

Media Sosial, Yang Dibenci Yang Ditakuti

Errika Dwi Setya Watie

(errika@ftik.usm.ac.id)

(Dosen Ilmu Komunikasi FTIK USM)

Abstrak

Social media users came from every part of society. The presence and acceptance of social media, of course, not only have an impact on the lives of individual users directly, but it is also have an impact on the lives of the state concerned. It should be understood, that the mass media has the ability to build the image and opinions in the minds of users. Currently there are 6 types of social media are present in the community. the negative impact of social media in fact also present along with the increasing positive impact. The number of negative cases that accompany the presence of social media, making social media seems to be something scary. Therefore, should be wise in using social media.

Kata Kunci : Media Sosial, Opini publik, cicak vs buaya

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan satu jenis media baru yang hadir di tengah masyarakat, dan menjadi media idola baru di masyarakat. Sebagai gambaran umum, berdasar data dari icrossing (Mayfield, 2008:4) pada Agustus 2008 saja ada lebih dari 110 juta akun blog masuk dalam data hasil pelacakan Technorati, suatu *blog engine specialist*. Dalam kurun waktu yang sama, tercatat ada 100 juta video per hari yang dilihat melalui Youtube, serta lebih dari 123 juta netizen yang tercatat sebagai pengguna facebook.

Pengguna media sosial sendiri terdiri dari berbagai lapisan masyarakat, dari berbagai jenjang usia, dari berbagai status sosial, dan dari berbagai wilayah geografi. Meluasnya penggunaan media sosial ini bukan saja karena tren penggunaan media sosial yang sedang *booming*, namun juga karena didukung semakin mudah dan murah akses ke media sosial, bak ditinjau dari perangkat pendukungnya hingga jaringan koneksi internet yang semakin terjangkau.

Kehadiran dan penerimaan akan media sosial, tentunya tak hanya berdampak pada kehidupan individu penggunanya secara langsung, namun ternyata juga sampai berdampak pada kehidupan kenegaraan terkait. Tengok saja bagaimana aksi masyarakat ketika ada peristiwa cicak vs buaya yang melibatkan KPK dan POLRI, dukungan masyarakat atas tuntutan pada Bibit-Chandra sebagai bagian dari ketua KPK saat itu turut mempengaruhi putusan penangguhan penahanan terkait kasus tersebut. Media sosial juga terbukti ampuh dalam memberikan dukungan kepada Prita Mulyasari atas kasus yang menimpanya terkait dengan keluhan yang disampaikannya dalam milis jejaringnya terkait pelayanan suatu rumah sakit, dimana berdasar dukungan netizen melalui gerakan dukungan dalam facebook, akhirnya kasus Prita mendapatkan pecerahan terkait penanganan hukumnya.

Gambaran diatas menunjukkan pengaruh media sosial di masyarakat sangatlah besar. Opini publik bisa terbentuk dalam masyarakat melalui kekuatan media sosial, dan sangat besar kemungkinan pula, opini publik yang

terbangun mampu turut menggerakkan kebijakan publik ataupun putusan terkait lainnya. Namun sebagai suatu media, media sosial sebagaimana media konvensional, tentunya membawa nilai positif dan negatifnya sendiri. Tulisan ini akan memaparkan sisi negative dari media sosial yang hendaknya juga disadari keberadaannya oleh masyarakat pengguna media sosial tersebut. Tulisan ini diharapkan memberikan literasi pada masyarakat terkait bagaimana sebenarnya media sosial berjalan.

LITERASI MEDIA

Pendidikan literasi media tidak hanya menunjukkan bagaimana mengoperasikan dan mengakses media, tetapi mengajarkan pula bagaimana mengkritisi konten dalam media tersebut, serta membangun kesadaran akan pengaruh ke depan konten media (Soyomukti, 2010:195).

Media sosial, dalam ranah kerjanya selain berjalan pada level komunikasi sosial juga berjalan pada level komunikasi massa. Sebagai bagian dari komunikasi massa, maka ranah kerja pesan dalam komunikasi massa hendaknya juga dipertimbangkan dalam penggunaan media sosial. Lavidge dan Steiner (1961) dalam buku Teori Komunikasi menunjukkan alur pengaruh komunikasi massa. Bingkai kerja Lavidge dan Steiner menyatakan, ada enam langkah dalam menilai konten suatu media massan, yaitu mulai dari tampilan media khalayak hingga khalayak bertindak. Enam langkah tersebut adalah kesadaran, pengetahuan, kesukaan, pilihan, pernyataan, dan pembelian/ tindakan nyata. Keenam langkah tersebut terbagi menjadi tiga dimensi pemahaman yaitu mulai dari dimensi kognitif, dimensi afektif, hingga dimensi konatif pengguna media (Severin dan Tankard, 2007: 15-16)

