Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.

SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Teori dan Praktik dalam Masyarakat

EFUDEPRESS

SOSIOLOGI KOMUNIKASI

Teori dan Praktik dalam Masyarakat

© Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A., 2022

All Right Reserved

Diterbitkan oleh:

EFUDEPRESS

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Raden Mas Said Surakarta

Jl. Pandawa Pucangan Dusun IV Kartasura

Sukoharjo Jawa Tengah

Telp. 0271-784098

Penulis:

Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A.

Editor:

Mamluatur Rahmah, M.Ag.

Tata Letak:

LinkMed Pro Jogja

Tata Sampul:

cetakjogja.id

Cetakan I, Agustus 2022

vi + 146 halaman, 15,5 x 23,5 cm

QRCBN: 62-1332-7837-635

Kutipan Pasal 72:
Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta
(UU No. 19 Tahun 2002)

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) dan Ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta atau hak terkait sebagai dimaksud pada Ayat (1), dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Dr. Islah, M.Ag.
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
UIN Raden Mas Said Surakarta

Puji syukur kami haturkan kehadirat Allah Swt. atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga program penerbitan buku yang ditulis oleh para dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah dapat terselesaikan dengan baik, sesuai rencana dan tanpa ada halangan yang berarti. Saya menyambut baik atas kerja keras dan keseriusan para dosen sampai terbitnya buku ini. Dengan terbitnya buku ini, saya berharap bisa menambah khazanah keilmuan dan dapat dimanfaatkan secara optimal oleh para pembaca. Lebih dari itu, penerbitan buku ini diharapkan menambah spirit bagi para dosen untuk membuat tulisan-tulisan ilmiah dalam memperkaya kahazanah keilmuan di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Pada kesempatan ini, saya menyampaikan penghargaan dan terimakasih kepada sejumlah pihak yang terlibat dalam program ini. Pertama, Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta, Prof Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd. yang telah mendukung program penulisan dan penerbitan karya ilmiah para dosen di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Kedua, para dosen yang telah bersedia menulis karya ilmiah untuk dipublikasikan dalam bentuk buku. Ketiga, para editor yang telah meluangkan waktu untuk melakukan penyuntingan draf buku para dosen tersebut. Keempat, penerbit EFUDEPRESS, atas

partisipasinya dalam penerbitan buku ini, sehingga buku ini dapat dibaca oleh khalayak umum.

Akhir kata, semoga buku ini bisa memberikan manfaat dan menjadi bagian dari khazanah karya ilmiah yang ada di fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Sukoharjo, 12 Mei 2022

DAFTAR ISI

Kata Pengantar ..... **iii**
Daftar Isi ..... **v**
Apa itu : Sosiologi dan Komunikasi **1**
Pengantar Sosiologi 1
Pengantar Komunikasi 16
Konsep Sosiologi Komunikasi **29**
Pengantar Sosiologi Komunikasi 29
Teori Sosiologi Komunikasi 38
Media Digital dan Peradaban Manusia **53**
Perkembangan Media Digital 53
Pengaruh Media Digital Bagi Peradaban Manusia 62
Komunikasi dan Perubahan Sosial **71**
Teknologi Komunikasi dan Society 5.0 ..... **83**
Perkembangan Teknologi Komunikasi 83
Adopsi Inovasi dan Sikap Masyarakat Terhadap Media . 95
Menuju Masyarakat Society 5.0 100
Norma Sosial dan Kearifan Lokal **109**
Nilai Sosial dan Konstruksi Masyarakat **113**
Teori Aksi 113
Teori Interaksionisme Simbolik 115

Pijakan dan Arah Pemikiran Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman 118
Memahami Dialektika Berger : Eksternalisasi, Obyektivasi dan Internalisasi 122
Komunikasi Modern dan Media Baru 127
Anomali Peradaban Masyarakat Modern..... 135
Daftar Pustaka..... 139
Biodata Penulis..... 145

APA ITU: SOSIOLOGI DAN KOMUNIKASI

1. Pengantar Sosiologi

Sosiologi merupakan ilmu induk dalam *social studies* (ilmu-ilmu sosial). Perkembangan sosiologi selalu mengalami perubahan seiring dengan kajian yang diteliti yaitu tentang masyarakat. Proses ini tentu memberikan pemahaman bahwa sosiologi sebagai ilmu yang sulit untuk dipahami secara baku. Paradigma yang dibangun dalam pendekatan sosiologi mengenai fenomena yang ada di masyarakat, belum tentu sama pada tahun dan kondisi yang berbeda. Kondisi tersebut banyak dipengaruhi oleh adanya perubahan itu sendiri. Namun, secara esensi dan isi dari sosiologi bisa sepenuhnya menjadi penjelas atau penerjemah dalam menganalisis fenomena sosial yang ada. Sudut pandang para tokoh sosiologi masih bisa memberikan pencerahan mengenai masalah sosial yang terjadi, meskipun terpaut dalam waktu dan tempat yang berbeda.

Anthony Giddens dalam Buku Sosiologi Komunikasi karya Dra. Hj. Radiah AP., M.Si. menjelakan bahwa pandangan Gidden yang termuat dalam bukunya Positivism and Sociology menyatakan bahwa sikap positivistic dalam ilmu-ilmu sosial mengandung tiga pengandaian yang memiliki keterikatan satu sama lain. Pertama, prosedur metodologis bahwa penerapan ilmu alam bisa menerapkan pada ilmu sosial. Kedua, menjelaksan bahwa hasil penelitian dapat dirumuskan dalam bentuk hukum seperti ilmu alam. Ketiga ilmu sosial memiliki sifat yang etis dan tidak terkait pada dimensi politis

(Hariman, 1990). Maka, dalam berbagai sudut apapun ilmu sosial perlu dipandang sama dengan ilmu alam yang bersifat bebas nilai dan netral.

Sosiologi merupakan ilmu sosial yang objeknya adalah masyarakat. Sosiologi merupakan ilmu pengetahuan yang berdiri sendiri sebab telah memenuhi segenap unsur ilmu pengetahuan. Unsur-unsur ilmu pengetahuan dari sosiologi adalah sosiologi bersifat logis, objektif, sistematis, andal, dirancang, akumulatif, dan empiris, teoritis, kumulatif, non etis. Sosiologis bersifat logis artinya sosiologi disusun secara masuk akal, tidak bertentangan dengan hukum-hukum logika sebagai pola pemikiran untuk menarik kesimpulan. Sosiologi bersifat obyektif artinya sosiologi selalu didasarkan pada fakta dan data yang ada tanpa ada manipulasi dari data. Sosiologi bersifat sistematis artinya sosiologi disusun secara rapi, sesuai dengan kaidah keilmuan. Sosiologi bersifat andal artinya sosiologi bisa menjelaskan fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Sosiologi bersifat dirancang/ direncanakan artinya sosiologi didesain lebih dahulu sebelum melaksanakan aktivitas penyelidikan. Karena dalam pendekatan sosiologi semua didasarkan pada realitas yang ada dalam masyarakat. Hal ini berkaitan dengan obyek dari pengetahuan sosiologi itu sendiri adalah masyarakat dengan segala aktivitasnya. Perilaku dan hubungan dalam antar masyarakat (manusia) sering bersifat kondisi yang damai maupun dalam kondisi konflik. Sosiologi bersifat akumulatif artinya sosiologi merupakan ilmu yang akan selalu bertambah dan berkembang seiring dengan perkembangan keinginan dan hasrat manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dalam memahami konsep sosiologi perlu melihat dari berbagai sudut pandang, karena dalam ranah ilmu sosial bisa memberikan berbagai fakta dari sudut pandang tertentu. Untuk bisa memahami sosiologi perlu juga memahami sifat-sifat sosiologi sebagai ilmu pengetahuan. Adapun sifat yang dimiliki oleh sosiologi:

a. Sosiologi bersifat empiris, artinya sosiologi didasarkan pada observasi terhadap kenyataan dan akal sehat serta hasilnya tidak bersifat spekulatif.
b. Sosiologi bersifat teoritis, artinya sosiologi selalu berusaha untuk menyusun abstraksi dari hasil-hasil penelitian.
c. Sosiologi bersifat kumulatif, artinya sosiologi dibentuk atas dasar teori-teori yang sudah ada dalam arti memperbaiki, memperluas, serta memperhalus teori-teori lama.
d. Sosiologi bersifat non-ethnis, artinya sosiologi yang dibahas dan dipersoalkan bukanlah buruk baiknya fakta tertentu, akan tetapi tujuannya adalah untuk menjelaskan fakta tersebut secara analitis. (Tjipto Subadi, 2009).

Namun yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana untuk membedakan sosiologi dengan ilmu-ilmu pengetahuan lainnya yang tergabung pula dalam ilmu-ilmu sosial. Mengenai persoalan ini masih banyak tumpang tindih oleh karena pembedaannya tidak tegas dan bukan hanya menyangkut perbedaan dalam isi atau objek penyelidikan, akan tetapi juga menyangkut perbedaan tekanan pada unsur-unsur objek yang sama, atau lebih jelasnya pendekatan yang berbeda terhadap objek yang sama. Kondisi ini secara umum bisa terjadi pada rumpun ilmu-ilmu sosial. Karena pada dasarnya ilmu sosial memfokuskan pada pengetahuan yang tidak paten seperti ilmu eksata, sehingga bisa memberikan gambaran adanya kemiripan dan kesamaan dalam menganalisis dan memberikan sudut pandang dalam ranah ilmu pengetahuan. Oleh sebab itu perlu adanya definisi yang jelas untuk bisa memberikan arti dan makna yang dasar dari pendekatan sebuah ilmu pengetahuan, termasuk sosiologi. Untuk lebih memberikan gambaran mengenai lingkup sosiologi, berikut beberapa pengertian sosiologi dari beberapa tokoh:

a. Pengertian Sosiologi dari Sosiolog De Saint Simon, bapak perintis sosiologi (1760-1825) menjelaskan bahwa sosiologi itu mempelajari masyarakat dalam aksi-aksinya, dalam usaha

koleksinya, baik spiritual maupun material yang mengatasi aksi-aksi para peserta individu dan saling tembus menembus (lihat *Traite rde Sociologie* 1962, dari Georges Gurvitch Jilid I).

b. Mayor Polak, memberikan komentarnya terhadap pandangan Simon tersebut bahwa definisi itu agak samar-samar bagi para pendatang baru dalam bidang sosiologi. Maka kemudian Polak menyampaikan pandangannya tentang sosiologi yang diawali dengan pernyataannya sosiologi adalah suatu ilmu pengetahuan. Ilmu pengetahuan adalah suatu kompleks atau disiplin pengetahuan tentang suatu bidang realitas tertentu, yang didasarkan pada kenyataan (fakta-fakta) dan yang disusun serta diantar-hubungkan secara sistematis dan menurut hukum-hukum logika. Karena pengetahuan ilmiah didasarkan pada fakta-fakta maka orang sering menamakannya "obyektif". Pernyataan ini kurang tepat, pada hakekatnya tidak ada pengetahuan obyektif. Hasil-hasil pengamatan kita tentang dunia luar semuanya diolah dalam otak kita masing-masing, jadi sifatnya subyektif. Tetapi panca indera kita adalah serupa dan tidak tunduk kepada logika yang sama, sehingga kita dapat menemukan pengetahuan ilmiah itu "antar-subyektif".

c. Bapak sosiologi adalah Auguste Comte (1789-1853). Kata sosiologi mula-mula digunakan oleh Auguste Comte, dalam tulisannya yang berjudul *Cours de Philosopie Positive (Positive Philosophy)* tahun 1842. Sosiologi berasal dari bahasa latin yang dari dua kata; *Socius dan Logos* yang secara harfiah atau etimologis kata socius berarti teman, kawan, sahabat, sedangkan logos berarti ilmu pangetahuan. Jadi sosiologi berarti ilmu pengetahuan tentang bagaimana berteman, berkawan, bersahabat atau suatu ilmu yang membicarakan tentang bagaimana bergaul dengan masyarakat, dengan kata lain sosiologi mempelajari tentang masyarakat, atau ilmu pengetahuan tentang hidup masyarakat. Secara operasional Auguste Comte menjelaskan bahwa sosiologi merupakan ilmu

pengetahuan kemasyarakatan umum yang merupakan pula hasil terakhir perkembangan ilmu pengetahuan, didasarkan pada kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh ilmu-ilmu pengetahuan lainnya, dibentuk berdasarkan observasi dan tidak pada spekulasi-spekulasi perihal keadaan masyarakat serta hasilnya harus disusun secara sistematis.

d. Emile Durkheim (1858-1917) pernah menamakan sosiologi adalah ilmu tentang lembaga-lembaga sosial, yakni pikiran-pikiran dan tindakan-tindakan yang sudah "tertera" yang sedikit banyak menundukkan para warga masyarakat.

e. Pitirim Sorokin (terjemahan bebas dari Sorokin, *Contemporary Sociological Theories*, 1928) menjelaskan bahwa sosiologi adalah suatu ilmu yang mempelajari hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial, misalnya antara gejala ekonomi dengan agama, keluarga dengan moral, hukum dengan ekonomi, gerak masyarakat dengan politik dan lain sebagainya.

f. William F. Ogburn dan Meyer F. Nimkoff dalam bukunya yang berjudul *Sociology* Edisi Keempat, dijelaskan bahwa sosiologi adalah penelitian secara ilmiah terhadap interaksi sosial dan hasilnya berupa organisasi sosial.

g. J.A.A. Van Doorn dan C.J. Lammers, dalam bukunya yang berjudul *Modern Sociology, Systematic en Analyse*, (1964) dijelaskam bahwa sosiologi ilmu pengetahuan tentang struktur-struktur dan proses-proses kemasyarakatan yang bersifat stabil (Soerjono Soekanto, 1986).

h. Pengertian sosiologi dari ilmuwan sosial lain, menjelaskan bahwa sosiologi adalah suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat. Sosiologi adalah suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat sebagai keseluruhan yakni antar hubungan diantara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. Sosiologi adalah

suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari masyarakat sebagai keseluruhan yakni antara hubungan diantara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, kelompok dengan kelompok baik formal maupun material.

i. Sosiologi adalah suatu ilmu prengetahuan yang mempelajari masyarakat sebagai keseluruhan, yakni antar-hubungan diantara manusia dengan manusia, manusia dengan kelompok, kelompok dengan kelompok, baik formal maupun material, baik statis maupun dinamis (Mayor Polak, 1979).

j. Alvin Bertrand, ia mengatakan bahwa sosiologi adalah studi tentang hubungan antar manusia (*human relationship*).

k. P. J. Bouwman, juga memberikan sumbangan pemikiran tentang pengertian sosiologi adalah ilmu masyarakat secara umum. Sedangkan menurut Selo Soemardjan dan Soelaiman Soemardi, sosiologi adalah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses sosial, termasuk perubahan-perubahan sosial (Ary H. Gunawan, 2000). Pengertian ini hampir sama dengan pengertian sosiologi yang disampaikan oleh Soerjono Soekanto bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari struktur sosial dan proses-proses sosial termasuk di dalamnya perubahan-perubahan sosial.

Dari beberapa definisi tentang sosiologi tersebut di atas terdapat dua hal yang penting dalam memahami sosiologi. Pertama, masyarakat sebagai keseluruhan. Kedua, masyarakat sebagai jaringan antar hubungan sosial. Tugas sosiologi adalah untuk menyelami, menganalisa dan memahami jaringan-jaringan antar hubungan itu. Penerapan teori sosiologi. Penerapan teori sosiologi dalam lingkungan masyarakat ditunjukkan adanya hubungan dan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala-gejala non-sosial, misalnya gejala geografis, biologis dan sebagainya. Dan ciri umum dari pada semua jenis gejala-gejala sosial. Roucek dan Warren (terjemahan bebas dari Roucek dan Werren, *Sociology an Introduction*, 1962) bahwa sosiologi adalah ilmu yang mempelajari

hubungan antara manusia dalam kelompok-kelompok. Hubungan ini tentu mendasari karena adanya interaksi yang terjadi. Selain itu fokusnya juga menganalisis dan berupaya memberikan penjelasan dari pandangan fenomena sosial dan interaksi yang terjadi tersebut. Perlu pemahaman yang obyektif dan logis untuk bisa menjabarkan teori sosiologi pada implementasinya di tengah masyarakat. Obyek Sosiologi Meyer F. Nimkoff, dalam M. Nata Saputra (1982) membagi objek sosiologi ke dalam 7 objek, yaitu:

a. Faktor dalam kehidupan sosial manusia,
b. Kebudayaan,
c. Sifat hakiki manusia *(human nature),*
d. Kelakuan kolektif,
e. Persekutuan hidup,
f. Lembaga sosial, dan
g. Perubahan sosial *(social change).*

Obyek sosiologi tersebut, menggambarkan dalam sisi fokus kajian yang mendasari pandangan sosiologi sebagai pengetahuan. Fenomena dan peristiwa yang terjadi dalam masyarakat dianalisis untuk bisa memberikan penjelasan sebab akibat ataupun fenomena yang baru saja terjadi. Perubahan dan pergeseran peradaban manusia akan memberikan dampak pada pergeseran dan perubahan lingkungan sosial baik manusia dan masyarakat. Ada pandangan lain terkait obyek sosiologi tersebut, secara umum terdapat 3 pandangan dalam obyek sosiologi diantaranya:

a. Objek sosiologi adalah individu (individualisme). Tokohnya George Simmel, yang memandang masyarakat dari sudut individu; kresatuan kelompok itu asalnya semata-mata dari kesatuan yang nyata berwujud yang terdiri dari manusia-manusia perorangan. George Simmel menitik beratkan pada daya pengaruh memengaruhi antara individu-individu yang merupakan sumbar segala pembentukan kelompok.

b. Objek sosiologi adalah kelompok manusia/ masyarakat (kolektivisme). Tokohnya Ludwik Gumplowicz. Baginya masyarakat atau kelompok manusia merupakan satu-satunya objek sosiologi. Dalam peristiwa sejarah, individu adalah pasif di mana kehidupan kerohaniannya ditentukan oleh kehendak masyarakat. Perhatian Ludwik terutama dicurahkan pada perjuangan antara golongan-golongan.

c. Objek sosiologi adalah realitas sosial. Pandangan yang individualistis dan kolektivistis tersebut di atas itu biasanya dipandang sebagai berat sebelah, karena itu pandangan ketiga ini ingin menjauhi kelemahan itu. Pandangan ini melihat kehidupan sosial dari sudut saling memengaruhi dan bersikap tidak memihak terhadap pertentangan antara kedua paham tersebut. Bahkan ada yang tidak mengakui pertentangan yang ada antara kedua paham itu. Ada dua tokoh dalam pandangan ini yaitu:

   1). Ch. H. Cooley berpendapat sosiologi ditujukan kepada realitas sosial. Ia mengembangkan konsepsi dari saling tergantung dan ketidak terpisahannya individu dan masyarakat. Begitu pula kesadaran sosial tak terpisah dari kesadaran sendiri. Teori Cooley berdasarkan pendapat bahwa pergaulan hidup masyarakat merupakan suatu keseluruhan. Individu dan masyarakat tak dapat ada sendiri-sendiri, tetapi kedua-duanya merupakan segi-segi dari suatu kenyataan. Satu hal yang penting dari teori ini adalah pengertian tentang *primary group* seperti keluarga, lingkungan tetangga, lingkungan sahabat dan sebagainya. *Primary group* dengan hubungan *face to face* yang akrab, merupakan tempat mencetak semua sikap pribadi seseorang dan sikap-sikap sosial.

   2). L. Von Wiese. Ia menamakan sosiologi Beziehunglehre, yaitu ilmu pengetahuan mengenai perhubungan antara sesama manusia, atau hubungan sosial. Sosiologi dipan-

dang sebagai ilmu pengetahuan empiris dan objeknya adalah perhubungan manusia membentuk sosial. Dasar penyelidikan sosiologi adalah hubungan sosial/ proses sosial, yaitu perubahan-perubahan dalam *social distance* (perubahan-perubahan dalam jarak hubungan sosial). Ia terutama memperhatikan proses-proses sosial dari "assosiasi" (perkaitan) dan "disasosiasi" (perpecahan). Dalam suasana sosial, ia hanya melihat proses-proses dan rangkaian peristiwa-peristiwa yang tentunya juga melibatkan individu. Menurut Jabal Tarik Ibrahim (2002) obyek sosiologi adalah masyarakat, masyarakat yang dimaksud adalah hubungan antar manusia dan proses yang timbul dari hubungan antar manusia dalam masyarakat. Masyarakat *(society)* adalah sejumlah orang yang bertempat tinggal hidup bersama menjadi satu kesatuan dalam sistem kehidupan bersama. Sistem hidup bersama ini kemudian menimbulkan kebudayaan termasuk sistem hidup itu sendiri.

Sosiologi kemudian menjadi suatu pengetahuan ilmiah dengan teorinya yang didasarkan pada obeservasi ilmiah, bukan pada spekulasi-spekulasi. Para sosiolog tersebut pada dasarnya merupakan ahli filsafat sosial yang memperhatikan adanya fenomena sosial. Mereka mengajak agar para sosiolog yang lain mengumpulkan, menyusun, dan mengklasifikasikan data yang nyata, dan dari kenyataan itu disusun teori sosial yang baik. Tahapan dalam menyusun teori sosial tersebut, tidak mudah untuk bisa memetakan dasar teori yang menggunakan masyarakat sebagai laboratoriumnya. Berbagai peristiwa dan fenomena sosial tersebut secara keseluruhan dikumpulkan untuk dilihat dari kesamaan dan garis benang merah. Sehingga bisa memberikan kesimpulan dalam menganalisis teori sosiologi yang akan dikemukakan.

Sejarah lahirnya sosiologi sebagai suatu ilmu pengetahuan merupakan sebuah proses panjang. Pemikiran dan proses penetapan

sosiologi sebagai ilmu pengetahuan didasarkan pada kepekaan para ahli dalam melihat kondisi sosial saat itu. Maka dalam melihat perilaku manusia dan masyarakat dilihat dari pola dan proses sebab akibat itu sendiri, bisa memberikan gambaran mengenai unsur-unsur yang dijadikan dasar sebagai penjelas. Adapun beberapa peristiwa sejarah dalam penetapan sosiologi sebagai ilmu pengetahuan terbagi dalam beberapa peristiwa sebagai berikut;

a. Sejak tahun 1800-an ketika Auguste Comte pertama kali menggunakan kata sosiologi dalam bukunya yang berjudul; *Positive Philosophy* pada tahun 1842, sosiologi kemudian diakui sebagai ilmu pengetahuan dan Comte kemudian disebut sebagai bapak sosiologi karena Comte-lah yang pertama mengusulkan sosiologi sebagai ilmu pengetahuan berdasarkan pengamatan empiris, disusun secara sistematis, dan ilmiah. Kemudian pada tahun 1876, Herbert Spencer (Inggris) menerbitkan teks sosiologi pertama.

b. Pada tahun 1883 di Amerikan, Lester F Ward menerbitkan buku yang berjudul *Dynamic Sociology*. Disusul sosiolog yang lain, Max Weber di Jerman, Emile Durkheim di Perancis, dan kemudian diikuti William Graham Sumner, Charles Horton Coooley, dan Albion W Small di Amerika Serikat.

c. Pada tahun 1890 kalangan universitas di Amerika memunculkan sosiologi dan menerbitkan *American Journal of Sociology* tahun 1895. Dalam perkembangannya kemudian di Amerika membentuk organisasi *American Sociological Association* pada tahun 1905. Selanjutnya dijelaskan bahwa sejarah perkembangan sosiologi menurut Dr. P.J. Bouman dalam Saputra (1982) membagi dalam 4 fase yaitu;

    1). Fase pertama, sosiologi sebagai bagian dari pandangan filsafat umum, terutama mengenai negara, hukum, dan moral dalam sel-sel etika atau norma keagamaan.

2). Fase kedua, sosiologi yang berdasarkan ajaran ketentuan hukum kodrat yang meliputi segalanya.

3). Fase ketiga, sosiologi sebagai ilmu pengetahuan yang berdiri sendiri tetapi dengan metode ilmu pengetahuan lainnya.

4). Fase keempat, sosiologi yang berdiri sendiri dengan objek, metode, dan pembentukan pengertian sendiri.

Gambar 1: Hubungan dan Interaksi dari Beragam Karakter Manusia (sumber: https://elearning.menlhk.go.id)

Sosiologi sebagai Ilmu Pengetahuan "Ilmu" berarti "pengetahuan". Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui seseorang dengan jalan apapun. Ilmu atau ilmu pengetahuan ialah pengetahuan seseorang yang diperoleh dengan penelitian yang mendalam, yang diperoleh dengan mempergunakan metode-metode ilmiah Metode ilmiah adalah segala cara yang dipergunakan oleh sesuatu ilmu untuk sampai kepada pembentukan ilmu menjadi suatu kesatuan yang sistematis, organis dan logis. Syarat-syarat yang harus dipenuhi sosiologi agar dapat disebut sebagai ilmu pengetahuan, yang disebut LOSADA, yang terdiri dari:

a. Logis (masuk akal, dan tidak bertentangan dengan hukum-hukum logika sebagai pola pemikiran menarik kesimpulan).
b. Objek yang dibahas jelas, yaitu masyarakat (struktur, unsur, proses dan perubahan sosial).
c. Sistematis (disusun secara benar dan rapi sesuai dengan bahasa yang benar).
d. Andal (dapat dibuktikan kembali, dan untuk keadaan terkendali harus menghasilkan hasil yang sama).
e. Dirancang atau direncanakan (datangnya ilmu tidak tiba-tiba, tetapi harus didesain lebih dahulu sebelum melaksanakan aktivitas penelidikan).
f. Akumulatif (ilmu akan selalu bertambah dan berkembang seiring dengan perkembangan keinginan dan hasrat manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (M. Fatah Santoso, 2009). Menggunakan metode-metode ilmiah, yaitu:
   1). Memilih masalah penelitian.
   2). Mempersiapkan seluruh teori dan ilmu yang berkaitan.
   3). Merencanakan program penelitian.
   4). Mengumpulkan data penelitian.
   5). Menganalisis data penelitian.
   6). Melaporkan hasil penelitian
   7). Merupakan hasil penelitian yang tersusun menjadi suatu kesatuan yang bulat, sistematis, logis, saling berhubungan.
   8). Memiliki tujuan.

Perkembangan sosiologi sebagai ilmu pengetahuan terus berkembang seiring dengan penerapan dan implementasi pada kondisi tertentu. Hubungan pemahaman sosiologi dengan penerapan pada masyarakat tentu memberikan pengaruh dalam memahami penjelasan mengenai sosiologi itu sendiri. Maka dengan adanya perubahan sosial dan perkembangan teknologi, berpengaruh juga dalam pandangan sosiologi untuk bisa menganalisis permasalahan

sosial yang terjadi. Sehingga muncul mazhab (pedoman) dalam pendekatan sosiologi. Mazhab-mazhab ini menjadi bantuan dalam memahami pendekatan permasalahan sosial yang digunakan sosiologi. Kelebihannya dengan menggunakan mazhab ini secara pengetahuan memberikan penyajian keilmuan yang mendekati kebenaran. Menurut Ary. H. Gunawan (2000) mazhab-mazhab sosiologi setelah Comte adalah;

a. Mazhab geografi dan lingkungan, ajaran (teori) yang menghubungkan faktor keadaan alam (lingkungan) dengan struktur serta organisasi sosial, lingkungan memengaruhi struktur dan organisasi sosial. Jadi lingkungan mempengarui struktur serta organisasi sosial.
b. Mazhab organis dan evolusioner, membandingkan masyarakat manusia dengan organisme manusia dan beranggapan bahwa organisasi secara evolusi akan semakin sempurna sifatnya.
c. Mazhab formil, masyarakat merupakan wadah saling hubungan (interaksi) antara individu dengan kelompok, dan seseorang tidak mungkin menjadi pribadi yang bermakna tanpa menjadi warga masyarakat.
d. Mazhab psikologi, masyarakat adalah proses imitasi *(La societe' c'est l'imitation)*, yaitu proses kejiwaan, semua interaksi sosial dan seluruh pergaulan antar manusia, masyarakat menjadi masyarakat sebenarnya apabila manusia mulai mengimitasi manusia lain.
e. Mazhab ekonomi, Karl Marx mempergunakan metode sejarah dan filsafat untuk membentuk suatu teori tentang perubahan perkembangan manusia menuju suatu keadaan yang berkeadilan sosial.
f. Mazhab hukum, hukum itu adalah kaidah-kaidah yang memiliki sanksi dimana berat ringannya sanksi tergantung pada sifat pelanggaran.

Di Indonesia pada tahun 1948 ilmuwan sosial yang pertama kali mengajarkan sosiologi adalah Soenario Kolopaking di Akademi Ilmu Politik sekarang bernama UGM. Perkembangan sosiologi di Indonesia, menurut Selo Soemardjan, sosiologi telah dibicarakan oleh Sri Paku Buwono IV dari Surakarta dalam karyanya "Wulang Reh" antara lain mengajarkan tata hubungan para anggota berbagai golongan dalam intergroup relations. Ki Hajar Dewantara juga telah memberikan sumbangannya kepada sosiologi dengan konsepsi kepemimpinan, pendidikan serta kekeluargaan di Indonesia dan sekarang dikenal dengan istilah "Ing ngarso sung tuladha, Ing madya mangun karsa, Tut Wuri Handayani.

