kekuatan sosial media sudah ditunjukkan pada tahun 2008 saat pemilihan presiden Amerika Serikat yang menghantarkan Barack Obama sebagai seorang presiden berkulit hitam di tampuk kekuasaan negara paman Sam tersebut. Padahal saat itu, ketiga pilar demokrasi lebih mendorong lawannya George W. Bush untuk tampil meraih kekuasaan. Bahkan jaringan media besar seperti radio, media cetak, dan televisi saat itu terlihat kurang mendukung Obama sebagai kandidat dan tidak meyakini akan menang. Namun gerakan di media sosial yang digunakan dalam masa kampanye telah berhasil mewujudkan mimpi untuk dapat meraih kekuasaan sesuai jalur konstitusional dari seorang Barack Obama.

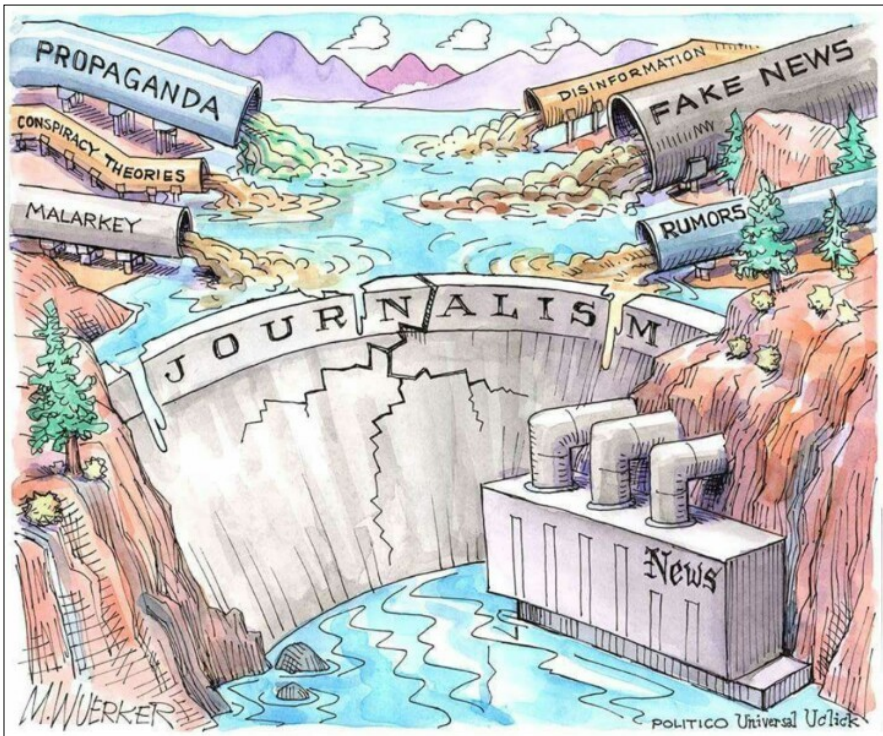
Di Indonesia, fungsi media sosial sebagai kekuatan pilar kelima mulai dirasakan khususnya saat para *netizen* bergerak dalam kampanye pengumpulan “Koin Untuk Prita” di mana *facebooker* maupun pengguna *Twitter* mengumpulkan dana sebagai sokongan terhadap perjuangan seorang ibu yang memiliki kasus dengan pihak Rumah Sakit dalam kasus perdata. Begitupun saat heboh kasus perseteruan pihak kepolisian dengan KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) yang dinilai mengkriminalisasi

para pimpinan KPK yang sedang memproses dugaan korupsi para petinggi polri.

Gereget dan rasa tidak puas masyarakat terhadap tindakan aparat maupun pemihakan media massa (*pers*) terhadap banyak kasus yang mengusik penegakan keadilan telah membuat para penggiat sosial media menggunakannya sebagai alternatif pilihan. Di saat tindakan aparat tidak seperti diharapkan, dimana pemihakan media massa (*pers*) juga kasat mata menjadi partisan (tidak netral) maka masyarakat menggunakan media sosial sebagai wahana perjuangan mereka.

Secara positif, penggunaan pilar kelima media sosial (*social media*) bisa mencegah hegemoni kebenaran informasi yang hanya dibatasi pada sumber-sumber media utama (*mainstream media*) yang ada. Masyarakat dan individu memiliki akses informasi yang lebih banyak dari sumber informasi lain yang tersedia. Informasi atau berita yang diterima akan bisa di *cross-check*, diperbandingkan validitas dan kredibilitasnya dari berbagai sumber yang ada. Keragaman informasi akan lebih memberikan peluang mengembangkan wawasan bagi masyarakat yang berpikiran terbuka. Sehingga dari informasi yang diperolehnya, masyarakat akan bisa lebih obyektif dalam merespon apapun isu-isu yang disebarakan oleh berbagai media mainstream. Sehingga cara berpikir kritis, bersikap obyektif dan rasional diharapkan lebih dapat terbentuk dalam masyarakat, meskipun provokasi isu-isu dilancarkan oleh berbagai pihak yang memiliki kepentingannya sendiri.

Namun, tetap harus ada proses pendewasaan dan kematangan dalam sikap masyarakat penggunaan media sosial yang ada saat ini, baik berupa *facebook*, *twitter*, *path*, atau *instagram*, dan berbagai format *blog*, serta jejaring lain yang digunakan dalam *chatting* (percakapan) yang sering membawa pesan konten (message) yang belum tentu isinya bisa dipertanggungjawabkan. Bentuk-bentuk *junk-information* seperti *fake news*, *hoax*, *propaganda* atau *miss-information* yang disebarakan sangat layak diwaspadai dampaknya terhadap masyarakat. Memang membutuhkan ketrampilan dalam memahami, memilah dan memilih berita yang banyak beredar di media sosial.