Pada arus era informasi saat ini perlu dikembangkan pemahaman di masyarakat, terkait konten media dan pengaruhnya, terutama dalam hal ini media sosial. Pemahaman yang dibangun bukan hanya pemahaman anak muda sebagai pengguna terbanyak media sosial, namun juga pada seluruh pengguna media sosial secara umum. Perlu dipahami, bahwa media massa memiliki kemampuan membangun citra dan opini dalam benak penggunanya. Media massa mampu membingkai suatu peristiwa hingga pengguna media massa tersebut akan melihatnya sebagai suatu realita. Padahal realita yang terbentuk merupakan realita yang dibentuk oleh media, sehingga besar kemungkinan kepentingan media terkait ikut terlibat dalam realita yang terbentuk. (<http://www.literasimedia.org/literasi-media/>. 4 Januari 2012 pukul 10.56 WIB)

MEDIA SOSIAL

Flew menjelaskan bahwa new media merupakan media yang menawarkan *digitisation, convergence, interactivity, dan development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. (Flew, 2002: 11-22). Kemampuannya menawarkan interaktifitas ini memungkinkan pengguna dari new media memiliki pilihan konten media apa yang akan dinikmati untuk dikonsumsi dan bagaimana menyikapi konten media tersebut. Kemampuan interaktifitas yang ditawarkan media baru inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang new media.

Rasmussen (2000) mengungkapkan bahwa media baru memiliki kontribusi pada integrasi sosial masyarakat. Media baru menjadi jembatan yang menghubungkan dua jarak besar dalam level komunikasi yaitu komunikasi

pribadi dan komunikasi massa. Singkatnya media baru memungkinkan adanya keterlibatan aktif pengguna, tidak seperti halnya yang terjadi di media lama (McQuail, 2010: 142).

Media sosial merupakan media yang hadir sebagai bagian dari media baru. Media sosial sendiri dipahami sebagai jenis baru dalam media baru yang memiliki karakteristik menuntut adanya partisipasi aktif dari pengguna, ada keterbukaan informasi, memungkinkan adanya percakapan secara langsung, memungkinkan terbangunnya suatu komunitas yang didasari kesamaan minat dan kesukaan, dan adanya keterhubungan yang mengkaitkan satu pihak dengan pihak yang lain. (Mayfield, 2008 :5)

Saat ini tercatat ada 6 jenis media sosial yang hadir dalam masyarakat. Jenis pertama adalah jejaring sosial atau *social network*, jenis pertama ini memungkinkan pengguna untuk membangun halaman personalnya masing-masing dan menghubungkannya dengan rekan – rekannya untuk berbagi konten dan berkomunikasi. Jenis kedua adalah blogs, jenis kedua ini merupakan bentuk media sosial yang berkonsep pada jurnal online, tulisan esai online, dimana yang ditampilkan adalah tulisan terbaru. Jenis ketiga adalah Wiki, jenis ketiga ini memungkinkan pengguna menambah dan mengedit informasi di dalamnya sehingga nantinya akan menjadi dokumen komunal bersama atau database. Jenis keempat Forum, yaitu wadah diskusi online pengguna internet yang membicarakan mengenai topik atau ketertarikan spesifik. Pada dasarnya, forum hadir sebelum istilah media sosial hadir. Forum kelima adalah *content communities* yang memungkinkan pengguna mengatur dan berbagi jenis informasi tertentu. Dan terakhir adalah microblogging,

merupakan jejaring sosial yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan blogging dalam versi lebih singkat (Mayfield, 2008 : 6)

KEKUATAN NEGATIF MEDIA SOSIAL

Telah banyak artikel yang mengungkapkan kekuatan positif dari media sosial. Benar adanya, bahwa media sosial membawa dampak yang positif dalam masyarakat. Arus penyebaran informasi menjadi lebih mudah, individu satu dengan yang lainnya saling terkait dengan lebih mudah. Tak ada lagi hambatan jarak dan status sosial, batasan-batasan makin melebur menjadi lebih menyatu.

Namun demikian, dampak negatif media sosial pada kenyataannya juga hadir seiring dengan meningkatnya dampak positif. Dari mulai kasus kecil seperti retaknya hubungan pertemanan karena ketersinggungan terkait kata yang dituliskan hingga kasus besar yang terkait dengan negara.

