

Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi

ABSTRACT

The study entitled "New Social Media and The Emergence of Revolution in Communication Process" has a background as follows; (1) the people around the world are infatuated with social media, (2) social media has changed the process of message delivery in the world. The social media has even changed the political map, world power, world intercommunication because of the acceleration of communication, and (3) the circulation of information which spreads by social media is much more complicated, more complex, and it has real consequences in internet age today. Based on this study, it could be concluded as follows; (1) the changes in message delivery process from one direction (one-step flow) to the many direction (multistep flow), (2) the amount of message circulation which spreads in the world as a result of social media is greatly increasing beyond space and time, (3) our society is experiencing spillover of communication (overwhelming information) that causes cultural shock in our society.

Keywords: Social Media, Revolution, Communication Process

ABSTRAK

Studi berjudul "Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi" ini mempunyai latar belakang sebagai berikut; (1) masyarakat dunia tengah *gandrung* dengan media sosial, (2) media sosial telah mengubah proses pengiriman pesan di dunia. Bahkan media sosial telah mengubah peta politik, kekuasaan, pergaulan internasional karena percepatan komunikasi, dan (3) lalu lintas pesan yang beredar dengan media sosial jauh lebih rumit, kompleks, dan punya konsekuensi nyata di era internet saat ini. Dari penelitian ini didapat kesimpulan sebagai berikut; (1) perubahan proses penyebaran pesan dari satu arah (*one step flow*) menuju banyak tahap (*multistep flow*), (2) jumlah lalu lintas pesan yang beredar akibat media sosial sangat meningkat tajam menembus ruang dan waktu, (3) masyarakat kita mengalami *spill over of communication* (peluberan informasi) yang menyebabkan keterkejutan budaya (*cultural shock*) di masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, Revolusi, Proses Komunikasi

PENDAHULUAN

Media sosial (Facebook, Twitter, Youtube dan Flickr) adalah keniscayaan sejarah yang telah membawa perubahan dalam proses komunikasi manusia. Proses komunikasi yang selama ini dilakukan hanya melalui komunikasi tatap muka, komunikasi kelompok, komunikasi massa, berubah total dengan perkembangan teknologi komunikasi dewasa, khususnya internet. Perubahan tersebut akan membawa konsekuensi-konsekuensi proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi membawa konsekuensi di tingkat individu, organisasi, dan kelembagaan.

Penelitian ini akan menggali fenomena media sosial yang sedang mewabah di era *cyberspace*. Kajian tentang media sosial adalah kajian baru yang belum banyak mendapatkan perhatian para peneliti di perguruan tinggi. Padahal, proses dampak yang akan terjadi sangat luar biasa di masa datang. Sementara itu masyarakat Indonesia sudah terlanjur banyak yang memanfaatkan media sosial tersebut

untuk proses komunikasi. Mereka tidak mengetahui konsekuensi dan dampak media sosial itu. Bagi mereka, yang penting bisa berkomunikasi secara efisien dan efektif, tidak lebih dari itu.

Sebagai kajian yang baru, sudah barang tentu sangat menarik untuk dikaji dalam sebuah penelitian. Seorang ilmuwan di Perguruan Tinggi (PT) tentu terpanggil untuk melakukan penelitian mengenai perubahan dahsyat dampak media sosial tersebut. Tidak saja penting sebagai tanggung jawab keilmuannya kepada masyarakat, tetapi juga akan menjadi bahan pemikiran, kajian, evaluasi di masa datang.

Objek penelitian ini adalah aktivitas perubahan dahsyat proses komunikasi yang diakibatkan oleh perkembangan media sosial (*social media*). Istilah media sosial menunjuk pada media dimana *user* dapat berpartisipasi dan berkontribusi secara aktif. Bentuk media sosial, diantaranya Facebook, Twitter, Yahoo Koprol, Myspace dan Flickr.

Maka penelitian ini memilih media sosial sebagai kajian utamanya dengan alasan sebagai berikut:

1. Masyarakat dunia tengah *gandrung* dengan media sosial (Facebook, Twitter, Yahoo Koprol, Myspace dan Flickr).
2. Media sosial telah mengubah proses pengiriman pesan di seluruh dunia. Bahkan media sosial telah mengubah peta politik, kekuasaan, pergaulan internasional karena percepatan komunikasi.
3. Lalu lintas pesan yang beredar dengan media sosial jauh lebih rumit, kompleks dan punya konsekuensi nyata di era internet saat ini.

Beberapa keterangan penting yang dianggap perlu sehingga penelitian ini layak untuk dilakukan, antara lain:

1. Penelitian ini merupakan pengayaan lebih lanjut dari kajian komunikasi berbasis internet penelitian peneliti sebelumnya berjudul "Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat (2010)".

2. Sebagai gejala baru proses penyebaran pesan, belum banyak penelitian yang membahas tentang media sosial.
3. Fenomena media sosial saat ini bisa menjadi antitesis dari teori-teori komunikasi massa yang selama ini dikenalkan dalam bidang studi komunikasi.
4. Perkembangan media sosial jauh melampaui percepatan perubahan masyarakat.
5. Media sosial adalah gejala masyarakat modern yang tidak bisa dicegah kehadirannya. Bahkan akan terus berevolusi di masa datang.