Sosiolog yang lain yang memberikan sumbangan ilmu pengetahuan sosiologi adalah Mr. Djody Gondokoesoemo dengan bukunya yang berjudul Sosiologi Indonesia. Hasan Shadily dengan bukunya Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia telah memuat bahan-bahan sosiologi modern. Drs. JBAF Mayor Polak (tamatan Universitas Leiden Belanda) telah menerbitkan buku Sosiologi Suatu Pengantar Ringkas. Selo Soemarjan dengan bukunya *Social Changes In Yogyakarta* (1962) tentang perubahan-perubahan yang terjadi dalam masyarakat Yogyakarta sebagai akibat revolusi politik dan sosial pada waktu pusat revolusi masih di Yogyakarta, dan Setangkai Bunga Sosiologi yang merupakan buku wajib beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta di Indonesia.

Pada akhirnya sosiologi sebagai ilmu pengetahuan memiliki ciri dan kegunaan yang bisa memberikan penjelasan dan pendekatan logika mengenai permasalahan sosial dan fenomena yang terjadi dalam masyarakat. Terlebih sosiologi menjadi pengetahuan dasar mengenai memahami dan mempelajari hubungan dan relasi manusia dengan manusia, dan manusia dengan kelompok. Tujuannya untuk bisa mencari solusi dan pemecahan masalah dari semua masalah dan konflik sosial yang ada dalam masyarakat. Berikut kegunaan dan ciri-ciri sosiologi dalam kehidupan sehari-hari yaitu:

a. Untuk pekerjaan sosial, seperti memberikan gambaran tentang pelbagai problem sosial, asal usul, sumber terjadinya, prosesnya dsb.
b. Untuk pembangunan pada umumnya, yaitu dengan memberikan pengertian tentang masyarakat secara luas, sehingga para perencana dan pelaksana pembangunan dapat mencari pola pembangunan yang paling sesuai agar berhasil.
c. Sosiologi termasuk kelompok ilmu sosial. Maksudnya sosiologi adalah ilmu yang mempelajari peristiwa/ gejala sosial.
d. Sosiologi bersifat kategoris (deskriptif), tidak normatif, artinya bahwa sosiologi membicarakan objeknya secara apa adanya.
e. Sosiologi termasuk ilmu murni (*pure science)*, bahwa sosiologi bukan ilmu praktis, artinya tujuan penelitian ilmu sosiologi semata-mata demi perkembangan ilmu itu sendiri, bukan untuk kepentingan kehidupan praktis.
f. Sosiologi bersifat generalis *(nometetis)*, sosiologi meneliti prinsip-prinsip umum saling hubungan manusia, bukan ideografis, yakni meneliti secara khusus peristiwa demi peristiwa.
g. Sosiologi bersifat abstrak, hampir sama dengan generalis, perbedaan terletak pada penekanannya, yaitu pada wujud kesatuan yang bersifat umum atau terpisah-pisah.
h. Sosiologi bersifat rasional sekaligus empiris, artinya menyandarkan pada pemikiran logika sekaligus berdasarkan fakta/ kenyataan yang ada dalam masyarakat.
i. Sosiologi merupakan ilmu yang umum *(general)*, artinya sosiologi mempelajari gejala umum yang ada pada setiap interaksi manusia, bukan mempelajari ilmu dengan gejala khusus.

Sosiologi menjadi sarana dalam melakukan analisis sosial dapat dipahami sebagai usaha untuk menganalisis sesuatu keadaan atau masalah sosial secara objektif, upaya ini kita lakukan untuk menempatkan suatu masalah tertentu dalam konteks realitas sosial yang lebih luas yang mencakup konsep waktu (sejarah), konteks

struktur (ekonomi, sosial, politik, budaya, konteks nilai, dan konteks tingkat atau arah lokasi, yang dalam prosesnya analisis sosial merupakan usaha untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai hubungan-hubungan struktural, kultural dan historis, dari situasi sosial yang diamati. Analisa sosial menggali realitas dari berbagai dimensi. Terkadang memusatkan pada masalah-masalah yang khusus seperti masalah pengangguran, kelaparan dan lain sebagainya. Disisi lain juga membicarakan masalah kebijakan-kebijakan. Analisa sosial memungkinkan seseorang meneliti lebih jauh struktur ekonomi, sosial, politik dan budaya, yang menjadi sumber munculnya masalah-masalah dalam sebuah kebijakan. Tujuan dari analisis sosial sebagai cara melihat dan mengkaji sebuah realiats sosial, maka analisa sosial bertujuan untuk membangun cara pandang masyarakat untuk mengetahui masalah yang dihadapi dalam hubungannya dengan stuktur sosial. Menggunakan analisis sosial tersebut merupakan sebuah upaya dan cara agar memberikan proses penyelesaian masalah sosial maupun proses melatih kepekaan pada diri sendiri. Harapannya dengan pemahaman mengenai sosiologi komunikasi ini, masyarakat pada umumnya bisa lebih melihat berbagai kasus sosial yang terjadi namun diiringi dengan memberikan solusi dan proses pemecahan masalah sosial itu sendiri.

2. Pengantar Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian dalam suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain, maka dalam hal ini yang memiliki peran dalam komunikasi adalah konteks manusia sebagai pelakunya. Proses komunikasi terdapat dalam beberapa faktor untuk bisa terjadi proses komunikasi tersebut, di mana faktor tersebut diantaranya (Effendy, 1994):

a. Komunikator (siapa yang mengatakan)
b. Pesan (mengatakan apa)
c. Media (melalui saluran apa)

d. Komunikan (kepada siapa)

e. Efek (efek apa)

Komponen tersebut merupakan paradigma yang dipaparkan oleh Laswell. Sehingga dalam proses komunikasi memiliki tujuan yang ingin disampaikan sehingga pada tahap kondisi yang diinginkan sesuai dengan pesan komunikasi itu sendiri. Secara terminologi, para ahli komunikasi memberikan pengertian komunikasi menurut sudut pandang dan pendapat mereka masing-masing diantaranya:

a. Jenis & Kelly menyebutkan komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak).

b. Berelson & Stainer menjelaskan komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.

c. Gode memberikan penjelasan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula yang dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki dua orang atau lebih.

d. Brandlun memberikan pengertian komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.

e. Resuch mendefinisikan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan.

f. Weaver memberikan pengertian komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat memengaruhi pikiran orang lainnya.

g. Theodore M. Newcomb, menjelaskan komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi

informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.

h. Carl. I. Hovland memberikan pengertian bahwa komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah prilaku orang lain (komunikan).

i. Gerald R. Miller, menjelaskan bahwa komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.

j. Everett M. Rogers, mendefinisikan komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.

k. Raymond S. Ross, memberikan pengertian bahwa komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.

l. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, menjelaskan komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan memengaruhi khalayak.

m. Harold Laswell, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who says what and with channel to whom with what effect?* atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

Gambar 2: Berkomunikasi Dalam Penyampaian Pesan Dengan Berbagai Bahasa dan Media (Sumber: https://binus.ac.id/malang/2020/08/apa-pentingnya-intercultural-communication/)

Secara umum pengertian komunikasi lebih memfokuskan pada peralihan pesan dari satu orang kepad orang lain. Dengan peralihan ini bisa menggunakan berbagai media dan sarana yang digunakan. Proses tersebut, tentu mengalami perubahan dari masa ke masa, karena mengikuti perubahan sosial dan teknologi. Komunikasi adalah proses pengalihan pesan yang dilakukan seorang melalui suatu saluran tertentu kepada orang lain dengan efek tertentu. Komunikasi yang mengkhususkan diri pada keberagaman studi-studi komunikasi antar manusia *(human communication),* yang menjelaskan bahwa komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.

Selanjutnya dalam perjalanan pengembangan obyek komunikasi, beberapa pendekatan komunikasi menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu: komunikasi intrapersonal *(intrapersonal communication)*, komunikasi antarpersonal *(interpersonal*

communication), komunikasi kelompok *(group communication),* komunikasi organisasi *(organizational communication)* dan komunikasi massa *(mass communication).* Dimana kelima konteks tersebut memberikan pengertian bahwa:

a. Komunikasi intrapersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas proses pemahaman ingatan dan interpretasi terhadap simbol yang ditangkap melalui panca indera. Lebih jelasnya dapat dikatakan bahwa komunikasi ini merupakan komunikasi yang terjadi terhadap diri sendiri, yang dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja.

b. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merupakan proses dimana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggung jawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Lebih lanjut komunikasi antarpribadi merupakan rangkaian sistematis perilaku yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali. Komunikasi perorangan yang dalam hal ini bersifat pribadi, baik secara langsung tanpa medium, atau pun langsung melalui medium. Contoh percakapan tatap muka *(face to face communication)*, percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi. Komunikasi ini banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, dipertahankan atau mengalami kemunduran. Sub pembahasan dalam komunikasi interpersonal, antara lain, keluarga, pertemanan, pernikahan, hubungan kerja dan berbagai relasi lainnya. Richard L Weaver memberikan karakteristik dalam komunikasi antarpribadi yaitu: melibatkan paling sedikit dua orang, adanya umpan balik atau feedback , tidak harus tatap muka, tidak harus bertujuan, menghasilkan beberapa pengaruh atau effect. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata, dipengaruhi oleh konteks.

c. Komunikasi kelompok menitikberatkan pembahasan pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok kecil, yang terdiri dari beberapa orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Ada perbedaan pendapat tentang jumlah orang dalam kelompok kecil, misalnya ada yang berpendapat maksimal lima sampai tujuh orang, tetapi semuanya sepakat bahwa kelompok kecil harus terdiri dari minimal tiga orang. Komunikasi kelompok berkisar kepada dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola atau bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan dalam kelompok dikenal juga kohesif yaitu sebuah rasa kebersamaan dalam kelompok sinergi sebagai proses dari berbagai sudut pandang untuk mengatasi berbagai permasalahan.

d. Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan komunikasi formal, informal, komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok. Pembahasan di titik beratkan kepada struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi. Ada tiga fungsi umum komunikasi organisasi yaitu, (1) produksi dan pengaturan, (2) pembaharuan *(innovation)* dan (3) sosialisasi dan pemeliharaan *(socialization and maintenance)*. Dari fungsi tersebut pada dasarnya komunikasi memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan faktor yang berperan dalam perkembangan atau kemunduran organisasi.

e. Komunikasi massa merupakan proses penciptaan makna yang sama diantara media massa dan para komunikannya. Proses komunikasi massa melibatkan aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Teori komunikasi massa umumnya

memfokuskan pada struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek budaya dari komunikasi massa serta dampak hasil komunikasi massa terhadap individu. Selain itu Werner J. Severin dan James W. Tankard menurut mereka tujuan dari teori komunikasi massa yang lebih spesifik ialah:

1). Untuk menjelaskan pengaruh-pengaruh komunikasi massa. Pengaruh ini mungkin yang kita harapkan seperti pemberitaan kepada masyarakat selama pemilihan, atau yang tidak diharapkan, seperti menyebabkan peningkatan kekerasan dalam masyarakat.

2). Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan masyarakat. Dalam beberapa hal, melihat manfaat komunikasi massa oleh masyarakat menjadi lebih bermakna daripada melihat pengaruhnya. Pendekatan ini mengakui adanya peranan yang lebih aktif pada audiens komunikasi. Setidaknya ada dua faktor yang digabung untuk memberi tekanan yang lebih besar pada aktivitas audiens dan penggunaan komunikasi massa dari pada pengaruhnya. Salah satu faktornya adalah bidang psikologi kognitif dan pemrosesan informasi. Faktor lain adalah perubahan teknologi komunikasi yang bergerak menuju teknologi yang semakin tidak tersentralisasi, pilihan pengguna yang lebih banyak, diversitas isi yang lebih besar, dan keterlibatan yang lebih aktif dengan isi komunikasi oleh pengguna individual.

Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa. Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan-pandangan dan nilai-nilai masyarakat. Para politisi dan tokoh masyarakat sering memahami pentingnya peran komuikasi massa dalam pembentukan nilai-nilai dan pandangan dunia. Kadang-kadang mereka mungkin membesar-besarkan suatu masalah dan ikut mengkritik acara-acara atau film yang didasarkan hanya pada

spekulasi. Namun, naluri dasar mereka bahwa isi media massa memengaruhi nilai-nilai masyarakat mempunyai kebenaran.

Untuk melakukan komunikasi yang efektif bukanlah suatu hal yang mudah. Dalam komunikasi banyak berbagai hambatan-hambatan yang dapat merusak komunikasi. Effendy menyebutkan ada beberapa hal yang dalam hal ini merupakan hambatan komunikasi yang harus dijadikan perhatian penting bagi komunikator jika ingin komunikasinya sukses yaitu:

a. Gangguan. Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan semantik.
   1). Gangguan mekanik (*mechanical, channel noise*). Yang dimaksud dengan hambatan mekanik ialah hambatan yang disebabkan salah satu alat dalam saluran komunikasi mengalami gangguan sehingga tidak bekerja dengan baik. Dalam hal ini dapat kita contohkan suara ganda (interferensi) pada pesawat radio disebabkan dua pemancar yang berdempetan gelombangnya; atau gambar yang tidak terang pada televisi, atau dapat pula kita contohkan pada surat kabar yang tulisannya kabur. Dapat pula dicontohkan pada loudspeaker yang berdengung ketika digunakan.
   2). Gangguan Semantik (*semantic noise*). Hambatan semantik merupakan hambatan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Cangara menyebutkan gangguan semantik sering terjadi karena beberapa faktor:
      a). Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing sehingga sulit dimengerti oleh khalayak tertentu.
      b). Bahasa yang digunakan pembicara berbeda dengan bahasa yang digunakan oleh penerima.
      c). Struktur bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya sehingga membingungkan penerima.

d). Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan.

Gangguan semantik ini berakibat fatal jika terjadi, karenanya sebisa mungkin dihindari, pada hakikatnya orang yang berkomunikasi memahami suatu bahasa dengan berbagai cara. Sehingga mereka memiliki pengertian yang berbeda dengan pengertian yang dimiliki oleh komunikator. Karena gangguan ini komunikasi dapat gagal total. Gangguan-gangguan semantik ini sering sekali terjadi di dalam kehidupan sehari-hari karenanya sebisa mungkin untuk dihindari sebagai contoh di suatu perdesaan seorang ibu lebih senang dipanggil dengan panggilan "mamak". Sehingga tatkala ada teman/ sahabat anaknya datang dari daerah lain memanggilnya dengan sebutan "ibu". Dikarenakan sang ibu merasa tidak nyaman, maka sang ibu ini melarang hal tersebut karena ia lebih senang dipanggil mamak dan setelah ditelusuri ternyata sang ibu menginterpretasikan makna ibu ini dengan seorang yang bekerja dikantoran atau tepatnya sebagai wanita karir, sehingga barulah layak dipanggil seorang ibu. Tetapi karena ia hanya seorang ibu rumah tangga maka ia merasa tidak pantas dipanggil ibu tetapi "mamak". Pada dasarnya gangguan semantik ini terdiri atas 2 bagian yaitu pengertian denotatif dan konotatif. Pengertian denotatif (denotative meaning) adalah pengertian suatu perkataan yang lazim terdapat dalam kamus yang secara umum diterima oleh orang-orang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Pengertian konotatif (conotative meaning) adalah pengertian yang bersifat emosional latar belakang dan pengalaman seseorang. Sebagai contoh, secara denotatif semua orang akan setuju, bahwa anjing adalah binatang berbulu, berkaki empat, secara konotatif,

banyak orang yang menganggap anjing sebagai binatang peliharaan yang setia, bersahabat dan panjang ingatan, tetapi untuk orang-orang lainnya.

b. Kepentingan. Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang akan hanya memperhatikan perangsang yang ada hubungannya dengan kepentingannya. Apabila kita tersesat dalam hutan dan beberapa hari tak menemui makanan sedikitpun, maka kita akan memperhatikan perangsang-perangsang yang mungkin dapat dimakan daripada lain-lainnya. Andai kata dalam situasi demikian kita dihadapkan pada pilihan antara makanan dan sekantong berlian, maka pastilah kita akan memilih makanan. Berlian barulah akan diperhatikan kemudian.

   Misalnya saja dalam sebuah acara seminar pendidikan yang akan dilaksanakan beberapa hari kedepan, sehingga sebuah spanduk terpampang untuk menarik peserta mengikuti acara tersebut. Akan tetapi bagi sebagian orang informasi yang berada di spanduk bukanlah suatu hal yang penting sehingga hanya melihat sekilas lalu pergi meninggalkan sepanduk tersebut. Berbeda halnya dengan mereka yang merasa penting tentunya mereka akan mencatat atau mengingat jadwal pendaftaran dan pelaksanaan serta mengikuti acara seminar yang akan diadakan beberapa hari kedepan tersebut. Melihat contoh di atas dapatlah kita pahami bahwasannya kepentingan sangatlah memengaruhi kita terhadap suatu pesan yang disampaikan. Kepentingan bukan hanya memengaruhi tetapi juga menentukan daya tanggap perasaan, pikiran dan tingkah laku kita. Hal tersebut merupakan sifat reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

c. Motivasi terpendam. Motivation atau motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Keinginan, kebutuhan dan

kekurangan seseorang berbeda dengan orang lain dari waktu ke waktu dan dari tempat ke tempat, sehingga karenanya motivasi itu berbeda intensitasnya. Demikian pula intensitas tanggapan seseorang terhadap suatu komunikasi. Misalnya kita kaitkan pada contoh seminar diatas, tentunya seorang yang berprofesi di bidang pendidikan atau yang senang menempuh pendidikan pada fakultas pendidikan tentunya akan lebih termotivasi untuk mengikuti acara seminar yang akan diadakan tersebut dibandingkan orang-orang yang berprofesi di luar bidang pendidikan. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan. Sebaliknya, komunikan akan mengabaikan komunikasi yang tak sesuai dengan motivasinya.

d. Prasangka. *Predice* atau prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi, oleh karena orang yang mempunyai prasangka belum apa-apa sudah curiga dan menerka. Emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syak wasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata. Bagaimanapun oleh karena sekali prasangka itu sudah mencekam, maka seseorang tak akan dapat berpikir secara objektif dan segala apa yang dilihatnya selalu akan dinilai secara negatif. Sesuatu yang objektif pun akan dinilai negatif. Prasangka bukan saja dapat terjadi terhadap suatu ras, seperti sering kita dengar, melainkan juga terhadap agama, pendidikan, politik dan kelompok. Pendek kata, suatu perangsang yang dalam pengalaman pernah memberi kesan yang tidak enak. Misalnya sebuah kampanye politik yang menjanjikan berbagai macam hal jika partainya menang, akan tetapi sebagian orang berdasarkan pengalaman-pengalaman yang lalu menanggapi hal ini dengan prasangka-prasangka negatif dan menganggap itu hanya janji-janji saja

agar massa memilihnya dalam pemilihan nanti. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan dalam kampanye tentunya hanya dianggap omong kosong belakang. Selain hambatan yang disebut di atas di dalam karyanya dinamika komunikasi Effendy menyebutkan hambatan lain yang merupakan hambatan dalam melakukan komunikasi.

e. Hambatan ekologis. Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, sehingga hambatan ini datangnya dari lingkungan. Contoh dalam hambatan ini adalah suara petir, suara kendaraan bermotor pada saat seorang komunikator menyampaikan pesannya kepada komunikan dan lain sebagainya.

Komunikasi menjadi penting dalam berbagai sektor kehidupan manusia, karena dengan komunikasi apa yang menjadi tujuan dari proses penyampaian pesan tersebut bisa diwujudkan baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses komunikasi memberikan beragam pengaruhnya dalam sektor kehidupan, serta mampu memberikan nilai tersendiri bagi komunitas atau manusia. Termasuk dalam kategori ilmu sosial, bahwa komunikasi bisa seiring waktu berubah dengan mengikuti perubahan sosial, peradaban manusia dan perkembangan teknologi itu sendiri. Perubahan ini akan menjadikan pengaruh dari nilai komunikasi itu sendiri. Nilai komunikasi yang dimaksud adalah pandangan atau cara pemahaman manusia dan masyarakat sebagai pelaku komunikasi memaknai perubahan komunikasi itu sendiri. Seperti media komunikasinya, pesannya maupun pelaku dari proses komunikasi itu sendiri. Komunikasi memberikan perubahan seiring dengan keinginan manusia dalam memudahkan berkomunikasi yang tidak terbatas pada ruang dan waktu. Teknologi komunikasi berkembang sangat cepat, sehingga memberikan dampak dan perubahan yang signifikan di bidang komunikasi. Media komunikasi dan peralatan komunikasi lainnya turut menjadi dasar dari perubahan komunikasi itu sendiri. Dimana dalam aktivitas masyarakat dalam hal komunikasi, menggunakan

media sebagai sarana untuk mempermudah dalam penyampain informasi dan sebagai proses komunikasi antar individu. Maka secara kaitannya, bahwa sosiologi dan komunikasi, selalu berkaitan satu sama lainnya. Perubahan ini memberikan gambaran bahwa komunikasi akan terus berkembang seiring dengan perubahan yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini keterkaitan antara sosiologi dan komunikasi, merupakan dua keilmuan yang saling memberikan pemahaman baru apabila dijadikan satu pengertian dibandingkan dengan penjelasan yang sendiri-sendiri. Keduanya memiliki peran penting untuk bisa memberikan penjelasan dan pemahaman mengenai proses komunikasi, interaksi dan masalah sosial yang ada dalam masyarakat. Selain itu, dua kajian keilmuan ini sangat bisa memberikan analisis yang saling melengkapi mengenai fenomena-fenomena sosial yang terjadi saat ini, dikala perkembangan teknologi yang memberikan dampak perubahan yang besar bagi sosiologi dan komunikasi.

KONSEP SOSIOLOGI KOMUNIKASI

1. Pengantar Sosiologi Komunikasi

Menurut Burhan Bungin (2007), sosiologi komunikasi adalah suatu ilmu yang mempelajari tentang ilmu komunikasi dan sudut sosiologis. Pada pembahasannya sosiologi komunikasi membahas tentang tinjauan sosiologis terhadap komunikasi baik sebagai aktivitas sosial, interaksi sosial antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok maupun efek sosial dari komunikasi dalam masyarakat tersebut. Namun hal terpenting di dalam sosiologi komunikasi adalah proses interaksi sosial dan kontak sosial yang terjadi antara sesama manusia. Dimana kontak sosial memiliki cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila orang perorangan dan kelompok-kelompok sosial saling bertemu dan menentukan sistem serta bentuk-bentuk hubungan tersebut atau apa yang akan terjadi apabila ada perubahan-perubahan yang menyebabkan goyahnya pola-pola kehidupan yang telah ada.

Sosiologi Komunikasi menurut Soerjono Soekanto (Soekanto, 2003) merupakan kekhususan sosiologi dalam mempelajari interaksi sosial yaitu suatu hubungan atau komunikasi yang menimbulkan proses saling pengaruh memengaruhi antara para individu, individu dengan kelompok maupun antar kelompok. Mengingat masyarakat sebagai obyek kajian, maka mempelajari sosiologi komunikasi tidak akan bisa melepaskan diri dengan media interaksi sosial yaitu, lembaga sosial serta media massa dan norma-norma sosial yang

mengaturnya. Pada dasarnya sosiologi komunikasi memberikan pandangan baru mengenai penjelasan dan pendekatan terhadap pola komunikasi dan interaksi yang ada di dalam masyarakat, sehingga diperoleh pemahaman atas apa yang sedang terjadi. Proses interaksi dan komunikasi yang terjalin dalam masyarakat tentu akan memberikan gambaran mengenai apa yang dilakukan dan bagaimana prosesnya dan akhir dari interaksi tersebut. Berbagai fenomena sosial dan konflik yang melanda masyarakat merupakan hasil akhir dari penerapan komunikasi dan pendekatan interaksi baik antar manusia, maupun dengan sesama kelompok.

Sosiologi komunikasi adalah disiplin ilmu yang mengkaji tentang interaksi sosial dalam penghubung antara masyarakat satu dengan lainnya untuk menciptakan ketaraturan sosial sehingga prihal ini komunikasi bisa dilakukan secara individu dan juga kelompok dalam proses timbal balik yang diperlukannya. Adapun definisi sosiologi komuniasi menurut para ahli, antara lain;

a. Soerjono Soekanto, Definisi sosiologi komunikasi adalah proses interaksi sosial dalam masyarakat yang saling memengaruhi antara terjadi pengaruh dalam positif dan negatif. Bila positif proses itu akan berlangsung elok akan tetapi jika proses hubungan komunikasi dalam masyarakat negatif akan menimbulkan dinamika kelompok sosial dalam masyarakat.
b. Mc Quail, Arti sosiologi komunikasi adalah berlangsung hubungan interaksi sosial dalam masyarakat yang cangkupannya luas, seperti halnya menggunakan media massa. Hubungan tersebut berlangsung dalam jangka waktu tertentu sehingga menjadi sangat berpengaruh dalam masyarakat.
c. Erving Goffman, Sosiologi komunikasi adalah suatu cabang ilmu sosiologi yang khusus memberikan pengatahuan tentang cara berkomunikasi dalam masyarakat, cara ini diharapkan dapat menopang dan menghindari bentuk gejala sosial yang bersifat negatif.

d. Burhan Bungin (2007), sosiologi komunikasi yaitu studi ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang komunikasi dan sudut sosiologis dengan kajian terkait dengan aktivitas sosial, interaksi sosial, dan kelompok sosial yang menimbulkan dampak dari hubungan sosial diciptakan.

Berdasarkan pemahaman dan penjelasan mengenai sosiologi komunikasi tersebut, keilmuan ini akan memberikan definisinya tersendiri apabila dikaitkan dengan perubahan masyarakat dan teknologi komunikasi. Secara teori dasar penjelasan di atas memberikan konsep dasar dan pengertian utama mengenai sosiologi komunikasi. Namun, perlu diperhatikan pula bahwa perkembangan ilmu sosial dikaitkan juga dengan perubahan dan perkembangan sosial itu sendiri. Begitu juga dengan pendekatan keilmuan sosiologi komunikasi dalam memberikan definisinya di saat sekarang ini.

Keberadaan sudut pandang sosiologi komunikasi, menitikberatkan pada pendekatan keilmuan yang sangat baik dalam upaya penjelasan dari adanya fenomena sosial. Konsep dan pendekatan yang saling melengkapi tersebut, akan bisa menarik kesimpulan analisis yang mendekati kebenaran. Sesuai dengan kaidah ilmu pengetahuan, bahwa pengetahuan itu sendiri harus bersifat logis dan nalar sesuai dengan pemikiran manusia itu sendiri. Hal-hal yang sekiranya di luar batas konsep tersebut, maka diperlukan pendekatan keilmuan yang lain, sesuai dengan kebutuhan dan penjelasan mengenai masalah itu.

Sosiologi komunikasi menjadi cabang pengetahuan tersendiri yang memberikan analisis disertai dengan penggunaan media sebagai penguatan bukti. Karena dalam sosiologi komunikasi tidak memfokuskan pada masyarakat semata, namun juga media yang sama-sama menjadi kajian analisis dari konsep keduanya. Media dan perkembangan teknologi akan serta memengaruhi dari individu manusia itu sendiri dan juga bagi masyarakat. Berbagai kemudahan dalam interaksi diperoleh dari perkembangan komunikasi atau

media yang dipakai. Kenapa melibatkan media dan perkembangan teknologi komunikasi, karena dua unsur tersebut sangat berpotensi mengalami perubahan yang signifikan dari masa ke masa. Semisal media komunikasi yang dari media cetak, terus berkembang menjadi media digital yang bisa diakses dengan menggunakan basis internet.

Contoh perubahan tersebut, yang juga penting menjadi bagian dalam analisis mengenai permasalahan dan fenomena sosial dalam masyarakat. Seiring dengan itu, pemahaman mengenai sosiologi komunikasi ini terus mengalami hambatan dan tantangan. Seiring maraknya sosial media, dan penggunaan internet yang massif di kalangan masyarakat, maka dalam pemahaman sosiologi komunikasi sudah sulit dijelaskan. Tantangan dalam sosiologi komunikasi, terletak pada peletakan dasar konsep sosiologi komunikasi itu sendiri dalam menganalisis berbagai permasalahan sosial yang ada, diikuti juga penalaran logis dalam penjelasan dari sisi interaksi atau hubungan masyarakat dan juga penggunaan media komunikasi sebagai perantara dari adanya permasalahan sosial tersebut.

Sosiologi komunikasi juga menekankan pada pendekatan nilai dan norma untuk saling interaksi serta sebagai wujud manifestasi gabungan pengetahuan sosiologi dan komunikasi. Seiring waktu, masyarakat akan melakukan interaksi baik langsung maupun di sosial media dengan mengikuti tren dan perkembangan yang sedang terjadi. Maka, interaksi masyarakat dan media komunikasi sering mendapatkan pengaruhnya dari global dalam pengertian yang baik dan yang buruk. Tentu hal ini akan sangat membawa dampak pada perubahan pada masyarakat yang bersifat perlahan atau sekilas cepat perubahannya. Harapannya dengan pendekaan sosiologi komunikasi ini, mampu memberikan manfaat dan kegunaanya guna bisa menghasilkan pemecahan masalah sosial yang terjadi di masyarakat.