Dengan kesadaran penuh, individu atau masyarakat sangat layak menganalisa isi sebuah konten informasi dan mempertimbangkan betul akan setiap dampak informasi yang akan dibagikan (*sharing*) melalui akun media sosial yang dimilikinya. Setiap *postingan*, *broadcast* baik berupa teks, gambar, video yang diunduh melalui jejaring media sosial akan menyebar dan menjadi viral di dunia maya, saat tombol 'enter' ditekan dan akan dibaca oleh berbagai masyarakat belahan dunia. Untuk itu, kita sangat layak me-nimbang dan mewaspadaikan apabila jari tangan kita saat mulai aktif menggerakkannya di atas *keyboard* atau *keypad* baik yang menggunakan computer, laptop maupun smartphone yang ada di genggam tangan.

### **REALITAS PARALEL: DUNIA NYATA-DUNIA MAYA**

Dalam sejarah peradaban manusia, setiap penemuan teknologi yang dikembangkan akan membawa perubahan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakatnya. Begitupun yang terjadi dalam perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK), yang menurut McLuhan (1964) menjadi perpanjangan dan perluasan manusia dalam daya pikir dan akal budinya. Sehingga kendala kemampuan panca indera, dan gerak fisik manusia yang terbatas dapat diatasi dengan berbagai teknologi yang selalu dihasilkan para penemu peralatan modern.

Contohnya, kendala jarak dan waktu manusia untuk berpindah dari satu ke tempat lain kini bisa teratasi dengan ciptaan moda transportasi mulai kendaraan motor di darat, perahu bermotor, hingga pesawat terbang yang memungkinkan seorang individu dimudahkan untuk menjangkau suatu lokasi atau tempat. Begitupun

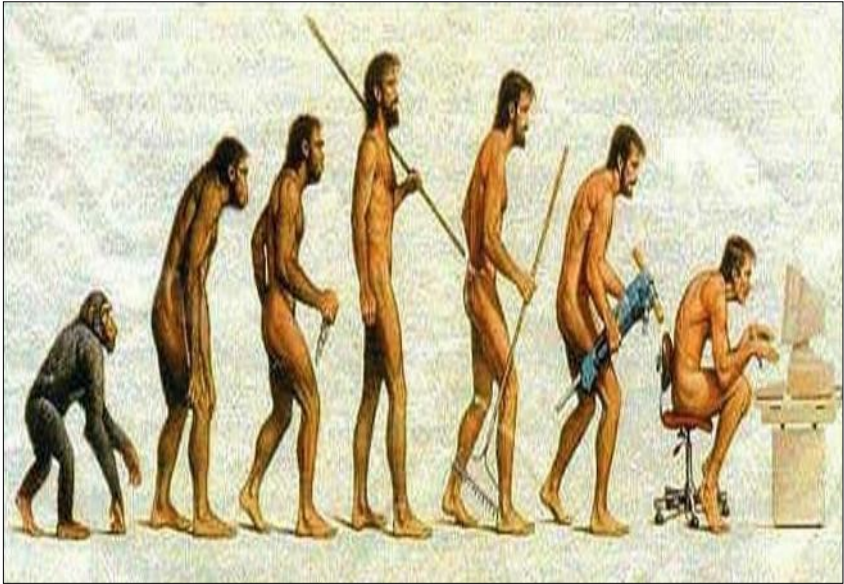


beberapa penciptaan berbagai alat bantu lain yang didasarkan pada teknologi terapan di berbagai bidang telah mampu mengatasi kendala dan keterbatasan manusia.

Dalam kehidupan sehari-hari, kita dapat merasakan fungsi *smartphone*, kamera CCTV, teknologi *drone* pesawat tanpa awak yang dilengkapi kamera dan dikendalikan jarak jauh dengan *remote control*, navigasi dalam pengaturan *traffic control* di *airport*, *GPS* untuk penentuan titik lokasi, dan masih banyak lagi berbagai peralatan yang diciptakan untuk memudahkan manusia.

Namun ada yang perbedaan yang besar apabila kita melihat gerak perubahan yang terjadi di era milenial saat ini. Dahulu, dibutuhkan waktu berabad-abad saat masyarakat menerima perubahan budaya dari kereta berkuda ke penggunaan kendaraan bermesin uap. Masih dibutuhkan waktu sekitar 2,5 abad, saat peradaban manusia beranjak dari mesin uap ke pesawat terbang. Namun hanya butuh 30 tahunan, dari pesawat baling-baling beralih menggunakan pesawat jet, dan hanya sekitar 1,5 dekade sudah beralih ke jet *supersonic*. Bahkan perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) yang dirasakan manusia sekarang ini terjadi perubahan yang lebih cepat dan mengalami apa yang disebut pelipatgandaan informasi yang diramalkan Moore melaju begitu cepat dalam pengolahan informasi dengan ditemukannya *microchip* komputer (Carr: 2011).

## Ilustrasi Perubahan Peradaban Manusia



Lalu, bagaimana sikap masyarakat dalam merespon perkembangan begitu maraknya teknologi informasi yang memang harus diakui salah satu kontribusi terbesarnya dari internet? Menurut Ninok Leksono (Carr: 2011) terdapat 2 kelompok dalam menyikapi hal tersebut :

*Pertama*, kelompok yang memandang perkembangan teknologi informasi tersebut dengan penuh antusias dan membiarkan gelombang teknologi informasi melanda diri, menjajah, dan menguasai berbagai sisi kehidupan di masyarakat. Dalam kelompok ini kita mendapati, mereka yang bergairah menikmati *gadget*, aktif dalam jejaring sosial, berinteraksi dalam *chat*, *e-mail*, atau sebatas menelepon melalui *smartphone* dan sering semua itu dilakukan secara paralel (bersamaan)

contoh, seperti seorang mahasiswa yang mengerjakan tugas makalah sambil *browsing* mencari bahan-bahan referensi dan pada saat yang sama juga mendengarkan musik, *chatting* dan mengirimkan *e-mail* kepada sesama teman sekampusnya.

*Kedua*, kelompok yang secara kritis mengingatkan kita untuk bersikap cerdas dan hati-hati agar kita tidak membiarkan diri kita terhanyut dalam gelombang ‘tsunami informasi’ yang begitu besar, dan terus membuka kesempatan kepada pikiran dan nurani kita untuk tetap eksis dan memegang kendali (*in command*) dalam kehidupan sehari-hari, dalam pekerjaan, dan dalam gaya hidup yang kita menjalaninya.