Melihat latar belakang permasalahan di atas, rumusan masalah yang dikemukakan sebagai berikut;

- a. Bagaimana media sosial melakukan revolusi penyebaran komunikasi?
- b. Bagaimana penerapan dan konsep media sosial merekonstruksi teori-teori komunikasi massa?

Penelitian tentang media sosial (khususnya di Indonesia) belum banyak dilakukan. Ini karena media sosial adalah dampak perkembangan internet. Media sosial begitu pentingnya dalam kehidupan masyarakat di era internet sekarang. Tidak saja media sosial membuat kita manusia sangat transparan dalam berkomunikasi, tetapi aktivitas manusia dengan mudah dapat diketahui oleh orang lain, bahkan diketahui seluruh dunia. Misalnya saja ketika kita menuliskan status kita di Facebook atau *nge-tweet* melalui Twitter.

Kajian yang pernah dilakukan oleh Erik Qualman dalam *Socialnomics How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business* (2010) bisa dijadikan acuan awal. Ia pernah meneliti tentang dampak FB dan Twitter bagi kepribadian seseorang. Qualman pernah mengungkapkan dua dampak dari media sosial, yakni *preventative behavior* dan *braggadocian behavior*.

Preventative behavior diumpamakan dengan "live your life as if your mother is watching".

Kalimat itu menunjuk pada orang yang selalu update status di media sosial (FB dan twitter). Orang yang masuk dalam tipe ini adalah individu yang selalu berhati-hati dalam *mem-post* status, *meng-upload* gambar, atau *nge-tweet*. Itu disebabkan karena apa yang dilakukannya dapat diketahui oleh orang lain dan dapat memengaruhi citra mereka. Mereka yang termasuk kelompok ini biasanya berpikir ulang untuk melakukan hal-hal yang berhubungan dengan media sosial karena seluruh dunia memperhatikan (termasuk mungkin ibu mereka yang sebenarnya).

Braggadocian behavior jika ditinjau secara bahasa berasal dari kata *braggart* (pembual atau penyombong). Tipe orang dengan perilaku itu sangat sering *update status* atau *nge-tweet* sangat sering. Orang tersebut berusaha memberitahukan bahwa dirinya sedang melakukan sesuatu yang dianggap keren. Bahkan biasanya, orang-orang ini juga sering *upload* foto mereka dengan gaya narsis di tempat-tempat yang menurut mereka layak untuk diketahui orang lain. Mereka beranggapan dengan cara seperti itu, mereka akan dianggap eksis.

Dalam buku tersebut, Qualman juga menjelaskan bahwa dengan adanya media sosial, maka kematian *social schizophrenia* akan segera tiba. *Social schizophrenia* yang dimaksud oleh Qualman adalah ketika seseorang berperilaku berbeda tergantung *setting* di mana ia berada – contohnya adalah menjadi orang yang rajin dan tekun di kantor, tapi pemalas di rumah sendiri; banyak bicara dan *beringasan* ketika bertemu dengan teman-teman kuliah, tapi pendiam dan sopan sekali ketika di depan teman kantor.

Lebih lanjut Qualman berpendapat bahwa dengan adanya media sosial, seseorang tidak dapat lagi berpura-pura menjadi orang lain dan memiliki kepribadian berbeda di tempat berbeda. Status-status dan *tweet-tweet* yang ada akan menunjukkan siapa dirinya sebenarnya.

Apa yang pernah diteliti oleh Qualman itu bisa menggambarkan tentang kondisi masyarakat di Indonesia. Media sosial telah

“menelanjangi” seseorang di depan orang lain. Artinya, tidak ada yang bisa ditutup-tutupi individu ketika ia sudah masuk dalam wilayah media sosial. Ia bisa jadi termasuk orang yang pemarah jika dilihat dari status yang ditulis di media sosial.

Qualman bisa jadi lupa, bahwa media sosial juga bisa membuat seseorang menjadi pembohong. Ia bisa mengatakan dalam status FB-nya, “kangen anak-anak” saat keluar kota, padahal ia sedang pacaran dengan mantan pacarnya dahulu.

Kajian Qualman di atas tentu tidak jauh berbeda dengan yang terjadi di Indonesia. Bahwa media sosial telah memengaruhi perilaku individu memang benar, tetapi konteks ke Indonesiaan jelas akan ikut mewarnai perubahan dampak media sosial itu. Perubahan proses penyampaian pesan akibat sosial media menjadi bahasan yang tak kalah menariknya untuk dikaji.

Penelitian lain yang mencoba menjelaskan fenomena media sosial adalah yang pernah dilakukan oleh Nurudin (2010). Dalam penelitiannya berjudul “Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat” memfokuskan kajiannya pada blog (blog juga salah satu bentuk media sosial). Ditemukan bahwa, *Citizen Journalism* (CJ) bisa dijadikan alat untuk menyalurkan *uneg-uneg*, kontrol sosial terhadap ketimpangan, ketidakadilan yang ada di sekitarnya. Para Blogger yang diteliti semuanya mengungkapkan bahwa lewat CJ lah pesan-pesan yang disampaikan bisa disalurkan. Mereka tidak mau menyalurkan lewat *mainstream media* (cetak dan elektronik) karena belum tentu dimuat, sebab media itu mempunyai kepentingan yang berbeda dengan kepentingan pembacanya. Bahkan, apa yang dilakukan *citizen journalist* (praktisi CJ) mempunyai dampak yang luar biasa. Berbagai kasus yang ada di tanah air (salah satunya kasus Prita Mulyasari) bisa berdampak luas akibat tulisan-tulisan dalam CJ.