Contoh yang bisa diberikan dalam kajian sosiologi komunikasi, misalnya saja perbedaan mengenai status sosial seseorang dalam masyarakat. Semakin status sosialnya tinggi biasanya masyarakat semakin hilang atau memudarnya komunikasi dengan tetangga, orang tua, atau bahkan dengan saudara. Hal ini lantaran dipengaruhi rasa *image* atau menjaga status sosialnya agar tetap terhormat.

Adapun ruang lingkup sosiologi komunikasi merupakan bagian dalam pembelajaran utama yang dilakukan sosiologi komunikasi karena menjadi bagian dalam ilmu pengetahuan. Ruang lingkup dalam sosiologi komunikasi, antara lain;

a. Struktur. Ruang lingkup sosiologi komunikasi yang pertama adalah struktur, struktur di sini mencangkup tentang hubungan interkasi sosial masyakat dalam tatanan sosial dan kelas sosial yang dilakukannya. Sehingga perihal ini ada seseorang yang memiliki struktur berkomunikasi baik dan ada pula seseorang yang memiliki gaya struktur komunikasi tidak baik, hingga akhirnya karena hal tersebut masyarakat bisa menilai bagaimana struktur komunikasi yang diterima dalam kehidupan bermasyarakat.
b. Pusat Perhatian. Pusat perhatian yang menjadi ruang lingkup sosiologi komunikasi berkaitan dengan wawasan tentang topik pembicaraan dan dominan seseorang dalam berkomunikasi di tengah-tengah masyarakat. Oleh karena itulah atas latar belakang ini, sosiologi komunikasi di pelajari sebagai ilmu pengetahuan.
c. Perilaku masyarakat. Terkait dengan perilaku atas bentuk tindakan sosial yang dilakukan masyarakat, khususnya menjadi sasaran komunikator. Karena perilaku masyarakat menjadi bagian ruang lingkup, maka yang bisa dianalisis dengan diimplementasikan sesuai dengan tujuan.

Hal ini mencakup tentang peran sosial dan nilai sosial atas komunikasi yang dilakukan sebagai studi dalam metode

penelitian sosial di masyarakat. Keberadaan ruang lingkup ini untuk bisa membedakan pengertian dasar dan pemahaman mengenai implementasi yang akan dilakukan sosiologi komunikasi dibandingkan dengan keilmuan tersebut secara pisah. Berdasarkan dengan pemaparan ruang lingkup sosiologi komunikasi tersebut, bagian yang penting adalah proses interaksi yang terjadi. Perilaku masyarakat dengan beragamnya peraturan dan kegiatan yang ada, menjadi bagian utama dalam ruang lingkup sosiologi komunikasi. Karena dari proses perilaku dan proses tersebut akan secara langsung berpengaruh terhadap uraian dalam mengartikan pendekatan sosiologi dan pendekatan komunikasi.

Pemetaan dan objek kajian sosiologi komunikasi memberikan fokus kajian yang bisa menggunakan pendekatan sosiologi komunikasi untuk bisa menjadi alat analisis. Selain itu dengan pemetaan ini, bisa membatasi pembahasan dan penjelasan mengenai masalah sosial atau fenomena sosial yang sedang terjadi. Mendasarkan pada defisini dari para tokoh dan dasar yang lain, memberikan waktu juga untuk bisa melihat dari berbagai sudut pandang dan berdasarkan pengamatan dari masing-masing para ahli. Objek kajian sosiologi komunikasi, macam objek kajian sosiologi komunikasi, antara lain;

a. Penjelasan mengenai komunikasi antara individu dengan individu lainnya.
b. Bahasan tentang komunikasi kelompok
c. Kajian tentang komunikasi dalam organisasi sosial
d. Kajian Komunikasi dalam media massa

Tujuan mempelajari sosiologi komunikasi untuk bisa menjelaskan pandangan dan pengertian dari sisi sosiologi komunikasi pada fenomena yang ada dalam masyarakat. Adapun untuk tujuan dalam mempelajari sosiologi komunikasi, yaitu;

a. Efektifitas Komunikasi Massa. Sosiologi komunikasi memberikan langkah dalam tatacara efektiftas dalam melakukan

komunikasi, maksudnya disini ialah sejauh mana pengaruh dalam masyarakat luas melalui komunikasi dengan media masa, seperti koran, televisi, dan lain sebagainya.

b. Meminimalisir Efek Negatif Interaksi Sosial. Dalam mengkaji tentang mata pelajaran sosiologi komunikasi interpersonal maupun komunikasi intrapersonal seseorang menghindari dampak negatif atas efek sosial yang ditimbulkan, efek sosial ini terbentuk antara dampak dilakukan komunikasi yang dilakukan antara satu orang dengan orang lainnya, atau dari kelompok satu dengan kelompok yang lain.

Manfaat dan fungsi dalam mempelajari sosiologi komunikasi merupakan pemaparan secara teoritis dalam hal pandangan sosiologi komunikasi dalam menjelaskan fenomena masyarakat, serta menjadi acuan keilmuan dalam sisi sosiologi dan komunikasi. Adapun manfaat dan fungsi dalam mempelajari sosiologi komunikasi, yakni;

a. Memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai tatacara berkomunikasi yang baik
b. Dapat dengan mudah diterima masyarakat/ lingkungan
c. Menciptakan kepekaan sosial
d. Memberikan rasa percaya diri dan tidak minder dalam melakukan hubungan sosial dengan masyarakat.

Kajian sosiologi komunikasi merupakan cakupan yang dipelajari dan ditelaah dalam pembahasan keilmuan sosiologi komunikasi. Sehingga bisa dipetakan dalam sisi pembahasan mengenai apa saja yang bisa dikaji dengan pendekatan sosiologi komunikasi. Contoh yang bisa diberikan dalam kajian sosiologi komunikasi, seperti;

a. Status sosial di masyarakat. Perbedaan mengenai status sosial seseorang dalam masyarakat. Semakin status sosial dan peran sosialnya tinggi biasanya masyarakat semakin hilang atau memudarnya komunikasi dengan tetangga, orangtua, atau bahkan dengan saudara. Hal ini lantaran dipengaruhi rasa image

atau menjaga status sosialnya agar tetap terhormat. Penelitian inilah bisa dikatakan sebagai salah satu kasus tentang kajian dalam sosiologi komunikasi, tentu saja dijalankan dengan mempergunakan metodologi penelitian sosial.

b. Kontak Sosial yang menciptakan konflik. Sosiologi komunikasi secara umum adalah pelajaran dan pengetahuan dalam masyarakat, yang secara khusus memberikan pengulasan tentang bentuk interaksi sosial di dalam kehidupan manusia. Kadangkala dalam proses interaksi yang melahirkan kontak sosial berlebihan tak jarang akhirnya memuculkan pertikaian maupun konflik sosial. Alasannya semakin tinggi verbal maupun non verbal yang dilakukan oleh seseorang kepada pihak lainnya maka semakin riskan juga konflik dilahirkan.

Menurut Burhan Bungin (2007) Sosiologi komunikasi terdiri dari 4 konsep yang sekaligus menjadi ruang lingkup sosiologi komunikasi. Ke-empat konsep tersebut yakni sosiologi, masyarakat, komunikasi & teknologi komunikasi dan informasi.

a. Sosiologi. Kata sosiologi berasal dari kata sofie, yang artinya bercocok tanam, kemudian berkembang menjadi socius yang dalam Bahasa latin berarti teman atau kawan. Berkembang lagi menjadi kata sosial yang artinya berteman, atau berserikat. Secara khusus kata sosial bertujuan untuk mengartikan semua hal yang berhubungan dengan berbagai kejadian dalam masyarakat, yaitu persekutuan atau perkumpulan manusia dalam meraih tujuan dan memperbaiki kehidupan bersama. Menurut Pitirin Sorokin (Soekanto, 2003), sosiologi adalah ilmu yang mempelajari tentang: Hubungan dan pengaruh timbal balik antara aneka macam gejala-gejala sosial (misalnya: antara gejala ekonomi dan agama, keluarga dengan moral, hukum dengan ekonomi, gerak masyarakat dengan politik, dan sebagainya), hubungan dengan pengaruh timbal balik antara gejala sosial dengan gejala non-sosial (misalnya: gejala

geografis, biologis, dan sebagainya), dan ciri-ciri umum semua gejala-gejala sosial.

b. Masyarakat. Menurut Ralph linton (Soekanto, 2003), masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah hidup dan bekerja sama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas. Selo Soemardjan (Soekanto, 2003) menyatakan masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama, yang menghasilkan kebudayaan. Berdasarkan definisi tersebut, maka disimpulkan bahwa masyarakat adalah kumpulan manusia yang hidup bersama-sama dalam waktu yang cukup lama, tinggal di suatu wilayah tertentu, mempunyai kebudayaan sama serta melakukan sebagian besar kegiatan di dalam kelompok atau kumpulan manusia tersebut. Hubungan antara manusia, kemudian melahirkan keinginan, kepentingan, perasaan, kesan dan penilaian. Keseluruhan itu kemudian mewujudkan adanya sistem komunikasi dan peraturan-peraturan yang mengatur hubungan antara manusia dalam masyarakat tersebut. Dalam sistem hidup tersebut, maka muncul budaya yang mengikat antara satu manusia dengan yang lain.

c. Komunikasi. Theodornson (Burhan Bungin, 2009), memberi batasan lingkup berupa penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap atau emosi dari seorang atau sekelompok kepada yang lain terutama melalui simbol-simbol. Garbner yang dikutip olleh Mcquail dan Windhal (Burhan Bungin, 2009), mendefinisikan komunikasi sebagai interaksi sosial melalui pesan-pesan. Onong Uchyana (2002), mengatakan bahwa komunikasi sebagai proses, pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informas atau opini yang muncul dari benak komunikator. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran,

kemarahan, keberanian, maupun kegairahan yang muncul dari dalam hati. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, maka disimpulkan bahwa lingkup komunikasi menyangkut persoalan-persoalan yang terkait dengan substansi interaksi sosial orang-orang dalam masyarakat; termasuk komunikasi yang dilakukan secara langusung maupun dengan menggunakan media komunikasi.

d. Teknologi Media Informasi. Istilah teknologi telematika (telekomunikasi, media dan informatika) berawal dari istilah teknologi informasi (Information Technology atau IT). Istilah ini mulai popular di akhir dekade 70-an. Pada masa sebelumnya, teknologi informasi masih disebut dengan istilah teknologi komputer atau pengolahan data elektronik atau Electronic Data Processing (Burhan Bungin, 2009). Menurut Alter (Burhan Bungin, 2009), teknologi informasi mencakup perangkat keras dan perangkat lunak untuk melaksanakan satu atau sejumlah tugas pemrosesan data seperti menangkap, mentrasmisikan, menyimpan, mengambil, memanipulasi atau menampilkan data. Martin (Burhan Bungin, 2009), mendefinisikan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.

2. Teori Sosiologi Komunikasi

a. Teori-Teori Efek Komunikasi Massa

Salah satu fokus utama teori dan riset komunikasi massa selama bertahun-tahun adalah mencoba menilai dampak komunikasi massa. Berikut adalah beberapa teori yang umum digunakan untuk menganalisa dampak komunikasi massa:

1). *Hypodermic Needle Theory*. Teori ini sering disebut juga dengan teori peluru *(bullet theory)*. Alasannya, isi senapan (diibaratkan

pesan) langsung mengenai sasaran tanpa perantara. Artinya, pesan yang dikirimkan akan langsung mengenai sasarannya yakini penerima pesan, seperti peluru yang langsung mengenai sasaran. Teori ini lebih didasarkan pada institusi pada bukti ilmiah, peneliti ilmu sosial yang agak kuno dan sedikit bukti empiris dampak media massa diakumulasi. Teori ini disamping mempunyai pengaruh yang sangat kuat juga mengasumsikan bahwa pengelola media dianggap sebagai orang yang lebih pintar dibanding audience, dan audience bisa ditundukkan sedemikian rupa bahkan dibentuk dengan cara apapun yang dikehendaki media. Intinya, sebagaimana dikatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997), media massa dalam teori jarum hipodermik mempunyai efek langsung "disuntikkan" kedalam ketidaksadaran audience. (Nurudin, 2007) Contoh kuatnya pengaruh tayangan televisi mengakibatkan penonton tidak kuasa untuk melepaskan diri dari keterpengaruhan itu. Jika dibandingkan dengan media massa lain, televisi sering dituduh sebagai agen yang bisa memengaruhi lebih banyak sikap dan perilaku masyarakatnya.

2). *Cultivation Theory*. Teori ini diperkenalkan oleh Profesor George Gerbner. Televisi menjadi media atau alat utama di mana para penonton televisi belajar tentang masyarakat dan kultur di lingkungannya. Persepsi apa yang terbangun di benak penonton tentang masyarakat dan budaya sangat ditentukan oleh televisi. Ini artinya, melalui kontak penonton dengan televisi, ia belajar tentang dunia, orang-orangnya, nilai nilainya, serta adat kebiasaannya. Seringnya tayangan sinetron tentang konflik antara anak dengan orang tua serta hamil di luar nikah, mengakibatkan para pecandu televisi akan mengatakan bahwa di masyarakat sekarang banyak terjadi konflik antara anak dengan orang tua atau hamil di luar nikah. Bahwa ada gejala hamil di luar nikah itu benar, tetapi mengatakan bahwa semua gadis hamil di luar nikah itu salah. Para pecandu sinetron

sangat percaya bahwa apa yang terjadi pada masyarakat seperti apa yang dicerminkan dalam sinetron-sinetron. Efek kultivasi memberikan kesan bahwa televisi mempunyai dampak yang sangat kuat terhadap diri individu. Bahkan, mereka menganggap bahwa lingkungan disekitarnya sama seperti yang tergambar dalam televisi.

3). *Cultural Imperialism Theory*. Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Herb Schiler pada tahun 1973. Teori imperialisme budaya menyatakan bahwa negara Barat mendominasi media di seluruh dunia. Alasannya, media Barat mempunyai efek yang kuat untuk memengaruhi dan sangat mengesankan bagi media di Negara dunia ketiga, sehingga mereka ingin meniru budaya yang muncul lewat teori tersebut. Dalam perspektif teori ini, ketika terjadi proses peniruan media negara berkembang dari negara maju, saat itulah terjadi penghancuran budaya asli di negara dunia ketiga. Negara dunia ketiga tertarik untuk membeli produk Barat karena harga yang lebih murah. Betapa banyak media massa Indonesia mengakses berita dari media Barat, bahkan foto demonstrasi di Jakartapun berasal dari kantor berita Prancis (AFP). Selanjutnya menikmati media massa Barat akan menikmati sajian yang berasal dari gaya hidup, kepercayaan dan pemikiran. Seperti menonton tayangan film Independence Day, saat itu kita belajar tentang bangsa Amerika menahadapi musuh mencapai kemerdekaan. Kritik terhadap teori ini adalah terlalu memandang sebelah mata kekuatan audience di dalam menerima terpaan media massa dan menginterpretasikan pesan-pesannya. Artinya, teori tersebut menganggap bahwa budaya yang berbeda (yang tentunya lebih maju) akan selalu membawa pengaruh peniruan pada orang-orang yang berbeda budaya. Namun yang kelas, terpaan yang terus menerus oleh suatu budaya yang berbeda akan membawa pengaruh perubahan meskipun sedikit.

4). *Media Equation Theory*. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass tahun 1996. Teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespons apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*. Contoh dalam media cetak, kita meminta nasehat masalah-masalah psikologi pada rubrik konsultasi psikologi atau bahkan mencari jodoh melalui rubrik kontak jodoh. Contoh lain adalah ketika kita melihat televisi. Jika kita melihat ukurannya kecil dan suaranya kecil, ada kemungkinan kita menontonnya lebih dekat dibandingkan dengan televisi yang lebih besar. Perilaku semacam itu, sama seperti yang kita lakukan ketika kita berbicara dengan orang yang suaranya kecil maka kita cenderung mendekat. Sejalan dengan teori ekuasi media ini, media bahkan dianggap seperti kehidupan nyata. Dengan komputer kita bisa berbuat apa saja, seperti mencari hiburan, menjelajahi dunia dengan perantaraan internet dan lain sebagainya. Teori ini menemukan kebenarannya jika digunakan untuk mengamati aktivitas di dalam perpustakaan. Pemanfaatan komputer membantu dalam mencari katalog (dulunya manual).

5). *Spiral of Silence Theory*. Teori *Spiral of Silence* atau spiral kebisuan berkaitan dengan pertanyaan mengenai bagaimana terbentuknya pendapat umum. Dikemukakan pertama kali oleh Elizabeth Noelle-Neuman, sosiolog Jerman, pada tahun 1974, teori ini menjelaskan bahwa jawaban dari pertanyaan tersebut terletak dalam suatu proses saling memengaruhi antara komunikasi massa, komunikasi antarpribadi, dan persepsi individu atas pendapatnya sendiri dalam hubungannya dengan pendapat orang lain dalam masyarakat. Teori ini mendasarkan

asumsi pada pemikiran sosial-psikologis tahun 30-an yang menyatakan bahwa pendapat pribadi sangat tergantung pada apa yang dipikirkan oleh orang lain. Berangkat dari asumsi tersebut *Spiral of Silence* selanjutnya menjelaskan bahwa individu pada umumnya berusaha untuk menghindari isolasi, dalam arti kesendirian mempertahankan sikap atau keyakinan tertentu. Oleh karenanya, orang akan mengamati lingkungannya untuk mempelajari pandangan-pandangan mana yang bertahan dan mendapatkan dukungan, dan mana yang tidak dominan atau popular. Jika orang merasakan bahwa pandangannya termasuk di antara yang tidak dominant atau tidak popular, maka ia cenderung kurang berani mengekspresikannya, karena adannya ketakutan akan isolasi tersebut (Sendjaja, 2000). Noelle-Neuman mengatakan, ada hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap pendapat mayoritas, pengungkapan pendapat pribadi, kecenderungan dalam isi media, dan pendapat para jurnalis. Dalam kondisi tertentu, media massa tampak membentuk persepsi mengenai pendapat yang dominan dan karenanya memengaruhi pendapat individu melalui cara-cara yang dijelaskan oleh teori Spiral of Silence ini.

6). *Technological Determinism Theory*. Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan tahun 1962. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Menurut McLuhan dampak teknologi tidak terjadi pada tingkat opini atau konsep, tetapi merubah rasio indera atau pola persepsi dengan mantap dan tanpa perlawanan. Dampak yang paling penting dari media komunikasi adalah bahwa media komunikasi memengaruhi kebiasaan persepsi dan berpikir kita. Konsep "rasio indera" mengacu kepada keseimbangan indera kita. Orang-orang primitif menekankan kelima inderanya, tetapi teknologi dan khususnya media komunikasi telah menyebabkan orang menekankan satu

indera melebihi yang lainnya. Media cetak menekankan penglihatan. Pada gilirannya, media cetak memengaruhi pikiran kita, membuatnya linear, berurutan, teratur, berulang-ulang dan logis. Hal ini memungkinkan manusia memisahkan pemikiran dari perasaan. Pada tingkat masyarakat, media cetak menyebabkan kemungkinan timbulnya bangsa dan munculnya nasionalisme. Televisi memberikan penekanan indera yang lebih banyak yaitu sebagai perantara atau medium visual, aural (pendengaran) dan dapat diraba. Televisi lebih membuat orang terlibat dan berperan serta dari pada media cetak. McLuhan menyatakan bahwa televisi akan memulihkan keseimbangan rasio indera yang dihancurkan media cetak. Pada skala yang lebih luas kita akan berpindah dari Negara yang terpisah-pisah menjadi sebuah "desa dunia". Kritik terhadap teori ini adalah bahwa McLuhan mengatakan isi komunikasi massa tidak penting, "isi medium adalah sepotong daging menarik yang dibawa pencuri untuk mengalihkan perhatian anjing penjaga pikiran". Yang berarti bahwa dampak media yang penting berasal dari bentuknya, bukan isinya.

7). *Diffusion of Innovation Theory*. Dalam teori ini dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk memengaruhi orang-orang. Dengan demikian, adanya inovasi (penemuan), lalu disebarkan (difusi) melalui media massa akan kuat memengaruhi massa untuk mengikutinya. Sebelum ditemukan kondom sebagai salah satu alat kontrasepsi, masyarakat biasa melakukan *family planning* dengan melakukan senggama terputus. Kemudian televisi gencar mengiklankan kondom sebagai alat kontrasepsi. Sesuatu yang baru itu menimbulkan keingintahuan masyarakat. Orang kemudian menjadi tahu bahwa ada kondom untuk menekan angka kelahiran. Lalu masyarakat ingin mencobanya, sehingga saat ini kondom sudah banyak dipakai. Jadi ada inovasi (kondom) disebarkan melalui media massa (difusi) lalu

dipakai oleh masyarakat (adopter). Jika disimpulkan, menurut teori ini sesuatu yang baru akan menimbulkan keingintahuan masyarakat. Seseorang yang menemukan hal baru cenderung untuk mensosialisasikan dan menyebarkan kepada orang lain. Jadi sangat cocok, penemu ingin menyebarkan, sementara orang lain ingin mengetahuinya. Lalu dipakailah media massa untuk memperkenalkan penemuan baru tersebut. Jadi antara penemu, pemakai dan media massa sama-sama diuntungkan.

8). *Uses and Gratifications Theory*. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz tahun 1974. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Teori ini bertolak belakang dengan teori peluru. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai otonomi dan wewenang memperlakukan media. Konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan. Penggunaan teori ini bisa dilihat dalam kasus selektivitas musik personal. Kita menyeleksi musik tidak hanya karena cocok dengan lagunya, tetapi juga untuk motif-motif lainnya seperti gengsi diri, kepuasan batin atau sekedar hiburan.

9). *Agenda Setting Theory*. Agenda-setting diperkenalkan oleh McCombs dan DL Shaw dalam public Quarterly tahun 1972, berjudul the Agenda-Setting Function of Mass Media. Asumsi dasar teori agenda-setting adalah bahwa jika media

memberi tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting. Jadi, apa yang dianggap penting bagi media, maka penting juga bagi masyarakat. Oleh karena itu, apabila media massa memberi perhatian pada isu tertentu dan mengabaikan yang lainnya, akan memiliki pengaruh terhadap pendapat umum. Asumsi ini berasal dari asumsi lain bahwa media massa memiliki efek yang sangat kuat, terutama karena asumsi ini berkaitan dengan proses belajar dan bukan dengan perubahan sikap dan pendapat. Teori agenda-setting menganggap bahwa masyarakat akan belajar mengenai isu-isu apa, dan bagaimana isu-isu tersebut disusun berdasarkan tingkat kepentingannya (Effendi, 2000). McCombs dan Donald Shaw mengatakan pula, bahwa audience tidak hanya mempelajari berita-berita dan hal-hal lainnya melalui media massa, tetapi juga mempelajari seberapa besar arti penting diberikan pada suatu isu atau topic dari cara media massa memberikan penekanan terhadap topik tersebut. Misalnya, dalam merefleksikan apa yang dikatakan oleh kandidat dalam suatu kampanye pemilu, media massa terlihat menentukan mana topik yang penting. Dengan kata lain, media massa menetapkan 'agenda' kampanye tersebut dan kemampuan untuk memengaruhi perubahan kognitif individu ini merupakan aspek terpenting dari kekuatan komunikasi massa (Effendi, 2000). Pada tahun 1976, McCombs dan Shaw mengambil kasus Watergate sebagai ilustrasi dari fungsi agenda-setting. Mereka menunjukkan bahwa sebenarnya bukanlah sesuatu yang baru dalam mengungkap kasus politik yang korup, tetapi pemberitaan surat kabar yang sangat intensif dan diikuti oleh penayangan dengar pendapat di Dewan Perwakilan melalui televisi, telah membuat kasus Watergate menjadi '*topic of the year*' (Sendjaja, 2000)

10). *Media Critical Theory*. Teori media kritis berakar dari aliran ilmu-ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis.

Ilmu ini juga disebut dengan *emancipatory science* (cabang ilmu sosial yang berjuang untuk mendobrak status quo dan membebaskan manusia, khususnya rakyat miskin dan kecil dari *status quo* dan struktur sistem yang menindas. Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. Contoh bahwa media secara umum bahkan mungkin secara khusus mengukuhkan *status quo*, ketika *status quo* itu berada di bawah tekanan atau tidak bisa berubah. Teori krirtis sering menyediakan penjelasan yang kompleks pada kecederungan media untuk secara konsisten mengerjakan itu. Teori kritis sering menganalisis secara khusus lembaga sosial, penyelidikan luas untuk yang dinilai objektif adalah mencari dan mencapai. Media massa dan budaya massa telah mempromosikan banyak hal yang ikut menjadi sasaran teori kritis. Bahkan ketika media massa tidak melihat sumber masalah khusus, mereka dikritik untuk memperburuk atau melindungi masalah dari yang diidentifikasi dan dipecahkan. Menurut perspektif teori ini, media tidak boleh hanya memberitakan fakta atau kejadian yang justru memperkuat status quo. Media harus mengkritisi setiap ketidakadilan yang ada disekitarnya. Hal ini juga berarti media tidak boleh tunduk pada pemilik modal yang kadang ikut menghegemoni isi medianya.

b. Teori Konstruktivisme

Dalam pembahasan kali ini, pemikiran Max Weber tentang tindakan sosial memberikan pengaruh yang besar terhadap teori konstruksi. Ide yang paling mendasar adalah pandangan bahwa manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya di mana tindakan manusia tidak sepenuhnya ditentukan oleh norma-norma, kebiasaan kebiasaan, nilai-nilai, dan sebagainya, yang semua itu tercakup dalam fakta sosial yaitu tindakan yang tergambarkan struktur dan pranata sosial. Sebab itu, paradigma definisi sosial

lebih tertarik pada apa yang ada dalam pemikiran manusia tentang proses sosial, terutama para pengikut interaksi simbolik. Dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Yang menjadi pusat perhatian dalam paradigma definisi sosial adalah tentang tindakan sosial, yaitu tindakan individu mempunyai makna atau arti subyektif bagi dirinya dan diarahkan kepada tindakan orang lain. Teori yang tergabung adalah teori aksi, interaksionisme simbolik, dan fenomenologi. Dalam pandangan paradigma definisi sosial, realitas adalah hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekelilingnya.

Sementara itu, teori konstruktivisme adalah pandangan yang melihat bahwa kebenaran suatu realitas sosial dilihat sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif (nisbi). Dalam bentuk aslinya, konstruktivisme mengacu pada studi tentang bagaimana struktur mental manusia dikonstruksi dari waktu ke waktu dan bagaimana jaringan neural yang sebelumnya dilatih untuk menjalankan tindakan simbolik terntenu menjadi kondisi bagi tindakan selanjutnya. Menurut teori ini, indvidu menafsirkan dan bertindak sesuai dengan kategori konseptual yang ada dalam pikiran mereka. Realitas tidak tidak hadir sendirinya dalam bentuk mentah tapi disaring oleh melalui cara individu itu sendiri dalam melihat sesuatu. Pertama, dilihat dari penjelasan ontologis, realitas yang dikonstruksi itu berlaku sesuai konteks spesifik yang dinilai relevan oleh pelaku sosial. Kedua, paradigma konstruktivis ditinjau dari konteks epistemologis, bahwa pemahaman tentang suatu realitas merupakan produk interaksi antara peneliti dengan objek yang diteliti. Dalam hal ini, paradigma konstruktivis bersifat transactionalist atau subjectivist. Ketiga, dalam konteks aksiologi, yakni peneliti sebagai passionate participation, fasilitator yang menjembatani keragaman subjektivitas pelaku sosial. Sedangkan teori konstruksionisme (*constructionisme theory*) atau *social construction* mulai dikenal dengan Berger dan Luckmann

mempublikasikan karyanya *The Social Construction of Reality*. Dalam pembahasannya tentang media, terdapat 5 proposisi utama dari teori konstruksionisme sosial, yakni;

1). Masyarakat merupakan sebuah konstruk, bukannya realitas yang pasti (*fixed reality*)
2). Media memberikan bahan-bahan bagi proses konstruksi sosial
3). Makna ditawarkan oleh media namun dapat dinegosiasikan atau ditolak
4). Media mereproduksi makna-makna tertentu
5). Media tidak bisa memberikan realitas sosial yang objektif karena semua fakta adalah interpretasi.

Dalam aliran filsafat, gagasan tentang konstruktivisme muncul ketika Socrates menemukan jiwa dalam tubuh manusia dan sejak Plato menemukan akal budi dan ide. Gagasan itu semakin konkrit ketika Aristoteles mengemukakan istilah informasi, relasi, individu, substansi, materi, esensi dan sebagainya. Ucapan *descrates cogita, ergo sum* (saya berpikir maka saya ada) menjadi dasar yang kuat bagi perkembangan gagasan konstruktivisme hingga saat ini. Teori konstruksionisme sosial pada prinsipnya berusaha memberikan pemahaman tentang makna, norma, peran dan aturan bekerja dalam komunikasi. Teori ini lebih menaruh perhatian bagaimana orang menciptakan realitas secara kolektif. Sebab itu, dalam teori konstruksionisme sosial, teori interaksionisme simbolik (*symbolic interactionisme*) memberikan pengaruh yang besar dalam memberikan arti tentang makna simbol yang ada. Awalnya teori konstruksi sosial media massa *(social construction of mass media)* berasal dari teori konstruksi sosial atas realitas diperkenalkan Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang mengatakan bahwa pada dasarnya realitas sosial dibentuk dan dikonstruksi manusia. Beberapa hal yang menjadi asumsi dasar yaitu;

1). Realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuataan konstruksi sosial terhadap dunai sosial di sekelilingnya;

2). Hubungan antara pemikiran manusia dan konteks sosial tempat pemikiran itu timbul, bersifat berkembang dan dilembagakan;

3). Kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus menerus;

4). Membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam kenyataan yang diakui sebagai memiliki keberadaan (being) yang tidak bergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata (real) dan memiliki karakteristik yang spesifik.