Tidak ada yang salah dalam Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang berkembang saat ini, karena menurut David Sarnoff pengusaha yang mendirikan radio RCA dan televisi NBC saat berpidato di Notre Dame University (1955) menyatakan bahwa “*kita begitu mudah mengkambinghitamkan perangkat teknologi untuk dosa para penggunanya. Produk ilmu modern tidak dengan sendirinya bagus atau jelek; penggunaannyalah yang menentukan nilai mereka.*”

Sebagian kita juga berpendapat, bahwa teknologi hanyalah sekedar alat yang tidak berdaya hingga kita menggunakannya; dan tidak berdaya lagi saat kita menyingkirkannya usai digunakan atau tidak merasa diperlukan lagi. Namun pandangan Sarnoff itu dibantah secara tegas oleh McLuhan (1964), karena setiap media baru yang diciptakan akan mengubah diri individu atau suatu masyarakat. Kritikan keras tersebut disampaikan McLuhan, “bahwa semua media yang penting adalah penggunaannya, merupakan pandirian orang yang ga-gap teknologi.”

Penggunaan Media Berubah:  
New Media VS Media Tradisional

Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) tak lama lagi akan membuat semua orang di muka bumi saling terhubung (*connectivity*) baik melalui jalur kabel *fiber-optic* dengan kecepatan yang begitu fantastis atau melalui jangkauan nirkabel (*wireless*) yang disebar di berbagai tempat umum (*public area*) seperti kampus, *airport* atau terminal ataupun sebatas tempat kongkow atau gerai kuliner yang menjamur di beberapa pelosok maupun mall, pusat perbelanjaan di pusat kota. Ledakan konektivitas digital tersebut akan menghasilkan peningkatan dalam kreativitas dan produktivitas baik dalam bidang pendidikan, industri maupun dalam kualitas hidup individu dengan berjuta kesempatan yang terbuka di dunia nyata. Yang menarik, semua kesempatan yang terbuka



dan diinformasikan melalui dunia maya (*cyber*) akan memberikan kesempatan sama baik mulai dari mereka yang berada di level elite hingga lapisan menengah dan di bawahnya selama akses jejaring informasi tersebut dapat dijangkau oleh siapapun.

Kita memang merasakan, bahwa terhubung di dunia maya akan membuat seorang individu merasa lebih sederajat. Dengan kita bisa mengakses platform dasar, informasi dan berbagai sumber *online* yang sama, meskipun di realitas nyata kita berbeda secara status sosial ekonomi (*social economy status*). Meskipun konektivitas yang diperoleh individu tidak menghapus secara langsung kesenjangan penghasilan sebagai fakta sosial yang dirasakan masyarakat, namun lebih meringankan kesulitan seperti misalnya kesempatan belajar (kelas jarak jauh) dan peluang ekonomi (munculnya bisnis *online*, ojek *online*). Secara positif, perkembangan yang dibawa karena kemajuan teknologi informasi komunikasi berbasis internet telah membawa individu dan atau masyarakat terbuka peluang yang sama dalam usaha meningkatkan potensi maupun peluang untuk mengembangkan dirinya (Schmidt, 2014).

## Konektivitas Nirkabel (Wifi) di Tempat Umum

Konektivitas yang dirasakan individu dalam jejaring dunia maya saat ini sudah menjadi keseharian dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat jejaring (*cyber community*) yang mengkaitkan hubungan individu atau masyarakat dari berbagai belahan dunia telah membentuk apa yang disebut '*kampung global*' (*global village*) yang hampir tanpa sekat dan tidak membatasi tutorial atau wilayah antar negara dimana individu atau masyarakat itu berdomisili.

Menurut Bungin (2013) ketika penemuan teknologi informasi berkembang secara massal seperti dialami saat ini, maka teknologi yang ada telah membawa masyarakat yang tadinya lokal berubah menjadi masyarakat dunia global. Masyarakat global ini menjadikan sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi, transportasi serta teknologi yang berkembang cepat dan begitu pesat yang sangat mempengaruhi peradaban manusia di masa depan. Sebuah masyarakat



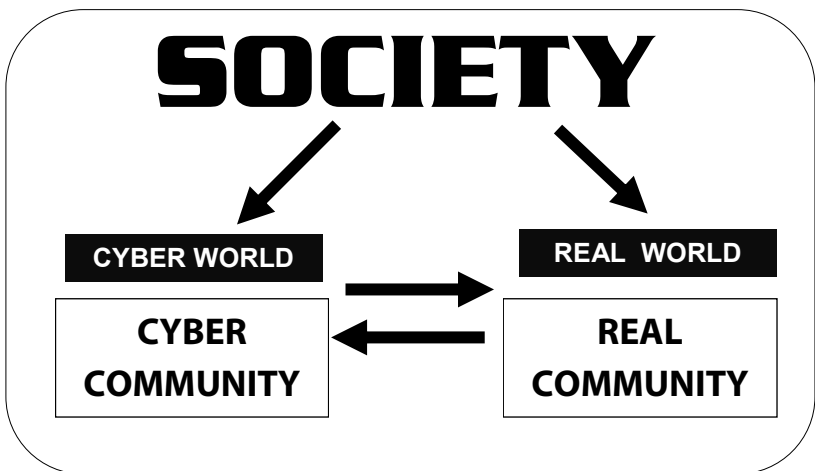
yang saling mengenal dan tersambung sehingga akan mungkin menghasilkan budaya-budaya bersama, produk-produk industri bersama, menciptakan pasar bersama, bekerjasama untuk pertahanan militer bersama, menyepakati mata uang yang sama, bahkan bisa menciptakan peperangan dalam segala global di berbagai bidang.

### Masyarakat Berjejaring (Cyber Community)



Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun juga mengembangkan ruang kehidupan baru bagi individu maupun masyarakat. Baik disadari atau tidak, menurut Bungin (2013) komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan: (1) masyarakat nyata, dan (2) masyarakat maya (*cyber community*).

Masyarakat nyata merupakan sebuah kehidupan masyarakat yang secara panca indera dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, dimana hubungan-hubungan sosial sesama anggota masyarakat dibangun melalui penginderaan. Kehidupan yang tergambarkan memang nyata apa adanya. Sedangkan masyarakat maya (*cyber community*), sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung terdeteksi secara inderawi manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas, misalnya komunitas tertentu yang berjejaring di dunia maya.