Namun demikian, baik penelitian Qualman dan Nurudin belum mengkaji proses perubahan yang signifikan konsekuensi dari

media sosial sebagai akibat dari perkembangan internet yang kian pesat. Qualman mengkaji dampak perilaku, sementara Nurudin mengkaji dampak media sosial untuk katarsis sosial.

Imperialisme Media Sosial

Berkaitan dengan itu, ada sebuah pendapat yang pernah dikatakan oleh Herb Schiller dalam tulisannya berjudul *Communication and Cultural Domination*. Kajian Schiller ini melihat peran media massa Barat yang dituduh melakukan imperialisme budaya pada media massa dunia ketiga (berkembang). Alasannya, media Barat mempunyai efek yang kuat untuk memengaruhi media dunia ketiga. Dengan kata lain, media Barat sangat mengesankan bagi media di dunia ketiga. Sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat media tersebut. Dalam perspektif ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi ‘penghancuran’ budaya asli di negara ketiga (Nurudin, 2007).

Kebudayaan Barat memproduksi hampir semua mayoritas media massa di dunia ini, seperti film, berita, komik, foto dan lain-lain. Mengapa mereka bisa mendominasi seperti itu? *Pertama*, mereka mempunyai uang. *Kedua*, mereka mempunyai teknologi.

Memang teknologi itu sendiri tidak membuat gerakan. Tetapi orang-orang yang memanfaatkan teknologi media sosial itu dengan antusias memanfaatkannya. Dalam kajian komunikasi kenyataan itu sering disebut dengan *communication technological animal* (Nurudin, 2011).

Communication technological animal berarti individu-individu yang menjadikan teknologi sebagai sangat fundamental bagi humanitasnya. Bagi mereka, teknologi adalah faktor utama dalam melakukan perubahan. Bahkan teknologi komunikasi seperti media sosial dipercaya sebagai alat yang bisa dipakai untuk mencapai tujuan yang dikehendakinya.

Media sosial telah memungkinkan sesuatu yang selama ini dipendam, misalnya kecurangan presiden, bisa diungkap secara transparan. Barangkali, awalnya sekadar informasi yang disebar, tetapi informasi yang

disebar dalam jejaring sosial itu telah membuka mata banyak orang untuk ikut menyebarkannya.

Fenomena di Indonesia juga bisa dijadikan contoh. Berapa banyak kasus-kasus yang diungkap, dipercepat penyelesaiannya, undangan simpati dibangun melalui jejaring sosial? Gerakan sejuta *Facebooker* pendukung Priya Mulyasari atau gerakan mendukung ditetapkannya Sultan Yogya sebagai gubernur menyebar luas diketahui dari media sosial.

Media Sosial dan Virtual Reality

Perkembangan internet adalah fenomena dalam dunia komunikasi. Media baru tersebut membawa banyak perubahan-perubahan tidak saja dalam perangkat penyebaran pesan, tetapi juga perubahan di masyarakat. Berkaitan dengan perubahan perangkat peredaran pesan, muncullah fasilitas seperti blog, e-mail, chatting, e-paper, media sosial (facebook, twitter).

Apa yang terjadi pada media komunikasi penyebaran pesan di atas tentu membawa konsekuensi perubahan pada masyarakat. Konsekuensi itu kemudian membentuk sebuah ciri khas yang berbeda dengan kenyataan masyarakat sekarang. Secara fisik, jumlah anggota, kuantitas lalu lintas pesan, jenis-jenis pesan berbeda dengan kenyataan masyarakat saat ini. Sebut saja ada bentuk masyarakat lain selain masyarakat riil yang dikenal secara konseptual atau kenyataan. Masyarakat itulah yang dinamakan masyarakat virtual (muncul akibat internet).

Secara definitif, masyarakat (nyata) adalah sebuah kehidupan masyarakat yang secara inderawi dapat dirasakan sebagai sebuah kehidupan nyata, dimana hubungan antar anggotanya dibangun melalui penginderaan. Jadi masyarakat nyata adalah masyarakat yang secara nyata bisa dibuktikan di sekitar manusia, terutama menyangkut ciri-ciri fisik. Ciri fisik yang bisa dibuktikan itu misalnya ciri yang melekat pada individu, jumlah anggota dalam masyarakat itu, kegiatan, aturan-aturan, orientasi hidup, tuntutan, dukungan dan dinamika yang lain. Misalnya, masyarakat Tengger (sekitar gunung Bromo), masyarakat

Jawa, Sunda, Madura dan lain-lain. Intinya, mereka bisa diindera keberadaannya.