Proses konstruksinya dilihat dari perspektif teori Berger & Luckmann berlangsung melalui interaksi sosial yang dialektis dari tiga bentuk realitas yang menjadi entry concept, yakni *subjective reality, symbolic reality dan objective reality*. Selain itu juga berlangsung dalam suatu proses dengan tiga momen simultan, eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi. *Objective reality* yaitu merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) serta rutinitas tindakan dan tingkah laku yang telah mapan terpola, yang kesemuanya dihayati oleh individu secara umum sebagai fakta. *Symblolic reality* adalah ekspresi simbolik dari apa yang dihayati sebagai objective reality misalnya teks produk industri media, seperti berita di media cetak atau elektronika, begitu pun yang ada di film-film. Dan *subjective reality* adalah konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi.

Realitas subjektif yang dimiliki masing-masing individu merupakan basis untuk melibatkan diri dalam proses eksternalisasi,

atau proses interaksi sosial dengan individu lain dalam sebuah struktur sosial. Melalui proses eksternalisasi itulah individu secara kolektif berpotensi melakukan objectivikasi, memunculkan sebuah konstruksi *objective reality* yang baru. Dalam proses dialektika itu muncul tahapan yang juga berlangsung secara simultan yang disebut tahap eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

Tahap pertama, eksternalisasi yakni proses penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia. Dimulai dari interaksi antara pesan iklan dengan individu pemirsa melalui tayangan televisi. Tahap pertama ini merupakan bagian yang penting dan mendasar dalam satu pola interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Yang dimaksud dalam proses ini ialah ketika suatu produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Tahap kedua, objektivasi ialah tahap di mana interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi. Pada tahap ini, sebuah produk sosial dan permasalahan sosial berada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka di mana mereka bisa dipahami secara langsung. Dengan demikian, individu melakukan objektivasi terhadap produk sosial, baik penciptanya maupun individu lain. Kondisi ini berlangsung tanpa harus mereka saling bertemu. Artinya, proses ini bisa terjadi melalui penyebaran opini sebuah produk sosial yang berkembang di masyarakat melalui diskursus opini masyarakat tentang produk sosial, dan tanpa harus terjadi tatap muka antar individu dan pencipta produk sosial.

Tahap ketiga yakni Internalisasi ialah proses di mana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Terdapat dua pemahaman dasar dari proses internalisasi secara umum; pertama, bagi pemahaman mengenai 'sesama saya' yaitu pemahaman mengenai individu dan orang lain; kedua, pemahaman mengenai dunia sebagai sesuatu yang maknawi dari kenyataan sosial.

Secara subtansi, teori dan pendekatan Peter dan Luckman adalah proses yang terjadi secara bersama-sama (simultan) dan terjadi secara alamiah melalui bahasa dalam kehidupan sehari-hari pada sebuah komunitas primer dan semi-sekunder. Ketika teori itu muncul di tahun 1960-an, pendekatan dilakukan terhadap masyarakat transisi-modern di Amerika ketika media massa belum menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan. Sebab itu, teori konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman tidak memasukkan media massa sebagai variabel atau fenomena yang berpengaruh dalam konstruksi sosial atas realitas. Ketika masyarakat semakin modern, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Berger dan Luckman tidak lagi mampu menjawab perubahan zaman. Pasalnya masyarakat transisi-modern di Amerika Serikat telah habis dan berubah menjadi masyarakat modern dan postmodern, dengan demikian hubungan-hubungan sosial antarindividu dengan kelompoknya, pimpinan dengan kelompoknya, orang tua dengan anggota keluarganya menjadi sekunder-rasional.

Hubungan-hubungan sosial primer dan semi-sekunder hampir tak ada lagi dalam kehidupan masyarakat modern dan postmodern. Maka, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman menjadi tidak bermakna lagi. Dalam buku teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman telah direvisi dengan melihat variabel atau fenomena media massa menjadi hal yang substansial dalam proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Artinya, sifat

dan kelebihan media massa telah memperbaiki kelemahan proses konstruksi sosial atas realitas yang berjalan lambat itu. Substansi konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial yang berlangsung sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa, massa cenderung apriori, dan opini massa cenderung sinis. Posisi konstruksi sosial media massa pada dasarnya mengkoreksi substansi kelemahan dan melengkapi konstruksi sosial atas realitas dengan menempatkan seluruh kelebihan media massa dan efek media pada keunggulan konstruksi sosial media massa atas konstruksi sosial atas realitas. Namun, proses simultan yang digambarkan di atas tidak bekerja secara tiba-tiba, namun terbentuknya proses tersebut melalui beberapa tahap penting.

Keseluruhan hubungan dari eksternalisasi, objectivasi dan internalisasi tersebut, memberikan rangkaian keseluruhan pandangan mengenai pelajaran yang terkandung terhadap ilmu-ilmu sosial. Keberagaman makna dan filosofi yang terdapat dalam penjelasan mengenai ilmu sosial, karena secara umum laboratorium dalam kajian keilmuan sosial adalah masyarakat, yang terus mengalami perubahan dan pergantian generasi. Faktor kebijakan dan penentuan arah di masyarakat tersebut yang bisa dikatakan memberikan makna baru. Berdasarkan keilmuan yang dipakai, maka pendekatan secara sosiologi dan ekonomi akan menjadi pemahaman keilmuan sosial yang lebih kompleks dan menyeluruh dibandingkan dengan pemahaman dari satu sisi keilmuan semata.

MEDIA DIGITAL DAN PERADABAN MANUSIA

1. Perkembangan Media Digital

Perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa gunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa banyak dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan pada era digital telah pula masuk ke dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri.

Era digital terlahir dengan kemunculan digital, jaringan internet khususnya teknologi informasi komputer. Media baru era digital memiliki karakteristik dapat dimanipulasi, bersifat jaringan atau internet. Media massa beralih ke media baru atau internet karena ada pergeseran budaya dalam sebuah penyampaian informasi. Kemampuan media era digital ini lebih memudahkan masyarakat dalam menerima informasi lebih cepat. Dengan media

internet membuat media massa berbondong-bondong pindah haluan. Semakin canggihnya teknologi digital masa kini membuat perubahan besar terhadap dunia, lahirnya berbagai macam teknologi digital yang semakin maju telah banyak bermunculan. Berbagai kalangan telah dimudahkan dalam mengakses suatu informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas dan terkendali. Era digital juga membuat ranah privasi orang seolah-olah hilang. Data pribadi yang terekam di dalam otak komputer membuat penghuni internet mudah dilacak, baik dari segi kebiasaan berselancar atau hobi.

Era digital bukan persoalan siap atau tidak dan bukan pula suatu opsi namun sudah merupakan suatu konsekuensi. Teknologi akan terus bergerak ibarat arus laut yang terus berjalan ditengah-tengah kehidupan manusia. Maka tidak ada pilihan lain selain menguasai dan mengendalikan teknologi dengan baik dan benar agar memberi manfaat yang sebesar-besarnya. Teknologi digital masa kini yang semakin canggih menyebabkan terjadinya perubahan besar dunia. Manusia telah dimudahkan dalam melalukan akses terhadap informasi melalui banyak cara, serta dapat menikmati fasilitas dari teknologi digital dengan bebas, namun dampak negatif muncul pula sebagai mengancam. Tindak kejahatan mudah terfasilitasi, game online dapat merusak mental generasi muda, pornografi, dan pelanggaran hak cipta mudah dilakukan, dan lain-lain.

Telah terjadi revolusi digital sejak tahun 1980an dengan perubahan teknologi mekanik dan analog ke teknologi digital dan terus berkembang hingga hari ini. Perkembangan teknologi ini menjadi masif setelah penemuan personal komputer yaitu sistem yang dirancang dan diorganisasir secara otomatis untuk menerima dan menyimpan data input, memprosesnya, dan menghasilkan output dibawah kendali instruksi elektronik yang tersimpan di memori yang dapat memanipulasi data dengan cepat dan tepat. Perkembangan teknologi komputer digital khususnya mikroprosesor dengan kinerjanya terus meningkat, dan teknologi

ini memungkinkan ditanam pada berbagai perangkat yang dimiliki secara personal. Perkembangan teknologi transmisi termasuk jaringan komputer juga telah memicu para pengguna internet dan penyiaran digital. Ditambah perkembangan ponsel, yang tumbuh pesat menjadi penetrasi sosial memainkan peran besar dalam revolusi digital dengan memberikan hiburan di mana-mana, komunikasi, dan konektivitas online.

Lahirnya situs jejaring sosial yang merupakan sebuah pelayanan berbasis web, memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Hubungan antara perangkat mobile dan halaman web internet melalui "jaringan sosial" telah menjadi standar dalam komunikasi digital. Situs pertemanan bernama Friendster terus berkembang ke situs-situs seperti MySpace, Facebook, Twitter dan lain-lain. Revolusi digital merupakan kemampuan untuk dengan mudah memindahkan informasi digital antara media, dan untuk mengakses atau mendistribusikannya jarak jauh.

Paperless merupakan salah satu trend era digital dimana penggunaan kertas menjadi lebih sedikit. Kita tidak harus mencetak foto maupun dokumen yang dibutuhkan pada kertas, melainkan dalam bentuk digital. Penyimpanan secara digital lebih aman daripada menyimpan bermacam dokumen dalam bentuk kertas. Digitalisasi dokumen berbentuk kertas menjadi file elektronik menjadi lebih mudah dalam berbagi salah satunya e-book. Dengan e-book kita tidak lagi harus menyimpan buku-buku yang tebal secara fisik dan membutuhkan tempat yang luas. Dengan file digital juga dokumen menjadi jelas lebih ringkas yang setiap saat dapat dibuka melalui komputer dan ponsel.

Kemudahan dalam mendapatkan dan berbagi Informasi dipicu oleh kehadiran internet yang telah mengubah segalanya. Mesin pencari (search engine) seperti macam google dan ensiklopedia online seperti wikipedia memudahkan seseorang mencari informasi

apapun dalam waktu singkat. Selain itu perkembangan media sosial telah mengubah gaya hidup manusia saat ini. Pengguna media sosial senantiasa update dan berbagi informasi setiap saatnya dengan frekuensi tinggi. Media sosial dijadikan media alternatif untuk melihat perkembangan apa yang sedang hangat diperbincangkan, dan menjadi wahana interaksi pengguna satu dengan yang lain dalam menanggapi sebuah isu terkini.

Dibalik kepopulerannya, era teknologi digital menyimpan berbagai potensi dan dampak negatif yang bisa merugikan manusia. Kemudahan segala pekerjaan dengan berbagai aplikasi dan teknologi, justru menjadikan seseorang semakin lebih sedikit bergerak, aktivitas fisik makin berkurang, muncul kemalasan dan dapat muncul berbagai penyakit seperti obesitas dan lain sebagainya. Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menjadi bumerang yang memberi dampak negatif bagi penggunanya. Teknologi dapat bersifat adiktif (kecanduan) dan sulit untuk berubah apabila tidak dilakukan treatment khusus dan serius. Muncul nomophobia yang merupakan ketakutan bila peralatan digital seperti ponsel ketinggalan, selalu memeriksa ponsel setiap beberapa menit, kebergantungan pada charger, bahkan merasa ketakutan dan stress bila baterai lemah atau mungkin sinyalnya tidak maksimal. Bahaya pancaran sinar ponsel, dan penggunaan posel berlebihan di malam hari akan mengganggu jam tidur hingga mengurangi waktu istirahat yang pada akhirnya menjadi gangguan kesehatan.

Sebagai negara berkembang, teknologi digital mampu mendorong berbagai kemajuan Indonesia. Dari segi infrastruktur dan hukum yang mengatur kegiatan di dalam internet, Indonesia sudah siap hidup di era digital. Kesiapan Indonesia dalam koneksi internet yang saat ini sudah semakin membaik di era 4G dengan Informasi dan Transaksi Eelektronik (ITE). Masyarakat Indonesia secara umum antusias mengadopsi hidup mendigital terutama dipicu oleh penetrasi internet dan penggunaan ponsel pintar yang terus meningkat setiap tahun. Dunia digital berbasis internet

membuat seluruh aktivitas para penghuninya menjadi tanpa batas ruang dan waktu. Payung hukum untuk mengatur segala bentuk aktivitas tersebut seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tahun 2008 terus disempurnakan. Data pribadi masyarakat perlu diberikan perlindungan di dalam dunia maya, maka pihak seperti Google atau Facebook yang memiliki data pribadi penggunanya tidak bisa menggunakan big data tersebut sembarangan.

Telah banyak perkembangan era digital yang dilakukan Indonesia termasuk media massa di Indonesia berubah dalam menyampaikan informasi. Media online (internet) di era sekarang ini menggeserkan media massa konvensional. Walaupun hampir satu dasawarsa Indonesia terlambat dalam mengadopsi teknologi komunikasi khususnya internet. Namun budaya digital masyarakat Indonesia sangat cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Di lihat secara global Indonesia masuk dalam budaya digital yang dibutuhkan dalam mencapai pertumbuhan yang positif sesuai dengan kemajuan jaman itu sendiri.

Dalam perkembangan teknologi digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era digital ini, baik dampak postif maupun dampak negatifnya. Dampak positif era digital antara lain:

a. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
b. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorentasi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.
c. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
d. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

e. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
f. Munculnya e-bisnis seperti toko online yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

Adapun dampak negatif era digital yanga harus diantisipasi dan dicari solusinya untuk mengindari kerugian atau bahaya, antara lain:

a. Ancaman pelanggaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) karena akses data yang mudah dan menyebabkan orang plagiatis akan melakukan kecurangan.
b. Ancaman terjadinya pikiran pintar dimana anak-anak seperti terlatih untuk berpikir pendek dan kurang konsentrasi.
c. Ancaman penyalahgunaan pengetahuan untuk melakukan tindak pidana seperti menerobos sistem perbankan, dan lain-lain (menurunnya moralitas).
d. Tidak mengefektifkan teknologi informasi sebagai media atau sarana belajar, misalnya seperti selain mendownload e-book, tetapi juga mencetaknya, tidak hanya mengunjungi perpustakaan digital, tetapi juga masih mengunjungi gedung perpustakaan, dan lain-lain.

Dunia digital tidak hanya menawarkan peluang dan manfaat besar bagi publik dan kepentingan bisnis. Namun juga memberikan tantangan terhadap segala bidang kehidupan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam kehidupan. Penggunaan bermacam teknologi memang sangat memudahkan kehidupan, namun gaya hidup digital pun akan makin bergantung pada penggunaan ponsel dan komputer. Apapun itu, kita patut bersyukur semua teknologi ini makin memudahkan, hanya saja tentunya setiap penggunaan mengharuskannya untuk mengontrol serta mengendalikannya. Karena bila terlalu berlebihan dalam menggunakan teknologi ini kita sendiri yang akan dirugikan, dan mungkin juga kita tidak

dapat memaksimalkannya. Perkembangan teknologi yang begitu cepat hingga merasuk di seluruh lini kehidupan sosial masyarakat, ternyata bukan saja mengubah tatanan kehidupan sosial, budaya masyarakat tetapi juga kehidupan politik.

Kecanggihan teknologi yang dikembangkan oleh manusia benar-benar dimanfaatkan oleh para politisi yang ingin meraih simpati, dan empati dari masyarakat luas. Untuk menaikan elektabilitas dan popularitas dapat dilakukan dengan fasilitas digital seperti salah satunya smartphone sekarang dengan di sediakan fitur/ aplikasi yang canggih yang berhubung langsung ke jejaring sosial yang mampu menghubungkan antara individu yang satu dengan yang lainnya, antara satu kelompok dengan kelompok lainnya bahkan negara yang memberikan dampak besar dalam politik moderen. Mekanisme elektronik juga telah mengubah aktivitas dalam pemilihan seperti kampanye berbasis internet, website-website, e-mail dan podcast. Hal ini menjadi fasilitas bagi para kandidat dan partai-partai politik sebagai sarana yang cepat dan murah untuk mengirim pesan kepada audiens, yang memungkinkan mereka untuk merekrut para sukarelawan kampanye dan menggalang dana-dana kampanye, penggunaan media digital Smartphone yang tehubung dengan jejaring sosial sangat efektif terutama dalam menjangkau masyarakat muda, yang sering kali merupakan segmen masyarakat yang paling sulit untuk dilibatkan melalui strategi-strategi konvensioanal.

Sisi lain dari wajah baru dan kekuasaan politik di era digital juga untuk dimanfaatkan sebagai alat penyebaran ideologis secara sistematis untuk mencari dukungan dan sekaligus perkembagaan nilai-nilai ideologis itu, dan sisi lain sebagai alat untuk mesin-mesin propoganda, bagaimana para politisi berusaha untuk mempertahankan kekuasaan dengan menampilkan citra baik dan menyembunyikan citra negatif untuk mendapat dukungan dari publik.

Dalam bidang sosial budaya, era digital juga memiliki pengaruh positif dan dampak negatif yang menjadikan tantangan untuk memperbaikinya. Kemerosotan moral di kalangan masyarakat khususnya remaja dan pelajar menjadi salah satu tantangan sosial budaya yang serius. Pola interaksi antar orang berubah dengan kehadiran teknologi era digital seperti komputer terutama pada masyarakat golongan ekonomi menengah ke atas. Komputer yang disambungkan dengan telpon telah membuka peluang bagi siapa saja untuk berhubungan dengan dunia luar tanpa harus bersosial langsung.

Dalam bidang pertahanan dan keamanan penggunaan teknologi di era digital berperan dalam membantu pertahan dan keamanan nasional. Lembaga militer diantaranya, telah menempatkan teknologi informasi sebagai salah satu senjata yang mendukung kekuatan dan persatuan organisasi. Sejalan dengan kekhasan organisasi militer yang selalu menuntut kecepatan dan ketepatan informasi sebelum mengambil sebuah keputusan (perumusan strategi), penerapan teknologi digital sangat mendukung program tersebut. Teknologi informasi telah berpengaruh pada perubahan strategi militer. Tantangan dalam bidang pertahanan seperti menghadapi ancaman dari luar yang bersifat maya seperti aktivitas hacker yang bisa merusak sistem situs pertahanan Indonesia menjadi perhatian serius. Teknologi digital dikombinasikan dengan teknologi perang lainnya memungkinkan untuk menciptakan jenis perang yang secara kualitatif seperti penggunaan robot perang.

Dalam bidang teknologi informasi sendiri, tantangan nyata pada era digital semakin kompleks karena berbagai bidang kehidupan membawa pengaruh-pengaruh yang bisa membuat perubahan di setiap sisi. Teknologi informasi merupakan bidang pengelolaan teknologi dan mencakup berbagai bidang (tetapi tidak terbatas) seperti proses, perangkat lunak komputer, sistem informasi, perangkat keras komputer, bahasa program, dan data konstruksi. Setiap data, informasi atau pengetahuan yang dirasakan

dalam format visual apapun, melalui setiap mekanisme distribusi multimedia, dianggap bagian dari teknologi informasi. Teknologi informasi memfasilitasi bisnis dalam empat set layanan inti untuk membantu menjalankan strategi bisnis: proses bisnis otomatisasi, memberikan informasi, menghubungkan dengan pelanggan, dan alat-alat produktivitas. Tantangan dalam bidang teknologi informasi sangat banyak seperti memecahkan suatu masalah, membuka kreativitas, meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan pekerjaan.

Era digital harus disikapi dengan serius, menguasai, dan mengendalikan peran teknologi dengan baik agar era digital membawa manfaat bagi kehidupan. Pendidikan harus menjadi media utama untuk memahami, mengusai, dan memperlakukan teknologi dengan baik dan benar. Anak-anak dan remaja harus dipahamkan dengan era digital ini baik manfaat maupun madlaratnya. Orang tua harus pula dipahamkan agar dapat mengontrol sikap anak-anaknya terhadap teknologi dan memperlakukannya atau menggunakannya dengan baik dan benar. Pengenalan tentang pemanfaatan berbagai aplikasi yang dapat membantu pekerjaan manusia perlu dikaji agar diketahui manfaat dan kegunaannya serta dapat memanfaatkannya secara efektif dan efisien terhindar dari dampak negatif dan berlebihan. Demikian juga pemerintah melakukan kajian mendalam era digital ini dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan atau keamanan serta teknologi informasi.

Merosotnya nilai moral pada generasi muda memang menjadi keprihatinan serius pemerintah dan masyarakat, namun di era serba digital sekarang dengan arus teknologi infomasi yang sulit dibendung menjadikan persoalan tersebut tidak sederhana. Media yang tanpa kontrol dapat dengan mudah mencuci otak anak melalui *game online*. Anak lebih tertarik pada handphone (android-nya) dari pada permainan tradisional, dongeng, dan lagu-lagu anak yang sarat dengan pendidikan. Bahkan iklan barang haram seperti miras dan nakotika dikemas secara menarik bagi anak melalui internet

dalam bentuk game online menambah kompleksitas persoalan moralitas anak.

Keseringan dengan gadget-nya anak bisa menjadi bersikap anti sosial dan kurang percaya diri sebab banyak mengurung diri dalam kamar karena asyik dengan handphone dan game online. Akibatnya dapat menggerus nilai kepekaan sosial, kepedulian, dan empati pada sesama. Karakter egoisme dan keras kepala bisa merasuki anak jika terlalu sering berinteraksi dengan *game online*. Apalagi unsur kekerasan dan sadisme sering menjadi game favorit anak, tentunya hal itu secara tak sadar anak akan meniru aksi pada game dan mengaplikasikannya pada dunia nyata saat bergaul dengan teman dan keluarganya.

Pendidikan dan penerapan agama dalam keluarga memegang peranan penting dalam *parenting immun*. Seperti memberlakukan waktu beribadah, waktu belajar, dan waktu santai secara proporsional. Dalam hal ini orang tua disini harus tegas bila mengenai pendidikan agama atau akidah anak dan tak bisa ditolelir bila anak menolak misalnya untuk mengaji dan beribadah. Penanaman pendidikan akidah dan akhlak harus disertai contoh konkret yang bisa mereka saksikan dan masuk pemikiran anak, sehingga penghayatan mereka didasari dengan kesadaran rasional. Melalui pengalaman yang utuh melalui pengamatan, mendapat penjelasan, dan mengalaminya maka menjadi mudah dalam menanamkan nilai akhlak dan karakter. Orang tua adalah tokoh idola dikeluarga sosok pahlawan yang penuh kasih sayang. Dengan demikian upaya untuk menghasilkan generasi emas akan dengan mudah dilaksanakan.

2. Pengaruh Media Digital bagi Peradaban Manusia

Saat ini, film-film sinema terkenal dan terlaris memiliki puluhan juta penonton di seluruh penjuru dunia, maka tak aneh jika dilakukan riset dan pengkajian terhadap dampak media massa terhadap opini masyarakat. Sebagian masyarakat memposisikan media massa sebagai alat hiburan. Mereka menghidupkan televisi

terkadang hanya ingin menyaksikan pertandingan olahraga, serial komedi rutin tiap malam, atau hanya ingin mendapatkan informasi kondisi cuaca. Sebagian lain membeli koran hanya untuk membaca berbagai iklan dan berita olahraga atau ulasan terkait kehidupan para aktor sinema yang dimuat di dalamnya. Ada juga dari mereka yang memanfaatkan radio hanya untuk mendengarkan musik kesukaannya atau selama berjam-jam menggunakan komputer pribadi untuk bermain game. Biasanya, masyarakat seperti ini tidak mengkhawatirkan akan dampak negatif dari media terhadap perubahan prilaku dan budayanya. Jika mereka memprotes media, terkadang hanya karena tidak menemukan acara yang disukai di antara berbagai acara yang disajikan.

Namun, banyak pakar yang mengkhawatirkan akan dampak media massa terhadap opini dan budaya masyarakat. Mereka menilai banyak media yang merugikan dan dampak negatifnya lebih besar dibandingkan manfaat yang diperoleh, karena isi acara dan rubrik yang disajikan baik di media cetak, visual atau audio visual mempromosikan berbagai hal yang kontroversial atau membawa misi tertentu. Para ahli itu menggambarkan media sebagai aktor utama panggung politik dan budaya, dan menilainya sebagai ancaman terhadap budaya itu sendiri.

Adanya keragaman persepsi dan pendapat yang berbeda mungkin akan menyebabkan keraguan bagi masyarakat apakah benar media mempunyai dampak negatif sedemikian parahnya. Untuk menjawab keraguan ini, kita perlu merujuk kembali ke berbagai peristiwa di masa lalu. Sekitar 2000 generasi sebelumnya, yaitu pada masa ketika nenek moyang kita belum menggunakan bahasa seperti saat ini, mereka hanya mampu berucap dan tahap demi tahap mulai menciptakan bahasa. Terciptanya bahasa merupakan perubahan besar pertama dalam hal komunikasi. Langkah selanjutnya adalah penyimpanan dan penyebaran informasi melalui bahasa itu, sehingga muncul apa yang disebut “media”. Terciptanya

huruf Abjad, penulisan, penerbitan, pembuatan film, komputer dan internet merupakan tahap-tahap penting terkait hal itu.

Hubungan masyarakat antara satu dan lainnya dengan fasilitas tersebut semakin meningkat dan bervariasi. Para kritikus media meyakini bahwa dunia media saat ini tidak lagi menjaga standar dan aturan dalam membangun komunikasi dan hanya bersandar pada kerangka agenda, penulisan dan ucapan, serta tidak memperhatikan isinya. Hal ini menyebabkan munculnya ide-ide semisal "*Global Village*" atau "Integrasi Budaya", di mana media digunakan untuk membantu menghapus keanekaragaman budaya di tingkat internasional.

a. Pada dekade 1920-an muncul protes terhadap media, yaitu ketika lembaga "*Payne*" mengkaji masalah dampak sinema terhadap anak-anak dan mempublikasikannya. Riset tersebut berkembang luas, bahkan telah meneliti pengaruh sinema dan televisi terhadap perubahan budaya.
b. Pada dekade 1960-an, Marshall McLuhan, seorang pakar media massa dari Kanada, mengatakan bahwa komunikasi yang mudah dan cepat telah menghubungkan manusia antara satu dan lainnya, bahkan hubungan internasional telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Sebenarnya, tema perkataan McLuhan didasarkan pada penghapusan keragaman budaya dan penyatuan masyarakat berlandaskan pada satu budaya tertentu. Mungkin pada awalnya, pandangan McLuhan dinilai positif, namun ternyata sebaliknya, perluasan pandangan itu telah merugikan budaya masyarakat.

Albert Bandura, seorang psikolog yang lahir pada tanggal 4 Desember 1925, di Mundare, Alberta, Kanada dan dikenal sebagai pencetus teori pembelajaran sosial dan teori self-efficacy. Bandura memamaparkan terorinya yang dikenal dengan "*Social Learning Theory*". Tahap awal penelitian Bandura menganalisa dasar-dasar belajar manusia dan kecenderungan anak-anak dan orang dewasa meniru perilaku yang diamati pada orang lain, khususnya agresi.

Teori pembelajaran sosial adalah teori perilaku paling relevan dengan kriminologi. Albert Bandura percaya bahwa agresi dipelajari melalui proses yang disebut pemodelan perilaku. Bandura berpendapat bahwa individu, terutama anak-anak belajar merespon secara agresif ketika mengamati orang lain, baik secara pribadi atau melalui media dan lingkungan. Pada percobaan boneka Bobo, anak-anak meniru agresi orang dewasa karena mendapat penghargaan. Bandura berpendapat bahwa agresi pada anak-anak dipengaruhi oleh penguatan anggota keluarga, media, dan lingkungan.

Berdasarkan teori Bandura, masyarakat cenderung mengambil contoh dan model dari apa yang disajikan di media, sehinga akan terjadi perubahan besar di tingkat sosial dan budaya mereka. Perilaku dan cara berbicara, berpakaian, berjalan dan segala bentuk perbuatan lainnya biasanya ditiru dari media audio visual seperti televisi dan sinema. Pemodelan semacam ini terkadang sangat halus sehingga pelaku tidak sadar bahwa apa yang dilakukannya bukan sikap dirinya yang sesungguhnya.

Tentu saja, kajian terkait dampak media terhadap budaya masyarakat tidak terbatas pada pandangan-pandangan di atas. Setiap manusia dari awal lahir berada di bawah pendidikan keluarga, orang-orang sekitar dan sahabat-sahabatnya. Tetapi peran media dewasa ini sangat penting. Pendidikan masyarakat, khususnya generasi muda dan anak-anak yang didapat melalui media akan menentukan sikap mereka dalam menjalani kehidupan sosial. Sebagai contoh, sebuah drama keluarga yang menceritakan tentang seseorang yang sedang menghadapi masalah serius akan berdampak langsung terhadap pemirsa dalam menyikapi masa depannya.