Pada awalnya, masyarakat maya (*cyber community*) adalah sebuah fantasi atau khayalan manusia tentang dunia lain yang lebih maju dari dunia yang ada saat ini. Fantasi yang diciptakan tersebut adalah sebuah *hyper-reality* manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia sebagai lambang pembebasan atas kekuasaan materi dan alam semesta. Dan ketika manusia dengan teknologinya mampu menjawab misteri pengetahuan, maka manusia telah menciptakan ruang kehidupan baru di dalam dunia *hyper-reality* yang diciptakannya (Bungin: 2013). Individu atau masyarakat hidup dalam kehidupan atau realitas yang paralel (dalam waktu bersamaan), dunia nyata dan dunia maya sekaligus.

Sama persis seperti masyarakat dunia nyata, dalam *cyber community* juga dibentuk berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat dengan menggunakan masyarakat dunia nyata sebagai model rujukannya seperti membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok di antara anggota komunitas dunia maya, membangun stratifikasi atau lapisan social, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan (*power*), wewenang dan kepemimpinan, membentuk kontrol sosial dilengkapi perangkat *reward-punishment* yang telah disepakati bersama diantara individu yang menjadi anggota komunitas dunia maya tersebut.

Sebagai anggota dari individu yang tergabung dalam sebuah *cyber community* adalah penting memahami aturan, norma dan nilai yang dianggap layak untuk dipatuhi (kewajiban) ataupun yang harus dihindari (kepatuhan) baik secara interaksi diantara anggota maupun komitmen atas individu anggota kepada kelompok.

Seperangkat aturan, norma, nilai yang telah disepakati bersama dan dibuat oleh pimpinan atau kelompok elite sering disebut dengan *netiket*. *Netiket* akan menjadi rujukan bagaimana individu bersikap, berinteraksi dan berkomitmen terhadap kelompoknya. Menjunjung tinggi kebersamaan, saling menghargai diantara anggota maupun pengurus, bekerjasama untuk tujuan bersama serta menegakkan disiplin diantara mereka secara umum menjadi rujukan *netiket* dalam masyarakat dunia maya. Tindakan *cyber bullying* sangat tidak dibenarkan dan menjadi hukuman dengan sanksi tegas apabila dilakukan seorang individu anggota masyarakat dunia maya (*cyber community*). Hal tersebut menjadi hal yang sangat ditekankan agar masyarakat dunia maya diharapkan akan memiliki keteraturan sama seperti kehidupan masyarakat di dunia nyata sebagai realitas kehidupan yang ada lebih dulu.

## DISKURSUS

Perkembangan teknologi digital yang begitu marak, dan saat ini kita memasuki gerbang masa depan yang membawa konsekuensi merubah banyak berbagai aspek kehidupan masyarakat. Masyarakat berjejaring (*Network Society*) yang membentuk apa yang disebut *global village* yang saling terhubung dan berinteraksi telah membuat individu khalayak seperti tidak lagi terbelenggu dalam batas-batas geografis di wilayahnya masing-masing. Dunia maya, *cyber* seakan menisbikan batas teritorial antar negara, individu masyarakat dalam berinteraksi hampir bisa dikatakan tidak dapat dibatasi ataupun dicegah (*banned*). Fungsi otoritas kelembagaan menjadi sangat cair (meskipun masih ada, namun sudah tidak dominan), itu pun terjadi di industri media massa. Peran dan fungsi *gate-keepers* (penjaga gawang) seperti redaksi yang memilih konten atau isi bahasan informasi, menentukan narasumber, serta seberapa besar halaman atau durasi yang ingin ditayangkan dalam sebuah media massa tidak lagi begitu menentukan (*superior*) seperti di masa sebelumnya. Meskipun peran dan fungsi itu tetap ada, namun sudah sedikit tereliminasi dengan pola interaksi yang berubah antara media massa dan khalayak yang menjadi target sarannya.

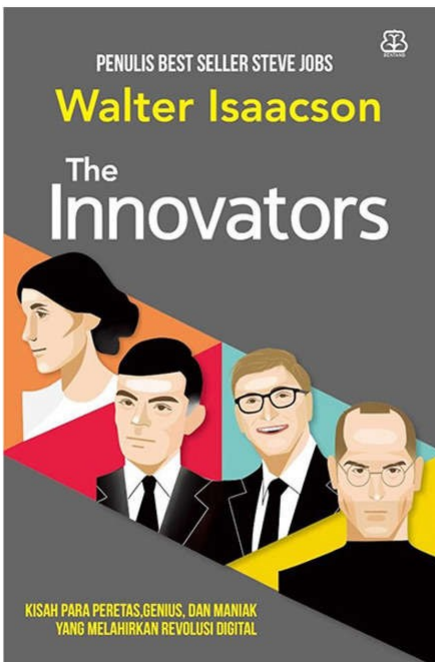
Memahami perubahan yang terjadi dan mengantisipasi pola hubungan yang akan terbentuk di masa datang, perlu kiranya para jurnalis dan pemilik media *repositioning* peran dan fungsi media massa di era milenial ini. Tentunya, proses *repositioning* media massa tersebut bisa dilakukan setelah sebelumnya dilakukan penafsiran ulang (reinterpretasi) akan peran dan fungsi media massa serta pola hubungan media massa tersebut dengan khalayak (*audiences*) yang lebih aktif saat ini.

Dari aspek regulasi media massa, pihak regulator sebagai lembaga yang menentukan arah kebijakan industri media pun perlu mengkaji ulang ketentuan pasal-pasal khususnya yang berkaitan dengan khalayak atau pun narasumber yang tidak lagi sebatas hak jawab ataupun langkah hukum *somasi* (tuntutan) atas isi pemberitaan media massa yang dinilai telah merugikan sepihak. Langkah-langkah perubahan yang berkaitan dengan kebijakan regulasi media ini juga sekaligus diharapkan dapat mengeliminir kecenderungan format-format media yang tidak bertanggungjawab terhadap isi yang disebarkannya (*hoax, meme, media abal-abal*) dan mengklarifikasi para pekerja jurnalistik semu (*pseudo-journalism*) yang sangat berpengaruh dalam mempengaruhi opini dan sikap individu masyarakat terhadap sebuah persoalan yang sedang ramai dibicarakan. Dan apa yang harus dilakukan itu, harus dimulai dari sekarang.