Tengok saja peristiwa Arab Spring, peristiwa gelombang demonstrasi besar-besaran di beberapa negara timur tengah. Media sosial turut memegang kendali pada besarnya gelombang protes yang terjadi, demonstrasi diorganisir dan dikomunikasikan melalui media sosial. Kenyataan ini membawa pada kesadaran bahwa opini publik terkait dengan masalah kenegaraanpun bisa dipengaruhi dengan hadirnya media sosial.

Untuk masalah yang dekat dengan kita, media sosial bisa pula membawa pengaruh negatif pada perkembangan sosial seorang individu. Masyarakat kini menjadi semakin apatis dengan informasi yang menyebar melalui media sosial. memang opini publik bisa dengan mudah terbangun, tapi seiring dengan diketahuinya dampak negative yang muncul, sikap apatis masyarakat

terkait dengan informasi yang menyebar melalui media sosial juga semakin tinggi. Mengapa hal ini menjadi buruk, karena masyarakat bukan kemudian menelusuri kebenaran tapi sekedar melupakan saja suatu informasi, padahal bisa saja informasi tersebut penting.

Lihat saja kasus penculikan dan kasus penipuan yang melibatkan penggunaan media sosial. Korban yang berjatuh karena informasi yang tidak bertanggungjawab dalam media sosial, makin menguatkan apatisnya masyarakat akan terpaan informasi. Padahal tak bisa dipungkiri, sebenarnya besaran informasi negatif dan positif dalam internet tak bisa kemudian menjadi patokan kualitas informasi yang tersebar.

Kasus *cyberbullying* juga menjadi fenomena yang kuat hadir mengiringi hadirnya media sosial. Mudah-mudahan pengguna media sosial dalam berkomentar pada media sosial, membuat pengguna media sosial terkadang lupa batasan-batasan kepantasan dan etika. Orang dengan mudah mencaci orang lain, karena kesalahan atau kekurangan yang diperbuat. Tengok saja kasus yang menimpa seorang penyelenggara event di kota jogja, yang mendapatkan *bully* di media sosial hingga akhirnya penyelenggara event tersebut bunuh diri.

Banyaknya kasus negatif yang mengiringi kehadiran media sosial, sebagaimana telah dipaparkan diatas, membuat media sosial seolah menjadi sesuatu yang menakutkan. Orang tua kemudian melarang anaknya menggunakan media sosial, institusi mengawasi aktifitas bermedia sosial pegawainya, bahkan ada negara yang melarang keras warganya untuk menggunakan media sosial. Asumsi larangan oleh negara pada warganya

untuk bermedia sosial ada yang menggunakan alasan bahwa negara-negara ini melindungi warga negaranya dari pemikiran, gaya hidup yang dinilai bisa menghancurkan kultur negaranya sendiri. Oleh beberapa individu pelarangan penggunaan media sosial dinilai sebagai cara paling efektif menjauhkan dari hiruk pikuk politik praktis, adu domba maupun kejahatan dan kriminal lainnya. Media sosial seolah menjadi hantu dan pembawa bencana yang hendaknya dihindari.

PENUTUP

Paparan diatas memberikan gambaran kepada pengguna media sosial umumnya, bahwa media sosial bukanlah media yang selamanya akan memberikan surga dalam sosialisasi, namun juga membawa belati dalam sosialisasi yang perlu kita ketahui agar ketajaman belati tersebut tidak kemudian melukai.

Kenyataannya banyak pengguna media sosial yang merasa media sosial membawa kemudahan bagi mereka, namun ternyata dengan telah banyaknya contoh kasus dampak negatifnya media sosial, jumlah korban negatifnya media sosial tidak kemudian berkurang. Bagi mereka yang telah menyadari negatifnya media sosial, hendaknya ketakutan akan keberadaan media sosial. Namun, hendaknya lebih bijak dalam menggunakan media sosial.

Perlu diingat juga, bahwa aktifitas bermedia sosial yang seolah bebas tersebut, di Indonesia kini telah diatur dalam UU ITE. Kehadiran undang - undang ini menjaga agar aktifitas bermedia sosial menjadi lebih bertanggung jawab dan bisa dilakukan pengurusan terkait jika memang ditemukan masalah terkait konten dalam media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Flew, Terry. 2002. *New Media: An Introduction*. UK: Oxford University Press.
- Mayfield, Antoni, 2008, *What Is Social Media*, UK: icrossing.
- McQuail, Dennis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory*. UK : Sage Publications, Ltd
- Nurani Soyomukti, 2010, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta. Ar-Ruzz Media
- Werner J. Severin & James W Tankard, Jr. 2007, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan Di Dalam Media Massa*. Edisi 5. Jakarta: Kencana.
- <http://www.literasimedia.org/literasi-media/>. Diakses 4 Januari 2012 pukul 10.56 WIB