Riset membuktikan bahwa media mampu menarik audien untuk mengikuti pendidikan yang diinginkan dan dengan halus menyeret mereka ke suatu bentuk kehidupan masyarakat yang dikehendaki. Oleh karena itu, pendidikan secara langsung melalui media adalah salah satu cara media mengubah budaya tertentu. Selain itu, untuk menarik audien, media juga menggunakan berbagai cara seperti

penggunaan kata-kata yang menarik, musik, warna dan ratusan hal lainnya yang dapat memperkuat strategi media untuk mengubah budaya.

Namun, topik terpenting masalah ini adalah terancamnya budaya dan bahasa lokal yang semakin terkikis, di mana hanya dipraktikkan oleh komunitas kecil dan ada di sejumlah titik di dunia saja. Media-media Eropa dengan berbagai cara mengenalkan budaya dan bahasa Barat, seperti bahasa Inggris kepada masyarakat internasional dan menggiring mereka supaya ber-opini bahwa budaya dan bahasa barat lebih baik daripada budaya dan bahasa mereka. Sebagaimana dikemukakan di atas bahwa revolusi modern mendorong masyarakat ke arah modernisasi dalam aspek-aspek organisasi dan simbolis. Seluruh masyarakat pasca revolusioner mengalami pertumbuhan diferensiasi struktural dan spesialisasi dengan berdirinya kerangka keorganisasian universalistis; perkembangan ekonomi pasar industrial atau semi industrial; perkembangan sistem stratifikasi non-tradisional dan mobilitas yang relatif terbuka dimana kriteria *achievment* secara umum dan kriteria ekonomi, pekerjaan dan pendidikan khususnya, menjadi unsur yang dominan; dan timbulnya sistem politik terpusat dan sangat birokratis. Dalam pada itu, komunikasi melalui media massa baik media cetak maupun elektronik, memberikan peranan yang cukup penting dalam suatu perubahan sosial budaya politik.

Naisbitt (1984) dan Alfin Toffler (1987) mempopulerkan istilah masyarakat informasi (Information society) sebagai masyarakat modern produk dari modernisasi. Menurutnya, masyarakat informasi adalah masyarakat dengan peradaban yang dicirikan oleh penggunaan elekttronika, komputer, robot, optik, komunikasi dan informasi sampai ke genetika, energi alternatif, dan manufaktur ruang angkasa serta perekayasaan ekologis, yang kesemuanya itu merefleksikan loncatan kualitatif pengetahuan manusia yang dewasa ini sedang diterjemahkan ke dalam penerapan sistem perekonomian.

Sejalan dengan gerak lajunya modernisasi, sarana komunikasi dalam hal ini komunikasi media massa perlu mendapat perhatian yang serius. Perencanaan dalam bidang komunikasi baik yang menyangkut software maupun hardware harus sejalan dengan gerak pembangunan. Hal tersebut dapat dipahami karena komunikasi selain merupakan sarana untuk mengemukakan pendapat sehubungan dengan ide-ide pembaharuan, juga sebagai mediator yang efektif dalam menjembatani pemerintahan dengan masyarakatnya. Sehubungan dengan hal tersebut, teori norma budaya melihat cara-cara media massa memengaruhi perilaku sebagai suatu produk budaya. Pada hakekatnya, teori norma-norma budaya menganggap bahwa media massa melalui pesan-pesan yang disampaikannya dengan cara-cara tertentu dapat menumbuhkan kesan-kesan yang oleh *audience* disesuaikan dengan norma-norma budayanya. Perilaku individu umumnya didasarkan pada norma-norma budaya yang disesuaikan dengan situasi yang dihadapinya, dalam hal ini media akan bekerja secara tidak langsung untuk memengaruhi sikap individu tersebut.

Paling sedikit tiga cara yang dapat ditempuh oleh media massa untuk memengaruhi norma-norma budaya. Pengaruhnya ini bisa memberikan pemaknaan baru dan juga bisa memberikan pengaruhnya yang luas kepada masyarakat. Adapun 3 (tiga) nilai dalam proses penerimaan norma-norma sosial.

a. Pertama, pesan-pesan komunikasi massa dapat memperkokoh pola-pola budaya yang berlaku serta membimbing masyarakat agar yakin bahwa pola-pola tersebut masih tetap berlaku dan dipatuhi masyarakat.
b. Kedua, media dapat menciptakan pola-pola budaya baru yang secara umum tidak bertentangan dengan budaya yang ada, bahkan menyempurnakannya.
c. Ketiga, media massa dapat mengubah norma-norma budaya yang berlaku dengan perilaku individu-individu dalam masyarakat diubah sama sekali.

Mengenai besarnya pengaruh media terhadap norma-norma budaya memang masih harus lebih banyak dibuktikan lewat penulisan-penelitian yang intensif. Menurut Lazarsfeld dan Merton, media sebenarnya hanya berpengaruh dalam memperkokoh norma-norma yang berlaku, tetapi tidak membentuk norma budaya baru. Mereka beranggapan bahwa media bekerja secara konservasif dan hanya menyesuaikan diri dengan norma budaya masyarakat seperti selera atau nilai-nilai, sehingga mereka tidak membentuk norma budaya baru melainkan memperkuat "*status quo*" belaka.

Dalam keadaan tertentu media massa memang mampu menumbuhkan norma-norma budaya baru. Misalnya kebiasaan membaca yang berkembang dengan pesat akibat penyebaran surat kabar, minat menikmati siaran radio bertambah besar akibat perluasan jaringan radio sampai ke pelosok desa. Selain itu, penampilan televisi memberikan suasana baru bagi interaksi keluarga yang memanfaatkannya sebagai sarana hiburan di dalam keluarga. Persoalan yang muncul kemudian, apakah media massa mempunyai pengaruh terhadap perubahan perilaku yang telah mapan. Hal tersebut merupakan persoalan yang tidak sederhana. Banyak anggapan yang menyangkal kenyataan bahwa media massa cukup potensial dalam merubah perilaku yang telah mapan. Misalnya, kampanye imunisasi bebas polio melalui media televisi yang dilakukan oleh Rano Karno dan kawan-kawan cukup efektif menyentuh masyarakat dalam mensukseskan gerakan imunisasi bebas polio dari pemerintah.

Kampanye-kampanye gerakan cinta damai yang dilakukan oleh kelompok anak bangsa, memberikan pengaruh psikologis terhadap masyarakat. Kondisi demikian menunjukkan bahwa media massa dapat mengukuhkan norma-norma budaya dengan informasi-informasi yang disampaikan setiap hari. Selain itu, media massa dapat mengaktifkan perilaku tertentu apabila informasi yang disampaikannya sesuai dengan kebutuhan individu serta tidak bertentangan dengan budaya yang ada di masyarakat. Media

massa bahkan dapat menumbuhkan norma budaya baru dalam perilaku selama norma tersebut tidak dihalangi oleh hambatan-hambatan sosial budaya. Sebagai contoh, penayangan berbagai iklan dengan berbagai bentuknya mendorong masyarakat ke arah konsumtif. Namun ketika media massa menyuguhkan informasi yang bertentangan dengan norma-norma yang ada di masyarakat, maka masyarakat akan segera memberikan berbagai reaksi yang membawa kepada konflik antara pro dan kontra. Sebagai contoh, dewasa ini media massa cetak sedang dihebohkan oleh masalah penayangan pornografi.

Hal tersebut cukup menghebohkan masyarakat, walaupun dengan dalih kebebasan apa pun penayangan pornografi belum dapat diterima oleh masyarakat Indonesia. Keraguan yang masih timbul dikalangan para ahli adalah yang menyangkut persoalan benarkah bahwa tanpa bantuan atau dukungan faktor-faktor lain media massa mampu merangsang perubahan. Dengan perkataan lain media massa tidak memengaruhi secara mendalam norma-norma yang telah melembaga. Kesimpulan ini, sebagaimana persoalaan-persoalaan lainnya mengenai pengaruh media bersifat tentatif dan dapat berubah sesuai dengan pembuktian-pembuktian data.

Menurut teori persuasi, cara-cara komunikasi massa dalam memengaruhi perilaku individu telah menumbuhkan usaha-usaha lain untuk menyusun konsep yang berhubungan dengan manipulasi informasi melalui pesan-pesan komunikasi. Berdasarkan teori ini, pesan-pesan komunikasi akan efektif dalam persuasi apabila memiliki kemampuan berubah secara psikologis minat atau perhatian individu dengan cara sedemikian rupa sehingga individu menanggapi pesan-pesan komunikasi sesuai dengan kehendak komunikator. Dengan kata lain, kunci keberhasilan persuasif terletak pada kemampuan memodifikasi struktur psikologis internal dari individu sehingga hubungan psikodinamik antara proses internal dengan prilaku yang diwujudkan akan sesuai dengan kehendak komunikator. Sebagai contoh, dalam kampanye partai politik yang

belakangan ini marak, dapat kita lihat dan rasakan dengan jelas bagaimana upaya para elit politik dari berbagai partai berlomba-lomba meraih perhatian masyarakat melalui berbagai saluran media massa, baik media elektronik maupun media cetak. Selain itu, dunia periklanan dengan berbagai bentuk dan coraknya menawarkan produknya kepada masyarakat yang dibarengi dengan hadiah-hadiah yang cukup menggiurkan. Kesemuanya itu merupakan upaya-upaya persuasif melalui manipulasi informasi sedemikian rupa untuk meraih simpati masyarakatnya agar masyarakat dapat memilih atau membeli apa yang ditawarkan. Demikian pula halnya dengan pembangunan. Pesan-pesan pembangunan tidak sedikit yang disalurkan kepada masyarakat melalui berbagai media massa, agar masyarakat menerima dan mendukung gerak pembangunan dalam setiap aspek kehidupan yang telah diprogramkan oleh pemerintah.

KOMUNIKASI DAN PERUBAHAN SOSIAL

Komunikasi dari waktu ke waktu memang selalu ada dalam aspek kehidupan manusia atau sebaliknya semua aspek kehidupan manusia bersentuhan dengan komunikasi. Komunikasi akan selalu ada di manapun dan kapanpun serta dalam kondisi apapun juga yang selalu mengalami berbagai perubahan. Dalam komunikasi dikatakan bahwa komunikasi merupakan kegiatan dalam menyampaikan pesan, informasi, ide, pemikiran dan lainya melalui perantara yang memiliki makna untuk mengubah sikap dan perilaku orang lain. Pemahaman itu menempatkan komunikasi sebagai kontrol sosial, dalam prosesnya seseorang (komunikator) menyampaikan berbagai rangsangan untuk mengubah pola pikir dan pola tingkah laku sehari-hari.

Kaitannya dengan perubahan sesungguhnya esensi komunikasi sebagai penyampai pesan informasi yang memiliki fungsi komunikasi sebagai integrator sosial atau perekat hidup bersama. Melalui fungsi ini pengaruh komunikasi akan menciptakan kebersamaan arti dan dapat menimbulkan perubahan pada semua pihak yang berkomunikasi. Kondisi semacam ini adanya proses saling membagi atau menggunakan informasi secara bersama dengan merumuskan komunikasi sebagai interaksi sosial antara para peserta dalam proses informasi.

Merumuskan komunikasi dalam era perubahan memelukan pemahaman yang serius, mengingat sifat perubahan sangat pluralitas

dan heterogenitas secara sosial, budaya, agama, dan lainnya. Untuk itu dapat dikemukakan rumusan komunikasi dalam era perubahan setidaknya harus mempertimbangkan dua hal sebagai berikut yaitu: pertama, melihat atau memperhatikan keragaman akar budaya masyarakat; kedua, mengacu pada misi masyarakat yang hendak dicapai secara keseluruhan.

Selanjutnya yang harus dipikirkan adalah teknik-teknik komunikasi strategis yang merupakan kebutuhan mendasar manakala dihubungkan dengan perubahan sosial. Saat seperti inilah teknik-teknik komunikasi strategi harus mendapat perhatian besar dan begitu penting bagi suatu perubahan sosial. Perubahan sosial disusun sebagai usaha untuk menuntun dan membantu masyarakat agar mampu memikirkan dan mengarahkan pada strategi untuk mencapai kondisi sosial yang diinginkan bersama. Merupakan kosekuensi logis dari kemajuan IPTEK membawa kemajuan disegala aspek kehidupan, termasuk di dalamnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Hal itu dapat dirasakan dalam kehidupan sehari-hari bahwa teknologi komunikasi yang semakin canggih dan terpercaya telah berhasil menjamah seluruh potensi sumber daya alam dan manusia. Dimensi ini membawa perubahan besar dalam bidang sosial, budaya, dan lainnya. Kemajuan itupun tidak hanya berciri vertical, tetapi juga berdimensi horizontal. Menurut Alvin Toffler, memang dunia sekarang sedang digetarkan oleh kemajuan teknologi komunikasi yang semakin tinggi mutunya. Jarak yang semakin jauh lebih tepat, mudah, dan lebih banyak khalayak yang dijangkau untuk menerima pesan.

Kenyataan di atas memberikan pemahaman bahwa memang manusia benar-benar sangat membutuhkan komunikasi di mana, kapan saja, dalam kondisi apapun juga. Contoh seperti pada perubahan sosial, nampaknya sangat membutuhkan komunikasi untuk pengembangan masyarakat ke arah yang lebih baik. Era perubahan sosial diperlukan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan, keahlian atau kompetensi di bidangnya masing-

masing. Perubahan Sosial adalah proses sosial yang dialami oleh anggota masyarakat serta semua unsur-unsur budaya dan sistem-sistem sosial, di mana semua tingkat kehidupan masyarakat secara sukarela atau dipengaruhi oleh unsur-unsur eksternal meninggalkan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial lama kemudian menyesuaikan diri atau menggunakan pola-pola kehidupan, budaya, dan sistem sosial yang baru. Lebih lanjut Bungin menjelaskan bahwa Perubahan sosial menyangkut aspek-aspek sebagai berikut:

1. Perubahan pola pikir dan sikap masyarakat menyangkut persoalan sikap masyarakat terhadap berbagai persoalan sosial dan budaya di sekitarnya yang berakibat terhadap pemerataan pola-pola pikir baru yang dianut oleh masyarakat sebagai sebuah sikap yang modern. Contoh, sikap masyarakat terhadap pekerjaan bahwa konsep dan pola pikir lama tentang pekerjaan adalah sektor formal (menjadi PNS), sehingga konsep pekerjaan dibagi menjadi dua yaitu sektor formal dan informal. Saat ini terjadi perubahan terhadap konsep kerja lama di mana pekerjaan konsep tidak sebagai sektor formal (menjadi PNS), akan tetapi dikonsepkan sebagai sektor yang menghasilkan pendapatan maksimal. Dengan demikian maka bekerja tidak saja di sektor formal, akan tetapi di mana saja yang penting menghasilkan uang yang maksimal, seperti sektor swasta, perusahaan, atau proyek-proyek tertentu.
2. Perubahan perilaku masyarakat yang menyangkut persoalan perubahan sistem-sistem sosial, di mana masyarakat meninggalkan sistem sosial lama dan menjalakan sistem sosial baru. Seperti perubahan perilaku pengukuran kinerja suatu lembaga atau instansi. Apabila pada sistem lama, ukuran-ukuran kinerja hanya dilihat dari aspek out put dan proses, tanpa harus mengukur sampai di mana out put dan proses itu dicapai. Maka pada sistem sosial yang baru sebuah lembaga

atau instansi diukur sampai pada tingkat out put dan proses yang menggunakan standar sertifikasi tertentu.

3. Perubahan budaya materi menyangkut perubahan model budaya yang digunakan oleh masyarakat, seperti model pakaian, teknologi, asesoris rumah tangga, dan lainnya yang terus berubah dari waktu ke waktu menyesuaikan kebutuhan masyarakat.

Ini semua membutuhkan proses pembelajaran dan porses yang panjang serta memerlukan waktu yang lama. Untuk mencapai keberhasilan itu memerlukan adanya kegiatan komunikasi. Ini tidak akan berjalan tanpa komunikasi seperti antara guru dengan murid yang disiapkan untuk menjadi individu yang berkualitas. Dengan demikian sudah menjadi keharusan secara menyeluruh bahwa pengaruh komunikasi dalam pembangunan individu sangatlah besar. Sebab tanpa komunikasi seorang individu akan mengalami kesulitan dalam mengkadernya menjadi individu yang layak dibutuhkan dalam mengarahkan perubahan sosial menuju kondisi yang lebih positif.

Kata komunikasi dapat dipahami berasal dari bahasa Inggris yaitu communication yang berasal dari kata latin yaitu communis yang bermakna sama (*common*). Jika kita melakukan komunikasi, baik secara pribadi, kelompok, verbal ataupun non-verbal bias berlangsung dalam prosesnya, harus adanya kesamaan makna dan sistem isyarat yang sama. Senada dengan itu Devito menjelaskan bahwa di dalam komunikasi dengan orang lain jika sistem bahasanya berbeda, maka komunikasi itu tidak akan efektif dan tidak bermakna. Demikian juga menurut Alexander Gode bahwa komunikasi itu adalah adanya suatu proses dapat menciptakan kebersamaan antara dua orang atau lebih yang awalnya dimonopoli oleh seseorang atau beberapa orang.

Demikianpula dalam proses perubahan sosial harus diupayakan adanya proses penyesuaian bersama antara ide/ pesan yang dimiliki komunikator dengan penerima informasi. Hal ini berarti

para penentu kebijakan memberikan informasi, pikiran, ide, dan gagasan; bukan saja sekedar mengerti apa yang dikatakan, tetapi harus benar-benar memahami kondisi atau latar belakang budaya penerima kebijakan. Scramm dalam Edy Sudaryanto merumuskan tugas pokok komunikasi dalam suatu perubahan sosial dalam rangka pembangunan yaitu: (1) Menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang pentingnya perubahan. (2) Memberikan kesempatan pada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif. (3) Mendidik tenaga kerja yang diperlukan dalam pembangunan.

Dalam proses komunikasi terdapat beberapa elemen yaitu source, message, channel, reciver, dan effect. Bagi source sebelum menyempaikan pesan terlebih dahulu menyendi (incode) message (pesan) ke dalam suatu pengertian. Dalam hal ini penentu kebijakan (komunikator) dalam menyampaikan arahannya harus dapat mempertimbangkan kondisi penerima kebijakan. Dengan demikian diharapkan materi-materi arahannya disesuaikan dengan tingkat akal pengetahuan sipenerima kebijakan (komunikan) agar lebih mudah dipahami makna yang terkandung di dalamnya. Di samping itu juga penerima kebijakan menyandi kembali terhadap materi-materi yang disampaikan oleh penentu kebijakan. Dengan demikian akan terjadi efek atau umpak balik yang diinginkan oleh penentu kebijakan.

Manakala proses seperti di atas dapat berjalan secara baik dan ajek serta terus menerus dalam setiap komunikasi, dapat dikatakan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh siapapun termasuk oleh penentu dan penerima kebijakan akan memperoleh hasil yang memuaskan. Nampaknya permasalahan ini tidak semudah kita membayangkannya, banyak sekali faktor-faktor yang memengaruhinya. Namun demikian jangan ragu dan putus asa terus saja belajar untuk menggali persyaratan yang dapat memperlancar dalam komunikasi.

Proses komunikasi di atas dapat dijelaskan hubungannya dengan proses perubahan sosial. Mengkomunikasikan arah strategi

kebijakan dapat dilakukan melalui lisan dan tulisan pada orang lain untuk dapat memahami dan memecahkan permasalahan. Menurut Veithzal Rivai dalam buku "Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik" menjelaskan bahwa komunikasi dalam praktiknya terdapat empat arus untuk membangun sumber daya manusia pada suatu perusahaan yaitu:

a. Komunikasi vertikal ke bawah. Komunikasi model ini di mana merupakan wahana bagi menejemen untuk menyampaikan beberapa informasi kepada bawahannya seperti perintah, intruksi, kebijakan baru, pengarahan, pedoman kerja, nasehat, dan teguran.
b. Komunikasi vertikal ke atas. Komunikasi model ini di mana para anggota dalam perusahaan ingin selalu didengar keluhan-keluhan atau inspirasi mereka oleh para atasannya.
c. Komunikasi horizontal. Komunikasi model ini berlangsung antara orang-orang yang berada pada level yang sama dalam sebuah perusahaan. Komunikasi model ini cenderung mengarah pada "mengandai-andai" dari orang-orang seperusahaan tersebut. Artinya jika ada kelompok karyawan misalnya, berkeinginan menaikkan upah atau gaji, maka keinginan itu hanyalah sebatas rencana saja.
d. Komunikasi diagonal. Komunikasi model ini berlangsung antara dua satuan kerja yang berada pada jenjang perusahaan yang berbeda, tetapi pada perusahaan yang sejenis. Contoh terjadi komunikasi antar Direktur Produksi pada perusahaan sejenis yang berkaitan dengan produksi yang dihasilkan oleh perusahaan masing-masing, sehingga dapat meningkatkan kualitas ataupun dalam menghadapi persaingan terhadap produk sejenis dari luar negeri.

Berikutnya yang perlu diperhatikan adalah adanya kegagalan komunikasi dan akibat buruk yang ditimbulkan. Menurut Deddy Mulyana bahwa kegagalan berkomunikasi sering menimbulkan

kesalahan dalam pemahaman dan akibatnya kerugian bahkan mala petaka. Resiko tersebut tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga pada tingkat lembaga, komunitas, dan bahkan Negara. Adanya kesenjangan komunikasi antara pihak menejemen dan karyawan lambat laun tidak mempercayai tujuan dan niat yang baik, sehingga terjadi gap kepercayaan yang semakin menganga antara keduanya. Kesenjangan ini terjadi dikarenakan adanya perbedaan sudut pandang dan adanya perasaan perlakuan yang tidak adil dan tidak pernah dikomunikasikan sebelumnya. Di samping itu terkadang belum menyadari adanya betapa pentingnya melakukan komunikasi dan juga mungkin akibat merasa dirinya yang lebih penting dari yang lainnya. Daripada itu untuk suksesnya komunikasi, perlu diperhatikan beberapa faktor lain yang memengaruhinya yaitu:

a. Jabatan, level jabatan sedikit banyak memengaruhi kelancaran komunikasi di antara berbagai pihak. Bagi yang memiliki jabatan yang lebih tinggi malu jika harus berkomunikasi dengan bawahannya, demikian pula bawahan merasa canggung untuk berkomunikasi dengan atasannya.
b. Tempat, ruang kerja yang terpisah (yang mungkin jauh) akan memengaruhi komunikasi, baik antarkaryawan yang selevel maupun antara atasan dengan bawahan.
c. Alat komunikasi, alat komunikasi sangat besar pengaruhnya dalam menciptakan dalam berkomunikasi. Akan tetapi saat ini masalah alat sesungguhnya bukan penghalang lagi karena telah ada alat komunikasi seperti Hand Phone.
d. Kepadatan kerja, kesibukan kerja yang dihadapi dari waktu ke waktu merupakan penghambat komunikasi, terutama di kota besar dengan volume kerja yang padat dan memerlukan ekstra hati-hati. Di sini jangankan untuk berkomunikasi, bahkan terkadang untuk makan pun tidak sempat.

Dalam pembangunan SDM, proses komunikasi terjadi antara penentu kebijakan yaitu pengkader dan penerima kebijakan yaitu

yang dikader. Pengkader itu adalah komunikator dan yang dikader adalah komunikannya, yang disampaikannya adalah materi-materi pengembangan itu sendiri, cara penyampaiannya mungkin ada yang menggunakan alat atau media sebagai penunjang penyampaian ilmu tersebut dan sebagai hasilnya atau efeknya si komunikan atau yang dikader dapat mengerti apa yang disampaikan komunikator atau pengkader tersebur dan agar dapat meningkatkan SDM.

Setiap komunikasi yang dilakukan oleh manusia memiliki teknik tersendiri termasuk pada komunikasi dalam perubahan sosial. Teknik adalah cara untuk menunjukkan atau menyampaikan informasi pada orang lain agar dapat dipahami secara baik dan maksimal. Teknik dapat dikatakan sebagai pendekatan secara sederhana tentang kenyataan yang ada. Teknik-teknik dalam komunikasi merupakan suatu penggambaran dari struktur atau proses komunikasi secara sederhana. Oleh karena itu teknik komunikasi manapun yang ada adalah selalu lebih sederhana dibandingkan dengan kenyataan komunikasi yang dilakukannya.

Teknik-teknik komunikasi sebagaimana dipahami dalam berbagai literatur komunikasi secara umum terdapat berbagai macam teknik. Berikut ini akan dibahas secara berturut-turut mengenai teknik-teknik komunikasi yang akan diterapkan dalam perubahan sosial. Menurut Onong Uhjana Effendy dalam Lihap Sari menjelaskan berdasarkan ketrampilan berkomunikasi yang dapat dilakukan oleh komunikator teknik komunikasi dapat digolongkan antara lain:

a. Teknik Komunikasi Informatif.
b. Teknik Komunikasi Persuasif.
c. Teknik Komunikasi Pervasif.
d. Teknik Komunikasi Koersif.
e. Teknik Komunikasi Instruktif.
f. Teknik Hubungan Manusiawi (*Human Relations*).

Untuk memperoleh hasil yang sesuai dengan ketetapan sebagaimana mestinya, suatu teknik komunikasi dalam perubahan sosial harus menjadi perhatian, penjelasannya sebagai berikut:

a. Teknik Komunikasi Informatif. Teknik Komunikasi Informatif adalah suatu keterampilan berkomunikasi dengan menyampaikan berbagai tanda informasi baik yang bersifat verbal, non-verbal maupun paralinguistik. Menyampaikan informasi kepada masyarakat tentang perubahan sosial, agar masyarakat dapat: memusatkan perhatian akan kebutuhan perubahan, cara mengadakan perubahan, dan dapat menyiapkan sarana-sarana perubahan. Melalui informasi masyarakat memperoleh kesempatan untuk mengambil bagian secara aktif dan memperoleh pengetahuan yang diperlukan dalam menghadapi perubahan. Tanpa informasi sangatlah sulit untuk dapat mengakses secara cepat dan tepat segala sesuatu yang bermanfaat dari adanya perubahan sosial.

b. Teknik Komunikasi Persuasif. Teknik komunikasi persuasif adalah cara menyampaikan pesan pada orang lain dengan memperhatikan aspek psikologis, cara ini mendasarkan pada kesadaran pribadi dan menjauhi adanya paksaan. Menyampaikan pesan seperti ini merupakan hal yang mendasarkan pada kesesuaian kondisi atau latar belakang yang dihadapi. Yang penting untuk dipahami bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan memperoleh hasil yang diinginkan sesuai dengan pengalaman yang ada. Komunikasi persuasif akan terjadi umpan balik tanya jawab mengenai persoalan perubahan sosial. Dengan demikian masyarakat akan memperoleh gambaran yang utuh atau menyeluruh mengenai arti pentingnya perubahan sosial dalam kehidupan manusia.

c. Teknik Komunikasi Pervasif. Teknik komunikasi pervasive adalah cara menyampaikan pesan pada orang lain dengan berulang-ulang, sehingga sedikit demi sedikit akan merember pada bawah sadar yang pada akhirnya akan membentuk

sikap dan kepribadiannya. Melalui teknik ini seseorang akan memperoleh pemahaman tentang perubahan sosial dimaknakan sebagai pemahaman yang akurat, karena diinformasikannya secara berulng-ulang.

d. Teknik Komunikasi Koersif. Teknik komunikasi koersif adalah teknik komunikasi yang berlawanan dengan teknik komunikasi persuasif yaitu penyampaikan pesan komunikasi pada orang lain dengan cara memaksa orang untuk berbuat sehingga menimbulkan rasa ketakutan dan rasa tunduk serta patuh. Dengan cara ini manusia dipaksa untuk siap-siap menerima adanya perubahan yang membawa efek positif dan negatif. Seiring itu masyarakat dipaksa untuk memahami dan mempersiapkan diri dengan bekal ilmu pengetahuan sehingga perubahan sosial tetap membawa perubahan yang baik bagi kehidupan umat manusia.

e. Teknik Komunikasi Instruktif. Teknik komunikasi instruktif adalah penyampaian pesan komunikasi dikemas sedemikian rupa sehingga pesan itu dipahami sebagai perintah yang harus dilaksanakan. Teknik ini agar dilaksanakan oleh audien terlebih dahulu dikondisikan agar segala sesuatu itu diperlukan. Komunikasi jenis ini diterapkan karena sifatnya sesegera mungkin harus dilaksanakan dan manakala tidak segera dilakukan akan membawa efek buruk bagi kehidupan. Manakala manusia ingin mengalami kejauan maka dengan segera mengikuti dan mentaati adanya perubahan sosial pembangunan.

f. Teknik Hubungan Manusiawi (*Human Relations*). Yang dimaksud dengan teknik komunikasi hubungan manusiawi adalah kemasan informasi yang disampaikan dengan mendasarkan aspek psikologis secara tatap muka untuk merubah sikap, perilaku dan kehidupan sehingga menimbulkan rasa kepuasan kepada berbagai pihak. Jenis teknik ini bila dikaitkan dengan perubahan sosial tertama melakukan pendekatan para

tokoh sehingga menimbulkan pemahaman yang mendukung pada adanya perubahan tersebut. Kemudian diharapkan para tokoh itu dapat mensosialisasikan pada orang lain atau para pengikutnya dengan caranya sendiri.