**Book Review**

**INTERNET:  
YANG MENCENGANGKAN DAN MENCEMASKAN**

Berbagai bahasan baik pemikiran maupun hasil studi kajian telah menggambarkan bagaimana teknologi komputer digital berkembang, serta dampaknya baik terhadap teknologi informasi, platform media yang ada maupun apa yang kemudian terjadi pada individu atau masyarakat secara keseluruhan. Berikut beberapa buku yang membahas dalam kaitan perkembangan teknologi komputer, internet dan arus informasi digital yang terjadi begitu cepat saat ini.



**Judul:**  
The Innovators: Kisah Para Peretas, Genius, Dan Maniak Yang Melahirkan Revolusi Digital terjemahan dari buku The Innovators, Walter Isaacson, Penerbit Bentang, Yogyakarta (2015).

Periode digital yang sekarang sedang dinikmati bukanlah sebuah rangka bangun yang terwujud secara instant, melainkan melalui proses rintisan panjang dari para penggagas, penemu, berbagai eksperimen yang dijalani dengan tekun dan sabar dalam mewujudkannya. Pertumbuhan dari ide, gagasan, penemuan alat-alat dan aplikasi sesungguhnya melalui proses yang dibangun secara perlahan. Ide-ide, gagasan yang muncul diwariskan dari generasi satu ke generasi berikutnya, mengiringi perjalanan periode panjang yang melintasi zaman. Para penggagas (The Innovators) terbaik mengikuti alur gagasan perubahan teknologi dan meneruskan rintisan para volunteer, pioneer sebelum mereka.

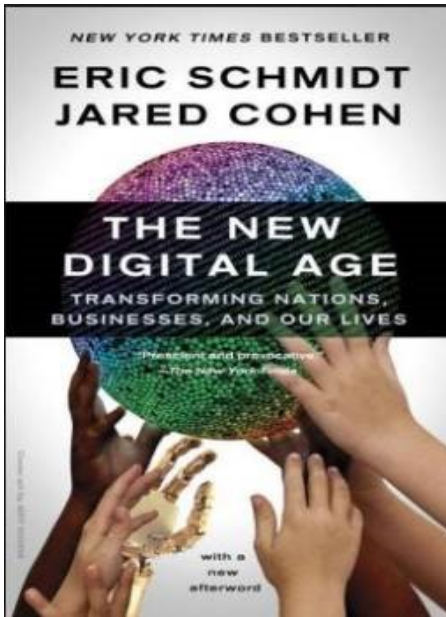
Komputer dan internet bisa merupakan hasil temuan terpenting di periode zaman kita ini. Merunut sejarahnya, tidak banyak orang yang mengetahui bahwa kebanyakan inovasi di era digital tersebut merupakan hasil kolaborasi orang hebat, antara mereka yang tak pernah berhenti berusaha mencoba dan sebagian mereka yang dikelompokkan sebagai genius. Sesungguhnya, kerjasama dalam tim kerja akan menentukan arah inovasi yang dilakukan. Revolusi teknologi saat ini justru dibentuk diantaranya oleh kreativitas kolaboratif yang dimungkinkan agar lebih menarik.

Kolaborasi yang melahirkan era digital bukan hanya antar rekan sebaya, melainkan juga terjadi antar generasi. Ide-ide, gagasan yang pernah muncul diwariskan dari satu jajaran innovator ke jajaran berikutnya. Hal lain yang juga menarik, betapa berbagai bentuk kreativitas yang muncul dicetuskan oleh orang-orang yang mampu menghubungkan seni dengan sains. Seperti pada masa hidupnya, Leonardo Da Vinci, Galileo Galilei

tercatat menunjukkan adanya persinggungan antara ilmu humaniora dengan ilmu alam dalam karya-karya mereka. Begitupun Albert Einstein, dalam hidup dan pemikirannya sering bersinggungan dengan seni dan sains.

Penggambaran proses lahirnya inovasi yang sangat terasa belakangan ini di bidang teknologi komputer termasuk dalam pembahasan buku, diantaranya bagaimanakah para innovator paling imajinatif mewujudkan ide-ide *nyeleneh* mereka? Apa saja yang menjadi dasar kreativitas para innovator tersebut? Keterampilan apa yang paling bermanfaat? Bagaimana cara mereka memimpin dan berkolaborasi? Mengapa sebagian sukses, sementara lainnya gagal? Digambarkan dalam buku belasan terobosan paling signifikan di era digital beserta para tokoh pembuatnya.

Buku *The Innovators* karya **Walter Isaacson** (2015) ini terdiri 12 Bab bahasan dengan penggambaran perkembangan teknologi komputer mulai dari ide-ide, gagasan awal dan eksperimen-eksperimen yang dilakukan dengan penggambaran tokoh-tokoh genius serta dilengkapi dengan lini masa yang akan menjadi *milestones* yang menjadi peletak dasar perkembangan teknologi digital yang begitu pesat saat ini.



**Judul:**

The New Digital Age: Cakrawala Baru Negara, Bisnis, dan Hidup Kita terjemahan dari buku The New Digital Age: Reshaping The Future of People, Nation and Business, karya Eric Schmidt & Jared Cohen, Kepustakaan Populer Gramedia, Jakarta (2014).