Sementara itu, ada masyarakat maya (*virtual/cyber community*) yang secara definitif bisa diartikan sebagai sebuah kehidupan masyarakat manusia yang tidak dapat secara langsung diindera melalui penginderaan manusia, namun dapat dirasakan dan disaksikan sebagai sebuah realitas. Mereka ini memakai seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi kehidupan maya.

Sekadar menyebut contoh adalah mereka membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun kekuasaan, wewenang dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial.

Secara akar kata komunitas/masyarakat maya bisa ditelusuri dari pendapat William Gibson dalam novelnya berjudul *Neuromancer*. Ia mengenalkan istilah *cyberspace* atau ruang hampa.

Cyberspace itu sendiri berarti ruangan hampa. Ruang hampa yang dimaksud di sini bukan ruang sebenarnya atau dunia nyata sebagaimana kita merasakan di sekitar kita. Ruang hampa itu ruangan yang dibentuk karena pemakaian komputer. Komputer menciptakan ruang-ruang hampa. Ruang hampa ini terasa bentuknya sejak adanya multi media dengan perantaraan internet.

Komunitas virtual khas istilah yang biasa dipakai dalam lingkungan akademis, sementara istilah *cyberspace* untuk menunjuk pada istilah populer. Ada juga yang sering menyebut dengan istilah *virtual reality* yang berarti realitas yang merujuk pada lingkungan yang “menyelubungi”/”menghidupkan secara sensual”, yang diperoleh individu dengan jalan menghubungkan dirinya dengan komputer.

Disebut komunitas ruang hampa karena anggotanya berhadapan dengan ilusi. Anggota tidak berhadapan dengan anggota secara fisik sebagaimana masyarakat nyata. Mereka hanya berhadapan dengan layar komputer (misalnya),

seolah berbicara, tertawa, tersenyum, sedih sendiri. Jika dilihat sekilas seperti orang gila. Tetapi mereka ini sedang berada dalam sebuah ruang imajinasi yang bisa berhubungan satu sama lain. Jangan heran pula jika komunitas virtual juga disebut komunitas semu (*pseudo community*).

Sebagai ciptaan manusia, masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata juga sebagai contoh model yang dikembangkan dalam masyarakat maya. Itu misalnya; (a) proses-proses sosial dan interaksi, (b) kelompok sosial maya, (c) pranata dan kontrol sosial, (d) stratifikasi sosial, (e) perubahan sosial (Bungin, 2007).

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian pada dasarnya menerangkan proses dan prosedur penelitian yang dilaksanakan oleh seorang peneliti. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan Focus Group Discussion (FGD) selain kajian terhadap isi dokumen. Wawancara dilakukan terhadap sejumlah informan melalui *in depth interview*. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Sesuai dengan tahap dan prosedur penelitian, data yang terkumpul, peneliti akan melakukan analisis data yang diperolehnya.

PEMBAHASAN

PERUBAHAN AKTIVITAS BERKOMUNIKASI

Perkembangan media sosial karenanya juga menjadi keniscayaan sejarah kemunculannya. Sekarang bukan lagi kita mendiskusikan apakah media sosial itu kemunculannya disetujui atau tidak. Ia jelas sudah muncul. Yang bijak dan layak untuk dianalisis lebih lanjut adalah bagaimana menganalisis dan melihat perkembangannya, terutama berkaitan dengan aktivitas berkomunikasi manusia.

Berkaitan dengan perkembangan media sosial dan pengumpulan data yang dilakukan peneliti, ada beberapa perubahan yang terjadi. Semua nara sumber dari penelitian ini sepakat bahwa ada perubahan tertentu dari cara

berkomunikasi saat ini. Aktivistis jejaring sosial Nisa Amelia (Amel) misalnya, mengungkapkan bahwa apa yang terjadi pada media sosial menentukan bagaimana manusia itu berkomunikasi. Manusia dalam berkomunikasi menjadikan apa yang dilihat, dirasakan, dan diindera lainnya menentukan atau menjadi bahan pembicaraan. Dengan kata lain, apa yang diakses melalui media sosial itu menentukan aktivitas baru komunikasi manusia.

Secara khusus, Amel mengungkapkan bahwa bentuk perubahan itu diantaranya sebagai berikut; (a) perubahan bentuk komunikasi dan media yang digunakan, komunikasi yang biasanya langsung bertatap muka, sekarang melalui dunia maya, (b) perubahan sikap, cepatnya tersebar informasi melalui dunia maya sehingga berefek pada perilaku seseorang. Sebagai contoh *kiding and trend topic* dijadikan bahan pembicaraan bahkan sikap seseorang, (c) perubahan kebutuhan media sosial yang awalnya merupakan kebutuhan primer seiring dengan waktu akan menjadi perubahan sekunder, seperti halnya kepemilikan HP dan pulsa, (d) perubahan aktivitas komunikasi, komunikasi yang awalnya membutuhkan waktu untuk mendapatkan *feedback* sekarang lebih efisien, media yang digunakan sangat mempermudah dalam menyampaikan pesan.