TEKNOLOGI KOMUNIKASI DAN SOCIETY 5.0

1. Perkembangan Teknologi Komunikasi

O'Brien,1996 dalam Bungin (2006) mengatakan bahwa perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi, yang dapat dilihat dari beberapa unsur sebagai berikut:

a. Struktur Masyarakat
b. Strategi Komunikasi
c. Proses Sosial
d. Masyarakat dan Budaya
e. Lingkungan Sosioteknologi

Kelima komponen itu berinteraksi dalam proses sosial, satu dan lainnya saling berinteraksi dan memengaruhi di mana setiap komponen memiliki visi masing-masing yang saling bersinergi serta menghasilkan output proses sosial sebagaimana diharapkan oleh seluruh stakeholder sosioteknologi. Sayling Wen membagi media komunikasi menjadi tiga bagian, yaitu:

a. Media Komunikasi Antarpribadi, yaitu: suara, grafik, teks, musik, animasi dan video.
b. Media Penyimpanan, yaitu: buku dan kertas, kamer alat perekam kaset, kamera film proyektor, pita perekan video, disk optikal, disket dan hard disk serta flash disk.

c. Media Transmisi, dapat dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut:

   1). Komunikasi, transmisi dari orang ke orang, dimana pengirim dan penerima adalah spesifik. Seperti: komunikasi berkuda, telegraf dan telepon, teleks dan faksimile (fax), pesawat pager dan sms, surat elektronik (e-mail), telepon video dan telepon seluler (bergerak).

   2). Penyiaran, adalah transmisi dari satu orang ke orang banyak. Seperti: teriakan, papan pengumuman dan tabuhan drum, surat kabar dan majalah, radio, televisi (televisi nirkabel, kabel dan satelit) dan televisi mobil, telepon seluler.

   3). Jaringan (baru berkembang kurang dari 20 tahun), adalah transmisi dari banyak orang ke banyak orang. Seperti: internet, dengan beberapa aplikasi seperti surat elekronik, surat bersuara (voice mail), forum diskusi, sistem percakapan tertulis (cht), konferensi suara, konferensi video dan sistem pertemuan elektronik (GSS)

Sejarah Perkembangan Beberapa Media Massa diawali dengan perkembangan media cetak. Sejarah perkembangan media cetak merupakan pengulangan dari inovasi teknologi. Kompetisi yang kemudian muncul adalah perubahan dalam masyarakat dan pembatasan-pembatasan yang dilakukan pemerintah terhadap media. Sejarah media cetak ini dimulai dari ditemukannya kertas oleh bangsa China hingga ditemukannya mesin pencetak sederhana yang juga dikembangkan oleh bangsa China dan Korea. Babak mesin cetak modern dimulai oleh orag Jermann bernama Gutenberg pada tahun 1455. Adapun peristiwa yang menjadi sejarah dalam perkembangan media cetak sebagai berikut:

a. Revolusi Gutenberg. Teknologi cetak yang dikembangkan oleh Gutenberg membuka awal baru dalam produksi masal dari sebuah terbitan. Buku-buku yang pertama kali diterbitkan adalah kitab suci, buku hymne gereja dan buku doa. Pada tahun

1800-an, dimulai penjualan buku secara meluas sebagai lanjutan dari murahnya harga produksi kertas. Majalah pertama dibuat pada tahun 1700-an dengan menampilkan cerita-cerita fiksi an non fiksi.

b. Awal Media Cetak di Amerika. Media cetak di Amerika juga dimulai dengan pembuatan buku-buku kitab suci dan kumpulan hymne gereja. Percetakan di Ameriak pada tahun 1770-an juga mencetak selebaran politik untuk mendukung perang kemerdekaan melawan Inggris. Majalah dan surat kabar Amerika mulai dicetak pada awal tahun 1700-an. Pada awalnya dibuat untuk kalangan berpendidikan tinggi dan golongan atas. Hal ini juga berkaitan dengan rendahnya tingkat melek huruf di Amerika waktu itu. Perkembangan majalah di Amerika membaik pada pertengahan tanhun 1800-an, didukung oleh sistem pendidikan yang lebih maju dan kemudian meningkatnya skala ekonomi dari produksi cetakan.

c. Penerbitan Modern. Penerbitan buku tumbuh secara substansial pada abad ke-20. Meningkatnya angka melek huruf yang menumbuhkan minat baca mengakibatkan turunya biaya percetakan. Hal ini juga menumbuhkan rumah-rumah penerbitan yang bahkan hingga kini masih tetap berdiri. Buku-buku yang berisi materi-materi yang spesifik juga makin tumbuh. Buku-buku tersebut melayani minat-minat tertentu dari pembacanya yang juga makin berkembang.

d. Tren Teknologi Pada Buku dan Majalah Mesin cetak ditemukan tahun 1455, sedangkan mesin cetak yang cepat dan dapat mencetak dua sisi kertas bersamaan baru ditemukan pada tahun 1846. Selama 400 tahun perkembangan mesin cetak hanya mempercepat waktu percetakan. Teknologi *typesetting* dengan menyusun huruf satu per satu pada bidang pencetak akhirnya digantikan oleh teknologi *lynotype* yang dapat sekaligus menyusun setiap baris bidang cetak secara otomatis. Pencetakan gambar ilustrasi juga baru dimulai pada masa

perang sipil tahun 1861-1865 dan masih menggunakan metode cukil kayu atau cukil logam. Metode litografi dikembangkan di Prancis pada tahun 1860-an yang kemudian menggantikan teknik cukil dengan tangan dengan proses kimiawi. Cetak offset dikenalkan mulai akhir Perang Dunia II, di mana seluruh bidang cetak yang lengkap dengan seluruh ilustrasi dibuat dari hasil pemindahan citra fotografi dari selembar plat cetak yang halus. Plat cetak tersebut dibuat sedemikian rupa hingga hanya bidang yang dikehendaki yang dapat merembeskan tinta ke penggulung beselaput karet yang kemudian memindahkan bercak tinta ke bidang kertas. Pada tahun 1980-an, mesin cetak diperkuat dengan teknologi komputer dan pemindai elektronik menjdi satu paket. Paket yang lengkap ini disebut dengan desktop publishing.

e. Berubahnya Penerbitan dengan Kehadiran Internet. Teknologi internet dengan perdagangan elektroniknya dan berbagai kemudahan dalam membeli buku secara on line telah berdampak besar pada penerbitan buku. Banyak buku yang diterbitkan oleh penerbit kecil yang tadinya kurang mendapat tempat yang cukup di rak-rak toko buku "nyata" dijual lewat cara maya ini. Mulai banyak pengarang yang kemudian melewati proses penerbitan buku konvensional dengan menjual bukunya langsung dari komputer mereka tanpa dicetak. Banyak bermunculan pengarang yang menjual langsung bukuya tanpa melalui penerbit.

f. Industri: Menuju Global. Tren majalah dan surat kabar dapat dilihat dari kepemilikannya. Tren industri yang umum mencakup konsolidasi, improvisasi sirkulasi dan iklan, buku dan majalah spesialis, segmentasi audiens dan konvergensi berbagai media digital.

   1). Majalah. Banyak perusahaan penerbitan majalah yang menjadi besar sejalan dengan waktu. Pemilik New York Times yang kemudian membuat majalah Time (yang

merupakan bentuk kecil dari Harian New York Times) kemudian juga mendirikan majalah Fortune dan Life. Lebih dari 1200 majalah baru terbit antara tahun 1985-1989 dan hanya ada 35% yang berhasil betahan hidup. Majalah umumnya di distribusikan melalui pendaftaran pelanggan. Hubungan antara penerbit dan pengecer majalah menjadi suatu yang sangat penting untuk dikembangkan.

2). Buku. Rumah penerbit buku merupakan organisasi yang mensupervisi keseluruhan produksi buku. Ada penerbit yang hanya menerbitkan buku yang akan laku dijual, sementara ada yang menerbitkan buku sebagai bagian dari pewarisan intelektual dan artistik. Toko buku membeli langsung buku dari penerbit untuk memenuhi rak-rak penjualan mereka. Ada toko yang berdiri secara independen dan ada juga yang merupakan rantaian toko. Penjualan buku secara maya seperti amazon.com ternyata menjadi pesaing berat dari penjual buku konvensional. Penjual maya ini bahkan telah meraih 50% dari penjualan seluruh Amerika Serikat. Angka ini serta merta meningkatkan jumlah toko buku yang menjual buku maya. Dengan dukungan mesin pencari judul, calon pembeli merasa lebih mudah untuk menemukan buku apa yang diinginkan dari pada membelinya di toko buku biasa yang mempunyai keterbatasan tempat. (Diterjemahkan, diedit dan disunting dari Straubhaar, Joseph & Robrrt LaRose, 2002)

3). Surat Kabar. Jurnalisme dalam proses sejarah surat kabar merefleksikan evolusi pers bebas di Eropa dan kompromi antara kepentingan komersial dengan kekuatan politik. Editor mulai dihadapkan pada persoalan sensor dan komersialisasi. Terbitan buletin *(newsletter)* menjadi cikal bakal dari kelahiran surat kabar. Diterbitkan dalam bentuk lembaran berita yang tidak rutin di Belanda, Inggris dan Prancis dan digunakan untuk menyebarkan

peristiwa penting. Buletin disebut *corrantos* dan kemudian hari menjadi *diurnos*. Masa itu belum dikenal konsep kebebasan pers. Pihak berwenang menjadi pemberi ijin terbit bagi surat kabar yang ada sekaligus mengontrol isi berita surat kabar. John Milton (1644) memperkenalkan gagasan mengenai religius *free speech* di susul John Stuart Mill dengan gagasan mengenai demokrasi.

g. Masa Pemerintahan Kolonial dan Perjuangan Kemerdekaan. Buletin saat itu dicirikan dengan terbitan yang seringkali telat dan berisikan informasi domestic. Pemerintah kolonial Inggis mengharuskan adanya ijin terbit bagi setiap surat kabar. Inggris juga menerapkan pajak dari setiap lembar surat kabar serta berusaha mengontrol setiap berita yang akan diterbitkan. Tahun 1721, James Franklin menerbitkan surat kabar tanpa ijin pihak berwenang dan membuatnya dipenjara serta dilarang menerbitkan surat kabar. Pantang menyerah, ia mengajak saudaranya Benjamin Franklin untuk menerbitkan surat kabar Pennsylvania Gazette dan kemudian menjadi surat kabar yang berhasil. Tahun 1733, Peter Zenger menerbitkan surat kabar berisikan kritikan terhadap Gubernur Inggris di New York. Akibatnya ia dipenjara dengan tuduhan sebagai libel (kritikan yang berbahaya dan tidak benar serta mengarah pada membahayakan seseorang). Restriksi terhadap media di Amerika terus mendorong munculnya perlawanan untuk melindungi kebebasan berbicara. Akhirnya Kongres Amerika didukung oleh pers menerapkan Amandemen Pertama mengenai perlindungan kebebasan berbicara bagi segenap warga negara Amerika dan media massa termasuk di dalamnya. Perkembangan Surat Kabar Sejak Tahun 1800-an Sejak revolusi Amerika, surat kabar digunakan sebagai alat politik dan terus berlanjut sepanjang abad ke-19. Iklan kemudian mulai dianggap penting dalam jalannya sebuah penerbitan. Surat kabar mulai membantu mengarahkan jalan

pikiran warga negara Amerika menjadi masyarakat yang diidamkan. Perkembangan teknologi menurunkan harga produksi surat kabar. Kondisi sosial turut memberi kontribusi terhadap pesatnya pertumbuhan surat kabar. Tahun 1830-an surat kabar harian dijual sangat murah, seharga satu sen (penny) sehingga surat kabar masa itu dikenal dengan istilah Penny Press. Pada tahun 1844, penemuan telegraf membantu dengan metode pengumpulan berita, karena jauhnya sumber berita tetap memungkinkan untuk diterima dan diterbitkan secara lebih cepat. Pekembangan surat kabar pada abad ke-19 di kota-kota industri seluruh Amerika Serikat mewarnai corak tulisan yang diberitakan. Mulai bermunculan reportase menyangkut skandal dan korupsi yang berkembang dikalangan pemerintahan dan industri. Terjadi persekongkolan antara pihak media dengan pihak yang berusaha "membayar" untuk mendapatkan liputan yang bagus mengenai mereka. Image persuratkabaran menjadi tercemar. Dalam perkembangannya, terdapat dua orang yang menjadi cikal bakal gaya pemberitaan yang masih dipakai hingga kini. Joseph Pulitzer dan William Randolph Hearst. Pulitzer dianggap mengembangkan gaya jurnalisme baru yang bersandar pada reportase investigatif, *headline* yang menyololok, dan mencari penyebab dari suatu kejadian dan cerita-cerita yang sensasional. Sementara Hearst, mengembangkan "jurnalisme kuning" yang menekankan pada seleksi cerita dan foto yang sensasional headline yang juga besar, penekanan berlebihan pada kepribadian dan kisah-kisah kemanusiaan. Kadang-kadang bahkan juga berita bohong serta wawancara palsu. Abad ke-20 ditandai dengan adanya merger dan konsolidasi yang membuat sejumlah surat kabar menjadi sangat kuat dalam sirkulasi dan peolehan peiklanan. Abad ini juga ditandai dengan munculnya konsentrasi kepemilikan, baik monopoli maupun oligopoli. Bahkan tabloid mulai muncul pada abad ini (1901), yang berciri sensasional dengan

headline yang tebal dan mencolok disertai foto dan kisah yang menggemparkan. Pada akhir 1920-an surat kabar mulai merasa perlu memperkerjakan kolumnis untuk menganalisis dan menginterpretasi suatu fenomena atau berita tertentu. Pada abad ini juga repertase investigatif menjadi sangat mendalam dan memberi corak tertentu pada perkembangan surat kabar.

h. Tren Teknologi Surat Kabar. Inovasi teknologi memberikan kemudahan bagi surat kabar untuk menampilkan "greget". Berkat teknologi, data sekian tahun lamanya dapat disimpan dalam memori komputer dan kapanpun dibutuhkan dapat segera diakses. Teknologi membuat penerbitan dapat cepat mengumpulkan berita, menerbitkan dan dalam proses penyebarannya. Perkembangan teknologi internet memberikan kemudahan dalam proses penyebaran berita mengingat berita dapat tampil lebih baik dan multimedia. Tidak kalah penting teknologi internet mendorong perkembangan iklan lewat situsweb. Iklan menjadi sumber pemasukan besar bagi surat kabar yang terbit lewat situsweb. Iklan inilah yang membuat pengguna internet dapat menikmati berita secara cuma-cuma.

i. Industri Persuratkabaran. Secara umum, persuratkabaran mulai menderita akibat persaingan dengan media elektronik seperti tv dan situs web yang ditandai dengan menurunnya jumlah surat kabar. Dalam perkembangannya penggunaan teknologi satelit dan cetak jarak jauh sejak 1980 behasil membantu beberapa penerbit lokal yang besar menjadi surat kabar nasional.

   Perkembangan ini mengawali dimulainya usaha merger dan konsolidasi diantara sejumlah penerbit surat kabar. Surat kabar dikategorikan sebagai berikut:

   1). Harian. Diterbitkan setidaknya 5 hari dalam seminggu. Bisa berskala nasional, metropolitan maupun suburban.

   2). Harian nasional. Pendistribusian melalui satelit dan sistem cetak jarak jauh. Harian metropolitan dan suburban.

Dilakukan *Joint Operation Agreement,* dimana terdapat sharing fasilitas, staff, struktur administrasi dan iklan, tetapi masing-masing independen dalam masalah editorial.

3). Mingguan. Awalnya berkembang di daerah pedesaan dan kota kecil, tetapi belakangan mulai memperluas jangkauannya.

4). Wire-service. Melalui layanan kantor berita seperti *Associated Press*, *Reuters*, dsb yang turut memberi kontribusi berita pada surat kabar.

5). Newsletter dan penerbitan kecil. Audiensnya lebih terspesialisasi dan tersegmentasi.

j. Pembaca Surat Kabar. Menurut penelitian di Amerika, tiga dari lima orang dewasa masih membaca surat kabar. Mereka yang berumur di atas 35 tahun lebih banyak membaca surat kabar daripada mereka yang berumur 18-34 tahun.

k. Isi Surat kabar: Membalik Halaman demi Halaman Ekonomi politik: Monopoli berita. Banyak penerbit surat kabar besar mengakuisisi surat kabar lokal. Ini menguntungkan, sebab mereka dapat saling membagi berita. Namun meningkatnya penerbit yang mengakuisisi surat kabar lokal menimbulkan kekhawatiran di lain sisi. Karena dapat mengurangi keragaman opini. Surat kabar lokal yang semula menampilkan kekhasan editorial, kini menjadi sama dengan agenda surat kabar induknya. Perjanjian kerjasama operasi (*join operation agreement*) menjadi salah satu solusi untuk mengatasi pengurangan keberagaman agenda media. Sebuah surat kabar yang diakuisisi dapat meminta hak khusus untuk membebaskan bagian penulisan mereka untuk menentukan agendanya masing-masing. Yang dibagi adalah fasilitas bersama, yang dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan. Selain Amandemen Pertama memberikan perlindungan kebebasan berbicara bagi surat kabar, ia juga melindungi hak-hak individu.

Kebebasan berbicara berhadapan dengan dilematis, misalnya menyangkut nama pelaku kriminal. Ada keinginan agar surat kabar berimbang dalam pemberitaan dan tidak hanya menekan salah satu pihak tapi juga memberi kesempatan bicara dari pihak yang ditekan. Isi berita yang terlalu rinci merepotkan banyak orangtua misalnya menyangkut skandal seks yang dapat berakibat negatif bagi anak-anak. Peranan *gatekeeper* menjadi sangat penting untuk menentukan antara berita yang baik dan diinginkan oleh pembaca, antara tuntutan idealisme da bisnis. Kemudian juga menyangkut sanksi yang dapat diberikan kepada *gatekeepers*.

l. Perkembangan surat kabar di Indonesia mulai meluas pada akhir tahun 1960-an. Diawali oleh surat kabar lokal yang sekarang sudah tidakk terdengar lagi namanya. 'Kematian' surat kabar di Indonesia selain disebabkan kurangnya pengetahuan manajerial dalam persuratkabaran, ditambah dengan fenomena bredel, yang terutama berfungsi efektif sebagai monumen untuk membuat surat kabar harus sangat memperhitungkan pemerintah sebagai agen kontrol utama dalam pemberitaan. Organisasi profesional bagi wartawaan seperti PWI akhirnya menjadi organisasi yang tunduk pada kepentingan penguasa, dan menjadikan dirinya sebagai satu-satunya organisasi profesi kewartawanan. Mitos ini dibuyarkan AJI (Aliansi Jurnalis Independen) sebagai reaksi perbangkangan sejumlah wartawan yang medianya dibredel negara, dan disetujui oleh PWI. Bredel 21 Juni 1994, menjadi awal memudarnya kredibilitas PWI, dengan dibredelnya tabloid detik, mingguan berita tempo dan editor. Era baru dimulai, dengan kondisi pasar bebas: komersialisasi versus idealisme. Wartawan Indonesia dan persuratkabaran kita mulai belajar menjadi profesional langkah demi langkah. (Diterjemahkan, diedit dan disunting dari Straubhaar, Joseph & Robert LaRose, 2002)

Sejarah tentang televisi dan kabel diawali dari ditemukannya kamera televisi, dan kemudian berkembang menjadi pesawat penerima merupakan jejak sejarah awal pertelevisian. Lalu, bilamanakah diawalinya siaran televisi pertama, Charies Jenkins (Amerika Serikat) dan John Baird (Inggris) membuat eksperimen transmisi pertama pada saat bersamaan (1925) di tempat yang berbeda. Siaran untuk konsumsi rumah pertama kali disiarkan di Schnectady, New York (1928) dan masih menggunakan perangkat mekanik primitif dengan hanya 48 garis vertikal dan hanya mencapai rumah dari 3 orang eksekutif dari General Electrics. The British Broadcasting corporation menjadi TV pertama yang melayani publik pada 1936. pada tahun 1941, didirikan *The Federal Comunicaton Commission* (FCC) sebagai parameter ekonomi dan teknis bagi pertelevisian. Standart teknis diatur kemudian oleh kesepakatan mandatory pemerintah. Pada masa PD II Amerika Serikat membangun industri manufaktur pesawat televisi. Setelah tahun 1948, televisi berkembang pesat dan sangat dramatis. Terjadi demam televisi dalam sejarah konsumsi barang elektronik. (Bungin, 2006)

Diskusi mengenai pengiriman secara cepat gambar-gambar melalui gelombang elektromagnetik sudah mulai didiskusikan pada abad ke-19. Sehingga ditemukannya selinium pada tahun 1817 yang memungkinkan diubahnya gambar- gambar bergerak menjadi arus listrik. Kemudian pada tahun 1884 ketika Paul Nipkow dari Jerman menemukan suatu alat yang dapat mengubah gambar secara optikal menjadi garis-garis paralel dengan berbagai intensitas, karena pada awalnya televisi adalah proses merekam dan mengirimkan gambar-gambar seperti itu melalui sel-sel selinium. Kemudian pada tahun 1924, Vladimir Kosma Zworykin menemukan ikonoskop yang dapat memproyeksikan gambar ke layar berupa sel-sel foto elektrik yang berada di dasar sebuah tabung katoda. Ikonosop inilah yang menjadi cikal bakal tabung televisi modern yang digunakan saat ini.

Perkembangan televisi terus dipacu dalam tahun-tahun berikutnya, karena masyarakat menantikan teknologi ini, sehingga pada tahun 1927, Bell Telephone Company menyiarkan gambar-gambar televisi dari Washington ke New York dengan menggunakan kabel telepon. Setahun kemudian, pada tahun 1928, John Logie Baird melakukan siaran televisi pertama melintasi Atlantik dari London ke New York menggunakan gelombang pendek pada tahun 1930, BBC *(British Company Corporation)* mulai menyiarkan program-program televisi secara teratur. Pada tahun 1928, sebenarnya John Baird telah membuat sistem televisi berwarna dan Bel Laboratories menciptakan sebuah sistem paralel di Amerika pada tahun 1929 dan pada tahun 1968 Sony Corporation di Jepang mengembangkan TV berwarna Trinitron dengan satu tabung warna dan sebuah grid yang memungkinkan spektrum warna yang lebih luas dapat ditampilkan di layar.

Pada tahun 80-an, layar televisi pelat (LCD) dengan teknologi plasma mulai diperkenalkan menggantikan teknologi layar televisi tabung yang dirasa kurang praktis dan menghasilkan kualitas warna dan gambar yang kurang baik. Sehingga sampai saat ini televisi telah berkembang dengan berbagai bentuk yang sangat praktis. Sebagaimana radio, televisi saat ini juga memanfaatkan teknologi satelit, internet, maupun kabel, sehingga memungkinkan orang dapat menyaksikan siaran televisi di mana dan kapan saja secara real-time. Pertandingan tinju Mike Tyson di Las Vegas yang disiarkan secara langsung dapat disaksikan saat itu juga oleh orang di seluruh penjuru dunia dengan penggambaran situasi kejadian seperti apa adanya.

Kemajuan teknologi televisi seperti sekarang ini mengagetkan siapa saja yang sebenarnya tidak memperkirakan begitu cepat perkembangannya sehingga dengan serta merta dapat menjadi jendela dunia, media yang dapat menjadi "lubang penembus space". Menjadikan dunia bahkan alam jagad raya ini menjadi hanya selebar daun kelor-sebuah pepatah lama yang maknanya

mengolok-olok, namun saat ini menjadi kenyataan. Oleh karenanya, CNN menyatakan bahwa setiap kejadian penting yang terjadi di manapun di dunia dapat dilaporkan dalam waktu 10 menit. Dengan memanfaatkan teknologi satelit, saat ini selain televisi dapat digunakan di rumah-rumah, telah diproduksi pula televisi mobil yang dapat dibawa ke mana-mana, dengan demikian orang dapat menyaksikan siaran televisi di manapun dia berada.

2. Adopsi Inovasi dan Sikap Masyarakat Terhadap Media

Dalam masyarakat seringkali terjadi tarik menarik antara struktur sosial yang memengaruhi budaya atau budaya yang memengaruhi struktur sosial. Dalam hal ini termasuk di dalamnya adalah tarik menarik antara media massa yang memengaruhi perubahan sosial atau sebaliknya adanya media massa dikarenakan adanya perubahan sosial. Tampaknya memang antara keduanya bisa berlangsung dalam masyarakat. Teknologi yang masuk dalam kebudayaan menciptakan media massa dan kemudian melalui pesan yang disampaikan menyangkut nilai dan norma masyarakat baru, maka akan secara perlahan mengubah nilai atau norma masyarakat yang lama.

Bicara tentang perubahan selalu sering dikaitkan dengan upaya modernisasi, karena hal ini tampaknya yang sangat menonjol dalam masyarakat di seluruh dunia. Modernisasi yang mengubah nilai dan norma lokal dan tradisional, kemudian menjadi nilai atau norma yang lebih universal karena peranan media massa yang bisa melewati batas wilayah dan geografi manapun di dunia. Modernisasi seringkali pula disebut sebagai *westernisasi*, karena nilai dan norma di Negara-negara baratlah yang kemudian disebarkan melalui berbagai cara termasuk di dalamnya media massa ke negara-negara lainnya.

Banyak pihak yang menentang modernisasi, namun pihak lain mendukung. Artinya ada dua kutub yang menyatakan bahwa nilai-nilai baru selalu membawa kemajuan, namun kutub lain mengatakan

nilai-nilai baru seringkali menimbulkan ketidakstabilan dan pergeseran nilai-nilai lokal-tradisional yang sesungguhnya sangat pas untuk wilayah tersebut. Sebelum lanjut mengenai peranan media massa maka perlu dipahami dahulu apa yang dimaksudkan dengan perubahan social melalui beberapa batasan para ahli. (Soekanto: 2003). Pengertian mengenai perubahan ini dikemukakan oleh beberapa ahli yaitu:

a. William F. Ogburn. Ruang lingkup perubahan-perubahan sosial meliputi unsur-unsur kebudayaan baik yang material maupun immaterial, yang ditekankan adalah pengaruh besar unsur-unsur kebudayaan material terhadap unsur-unsur immaterial.
b. Kingsley Davis. Perubahan sosial sebagai perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur atau fungsi masyarakat. Misalnya timbulnya pengorganisasian buruh dalam masyarakat kapitalis telah menyebabkan perubahan-perubahan hubungan antara buruh dengan majikan dan seterusnya menyebabkan perubahan- perubahan dalam organisasi ekonomi dan politik.
c. Gillin & Gillin. Perubahan-perubahan social sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideology, maupun karena adanya difusi atau penemuan-penemuan baru dalam masyarakat.
d. Samuel Koenig. Perubahan sosial menunjuk pada modifikasi-modifikasi yang terjadi dalam pola-pola kehiduan manusia. Modifikasi-modifikasi mana terjadi karena sebab-sebab intern maupun sebab-sebab ekstern.
e. Selo Soemardjan. Segala perubahan-perubahan pada lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang memengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.
f. Kingsley Davis mengemukakan perubahan sosial merupakan bagian dari perubahan kebudayaan. Perubahan kebudayaan

mencakup semua bagiannya yaitu kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi, filsafat dan seterusnya.

Perubahan sosial berjalan lambat dan cepat. Perubahan lambat disebut evolusi, perubahan yang membutuhkan waktu lama, terjadinya rentetan perubahan kecil yang saling mengikuti dengan lambat. Evolusi berlangsung tanpa rencana dan tanpa tujuan tertentu. Perubahan ini terjadi karena masyarakat melakukan penyesuaian diri terhadap perkembangan yang ada seperti keperluan-keperluan, keadaan-keadaan dan kondisi baru. Perubahan cepat disebut Revolusi yaitu perubahan yang berlangsung secara cepat dan menyangkut dasar-dasar atau sendi-sendi pokok kehidupan masyarakat (yaitu lembaga-lembaga kemasyarakatan). Dalam revolusi perubahan bisa dilakukan dengan rencana terlebih dahulu atau tanpa rencana. Kecepatan perubahan sangat relatif, karena bisa jadi dengan ukuran waktu yang juga lama, misalnya revolusi industri di Inggris yang terjadi dari tahap produksi tanpa mesin sampai tahap produksi dengan mesin. Perubahan ini dianggap cepat karena mengubah sendi-sendi pokok kehidupan masyarakat, seperti sistem kekeluargaan, hubungan antara buruh dengan majikan dan seterusnya. Revolusi bisa dimulai dengan adanya pemberontakan dan menjelma menjadi revolusi.

Faktor terjadinya perubahan sosial. Perubahan sosial terjadi karena ada hal-hal yang dianggap sudah tidak lagi memuaskan di dalam masyarakat. Selain itu ada kondisi-kondisi tertentu seperti:

a. Bertambah atau berkurangnya penduduk,
b. Penemuan-penemuan baru (inovasi),
c. Terjadinya pemberontakan atau revolusi

Sesuatu yang baru menyebabkan perubahan dalam masyarakat selalu berhubungan dengan difusi inovasi, dimana perubahan dipacu oleh penyebaran suatu pengetahuan yang baru. Dengan demikian dalam proses difusi inovasi terjadi kegiatan mengkomunikasikan

pengetahuan baru di masyarakat. Rogers (1983) mengatakan bahwa ada empat unsur hal yang selalu ada dalam difusi inovasi, yaitu:

a. Inovasi
b. Saluran Komunikasi
c. Waktu
d. Sistem Sosial

Keempat unsur ini berlangsung dalam sistem yang simultan, dimana masing-masing sistem itu berhubungan satu dengan yang lainnya selama proses difusi inovasi itu berlangsung. Inovasi berkaitan dengan gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang dan masyarakatnya. Konsep baru ini terbentuk antara konsep pengenalan, persuasi dan keputusan menggunakan (adopsi). Jadi, dengan demikian, maka inovasi berkaitan dengan teknologi komunikasi yang digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu yang baru di masyarakat. Teknologi komunikasi ini tidak saja berhubungan dengan media teknologi, namun juga berkaitan dengan pendekatan komunikasi yang digunakan. Media teknologi berkaiatan dengan perangkat keras sedangkan pendekatan komunikasi berkaitan dengan perangkat lunaknya.