*“Kami tahu dimana Anda. Kami tahu Anda baru saja dari mana. Kami bahkan juga bisa mengetahui tentang apa yang Anda pikirkan.”*

*“Kami ingin mendapatkan data Facebook dengan cara apapun, dengan ataupun tanpa kesepakatan sama sekali.”*

*“Saya pikir mayoritas orang tidak ingin Google hanya sebatas menjawab pertanyaan mereka, namun mereka juga ingin Google memberitahukan apa yang perlu mereka lakukan selanjutnya.”*

**(Eric Schmidt)**

Pada periode digital saat ini, lebih dari 4 milyar penduduk bumi hampir semuanya terhubung dalam koneksitas internet (*connectivity*) dimana masyarakat dari berbagai belahan dunia saling berkenalan dalam platform dunia maya (*cyber*) yang akan membuka banyak peluang sekaligus ancaman bagi dunia kita. Setiap



saat, antar individu maupun masyarakat dapat saling terhubung dan berinteraksi dalam bentuk akomodasi, kolaborasi (kerja sama) maupun bentuk konfrontasi (konflik) yang bisa tercipta di dunia maya. Bisa terjadi di kehidupan dunia maya mereka berkomunikasi dalam interaksi saling menyapa, namun di dunia nyata terjadi konflik atau peperangan yang melibatkan kedua kelompok masyarakat atau Negara. Mereka berperang di dunia nyata, namun bisa saling membangun persahabatan dan mengatasi konflik di dunia maya.

Teknologi digital yang dibangun memberikan peluang hadirnya dunia baru digital, dunia maya. Transparansi (keterbukaan) menjadi salah satu anugerah yang dibawa teknologi digital, namun di sisi lain kerahasiaan baik menyangkut personal privacy (kerahasiaan pribadi) maupun informasi yang bersifat rahasia (*confidential*) menjadi sulit terjaga dengan baik.

Pada aspek politik, konektivitas masyarakat ini dinilai juga membawa dampak positif dalam mempercepat proses demokratisasi dan perubahan revolusi sosial masyarakat seperti terjadi pada peristiwa Arab Spring di wilayah Timur Tengah yang membawa arus perubahan dalam dunia politik beberapa waktu lalu. Akses informasi tidak lagi menjadi hak eksklusif sekelompok elite, tetapi menjadi hak publik dimana mereka dapat mengakses langsung secara terbuka dengan hak yang sama.

Internet sebagai sebuah hasil peradaban manusia, satu diantara sejumlah hal yang tidak sepenuhnya kita pahami. Melalui komputer di sebuah ruangan yang pada awalnya sebagai alat transmisi informasi elektronik, kini telah melakukan proses mutasi yang terus menerus

yang berkembang semakin besar dan kian kompleks setiap detik. Kini fungsi internet sebagai alat sudah menjadi saluran energi dan ekspresi manusia yang hampir tiada batas dan banyak menyentuh banyak sisi kehidupan kita. Kemampuan baru untuk berekspresi dan menggerakkan informasi dengan leluasa telah melahirkan lanskap virtual yang begitu kaya seperti kita mengalaminya saat ini. Bayangkan berapa banyak situs yang didatangi saat berselancar, berapa jumlah surat elektronik (*e-mail*) yang sudah terkirim dan dibalas serta berbagai informasi daring (*online*) yang dibaca, memberi komentar dan tanggapan, juga mengunduh file-file digital dalam banyak format untuk banyak keperluan.

Teknologi komunikasi digital saat ini berkembang biak dengan kecepatan yang begitu mengagumkan. Koneksi internet di seluruh dunia yang di awal abad 21 baru sekitar 350 juta, berlipat penggunaannya menjadi 2 milyar lebih dalam waktu singkat. Begitu juga pengguna telepon seluler wireless bergerak dari 750 juta pelanggan, kini melebihi jumlah 5 milyar orang dan akan terus bertambah seiring kemudahan, keterjangkauan dan harga yang kompetitif dari operator seluler. Diperkirakan pada tahun 2025, mayoritas penduduk di seluruh bagian dunia akan terkoneksi dan akan mampu mengakses semua informasi yang tersedia dari berbagai platform media yang ada.

Di seluruh bagian dunia, berbagai lapisan masyarakat dapat mengakses berbagai informasi dengan perangkat jejaring internet wireless (wifi) yang dipasang pada area public dan dapat diakses secara cuma-cuma, tanpa biaya. Melalui kekuatan teknologi ini, kendala teknis yang dialami masyarakat sebelumnya seperti

hambatan karena geografis, bahasa yang berbeda, sumber informasi yang terbatas atau dibatasi menjadi terselesaikan.

Namun, keberadaan internet juga menimbulkan kekhawatiran yang wajar, karena dengan koneksi bebas bagi setiap orang maka akan muncul pihak-pihak yang mengambil keuntungan berdasarkan kepentingan ideologis mereka. Para teroris melalui dunia maya bisa saja memperbesar jaringan dan merekrut anggota baru. Meskipun di dunia maya juga, kelompok kontra terorisme bisa melakukan kampanye guna menetralkan pengaruh global terorisme. Tindakan terorisme negara (state-terrorism) juga bisa terjadi dengan melakukan *banned*, blokir atas akses sumber informasi terhadap seseorang atau kelompok tertentu bahkan menghilangkan identitas etnis/suku minoritas yang pada akhirnya bisa tidak dikenali lagi di masa depan.

Paradoks internet sebagai suatu alat berupa teknologi dalam penyebaran informasi di era digital ini haruslah disikapi dengan bijak. Pemerintah atau penguasa sebagai pengambil kebijakan di dunia nyata harus hati-hati dalam merumuskan kebijakan dunia maya yang menjadi 'rumah kedua' bagi masyarakat yang dipimpinya. Perkembangan dunia digital akan terus berkembang tanpa bisa dihindari, dan seiring dengan meluasnya jejaring internet akan membuat perubahan yang terjadi di masyarakat akan lebih cepat lagi di masa depan.