Apa yang disampaikan Amel tidak jauh berbeda sebagaimana dikemukakan Ditalia Ike Mufrida, seorang praktisi komunikasi yang juga sekaligus aktivis media sosial. Ia mengungkapkan bahwa perubahan aktivitas berkomunikasi bisa dilihat dari komunikasi yang lebih heterogen. Bahkan lingkaran komunikasinya (*circle of communication*) juga bisa lebih luas. Dan lagi, pertemanan sosial jarak jauh lebih beragam dan banyak pula. Bahkan kenyataan itu bisa mematahkan pepatah lama dari “Banyak anak banyak rezeki” menjadi “Banyak teman banyak rezeki”.

Apa yang dikatakan Ditalia bisa jadi menjadi alasan pragmatis bagaimana orang memberlakukan media sosial itu. Tidak saja

memberikan keuntungan secara materi, tetapi juga perubahan cara berkomunikasi juga.

Apa yang dikemukakan Ditalia mengingatkan kita bahwa media sosial telah memunculkan bisnis online yang bisa dijadikan pendapatan. Bahkan sistem Multi Level Marketing (MLM) yang pernah berkembang dengan komunikasi lisan sudah berganti melalui media sosial. Dalam Ilmu Komunikasi bisa dikenal dengan istilah Buzz Marketing.

Perubahan Drastis Proses Penyebaran Pesan

Dunia ini memang terus berubah. Tetapi perubahan itu bisa secara evolusi dan juga secara revolusi. Perkembangan teknologi komunikasi dipahami semua sumber data penelitian telah memastikan munculnya revolusi perubahan peredaran pesan.

Kenyataan sebagaimana digambarkan di atas juga diakui oleh Heny Maslukhah;

“Revolusi media sosial begitu pesat dan akan terus berkembang. Semua pasti akan mengalami perubahan baik itu pada tiap individu atau masyarakat secara umum. Sekarang tergantung dari setiap manusia untuk menyikapinya seperti apa. Media sosial sebenarnya muncul bertujuan untuk mempermudah aktivitas komunikasi. Kalau itu dimanfaatkan dengan baik maka akan berdampak positif dan sebaliknya kalau dimanfaatkan untuk hal kejelekan maka ya akan berdampak negatif dan bahkan bisa menghancurkan”.

Pernyataan Heny ini menyiratkan bahwa media sosial mempunyai dampak positif dan negatif. Terhadap dampak positif, ia mengatakan bahwa orang dengan mudah memperoleh informasi lewat media sosial. Dengan media sosial seseorang juga bisa menjalin *link* dengan siapapun, bahkan mampu menyambungkan tali silaturahmi yang sempat terputus oleh jauhnya jarak yang memisahkan. Media sosial juga bisa dijadikan sarana untuk mempromosikan suatu barang dalam rangkaian kegiatan pemasaran. Lewat media sosial juga suatu *brand* barang tertentu bisa menerima keluhan, saran dari konsumen

dan konsumen dapat mengetahui secara langsung *feedback* yang diberikan. Media sosial juga dapat memberikan suatu hiburan.

Sementara itu dampak negatifnya, antara lain munculnya tingkat konsumerisme yang semakin meningkat. Orang akan terlena dengan kenikmatan berkomunikasi lewat media sosial dan pekerjaan kadang bisa terbengkalai. Media sosial juga bisa memicu timbulnya kriminalitas, patologi sosial pun kerap terjadi dalam media sosial.

Muhammad Nor Gusti senada dengan pendapat Heny. Ia mengungkapkan, bahwa media sosial sangat berkembang begitu pesat. Sekarang ini orang-orang banyak yang beralih ke media sosial daripada menggunakan media konvensional. "Daripada dianggap ketinggalan zaman lebih baik mengikuti teknologi *toh* itu sekarang menjadi kebutuhan kita sekarang, "katanya.

Jika diamati, perubahan sosial yang drastis yang diakibatkan oleh teknologi komunikasi yang di dalamnya ada media sosial membawa konsekuensi sebagai berikut; (a) perubahan hubungan sosial; (b) jurang kaya dan miskin informasi makin lebar; (c) *privacy* terganggu; (d) orang terpencil dari lingkungan sosial; dan (e) informasi "sampah" disusupkan.

Media Sosial, Cara Baru Berkomunikasi Masyarakat Modern

Tidak bisa dipungkiri kehadiran media sosial telah mengubah, bahkan merevolusi proses komunikasi manusia. Bahkan bisa dikatakan proses komunikasi model demikian merupakan ciri khas yang melekat pada masyarakat modern saat ini. Sangat mungkin dalam beberapa dekade ke depan ada perubahan, tetapi untuk saat sekarang media sosial berperan dalam penyebaran informasi.

Hasil penelitian ini juga membuktikan adanya kenyataan bahwa media sosial menjadi ciri khas masyarakat modern saat ini. Hal demikian diakui oleh Heny Maslukhah. Heny mengungkapkan bahwa ciri khas yang melekat itu bisa dicirikan dengan kenyataan bahwa masyarakat tidak lagi menjadi konsumen media tetapi menjadi produsen. Informasi

tidak hanya disebarkan oleh wartawan, tetapi oleh masyarakat. Misalnya saja saat ini sudah muncul *Citizen Journalist*. *Citizen Journalist* adalah orang atau kelompok orang yang bebas, independen tanpa terikat oleh pihak manapun dalam menyebarkan informasi (lewat blog dan web pribadi). Bahkan berita yang belum muncul di media umum (*mainstream media*) sudah muncul terlebih dahulu lewat *citizen journalist*.