Adopsi dimulai dari pengenalan terhadap sebuah inovasi, pada tahap ini, ciri pengenalan tergantung pada karakteristik ciri sosial ekonomi, ciri kepribadian, dan perilaku komunikasinya. Individu yang ciri sosial ekonomi lebih baik akan lebih mudah mengenal objek-objek inovasi. Individu memiliki kepribadian perilaku komunikasi yang cenderung lebih banyak mengetahui objek-objek inovasi secara dan lebih banyak. Mengenal objek inovasi menjadi syarat ia memasuki tahap persuasi, dimana pada tahap ini ia membentuk sikap suka atau tidak terhadap inovasi.

Sikap persuasif terbentuk tergantung dari sifat inovasi itu terhadap pribadi seseorang. Apakah inovasi memberi keuntungan bagi pribadi tertentu dan sesuai harapan-harapannya di masa depan, apakah inovasi sudah pernah dicoba sehingga memberi

kepercayaan pada dirinya, atau objek inovasi tidak terlalu kompleks sehingga tidak menimbulkan resiko-resiko rumit di waktu yang akan datang, dan objek inovasi bisa diamati sehingga memberi garansi terhadap pengawasan dan sebagainya.

Tahap persuasif menentukan keputusan seseorang untuk mengadopsi menolak inovasi itu. Tahap keputusan memberi kepastian terhadap tahap pelaksana inovasi. Bagi keputusan menerima inovasi, maka terbentuk dua pelaksana yaitu sebagai pengguna lestari inovasi sampai dengan penghentian pelaksana inovasi. Namun bagi keputusan menolak inovasi juga terbentuk dua pelaksanaan, yaitu menjadi pengguna akhir inovasi atau tetap menolak.

Setiap pilihan dalam tahap keputusan dan pelaksanaan inovasi akan memasuki tahap terakhir dalam proses inovasi, yaitu tahap konfirmasi. Bagi yang mengadopsi inovasi akan memberi alasan dan mencari alasan, termasuk melakukan konfirmasi terhadap pilihan-pilihannya untuk mengadopsi inovasi, begitu juga sebaliknya bagi yang menolak inovasi akan memberi alasan dan melakukan konfirmasi terhadap alasan-alasannya untuk menolak inovasi.

Seluruh tahap dalam proses keputusan inovasi itu bergantung pada kecepatan waktu dan konten inovasi itu sendiri. Waktu yang semakin pendek dan konten inovasi yang semakin beragam, akan memengaruhi proses keputusan inovasi seseorang. Persoalan-persoalan perubahan sosial yang berkaitan dengan media baru (*new media*) berhubungan amat erat dengan tahap-tahap tersebut di atas. Sementara itu ciri-ciri masukan informasi yang menyuplai tahap pengenalan dan ciri masukan akan menyuplai tahap persuasi amat menentukan keberhasilan inovasi. Dalam masyarakat yang terbukan terhadap perubahan-perubahan sosial seperti masyarakat postmodern, inovasi adalah pilihan dan gaya hidup mereka. Namun pada masyarakat modern melihat inovasi secara rasional, sedangkan masyarakat transisi, memandang inovasi sebagai sesuatu yang harus dicoba dan dibuktikan manfaatnya, termasuk dipertimbangkan

untung –ruginya, sedangkan pada masyarakat tradisional, inovasi cenderung ditolak.

Keterbukaan masyarakat terhadap sebuah inovasi memungkinkan proses mengadopsi inovasi teknologi telematika. Informasi sebelumnya tentang sebuah inovasi menjadi alasan terhadap sikap ia untuk menentukan sikap menolak atau mengadopsi inovasi itu, namun informasi cenderung mendorong keterbukaan, dan keterbukaan mendorong sikap menerima inovasi, serta sikap menerima inovasi mendorong perilaku untuk memanfaatkan atau menggunakan inovasi itu. Inovasi ini memberikan penghargaan tersendiri bagi masyarakat dalam mengembangkan keseluruhan pandangannya mengenai fenomena sosial untuk bisa mempertahankan nilai yang ada.

3. Menuju Masyarakat *Society 5.0*

Masyarakat secara terminologi disebut *society* (bahasa inggris) yang berasal dari kata *socius* yang berarti kawan. Istilah masyarakat sendiri berasal dari bahasa arab *syaraka* yang berarti ikut serta. Masyarakat merupakan kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinyu, dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Kontinuitas merupakan kesatuan masyarakat yang memiliki keempat ciri (Koentjaraningrat, 2009), yaitu: Interaksi antar warga-warganya, Adat Istiadat, Kontinuitas waktu, Rasa identitas kuat yang mengikat semua warga. Adapun definisi para ahli tentang masyarakat:

a. Linton (1936). Masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah cukup lama hidup dan bekerja sama, sehingga dapat mengorganisasikan diri dan berpikir tentang dirinya sebagai satu kesatuan sosial dengan batas-batas tertentu.
b. Mac Iaver (1957). Masyarakat adalah sekelompok manusia yang mendiami teritorial tertentu dan mempunyai sifat-sifat yang saling tergantung, mempunyai pembagian kerja dan kebudayaan bersama.

Soejono Soekanto (1982) Masyarakat atau komunitas adalah menunjuk pada bagian masyarakat yang bertempat tinggal di suatu wilayah (secara geografis) dengan batas-batas tertentu, dimana yang menjadi dasarnya adalah interaksi yang lebih besar dari anggota-anggotanya dibandingkan dengan penduduk di luar batas wilayahnya Masyarakat adalah kelompok manusia yang mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan. Berdasarkan pendapat ahli bahwa masyarakat merupakan sekelompok individu yang menempati suatu wilayah yang memiliki kebiasan dan tradisi yang relatif sama, dan tujuan yang sama. Masyarakat terdiri dari berbagai individu yang mempunyai tujuan bersama. Dalam pandangan psikologi sosial, manusia disebut individu apabila tingkah lakunya bersifat spesifik dirinya dan tidak mengikuti pola tingkah laku pada umumnya. Dalam kesimpulannya individu adalah seorang manusia yang tidak hanya memiliki peran yang khas dalam lingkungan sosialnya, melainkan juga memiliki kepribadian serta tingkah laku yang sesuai dengan dirinya. Secara pengertian, individu merupakan subyek yang melakukan sesuatu, subyek yang mempunyai pikiran, subyek yang mempunyai kehendak, subyek yang mempunyai kebebasan, subyek yang memberi arti (*meaning*) pada sesuatu, yang mampu menilai tindakan dan hasil tindakannya sendiri.

Adapun ciri-ciri masyarakat yang terjadi dalam proses dalam sebuah kelompok seperti:

a. Ada interaksi antara sesama anggota masyarakat. Masyarakat terjadi interaksi sosial yang merupakan hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara perseorangan, antara kelompok-kelompok, maupun antara perseorangan dengan kelompok. Untuk terjadinya interaksi sosial harus ada 2 syarat, yaitu kontak sosial dan komunikasi sosial.
b. Menempati wilayah dengan batas-batas tertentu. Suatu kelompok masyarakat menempati suatu wilayah tertentu menurut suatu keadaan geografis sebagai tempat tinggal

komunitasnya, baik dalam ruang lingkup yang kecil (RT/RW), desa, kecamatan, kabupaten, propinsi dan bahkan negara.

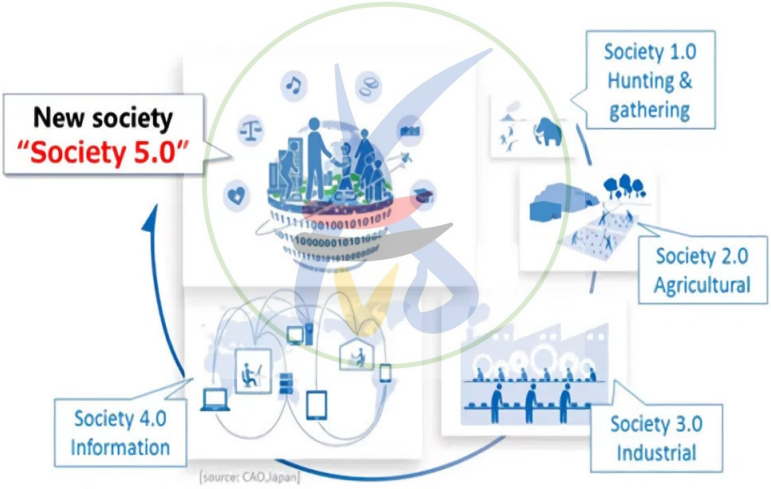
c. Saling tergantung satu dengan yang lainnya. Anggota masyarakat yang hidup pada suatu wilayah tertentu saling tergantung satu dengan yang lainnya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Tiap-tiap anggota masyarakat mempunyai keterampilan sesuai dengan kemampuan dan profesi masing-masing dan saling melengkapi.

d. Memiliki adat istiadat/ budaya tertentu. Adat istiadat dan budaya diciptakan untuk mengatur tatanan kehidupan bermasyarakat yang mencakup bidang yang sangat luas diantara tata cara berinteraksi antara kelompok-kelompok yang ada di masyarakat, apakah itu dalam perkawinan, kesenian, mata pencaharian ataupun sistem kekerabatan dan sebagainya.

e. Memiliki identitas bersama. Suatu kelompok masyarakat memiliki identitas yang dapat dikenali oleh anggota masyarakat lainnya. Hal ini penting untuk menopang kehidupan dalam bermasyarakat yang lebih luas. Identitas kelompok dapat berupa lambang-lambang, bahasa, pakaian, simbol-simbol tertentu dari perumahan, benda-benda tertentu, seperti: alat pertanian, senjata tajam, kepercayaan dsb.

Merujuk konsep *society 5.0* atau masyarakat 5.0, merupakan gagasan yang pertama kali dicetuskan di negara Jepang. Gagasan tentang masyarakat yang tidak membatasi pada infrastruktur semata, namun juga pada pemecahan masalah sosial (masyarakat) dengan adanya integrasi antara ruang fisik dengan teknologi virtual (Faulinda & Aghni Rizqi Ni'mal, 2020). Maka dasar dari society 5.0 adalah kepemilikan data (big data) yang menjadi panduan untuk diolah dengan kecerdasan buatan (artificial intelegensi) sehingga kehidupan manusia menjadi lebih baik. Society 5.0 akan berdampak pada semua aspek kehidupan, dari aspek kesehatan, aspek transportasi, aspek tata kota, aspek pertanian, aspek industri dan aspek pendidikan.

Tatanan masyarakat 5.0 merupakan tingkatan tinggi dalam kehidupan masyarakat dengan menggunakan bantuan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Database menjadi faktor utama dalam *society 5.0* yang merupakan basis data dari pribadi manusia dan kelompok, sehingga memberikan arahan dan petunjuk dalam menjalani dan pemenuhan kebutuhan hidup. Database ini merupakan kumpulan dari banyak data seperti data identitas diri manusia, data riwayat kesehatan, data keuangan dan lainnya. Dasar selanjutnya tentang *society 5.0* adalah adanya teknologi mutakhir *(high technology)* yang memiliki daya analisis dan daya olah data paling canggih. Teknologi memberikan kemudahan dan bantuan kepada manusia untuk menyelesaikan permasalahan dan kebutuhan sehari-hari manusia.



Gambar 3: Perubahan Konsep Masyarakat (*Society*) dari Masa Prasejarah menuju Modern (sumber: www8.cao.go.jp)

Teknologi komunikasi dan media turut andil dari proses konsep *society 5.0*. Media digital memiliki peran dalam penyampaian berbagai informasi secara cepat oleh seluruh lapisan masyarakat (Faruqi, 2019). *Society* 5.0 adalah masyarakat yang dapat menyelesaikan berbagai tantangan dan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0

seperti *Internet on Things* (internet untuk segala sesuatu), Artificial Intelligence (kecerdasan buatan), *Big Data* (data dalam jumlah besar), dan robot untuk meningkatkan kualitas hidup manusia (Putra, 2019). Tujuan yang ingin dicapai dari masyarakat 5.0 ini adalah untuk menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi dan penyelesaian masalah yang ada di masyarakat.

Media sosial juga turut menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan dari *society* 5.0 karena kemampuannya untuk menciptakan pengaruh globalisasi melalui daya sebar informasi yang sangat kuat dalam hal kesehatan, teknologi komunikasi memungkinkan kelompok usia lanjut untuk dapat berobat ke dokter tanpa harus keluar rumah. Bahkan dengan bantuan robot, kelompok tersebut dapat bercerita mengenai perasaannya tanpa memikirkan perasaan lawan bicaranya (Elsy, 2020). *Society* 5.0 merupakan wacana peradaban masyarakat yang mengandalkan kemampuan teknologi dalam membantu aktivitas manusia. Fenomena tersebut tidak lepas akan adanya pengaruh perkembangan teknologi. Database (pusat data) memberikan wajah baru akan sekumpulan identitas manusia beserta dengan perilakunya yang kemudian di baca serta di analisis sehingga memunculkan opsi atau pilihan terbaik yang harus dilakukan manusia. Kondisi semacam ini tentu akan memberikan pengaruh buruk akan konsep Tuhan dan kuasaNya. Kekuatan teknologi dengan penjelasan logisnya akan memudarkan keyakinan manusia mengenai fenomena dan proses mukjizat yang ada selama ini.

Keselarasan antara teknologi, media dan ekonomi memberikan hubungan yang saling melengkapi. Peningkatan teknologi memerlukan pertumbuhan ekonomi yang baik, begitu juga dengan kondisi perekonomian yang baik berdampak penciptaan teknologi yang maju. Komponen tersebut memerlukan peran media sebagai fasilitator untuk bisa memaksimalkan kedua potensi yang ada. Maka dalam *society* 5.0, masyarakat akan lebih dimanjakan dengan kemudahan-kemudahan akses di kehidupan manusia. Namun,

kemudahan akses ini juga perlu dilakukan evaluasi secara berkala agar bisa menentukan atau menemukan fasilitas teknologi yang tepat guna.

Perspektif *society* 5.0, konten menjadi salah satu elemen yang memegang peranan penting dalam teknologi media, khususnya media digital. Platform Over-the-top seperti Youtube, Netflix maupun Spotify hanya akan bertahan melalui ketersediaan konten (Ramli, Tasya Safiranita, Ahmad M Ramli, Huala ADolf, Eddy Damian, 2020). Saat ini, teknologi media digital telah menjadi bagian dari seluruh kehidupan manusia sehingga tumbuh berbagai peluang dan kebutuhan untuk menjalankan bisnis yang berkaitan dengan penyediaan konten (Simatupang, Togar M., 2012). Kondisi tersebut didukung oleh laporan Deloitte yang menyatakan bahwa konsumsi mobile data secara global mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun 2019 hingga mencapai 24,3 Exabyte untuk mengakses konten digital, salah satunya adalah konten audio visual (Deloitte, 2018).

Konsep *society* 5.0, industri adalah salah satu sektor yang dituntut untuk terus melakukan inovasi karena semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi atau digitalisasi (Fukuyama, 2018). Konsep *Society 5.0* turut dirancang untuk memenuhi tujuh belas aspek dalam *Sustainable Development Goals* (SDGs), salah satunya adalah komunikasi atau teknologi media. Media memiliki peran penting dalam menginformasikan, mengedukasi, memberikan panggung pada debat maupun diskusi publik, serta membangun agenda setting mengenai isu-isu SDGs (Irwansyah, 2018). Teknologi Web 2.0 turut memiliki andil dalam membangun awareness pada isu SDGs karena mendukung proses komunikasi dua arah, mampu mencakup khalayak yang lebih luas, dan lebih memiliki daya tarik dibanding media tradisional (Pandit, 2020). Konsep SDGs turut menjelaskan bahwa media harus bersifat inklusif sehingga memungkinkan setiap orang memperoleh kesetaraan dalam mengakses suatu informasi (UNESCO, 2019).

Tujuan dari masyarakat baru ini (society 5.0) adalah untuk mewujudkan masyarakat yang mana orang akan dapat menikmati kehidupan sepenuhnya. Kemajuan teknologi dan pertumbuhan ekonomi diciptakan untuk arah itu. Kesenjangan semakin berkurang dengan semakin meningkatnya kualitas hidup masyarakat pada umumnya, jadi tidak hanya dinikmati bagi segelintir orang saja. Walaupun road map nya berasal dari Negara Jepang, konsep ini tidak diragukan lagi akan bisa untuk menyelesaikan persoalan manusia. Infrastruktur dan sumber daya manusia merupakan dua komponen utama untuk bisa mewujudkan masyarakat generasi baru tersebut. Infrastruktur teknologi, infrastruktur sistem, infrastruktur bangunan dan lain sebagainya. Komponen kedua mengenai sumber daya manusia (SDM) tentu merupakan keharusan dimanapun dan kapanpun untuk bisa mengolah dan menggunakan teknologi dan peradaban baru tersebut. Tanpa adany SDM yang mampu mengimbangi konsep Society 5.0, maka fenomena tersebut tidak bisa terlaksana dengan baik. Keragaman manusia menjadi tantangan akan proses terciptanya konsep Society 5.0, dengan semakin banyaknya manusia tentu harus bisa memberikan kesepakatan dan kesepahaman semua unsur masyarakat untuk bisa mencapai tujuan dari Society 5.0.

Implementasi society 5.0 saat ini bisa dikatakan belum sepenuhnya terlaksana secara merata di kehidupan masyarakat Indonesia. Dimana masih adanya masyarakat yang belum menguasai literasi digital serta penggunaan teknologi komunikasi dan media yang belum mahir. Sehingga memberikan informasi gambaran bahwa belum siapnya masyarakat Indonesia dalam penerapan konsep society 5.0 ini. Perlu infrastruktur serta regulasi dari pemerintah yang jelas sehingga masyarakat langsung bisa memberikan dukungan dan manfaatnya mengenai konsep ini. Implementasi di society 5.0 di negara Jepang, asal mula konsep ini mulai, secara tatanan masyarakat, regulasi pemerintah, infrastruktur dan teknologinya semua sudah sangat memadai sehingga implementasi

dari society 5.0 sudah sangat bisa dilakukan di negara Jepang. Segala keunggulan teknologi yang ada, tanpa ditopang dengan struktur tatanan masyarakat yang baik, maka penerapan teknologi itu tidak akan berguna. Kesiapan infrastuktur menjadi alat yang menopang dari kesemua implementasi *society* 5.0.

Dikarenakan infrastruktur menjadi penjembatan dan penghubung dari semua proses pemenuhan kebutuhan manusia. Media komunikasi sebagai garda terdepan dalam mengaplikasikan teknologi dan *society* 5.0 agar mudah dilakukan oleh manusia dimanapun dan kapanpun. Efisiensi dari semua tahapan ini menjadi bagian kecepatan pelayanan dengan basis big data (database) yang sudah di kumpulkan dan dianalisis oleh kecerdasan buatan (AI). Literasi digital memberikan pemahaman akan kesiapan SDM dan pelaku *society* 5.0 agar sama-sama melakukan semua proses sesuai dengan petunjuk yang ada, tanpa keluar dari norma hukum, norma sosial yang berlaku.

Perkembangan teknologi, secara harfiah juga kan memengaruhi dari proses infrastruktur yang dimaksud. Hal ini dikarenakan dalam perkembangan teknologi, pengetahuan dan kode dalam programing juga akan kena dampaknya mengenai perkembangan teknologi itu sendiri. Ditambah dari sisi penggunaan alat berbasis teknologi juga seiring berkembang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan dari masyarakat.

NORMA SOSIAL DAN KEARIFAN LOKAL

Media massa berperan penting dalam pembentukan norma sosial, media menjadi sebuah trend setter, dimana masyarakat apabila menginginkan sesuatu pastilah mereka merujuk kepada media massa, terkhusus televisi, periklanan yang ditayangkan di televisi adalah hasil dari penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti untuk mempelajari bagaimana dan apa yang diinginkan oleh masyarakat. Teori norma sosial ini biasanya digunakan dalam hal perekonomian, dimana teori ini membantu untuk mempelajari perilaku ekonomi masyarakat dalam sebuah kelompok atau tingkatan sosial, penelitian ini mengarahkan kepada sikap masyarakat dalam tingkah dan prilaku ekonimi masyarakat, dalam setiap keompok budaya atau masyarakat pasti berbeda dalam prilaku ekonomi.

Kontrol sosial oleh media massa begitu ekstensif dan efektif, sehingga sebagian pengamat menganggap kekuatan utama media memang disitu. Sebagai contoh, Joseph Klapper melihat adanya kemampuan "rekayasa kesadaran" oleh media, dan ini dinyatakan sebagai kekuatan terpenting media massa, yang bisa dimanfaatkan untuk tujuan apapun. Rekayasa kesadaran sudah ada sejak lama, namun medialah yang memungkinkan hal ini dilaksanakan secara cepat dan besar-besaran. Dalam hal ini media komunikasi memiliki peran yang besar dan penting untuk menjadikan media sebagai salah satu pemberi informasi kepada masyarakat, adapun fungsi teori komunikasi massa itu sendiri adalah:

a. Untuk menjelaskan pengaruh-pengaruh komunikasi massa. Pengaruh ini mungkin yang kita harapkan seperti pemberitaan kepada masyarakat selama pemilihan, atau yang tidak diharapkan, seperti menyebabkan peningkatan kekerasan dalam masyarakat.
b. Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan oleh masyarakat. Dalam beberapa hal, melihat manfaat komunikasi massa oleh masyarakat menjadi lebih bermakna daripada melihat pengaruhnya. Pendekatan ini mengakui adanya peranan yang lebih aktif pada audiens komunikasi. Setidaknya ada dua faktor yang digabung untuk memberikan tekanan yang lebih besar pada aktivitas audiens dan penggunaan komunikasi massa daripada pengaruhnya. Salah satu faktornya adalah perubahan teknologi komunikasi yang bergerak menuju teknologi yang semakin tidak tersentralisasi, pilihan penggunakan yang lebih banyak, diversitas isi yang lebih besar, dan keterlibatan yang lebih aktif dengan isi komunikasi oleh pengguna induvidual.
c. Untuk memberikan pembelajaran dari media massa.
d. Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan-pandangan dan nilai-nilai masyarakat.

Media massa jika dihubungkan dengan norma sosial bisa dianalogikan seperti proses pemahatan sebuah batu. Batu ibarat norma sosial dengan bentuk yang jelas dan berlaku tegas dimasyarakat, norma sosial juga dianggap sebagian masyarakat atau kelompok sebagai hukum terkuat setelah norma hukum yang memang memiliki sanksi yang tegas, karena merupakan kesepakatan bersama, dan telah melalui tahapan yang pada akhirnya bermuara pada adat kebiasaan, yang apabila dilanggar maka akan mendapatkan sanksi sosial, berupa pengucilan yang paling terendah dan pengasingan atau mengeluarkan dari kelompok adalah sanksi yang lebih tegasnya.

Hal-hal yang dianggap "pamali" bisa menjadi hal yang lumrah bila media memang diarahkan untuk hal yang seperti itu (sesuatu yang melanggar norma sosial), dan anggota kelompok yang memiliki norma sosialpun seperti menghalalkan dan terkesan membiarkan ini terjadi, peran media dalam menggeser dan bahkan menggantikan norma sosial menjadi sebuah nilai baru, sangat luar biasa. Bahkan nilai yang ingin disosialisasikan tersebut bertentangan dengan adat istiadat yang ada. Media juga mengubah bentuk kontrol sosial. Paul Lazarsfeld dan Robert K Merton juga melihat media dapat menghaluskan paksaan sehingga tampak seperti bujukan. Mereka mengatakan kelompok-kelompok kuat sedang mengendalikan teknik manipulasi melalui media untuk mencapai apa yang diinginkannya, termasuk agar mereka bisa mengontrol secara lebih halus.

Norma sosial yang ada dewasa ini berubah dari kesepakatan yang mempertimbangakan adat serta kebiasaan sebuah kelompok berubah menjadi kepentingan yang "dititipkan" melalui sebuah media dengan motif kepentingan sekelompok yang ingin menguasai. "Dahulu kami tak ada ini mengantri dengan gaya kek gini, tapi sekarang tah siapa yang mengajarkan orang ini untuk mengantri gak liat-liat apa yang ada didalam antrian itu orang tua renta, ini adalah bentuk kekesalan seorang tua yang merasa pada zaman mereka apabila ingin menunggu giliran (antrean), sebagai orang timur akan mendahulukan orang tua apabila ada dalam panjangnya antrian. Tetapi nilai ini telah berubah karena gerusan interaksi sosial yang terjadi di masyarakat, lama-kelamaan nilai yang terkesan egoislah yang dipakai.

Kaerifan lokal menjadi modal sosial dalam masyarakat dengan mengedepankan nilai-nilai yang terkandung dalam makna didalamnya. Seiring waktu kearifan lokal akan tergerus dengan perkembangan teknologi dan peradaban modern. Maka, untuk bisa mempertahankan kearifan lokal tersebut peran dari semua pihak untuk bisa melestarikan dan menjaga nilai-nilai kearifan lokal, dari

tradisi, proses, dan peninggalan warisan. Peradaban modern juga menjadi masalahan umum yang dihadapi jika dihadapkan terhadap kearifan lokal. Penilaian mengenai ketertinggalan jaman, sudah tidak sesuai dengan jamannya dan rasa tradisional yang ditekankan, maka akan terus memposisikan kearifan lokal sebagai sesuatu yang kuno dan tidak sesuai jamannya. Pemaknaan mengenai kearifan lokal dan penjelasannya yang disesuaikan dengan kondisi sekarang menjadi kunci untuk bisa membuat kearifan lokal dan norma sosial menjadi kesatuan yang harus terus ada dalam masyarakat. Proses penyampaiannya yang harus disesuaikan dengan perkembangan saat ini.

NILAI SOSIAL DAN KONSTRUKSI MASYARAKAT

1. Teori Aksi

Talcott Parsons berpendapat bahwa aksi (*action*) itu bukanlah perilaku (*behavior*). Aksi merupakan tanggapan atau respon mekanis terhadap suatu stimulus sedangkan perilaku adalah suatu proses mental yang aktif dan kreatif. Menurut Parsons, yang utama bukanlah tindakan individual, melainkan norma-norma dan nilai-nilai sosial yang menurunkan dan mengatur perilaku (Sarwono, 1993).

Parsons melihat bahwa tindakan individu dan kelompok dipengaruhi oleh tiga sistem, yaitu sistem sosial, sistem budaya, dan sistem kepribadian masing-masing individu. Kita dapat mengaitkan individu dengan sistem sosialnya melalui status dan perannya. Dalam setiap sistem sosial individu menduduki suatu status dan berperan sesuai dengan norma atau aturan yang dibuat oleh sistem tersebut dan perilaku ditentukan pula oleh tipe kepribadiannya. (Sarwono, 1993). Beberapa asumsi fundamental Teori Aksi dikemukakan oleh Hinkle dengan merujuk karya Mac Iver, Znaniecki dan Parsons sebagai berikut:

a. Tindakan manusia muncul dari kesadarannya sendiri sebagai subyek dan dari situasi eksternal dalam posisinya sebagai obyek.

b. Sebagai subyek manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Jadi, tindakan manusia bukan tanpa tujuan.
c. Dalam bertindak manusia menggunakan cara, teknik, prosedur, metode, serta perangkat yang diperkirakan cocok untuk mencapai tujuan tersebut.
d. Kelangsungan tindakan manusia hanya dibatasi oleh kondisi yang tak dapat diubah dengan sendirinya.
e. Manusia memilih, menilai dan mengevaluasi terhadap tindakan yang akan, sedang dan yang telah dilakukannya.
f. Ukuran-ukuran, aturan-aturan atau prinsip-prinsip moral diharapkan timbul pada saat pengambilan keputusan.
g. Studi mengenai antar hubungan sosial memerlukan pemakaian teknik penemuan yang bersifat subyektif seperti metode verstehen, imajinasi, sympathetic reconstruction atau seakan-akan mengalami sendiri (*vicarious experienc*) (Ritzer, 2003).