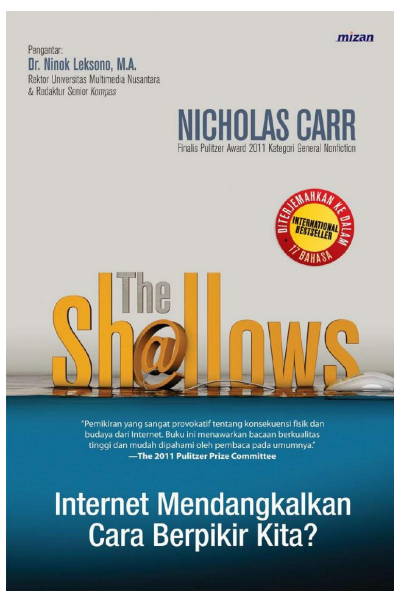
Buku *The New Digital Age: Cakrawala Baru Negara, Bisnis, dan Hidup Kita* ditulis oleh Eric Schmidt & Jared Cohen, dua pimpinan *google* yang memiliki pengetahuan dan banyak pengalaman di dunia internet dan

teknologi komputer. Eric Schmidt dikenal sebagai sosok seorang pimpinan hebat di Silicon Valley. Pernah menjabat sebagai CEO di Google ini, Schmidt memiliki andil besar dalam membesarkan perusahaan internet tersebut. Sementara Jared Cohen adalah direktur Google Ideas, unit think tank di Google yang meneliti dampak-dampak teknologi. Cohen yang merupakan mantan penasihat dua orang Menteri Luar Negeri AS, yakni Condoleezza Rice dan Hillary Clinton, dan dia telah berperan penting dalam membantu pemerintah AS membentuk cara berpikir mereka mengenai teknologi.

Bayangkan apabila sekitar 6 milyar lebih manusia seluruh dunia terkoneksi di masa depan, dan penduduk dunia maya akan berlipat dua kali jumlahnya, apa yang akan terjadi? Akan terbentuk masyarakat sosial dan ekonomi baru yang akan membuat aturan bersama dalam kehidupan bernegara, berbangsa dan bermasyarakat dalam ikatan masyarakat dunia (*big village*). Maka, saat ini tidak lagi cukup hanya fokus membangun peradaban hanya di dunia nyata saja, melainkan harus mulai ada sinergi untuk membangun peradaban yang ada di dunia maya. Sebab, dunia maya kini telah mewujud sebagai entitas identitas kekuasaan baru yang akan terasa dampaknya di masa mendatang,

Buku karya **Eric Schmidt & Jared Cohen** ini hasil studi dan pengamatannya di 35 negara, baik negara yang kondisinya aman maupun negara-negara yang sedang bergolak karena konflik atau pertentangan. Mereka menemui para pemimpin politik, pelaku bisnis, para ahli, aktivis dan berbagai pihak terkait untuk menangkap gagasan, pemikiran yang berkembang. Terdapat 7 Bab mulai dari bahasan yang menyangkut

pribadi dan identitas masa depan, masa depan negara, revolusi, terorisme, konflik dan perang di masa depan, dan masa depan rekonstruksi. Sebuah pemaparan yang meliputi bahasan penting dalam memprediksi kejadian yang bisa terjadi di dunia maya maupun dunia nyata, di bumi kita yang sama.



**Judul:**  
The Shallows: Internet Mendangkalkan Cara Berpikir Kita? terjemahan dari buku The Shallows: What The Internet is Doing to Our Brains? Nicholas Carr, Bandung: Penerbit Mizan (2011).

*“Internet memberikan kemudahan dan kesenangan, namun juga mengorbankan kemampuan kita berpikir secara mendalam”  
(Nicholas Carr).*

Arus perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) yang melanda begitu deras individu atau masyarakat secara keseluruhan telah dirasakan pada saat ini. Melalui internet sebagai sebuah hasil temuan teknologi informasi, manusia dimudahkan dan

mendapat aspek hiburan (kesenangan). Namun di sisi lainnya, dirasakan bahwa dampak teknologi internet tersebut juga telah mengorbankan kemampuan berpikir manusia secara mendalam. Tapi, benarkah teknologi internet telah mendangkalkan cara berpikir kita?

Memang kini telah dirasakan, bahwa kehidupan modern saat ini sudah begitu lekat dengan teknologi komputer dan internet. Belum terbayangkan kalau manusia modern saat ini yang begitu tergantung, menjalani hidupnya tanpa internet dan komputer. Penggunaan peralatan komputer dan tersambung dengan jejaring internet (*internet networking*) sudah menjadi kebutuhan yang hampir bisa dikatakan harus dipenuhi oleh individu modern saat ini. Berbagai *devices* perangkat elektronik baik berupa laptop/netbook, smartphone, tablet PC, juga personal computer (PC) telah menjadi bagian sebagai alat bantu dalam meringankan pekerjaan manusia.

Dalam kajian yang membatasi hanya untuk melihat pengaruh internet terhadap industri medianya sudah cukup luas, apalagi kalau ditambahkan sudut pandang lebih luas terkait pengaruhnya pada kebiasaan individu atau masyarakatnya. Namun telah disadari, bahwa pergerakan peradaban yang berkembang saat ini sedikit berbeda dengan peradaban sebelumnya seperti penggunaan roda, penemuan mesin uap dan mesin cetak Guttenberg. Kalau pada loncatan peradaban sebelum yang telah dibutuhkan rangkaian waktu cukup panjang untuk manusia menerima temuan baru tersebut. Maka, agak sedikit berbeda dalam penemuan komputer dan teknologi internet yang tidak lagi membutuhkan waktu lama untuk manusia melakukan loncatan peradabannya.

Dahulu, dibutuhkan waktu berabad-abad saat masyarakat menerima perubahan budaya dari kereta berkuda ke penggunaan kendaraan bermesin uap. Masih dibutuhkan waktu sekitar 2,5 abad, saat peradaban manusia beranjak dari mesin uap ke pesawat terbang. Namun hanya butuh 30 tahunan, dari pesawat baling-baling beralih menggunakan pesawat jet, dan hanya sekitar 1,5 dekade sudah beralih ke jet supersonic. Bahkan perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) yang dirasakan manusia sekarang ini terjadi perubahan yang lebih cepat dan mengalami apa yang disebut pelipatgandaan informasi dengan penemuan microchip komputer. Lalu, bagaimana pandangan masyarakat terhadap perubahan yang disebabkan perkembangan teknologi informasi komunikasi yang berjalan bagai gelombang tsunami informasi saat ini?