Munculnya *citizen journalist* (kegiatannya disebut *citizen journalism*) merupakan fenomena khas era internet sekarang ini. Bisa dikatakan begitu karena media sosial bisa mengabarkan kepada masyarakat secara cepat dari lokasi kejadian. Banjir yang melanda Wasior (2010) justru bisa diketahui lebih dahulu dari media sosial, bukan dari *mainstream media*.

Cara berkomunikasi masyarakat modern, jika dijelaskan dari pendapat-pendapat nara sumber sebagai berikut; (a) model arus peredaran informasi, (b) isi informasi, (c) sifat informasi, dan (d) efek dari informasi.

Berkaitan dengan model arus peredaran informasi, informasi yang beredar tidak lagi *one step flow of communication* (komunikasi satu arah), tetapi *two step flow of communication* (dua arah) atau bahkan *multi step flow of communication* (banyak tahap). Komunikasi satu arah hanya dari komunikator ke komunikator. Sementara itu komunikasi dua arah menjadi ciri komunikasi masyarakat modern. Komunikator tidak saja selamanya menjadi komunikator, bahkan komunikator juga bisa menjadi komunikator. Jika kita pembaca media cetak, informasi hanya diterima oleh pembacanya saja. Namun kalau kita user media sosial, kita bisa menjadi komunikator. *Citizen journalist* salah satu bukti dampak dari munculnya media sosial.

Masyarakat sekarang menuntut komunikasi interaktif dengan banyak arah. Sementara itu kenyataan *mainstream media* tidaklah demikian. Maka *mainstream media* juga merasa perlu membangun interaksi dengan audiensnya dengan komunikasi interaktif pula. Sebagai bukti banyak dari *mainstream media* sekarang

juga memanfaatkan jaringan sosial untuk penyebaran informasi, disamping juga mempunyai e-paper.

MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT REKAYASA SOSIAL

Tidak bisa dipungkiri, munculnya media sosial telah membawa bentuk perubahan-perubahan tidak saja pada individu tetapi juga masyarakat. Dewi Amalia mengakui bahwa perubahan sosial ini terlihat dari cara kita berkomunikasi di media sosial tanpa memandang jarak, waktu, tempat, dan keadaan. Contoh perubahan politik dengan media sosial, seseorang dapat mengakses informasi politik dan dapat memberikan argumennya melalui blog-blog yang membahas politik. Contoh perubahan budaya dengan adanya media sosial ini mengubah budaya tingkah laku penggunaannya, dikarenakan orang-orang pengguna media sosial bisa menjadi orang anti sosial sebab mereka terlalu sibuk dengan dunia media sosial di HP mereka.

Sam Ardi mencoba melihat perubahan munculnya media sosial dari sisi kesadaran baru masyarakat. Baginya, media sosial telah menjadi kekuatan baru masyarakat untuk menyampaikan segala keinginannya. Konflik yang melanda Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dengan Polri berkaitan dengan korupsi di lembaga berbaju coklat tentang Simulator Surat Izin Mengemudi (SIM) membuktikan itu semua. Masyarakat banyak mendukung KPK karena Polri sudah menjadi *common enemy* (musuh bersama). Arogansi, kerugian yang selama ini diderita masyarakat seolah dituangkan dalam pembelaannya terhadap KPK (lepas dari memang terjadi korupsi di tubuh Polri). Nyata bahwa mobilisasi melalui media sosial sangat nyata kekuatannya.

Mantan ketua Blogger Ngalam itu menuturkan lebih lanjut, "Masyarakat menjadikan media sosial sebagai pengawas atas kasus-kasus di sekitarnya. Media sosial ibarat kepanjangan masyarakat itu sendiri. Ia protes melalui media sosial yang jangkauannya sangat luas. Dan masyarakat konsisten untuk

itu. Bisa dikatakan media sosial ibarat sebuah rekayasa sosial masyarakat".

Secara mudahnya Muhammad Nor Gusti memberikan contoh, sebelum ada media sosial, orang-orang berkomunikasi lewat tatap muka dan berkirim surat. Sementara itu, di bidang politik perubahannya terletak dari perilaku politikus. Para politikus cukup mengampanyekan kebijakan yang dia usung melalui twitter, facebook dan media sosial lain. Berbeda dengan era sebelumnya, para politikus harus turun kelapangan untuk mensosialisasikan kebijakannya kepada masyarakat dengan mendatangi wilayah-wilayah tertentu sebagai tempat sosialisasinya. Sementara itu perubahan budaya membuat sebagian orang malas untuk berpikir. Ketika ada tugas mata kuliah tertentu, kebanyakan para pengguna media sosial cukup *browsing* ke *search engine* untuk mencari tugas-tugas tertentu yang kemudian di *copy paste* untuk dijadikan tugas mata kuliah.