Tidak ada yang salah dalam Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang berkembang saat ini, karena menurut David Sarnoff pengusaha yang mendirikan radio RCA dan televisi NBC saat berpidato di Notre Dame University (1955) menyatakan bahwa kita begitu mudah mengkambinghitamkan perangkat teknologi untuk dosa para penggunanya. Produk ilmu modern tidak dengan sendirinya bagus atau jelek; penggunaannyalah yang menentukan nilai mereka. Sebagian kita juga berpendapat, bahwa teknologi hanyalah sekadar alat yang tidak berdaya hingga kita menggunakannya; dan tidak berdaya lagi saat kita menyingkirkannya usai digunakan atau tidak merasa diperlukan lagi. Namun pandangan Sarnoff itu dibantah secara tegas oleh McLuhan (1964), karena setiap media baru yang diciptakan akan mengubah diri individu atau suatu masyarakat.

Namun menurut Nicholas Carr, bahwa cara bekerja otak sangat berbeda dengan komputer sehingga ia tidak percaya manusia dapat menciptakan kecerdasan buatan. Mungkin demikian untuk saat ini, namun kita tidak pernah tahu apa yang akan terjadi di masa depan yang jauh. Buku ini seperti sebuah peringatan agar pembaca tidak mengikuti begitu saja arus teknologi yang ada di sekitarnya –agar tidak diperbudak mesin, dan dapat memilih mana yang bermanfaat dan perlu, karena kita tidak dapat menghindarkan diri sama sekali dari perkembangan teknologi– serta hal-hal baik apa dari masa lalu yang perlu kita pertahankan, misalnya membaca buku yang dicetak. Kini muncul pertanyaan mendasar, siapkah kita meninggalkan itu semua yang berkaitan dengan segala kemudahan dan kesenangan yang ditimbulkan computer dan internet?

Buku **The Shallows**, karya **Nicholas Carr** cukup provokatif untuk mempertanyakan apa yang sudah kita menikmati kemudahan dan kesenangannya dengan komputer dan internet. Buku yang terdiri dari 10 Bab dengan tambahan prolog dan epilog memberikan gambaran bagaimana manusia atau individu menerima kemajuan teknologi computer dan internet, namun sekaligus juga mengorbankan kemampuan berpikirnya secara mendalam yang sudah dimiliki sebelumnya. Sebuah pilihan yang tidak ideal dan dilematis, namun apabila harus memilih satu yang terbaik diantara keduanya –Apakah Anda siap untuk melakukan pilihan itu?



## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, Yovantra, Wisnu Prasetya Utomo, dkk. 2015. *Orde Media: Kajian Televisi dan Media di Indonesia Pasca Orde Baru*. Yogyakarta: Insist Press.
- Bungin, H.M. Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Carr, Nicholas. 2011. *The Shallows: Internet Mendangkal-kan Cara Berpikir Kita?* terjemahan dari *The Shallows: What The Internet is Doing to Our Brains*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Chabibie, Hasan. 2017. *Generasi Digital Sebagai Tulang Punggung Pendidikan*. Jakarta: Pustekkom, Kemendikbud.
- De Fleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra-Ball. 1982. *Theories of Mass Communication*, Fourth Edition. New York & London: Longman.
- Eastman, Susan Tyler & Douglas A. Ferguson. 2013. *Media Programming: Strategies and Practices*, 9th Edition, Boston: Wadsworth Cenage Learning.
- Harsono, Andreas. 2010. *'A9ama' Saya Adalah Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Imran, Hasyim Ali. 2012. "Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursus", dalam Jurnal Studi Komunikasi dan Media, Vol. 16 No. 1 (Januari – Juni 2012).
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A Foss. 2005. *Theories of Human Communication*. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.
- McLuhan, Marshal. 1964. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw- Hill Book

- Company.
- McQuail, Denis. 2010. *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd.
- Morissan, et.al. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Pratigny, Irawati. 2012. *Nielsen Media & Marketing Presentation*, Jakarta: Nielsen Media Research.
- Priyambodo, RH. 2011. *Melek Multi Media Massa*, Jurnal Komunika, Vol. 9 No.2, Desember 2011 FISIP – UHAMKA, Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Saroso, Hardijanto. 2014. “*Future TV & Human Capital*”, makalah dalam “Seminar Digitalisasi Televisi” Program Pascasarjana Magister Komunikasi, FISIP – Universitas Indonesia.
- Schmidt, Eric & Jared Cohen. 2014. *The New Digital Age: Cakrawala Baru Negara, Bisnis, dan Hidup Kita*, terjemahan dari *The New Digital Age*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Syah, Sirikit. 2014. *Membincang Pers, Kepala Negara, & Etika*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Widjajanto, Kenmada, et.al. 2013. *Perencanaan Komunikasi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimis.
- UU Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran, Komisi Penyiaran Indonesia (2009).
- Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS), Komisi Penyiaran Indonesia (2012).
- Keberanian Berita & Kode Etik, Ikatan Jurnalis Televisi Indonesia (1999).

## Website

[www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) *Rizieq Shihab Tersangka Porno-grafi* diakses 02/06/2017 [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) *Jaksa Agung dan Menkumham Saling Lempar 'Nasib' Eksekusi Ahok*, diakses 21/06/2017

[www.kompas.com](http://www.kompas.com) *Dikecam, Kekerasan terhadap Jurnalis Saat Liput Aksi 112*, diakses 11/02/2017

[www.merdeka.com](http://www.merdeka.com) *Saat wartawan MetroTV jadi sasaran massa di berbagai aksi bela Islam* diakses 12/02/2017

[www.tribunislam.com](http://www.tribunislam.com) *Sebut Massa Aksi Bela Islam III Hanya 50Ribu, Wartawan MetroTV Diusir Lagi*, diakses, 02/12 / 2016

[www.radarbolmongonline.com](http://www.radarbolmongonline.com) *Ini sebabnya massa mengusir wartawan Metro TV saat liputan aksi 212*, diakses 04/12/2016

[www.kompas.com](http://www.kompas.com) *Mendikbud Tegaskan Pentingnya Literasi Digital* diakses 03/02/2017

[www.panjimas.com](http://www.panjimas.com) *Berulang Kali Siarkan Berita Bohong, Metro TV Lagi-lagi Diusir Aksi Bela Islam* diakses 13/02/2017

[www.kiblat.net](http://www.kiblat.net) *Sebut Massa Aksi Bela Islam III Hanya 50Ribu, Wartawan MetroTV Diusir Lagi* diakses 2/12/2016