Sementara Tis'atul Zahro mengungkapkan, masyarakat menjadi lebih apatis terhadap kejadian sekitarnya, lebih senang menyibukkan diri sendiri dengan dunia maya. Dalam politik, media sosial kerap kali menjadi sarana untuk berkampanye, seperti halnya yang dilakukan oleh Presiden Amerika Barack Obama. Juga, budaya bersilatullah secara langsung pun mulai memudar, karena masyarakat mengandalkan kontak via dunia maya. Kurangnya bersilatullah juga dikatakan oleh Nisa Amelia.

MASA DEPAN MEDIA SOSIAL

Saat ini fenomena media sosial memang sedang menjadi bahan pembicaraan di masyarakat. Nyaris semua informasi yang ada di perkotaan tidak akan bisa lepas dari media sosial.

Jika kita melihat perkembangan teknologi komunikasi yang semakin cepat, tentu ada perubahan-perubahan yang mungkin terjadi atas media sosial di masa datang. Itu memang sebuah keniscayaan sejarah yang tidak bisa dihindari kemunculannya. Berkaitan dengan

hal itu, peneliti menanyakan sejauh mana perkembangan media sosial masa depan. Nyaris semua nara sumber mengatakan bahwa masa depan media sosial masih mempengaruhi proses komunikasi manusia.

Farhanah mengungkapkan bahwa media sosial di masa mendatang akan berkembang semakin pesat. Hal itu karena sifat dasar manusia yang cepat bosan serta tidak pernah puas dan selalu ingin meminta hal lebih. Sehingga media sosial pun akan semakin berevolusi untuk memenuhi sifat dasar manusia tersebut dengan semakin berinovasi dan menambah fitur-fitur dan fungsinya. Dengan demikian, masyarakat juga akan semakin betah, selalu mencari, dan merasa selalu lebih nyaman berada di media sosial yang menjadi “dunia lain” mereka.

Bahkan media sosial ke depan akan semakin menjadi primadona dalam dunia komunikasi sebagaimana dikatakan Arinda Hutamawati. Itu semua disebabkan karena semakin pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dan semakin besarnya kebutuhan masyarakat akan informasi/berita.

Perkembangan pesat media sosial di masa datang juga sangat memungkinkan. Ditalia mengungkapkan bahwa perkembangan media sosial di masa datang akan semakin berkembang pesat. Oleh karena itu, masyarakat kita tidak bisa lepas dengan internet. Sehingga bagi sebagian orang, internet merupakan kebutuhan primer. Maka, tiap hari mereka selalu mengakses akun pribadinya di masing-masing media sosial yang mereka miliki.

Tak dapat dipungkiri media sosial bersifat adiktif. Di masa yang akan datang ada inovasi-inovasi baru yang akan dilakukan oleh media sosial. Salah satu contoh inovasi yang dilakukan oleh media sosial adalah kerja sama yang dilakukan oleh facebook dan skype. Inovasi itu memungkinkan pengguna facebook tidak hanya bisa *chatting* secara tulisan, namun dapat bertatap muka dengan rekan facebooknya. Contoh inovasi-inovasi lainnya yang dilakukan oleh twitter, instagram dengan twitter serta *soundcloud* dengan facebook. Fitur-

fitur yang semakin canggih inilah yang tidak mustahil membuat para pengguna jejaring sosial serasa semakin dimanjakan dan memiliki tingkat adiktifitas yang tinggi terhadap media sosial.

Masa depan media sosial dengan demikian bisa diringkas sebagai berikut; (a) sumber dari segala sumber informasi, (b) ketergantungan manusia yang semakin tinggi pada media sosial.

Satu hal yang akan berubah di masa datang adalah format isi media sosial. Format isi media yang sebelumnya hanya berupa teks-teks, dalam masa yang akan datang akan dipadukan dengan audio visual. Kalau dahulu hanya ada *chatting* lewat Yahoo Messenger (YM) dengan teks, saat sekarang bisa pakai YM dengan web camera atau memakai camfrog (perpaduan *chatting* dengan memakai audio visual). Tentu saja, itu sangat sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi itu sendiri.

SIMPULAN

Kesimpulan tulisan ini adalah sebagai berikut;

- a. Revolusi proses penyebaran pesan yang dilakukan oleh media sosial adalah proses pesan yang awalnya berjalan satu arah (*one step flow*) sebagaimana dilakukan oleh *mainstream media* menjadi banyak tahap (*multistep flow*). Karenanya, *mainstream media* mengikuti kecenderungan dari apa yang berkembang dalam media sosial. Dengan kata lain, *mainstream media* menggunakan media sosial juga sebagai alat untuk penyebaran pesan-pesannya. Disamping itu, masyarakat menggunakan media sosial karena sifat informasinya yang interaktif antar *user*. Revolusi juga berarti banyak kegiatan yang dapat dilakukan karena media sosial tidak saja untuk urusan bisnis, tetapi juga politik atau sekadar mencari hiburan saja.
- b. Jumlah lalu lintas pesan yang beredar akibat media sosial sangat meningkat tajam menembus ruang dan waktu. Masyarakat kita mengalami *spill over of communication*

(peluberan informasi). Peluberan informasi ini pada akhirnya menyebabkan keterkejutan budaya (*cultural shock*) di masyarakat.

- c. Penelitian ini menemukan bukti bahwa komunikasi interpersonal (tatap muka) perlu ada konstruksi baru. Dalam teori komunikasi klasik, komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang berhadapan secara langsung (berkomunikasi, saling melakukan umpan balik, saling mempengaruhi satu sama lain) harus ada rekonstruksi ulang. Komunikasi melalui media sosial seperti *chatting* juga sudah mengarah pada komunikasi interpersonal tersebut. Selama ini komunikasi bermedia sering disebut dengan komunikasi massa (komunikasi melalui media massa modern). Dengan perantaraan teknologi komunikasi (yang di dalamnya ada media sosial), teori komunikasi massa juga mengalami perkembangan baru.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Ibrahim, Idi Subandy. 2004. *Dari Nalar Keterasingan Menuju Nalar Pencerahan, Ruang Publik dan Komunikasi dalam Pandangan Soedjatmoko*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Karjaluoto, Erick. 2008. "A Primer in Social Media. Examining The Phenomenon, Its Relevance, Promomise, and Risks" (paper). A SmashLAP White, 1 Maret 2008.
- Lutviah. 2011. "Mesir: Thanks You Social Media. dalam <http://lutviah.net/2011/02/20/mesir-thank-you-social-media/> diakses 11 April 2011, jam 15.18 WIB.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, Rulli, 2012, "Internet dan Ruang Publik Virtual atas Teori Ruang Public Habermas", *Jurnal Komunikator*, Vol 4, Hal 26-35
- _____. 2010. *Citizen Journalism Sebagai Katarsis Baru Masyarakat*. Jakarta: DP2M DIKTI, DP2M UMM, Buku Litera.

Qualman, Erik. 2010. *Socialnomics, How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business*. Burlington: Awareness.

Straubhaar dan LaRose. 2002. *Media Now, Communication Media in The Information Age*. Canada: Wassworth.

B. MEDIA MASSA, INTERNET DAN LAIN-LAIN:

- Afandi. 2012. "Enam Jenis Media Sosial. Dalam <http://wordpress.com/2011/12/.../enam-jenis-media-sosial/> diakses tanggal 24 September 2012 pukul 08.40 WIB.
- Arimaeka. 2009. "Apa itu Plurk". dalam <http://arima07.wordpress.com/2009/09/13/apa-itu-plurk/> diakses tanggal 4 Oktober 2012 Pukul 12.00 WIB.
- Aruman, Edhy. 2012. "2012, Era Baru Pemasaran Media Sosial". Dalam <http://edhy-aruman.blogspot.com/> diakses tanggal 26 September 2012 pukul 17.00 WIB.
- Assedaff, Syafiq Basri. 2012. "KPK dan Kekuatan Rakyat di Twitter" artikel harian *Kompas*, 11 Oktober 2012.
- Attdayyan. 2012. "Socl: Jejaring Sosial Baru Milik Microsoft". dalam <http://pusatteknologi.com/socl-jejaring-sosial-microsoft-html>. di akses tanggal 26 September 2012 Pukul 12.00 WIB.
- Gustino, Tovan. 2011. "Sejarah Perkembangan Internet". dalam <http://tovan46.blogstudent.mb.ipb.ac.id/2011/06/08/sejarah-perkembangan-internet/> diakses tanggal 24 September 2012 pukul 09.00 WIB.
- Hendri. 2008. "Sejarah WordPress. dalam <http://hendri.staff.uns.ac.id/2008/09/sejarah-wordpress/> di akses tanggal 25 September 2012 pukul 13.15 WIB.
- <http://kamusbisnis.com/arti/buzz-marketing/> diakses 10 Oktober 2012 pukul 22.12 WIB.
- Jawa Pos*, 5 September 2009.
- Joko Susilo, 2009. "Buzz Marketing: Senjata Mematikan Peledak Pendapatan Bisnis Internet Anda dalam <http://www.jokosusilo.com/2009/03/03/buzz-marketing-senjata-mematikan-peledak-pendapatan-bisnis-internet-anda/> diakses 10 Oktober 2012 jam 21.22 WIB.
- Majalah Detik*, 2-8 Juli 2012.
- Marthdani, Satrio Dwi. 2011. "Pengertian Packet Switching". Dalam <http://54tr10.blogspot.com/2011/09/pengertian-packet-switching.html>.

diakses tanggal 24 September 2012 pukul 09.15 WIB.

Nanda, Agus. 2012. "Perkembangan Media Sosial bagi Dunia Jurnalisme". dalam <http://media.kompasiana.com/new-media/2012/05/15/perkembangan-media-sosial-bagi-dunia-jurnalisme/> diakses tanggal 25 September 2012 pukul 07.30 WIB.

Ningsih, Rosita Mulya. 2011. "Blog Pribadi Jejaring Sosial dan Masa Depan Media". dalam <http://edukasi.kompasiana.com/2011/11/04/blog-pribadi-jejaring-sosial-dan-masa-depan-media/> diakses tanggal 25 September 2012 pukul 13.00 WIB.

Nurudin. 2011. "Gejolak Timteng dan Kemenangan Jejaring Sosial". dalam <http://nurudin-umm.blogspot.com/2011/04/gejolak-timteng-dan-kemenangan-jejaring.html> diakses tanggal 14 April 2010 jam 20.35 WIB.