Dalam menyesuaikan tingkah lakunya dengan norma masyarakat biasanya individu melihat kepada kelompok acuannya (*reference group*). Kelompok referensi yaitu kelompok sosial yang menjadi acuan bagi seseorang (bukan anggota kelompok) untuk membentuk pribadi dan perilakunya. Dengan perkatan lain, seorang yang bukan anggota kelompok sosial yang bersangkutan mengidentifikasi dirinya dengan kelompok tadi (Soekanto, 1990). Menurut Parsons, salah satu asumsi dari teori aksi adalah bahwa subyek, manusia bertindak atau berperilaku untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan tersebut antara lain untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia yang meliputi kebutuhan makan, minum, keselamatan, perlindungan, kebutuhan untuk dihormati, kebutuhan akan harga diri, dan lain sebagainya. Untuk mencapai tujuan tersebut dapat diupayakan dengan bekerja. Jadi tujuan yang hendak dicapai seorang individu merupakan landasan dari segenap perilakunya. Parsons menjelaskan bahwa orientasi orang bertindak

terdiri dari dua elemen dasar, yaitu orientasi motivasional dan orientasi nilai. Orientasi motivasional menunjuk pada keinginan individu yang bertindak itu untuk memperbesar kepuasan dan mengurangi kekecewaan. Sedangkan orientasi nilai menunjuk pada standar-standar normatif yang mengendalikan pilihan-pilihan individu (alat dan tujuan) dan prioritas sehubungan dengan adanya kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan yang berbeda. Perilaku manusia merupakan hasil dari segala macam pengalaman serta interaksi manusia dengan lingkungannya yang terwujud dalam bentuk pengetahuan, sikap dan tindakan. Perilaku merupan respon individu terhadap stimulus yang berasal dari luar maupun dari dalam dirinya, setelah melalui proses berpikir dan respon yang muncul dapat berupa perilaku yang tampak.

2. Teori Interaksionisme Simbolik

Interaksionisme simbolik merupakan cara pandang yang memperlakukan individu sebagai diri sendiri dan diri sosial. Kita bisa menentukan makna subyektif pada setiap obyek yang kita temui, ketimbang kita menerima apa adanya makna yang dianggap obyektif, yang telah dirancang sebelumnya. Struktur sosial bisa kita lihat sebagai hasil produksi interaksi bersama, demikian pula dengan kelompok-kelompok sosial yang lain. Suatu upaya yang agak melemahkan pandangan-pandangan kaum struktural fungsional yang melihat 'struktur sosial' sebagaimana adanya dalam dirinya.

Suatu tindakan bersama, pada saatnya akan membentuk struktur sosial atau kelompok-kelompok masyarakat lain, dibentuk oleh suatu interaksi yang cukup khas, yang mereka namai sebagai interaksi simbolis. Interaksionisme simbolik mengandaikan suatu interaksi yang menggunakan bahasa, isyarat, dan berbagi simbol lain. Melalui simbol-simbol itu pula, kita bisa mendefinisikan, menginterpretasikan, menganalisa dan memperlakukan sesuai dengan kehendak kita. Tampak disini ada perpaduan yang khas antara kebebasan akan definisi orang lain mengenai kita sendiri.

Akar dari teori interaksionisme simbolis ini mengandaikan realitas sosial bukan sebagai proses dan bukan sebagai sesuatu yang statis dogmatis. Sehingga, manusia bukan merupakan barang jadi, tapi lebih sebagai barang yang akan jadi. Dalam hal ini kita akan menemukan pembahasan mengenai diri, diri sosial, pengendalian diri, perspektif orang lain, interpretasi, makna-makna dan sebagainya, semuanya lebur dan menolak pandangan-pandangan yang baku akan terbentuknya masyarakat. Dan masyarakat dilihatnya sebagai 'interaksi simbolik' individu-individu di dalamnya.

Individu dalam interaksionisme simbolik Blumer dapat dilihat pada tiga premis yang diajukannya, yaitu: (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasar makna-makna yang ada pada sesuatu bagi mereka. Sesuatu yang dimaksud disini bermakna obyek fisik, orang lain, institusi sosial dan ide-ide atau nilai-nilai yang bersifat abstrak (2) makna tersebut berasal dan hasil interaksi sosial seseorang dengan orang lain (3) makna tersebut disempurnakan dan dimodifikasi melalui proses penafsiran di saat proses interaksi berlangsung.

Dalam interaksionisme simbolik, menurut Blumer, aktor tidak semata-mata bereaksi terhadap tindakan dari orang lain, tetapi mencoba menafsirkan dan mendefinisikan setiap tindakan orang lain. Hal itu terjadi karena individu mempunyai kedirian 'self' yang dengannya dia melakukan membentuk dirinya sebagai obyek. Dalam melakukan interaksi secara langsung maupun tidak langsung individu dijembatani oleh penggunaan simbol-simbol penafsiran, yaitu bahasa. Tindakan penafsiran simbol oleh individu disini diartikan memberikan arti, menilai kesesuaiannya dengan tindakan, dan mengambil keputusan berdasarkan penilaian tersebut. Karena itulah individu yang terlibat dalam interaksi ini tergolong aktor sadar dan reflektif karena bertindak sesuai dengan apa yang telah ditafsirkan dan bukan bertindak tanpa rasio atau pertimbangan. Konsep inilah yang disebut Blumer dengan *self-indication*, yaitu proses komunikasi yang sedang berjalan dalam proses ini individu

mengetahui sesuatu, menilainya, memberi makna dan memutuskan untuk bertindak. Proses *self indication* ini terjadi dalam konteks sosial di mana individu mencoba "mengantisipasi tindakan-tindakan orang lain dan menyesuaikan tindakannya sebagaimana dia menafsirkan tindakan itu" (Poloma, 2004)

Interaksionisme simbolik yang diketengahkan Blumer mengandung sejumlah "*root images*" atau ide-ide dasar yang dapat diringkas sebagai berikut:

a. Masyarakat terdiri dari manusia yang berinteraksi. Kegiatan tersebut saling bersesuaian melalui tindakan bersama, membentuk sesuatu yang dikenal sebagai organisasi atau struktur sosial.
b. Interaksi terdiri dari kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan manusia lain. Interaksi–interaksi nonsimbolis mencakup stimulus respon yang sederhana. Interaksi simbolik mencakup "penafsiran tindakan". Bila dalam pembicaraan seseorang pura-pura batuk ketika tidak setuju dengan pokok-pokok yang diajukan oleh si pembicara.
c. Obyek–obyek yang tidak mempunyai makna yang intrinsik lebih merupakan produk interaksi simbolis. Obyek-obyek dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori yang luas (a) obyek fisik seperti meja, tanaman, mobil (b) obyek sosial, seperti guru atau teman dan (c) obyek abstrak seperti nilai, hak dan peraturan. Blumer membatasi obyek sebagai "segala sesuatu yang berkaitan dengannya". Dunia obyek "diciptakan, disetujui, ditransformasi dan dikesampingkan" lewat interaksi simbolis. Ilustrasi peranan makna yang diterapkan pada obyek fisik dapat dilihat dalam perlakuan yang berbeda.
d. Manusia tidak hanya mengenal obyek eksternal, namun mereka juga dapat mengenal dan melihat dirinya sebagai obyek.
e. Tindakan manusia adalah tindakan interpretatif yang dibuat oleh manusia.

f. Tindakan tersebut saling dikaitkan dan disesuaikan oleh anggota-anggota kelompok. Hal ini disebut sebagai tindakan bersama yang dibatasi sebagai; organisasi sosial dari perilaku tindakan-tindakan berbagai manusia dimana sebagian besar tindakan bersama tersebut dilakukan berulang-ulang namun stabil melahirkan kemudian 'kebudayaan" dan "aturan sosial". (Poloma, 2004)

Dalam perspektif kontruktivisme, pengetahuan adalah produk interaksi dengan dunianya. Ketika proses berinteraksi tindakan para agen selalu bersifat intersubyektif, masing–masing memonitor cara dalam mempersepsikan situasi di ruang dan waktu mana interaksi mereka lakukan. Dalam interaksi itulah mendefinisikan dunianya yang hasil definisi lalu menentukan tindakan atau implementasi dari definisi situasi.

3. Pijakan dan Arah Pemikiran Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman

Konstruksi sosial merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Dalam menjelaskan paradigma konstruktivis, realitas sosial merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu. Individu adalah manusia yg bebas yang melakukan hubungan antara manusia yang satu dengan yang lain. Individu menjadi penentu dalam dunia sosial yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Individu bukanlah korban fakta sosial, namun sebagai media produksi sekaligus reproduksi yang kreatif dalam mengkonstruksi dunia sosialnya (Basrowi dan Sukidin, 2002).

Sosiologi pengetahuan Berger dan Luckman adalah deviasi dari perspektif yang telah memperoleh "lahan subur" di dalam bidang filsafat maupun pemikiran sosial. Aliran fenomonologi mula pertama dikembangkan oleh Kant dan diteruskan oleh Hegel, Weber, Husserl dan Schutz hingga kemudian kepada Berger dan Luckman. Akan tetapi, sebagai pohon pemikiran, fenomenologi

telah mengalami pergulatan revisi. Dan sebagaimana kata Berger bahwa "posisi kami tidaklah muncul dari keadaan kosong (ex nihilo)", akan jelas menggambarkan bagaimana keterpegaruhannya terhadap berbagai pemikiran sebelumnya. Jika Weber menggali masalah mengenai interpretatif understanding atau analisis pemahaman terhadap fenomena dunia sosial atau dunia kehidupan, Scheler dan Schutz menambah dengan konsep life world atau dunia kehidupan yang mengandung pengertian dunia atau semesta yang kecil, rumit dan lengkap terdiri atas lingkungan fisik, lingkungan sosial, interaksi antara manusia (intersubyektifitas) dan nilai-nilai yang dihayati. Ia adalah realitas orang biasa dengan dunianya. Di sisi lain, Manheim tertarik dengan persoalan ideologi, dimana ia melihat bahwa tidak ada pemikiran manusia yang tidak dipengaruhi oleh ideologi dan konteks sosialnya, maka dalam hal ini Berger memberikan arahan bahwa untuk menafsirkan gejala atau realitas di dalam kehidupan itu.

Usaha untuk membahas sosiologi pengetahuan secara teroitis dan sistematis melahirkan karya Berger dan Luckman yang tertuang dalam buku The Social Construction of Reality, A Treatise in the Sociology of Knowledge (tafsiran sosial atas kenyataan, suatu risalah tentang sosiologi pengetahuan). Ada beberapa usaha yang dilakukan Berger untuk mengembalikan hakikat dan peranan sosiologi pengetahuan dalam kerangka pengembangan sosiologi.

Pertama, mendefinisikan kembali pengertian "kenyataan" dan "pengetahuan" dalam konteks sosial. Teori sosiologi harus mampu menjelaskan bahwa kehidupan masyarakat itu dikonstruksi secara terus-menerus. Gejala-gejala sosial sehari-hari masyarakat selalu berproses, yang ditemukan dalam pengalaman bermasyarakat. Oleh karena itu, pusat perhatian masyarakat terarah pada bentuk-bentuk penghayatan (Erlebniss) kehidupan masyarakat secara menyeluruh dengan segala aspek (kognitif, psikomotoris, emosional dan intuitif). Dengan kata lain, kenyataan sosial itu tersirat dalam pergaulan sosial, yang diungkapkan secara sosial

termanifestasikan dalam tindakan. Kenyataan sosial semacam ini ditemukan dalam pengalaman intersubyektif (intersubjektivitas). Melalui intersubyektifitas dapat dijelaskan bagaimana kehidupan masyarakat tertentu dibentuk secara terus-menerus. Konsep intersubyektifitas menunjuk pada dimensi struktur kesadaran umum ke kesadaran individual dalam suatu kelompok khusus yang sedang saling berintegrasi dan berinteraksi.

Kedua, menemukan metodologi yang tepat untuk meneliti pengalaman intersubyektifitas dalam kerangka mengkonstruksi realitas. Dalam hal ini, memang perlu ada kesadaran bahwa apa yang dinamakan masyarakat pasti terbangun dari dimensi obyektif sekaligus dimensi subyektif sebab masyarakat itu sendiri sesungguhnya buatan kultural dari masyarakat (yang di dalamnya terdapat hubungan intersubyektifitas) dan manusia adalah sekaligus pencipta dunianya sendiri. Oleh karena itu, dalam observasi gejala-gejala sosial itu perlu diseleksi, dengan mencurahkan perhatian pada aspek perkembangan, perubahan dan tindakan sosial. Dengan cara seperti itu, kita dapat memahami tatanan sosial atau orde sosial yang diciptakan sendiri oleh masyarakat dan yang dipelihara dalam pergaulan sehari-hari.

Ketiga, memilih logika yang tepat dan sesuai. Peneliti perlu menentukan logika mana yang perlu diterapkan dalam usaha memahami kenyataan sosial yang mempunyai ciri khas yang bersifat plural, relatif dan dinamis. Yang menjadi persoalan bagi Berger adalah logika seperti apakah yang perlu dikuasai agar interpretasi sosiologi itu relevan dengan struktur kesadaran umum itu? Sosiologi pengetahuan harus menekuni segala sesuatu yang dianggap sebagai "pengetahuan" dalam masyarakat.

Berger berpandangan bahwa sosiologi pengetahuan seharusnya memusatkan perhatian pada struktur dunia akal sehat (common sense world). Dalam hal ini, kenyataan sosial didekati dari berbagai pendekatan seperti pendekatan mitologis yang irasional, pendekatan filosofis yang moralitis, pendekatan praktis yang

fungsional dan semua jenis pengetahuan itu membangun akal sehat. Pengetahuan masyarakat yang kompleks, selektif dan akseptual menyebabkan sosiologi pengetahuan perlu menyeleksi bentuk-bentuk pengetahuan yang mengisyaratkan adanya kenyataan sosial dan sosiologi pengetahuan harus mampu melihat pengetahuan dalam struktur kesadaran individual, serta dapat membedakan antara "pengetahuan" (urusan subjek dan obyek) dan "kesadaran" (urusan subjek dengan dirinya).

Di samping itu, karena sosiologi pengetahuan Berger ini memusatkan pada dunia akal sehat (common sense), maka perlu memakai prinsip logis dan non logis. Dalam pengertian, berpikir secara "kontradiksi" dan "dialektis" (tesis, antitesis, sintesis). Sosiologi diharuskan memiliki kemampuan mensintesiskan gejala-gejala sosial yang kelihatan kontradiksi dalam suatu sistem interpretasi yang sistematis, ilmiah dan meyakinkan. Kemampuan berpikir dialektis ini tampak dalam pemikiran Berger, sebagaimana dimiliki Karl Marx dan beberapa filosof eksistensial yang menyadari manusia sebagai makhluk paradoksal. Oleh karena itu, tidak heran jika kenyataan hidup sehari-hari pun memiliki dimensi-dimensi obyektif dan subjektif (Berger dan Luckmann, 1990).

Berger dan Luckmann berpandangan bahwa kenyataan itu dibangun secara sosial, sehingga sosiologi pengetahuan harus menganalisis proses terjadinya itu. Dalam pengertian individu-individu dalam masyarakat itulah yang membangun masyarakat, maka pengalaman individu tidak terpisahkan dengan masyarakatnya. Waters mengatakan bahwa "they start from the premise that human beings construct sosial reality in which subjectives process can become objectivied". (Mereka mulai dari pendapat bahwa manusia membangun kenyataan sosial di mana proses hubungan dapat menjadi tujuan yang pas). Pemikiran inilah barangkali yang mendasari lahirnya teori sosiologi kontemporer "konstruksi sosial". (Basrowi dan Sukidin, 2002)

Dalam sosiologi pengetahuan atau konstruksi sosial Berger dan Luckmann, manusia dipandang sebagai pencipta kenyataan sosial yang obyektif melalui proses eksternalisasi, sebagaimana kenyataan obyektif memengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi (yang mencerminkan kenyataan subjektif). Dalam konsep berpikir dialektis (tesis-antitesis-sintesis), Berger memandang masyarakat sebagai produk manusia dan manusia sebagai produk masyarakat. Yang jelas, karya Berger ini menjelajahi berbagai implikasi dimensi kenyataan obyektif dan subjektif dan proses dialektis obyektivasi, internalisasi dan eksternalisasi.

Salah satu inti dari sosiologi pengetahuan adalah menjelaskan adanya dialektika antara diri (the self) dengan dunia sosiokultural. Proses dialektis itu mencakup tiga momen simultan, yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk yang dilembagakan atau mengalami institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).

4. Memahami Dialektika Berger: Eksternalisasi, Obyektivasi dan Internalisasi

Teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann mencoba mengadakan sintesa antara fenomen-fenomen sosial yang tersirat dalam tiga momen dan memunculkan suatu konstruksi kenyataan sosial yang dilihat dari segi asal-muasalnya merupakan hasil ciptaan manusia, buatan interaksi intersubjektif.

Masyarakat adalah sebagai kenyataan obyektif sekaligus menjadi kenyataan subjektif. Sebagai kenyataan obyektif, masyarakat sepertinya berada di luar diri manusia dan berhadap-hadapan dengannya. Sedangkan sebagai kenyataan subjektif, individu berada di dalam masyarakat itu sebagai bagian yang tak terpisahkan. Dengan kata lain, bahwa individu adalah pembentuk masyarakat dan masyarakat adalah pembentuk individu. Kenyataan atau realitas sosial itu bersifat ganda dan bukan tunggal, yaitu kenyataan

subjektif dan obyektif. Kenyataan atau realitas obyektif adalah kenyataan yang berada di luar diri manusia, sedangkan kenyataan subjektif adalah kenyataan yang berada di dalam diri manusia.

Melalui sentuhan Hegel, yaitu tesis, antitesis dan sintesis, Berger menemukan konsep untuk menghubungkan antara yang subjektif dan obyektif itu melalui konsep dialektika. Yang dikenal sebagai eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia, obyektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses intitusionalisasi, dan internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial dimana individu tersebut menjadi anggotanya.

Di dalam kehidupan ini ada aturan-aturan atau hukum-hukum yang menjadi pedoman bagi berbagai intitusi sosial. Aturan itu sebenarnya adalah produk manusia untuk melestarikan keteraturan sosial, sehingga meskipun aturan di dalam struktur sosial itu bersifat mengekang, tidak menutup kemungkinan adanya "pelanggaran" yang dilakukan oleh individu. Pelanggaran dari aturan itulah yang disebabkan oleh proses eksternalisasi yang berubah-ubah dari individu atau dengan kata lain ada ketidakmampuan individu menyesuaikan dengan aturan yang digunakan untuk memelihara ketertiban sosial tersebut. Oleh karena itu, problem perubahan berada di dalam proses eksternalisasi ini. Jadi di dalam masyarakat yang lebih mengedepankan "ketertiban sosial" individu berusaha sekeras mungkin untuk menyesuaikan diri dengan peranan-peranan sosial yang sudah dilembagakan, sedangkan bagi masyarakat yang senang kepada "kekisruhan sosial" akan lebih banyak ketidaksukaannya untuk menyesuaikan dengan peranan-peranan sosial yang telah terlembagakan.

Hal ini yang termasusk masyarakat sebagai kenyataan obyektif adalah legitimasi. Fungsi legitimasi adalah untuk membuat obyektivasi yang sudah dilembagakan menjadi masuk akal secara

obyektif. Misalnya mitologi, selain memiliki fungsi legitimasi terhadap perilaku dan tindakan, juga menjadi masuk akal ketika mitologi tersebut dipahami dan dilakukan. Untuk memelihara universum itu diperlukan organisasi sosial. Hal ini tidak lain karena sebagai produk historis dari kegiatan manusia, semua universum yang dibangun secara sosial itu akan mengalami perubahan karena tindakan manusia, sehingga diperlukan organisasi sosial untuk memeliharanya. Ketika pemeliharaan itu dibangun dengan kekuatan penuh, maka yang terjadi adalah status quo.

Masyarakat juga sebagai kenyataan subjektif atau sebagai realitas internal. Untuk menjadi realitas subjektif, diperlukan suatu sosialisasi yang berfungsi untuk memelihara dan mentransformasikan kenyataan subjektif tersebut. Sosialisasi selalu berlangsung di dalam konsep struktur sosial tertentu, tidak hanya isinya tetapi juga tingkat keberhasilannya. Jadi analisis terhadap sosial mikro atau sosial psikologis dari fenomen-fenomen internalisasi harus selalu dilatarbelakangi oleh suatu pemahaman sosial-makro tentang aspek-aspek strukturalnya.

Struktur kesadaran subjektif individu dalam sosiologi pengetahuan menempati posisi yang sama dalam memberikan penjelasan kenyataan sosial. Setiap individu menyerap bentuk tafsiran tentang kenyataan sosial secara terbatas, sebagai cermin dari dunia obyektif. Dalam proses internalisasi, tiap individu berbeda-beda dalam dimensi penyerapan, ada yang lebih menyerap aspek ekstern, ada juga yang lebih menyerap bagian intern. Tidak setiap individu dapat menjaga keseimbangan dalam penyerapan dimensi obyektif dan dimensi kenyataan sosial itu. Kenyataan yang diterima individu dari lembaga sosial, menurut Berger, membutuhkan cara penjelasan dan pembenaran atas kekuasaan yang sedang dipegang dan dipraktikkan.

Dengan demikian, hubungan antara individu dengan institusinya adalah sebuah dialektika (intersubjektif) yang diekspresikan dengan tiga momen: society is human product. Society is an

objective reality. Human is sosial product. (Masyarakat adalah produk manusia. Masyarakat adalah suatu kenyataan sasaran. Manusia adalah produk sosial). Dialektika ini dimediasikan oleh pengetahuan yang disandarkan atas memori pengalaman di satu sisi dan oleh peranan-peranan yang merepresentasikan individu dalam tatanan institusional (Waters, 1994).

KOMUNIKASI MODERN DAN MEDIA BARU

Komunikasi merupakan prasayarat bagi kehidupan manusia. Sebelum ditemukannya teknologi informasi yang canggih menjangkau jarak yang jauh dan bersifat global. Teknologi informasi dan komunikasi sebagai suatu produk dan proses telah berkembang sedemikian rupa sehingga memengaruhi segenap kehidupan kita dalam berbagai bentuk aplikasi. Tofler menggambarkan perkembangan itu sebagai revolusi yang berlangsung dalam tiga gelombang. Gelombang pertama timbul dalam bentuk teknlogi pertanian. gelombang kedua ditandainya dengan adanya teknologi industri, Gelombang ketiga merupakan resolusi teknologi elektronik dan informasi.

Tak dapat disangkal lagi bahwa perkembangan informasi dan komunikasi yang telah berlangsung begitu cepat, telah menyebabkan sejumlah perubahan yang besar pada masyarakat. Marshall McLuhan (1967) seorang pakar dalam bidang sosiokultural mengungkapkan bagaimana medium, atau proses teknologi elektrik dalam masa kita, membentuk dan mengatur kembali pola interdependensi sosial dan segala aspek kehidupan pribadi kita, Ia telah memaksa kita untuk mempertimbangkan dan menilai kembali hampir semua pemikiran, tindakan, dan segenap kelembagaan yang sebelumnya kita anggap telah mapan.

Pierre Levy (dalam Putri, 2014) mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan

media. McQuail (2011) menyatakan bahwa media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Teori ini membahas tentang media pada zaman global. Istilah media baru mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/ informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital. Ciri utama media baru adalah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuail, 2011).

Menurut R Cahyo Prabowo (dalam Putri, 2014) mengenai media baru adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien ringkas memberikan informasi kepada pembaca atau khalayaknya.

Kehadiran media baru ini merupakan bagian tiga generasi dari komunikasi politik, seperti Blumler dan Kavanagh dalam Heryanto, yang menamakannya "*third age of political communication*". Menurut mereka, media cetak dan penyiaran, seperti televisi dan radio, tidak lagi dijadikan rujukan utama dalam proses komunikasi politik. Hal ini disebabkan oleh semakin masifnya penggunaan internet sebagai sumber utama masyarakat dalam mencari informasi mengenai berita-berita atau peristiwa-peristiwa politik. Apalagi, dalam media sosial katakanlah, proses pencarian informasinya pun bersifat dua arah. Masyarakat dapat berpartisipasi langsung (dinamis), tidak hanya menunggu (pasif) (Heryanto dan Rumaru, 2013).

Platform media cetak, audio, dan video memberikan kesempatan bagi pengguna untuk melakukan komunikasi secara dua arah. Hal ini adalah akibat dari digunakannya internet oleh platform-

platform tersebut. Informasi yang beredar di internal sulit untuk dikontrol. Itu sebabnya internet disebut sebagai media baru yang revolusioner. Kontrol informasi dan adanya lembaga pengawas adalah ciri khas dari media cetak dan televisi, yang tidak ada lagi di internet. Alhasil, internet berkembang menjadi sebuah bentuk "media" yang sulit untuk dikendalikan, termasuk oleh pemerintah (Heryanto dan Zarkasy, 2012).

Ciri-ciri yang membuat internet berbeda dengan bentuk komunikasi lainnya, adalah dengan adanya penggunaan multimedia, hypertextual, dispersal, virtuality, dan interactivity. Multimedia dimengerti sebagai sebuah medium yang di dalamnya terdapat banyak konten. Konten-konten tersebut adalah perpaduan antara teks, audio, video, gambar *(image*), animasi, dan ragam konten interaktif lainnya. Karakteristik multimedia dapat kita pahami sebagai medium dengan beragam bentuk konten yang meliputi perpaduan teks, audio, image, animasi, video dan bentuk konten interaktif. Hypertextual, dipahami sebagai sebuah teks yang dapat mengizinkan kita mengakses teks-teks lain. Sebagai contoh, sebuah tautan yang terdapat di dalamnya, cukup di klik satu kali saja untuk menghubungkan kita dengan halaman atau situs lain dengan substansi teks yang pastinya juga berbeda (Efriza dan Indrawan, 2018).

Sekalipun kita sering menyebut media baru dengan dunia maya, akan tetapi, walaupun tidak secara fisik, nuansa "kehadirannya" muncul secara virtual. Hal ini yang membuat media baru memiliki karakter budayanya sendiri, namun bukanlah budaya seperti pada umumnya yang dimanifestasikan secara nyata, namun sebuah budaya digital. *Interactivity* memberikan kesempatan interaksi bagi komunikator di antara sesama komunikator. Komunikator-komunikator tersebut, selain dapat berinteraksi secara daring, juga dapat menciptakan konten-konten pesan mereka sendiri untuk kemudian dipublikasikan. Sebagai contoh, ketika komunikator berkomunikasi via email atau fitur chat di media sosial, maka mereka

sadar bahwa internet memungkinkan mereka berkomunikasi secara dua arah (Efriza dan Indrawan, 2018).

Media konvensional menunjukkan bahwa antara komunikator dan khalayaknya digambarkan sebagai hubungan satu arah *one-to-many-relationship*, sementara internet dapat dilihat sebagai sarana komunikasi satu arah, dua arah, satu ke banyak, maupun banyak ke satu seperti halnya media konvensional. Meski dalam realitanya sebenarnya, interaksi tersebut terjadi antara manusia dengan komputer, namun dalam budaya baru, yaitu budaya virtual, komunikasi terjadi tidak hanya satu arah (Wardhani dan Makkuraga, 2012).

Berkembangnya media baru menjadi lebih dinamis membuat media lama atau konvensional harus menghadapi tantangan yang tidak mudah. Media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, interactive blogs melahirkan interaksi antar-masyarakat yang dinamakan jurnalisme warga. Jurnalisme warga ini memungkinkan adanya koneksi antara pencari dan penyedia informasi. Atas dasar itu, eksistensi dari media konvensional akan berkurang karena proses diseminasi informasinya terbatas ruang dan waktu.

Kita juga harus memahami tentang apa arti baru (new) dari konsep media baru yang sedang kita pelajari. Media baru bukanlah teknologi saja. Pemahaman kita harus jauh melebihi itu. Kita harus sadar bahwa perkembangan teknologi akan membawa perubahan pada banyak bidang di dalam kehidupan manusia. Perubahan-perubahan tersebut berujung pada tiga hal berikut. Pertama, peralatan terkait dengan teknologi yang dipergunakan memungkinkan individu dapat memperluas kemampuan berkomunikasi. Kedua, kegiatan dan praktik komunikasi dalam media baru dapat meningkatkan kemampuan individu dalam penggunaan alat teknologi. Ketiga, penggunaan alat dan praktik dalam media baru akan membentuk nilai-nilai sosial dan sistem pengorganisasian yang baru pula (Junaedi, 2011).

Media sosial sebagai bagian dari media baru memang menghadirkan cara pandang baru terkait bagaimana manusia memaknai arus informasi yang di era globalisasi ini "berseliweran" dimana-mana. Media sosial memang memberikan informasi, yang bagi manusia modern adalah bagian dari kebutuhan primer, hanya saja akurasi dan kebenaran dari informasi tersebut membutuhkan verifikasi lanjutan. Bedanya dengan media konvensional, di mana ada aturan hukum yang melingkupi setiap aliran informasi yang ditampilkannya, dalam konteks media sosial hal tersebut sama sekali tidak ada. Maka, tak heran muncul terminologi "hoax", "fake news", "false news" dll. Apalagi, media sosial berada dalam ranah daring (Junaedi, 2011).

Sifat media sosial adalah daring, alias sangat membutuhkan internet. Hal tersebut membuat penggunanya sangat mudah untuk terlibat berpartisipasi. Partisipasi dalam hal ini artinya adalah kemudahan berbagi dan menyampaikan informasi, kemudahan juga dalam membuat konten, pesan, atau isi yang akan disampaikan kepada khalayak, dan mengomentari masukan-masukan yang diterima, di mana semua hal tersebut terjadi secara cepat tanpa batasan-batasan yang restriktif (Junaedi, 2011).

Peran teknologi, terutama internet, menjadi kata kunci dalam perubahan-perubahan yang terjadi melalui media sosial. Teknologi internet menjadi faktor yang memungkinkan (enabler). Sebagai media daring, teknologi ini dapat dengan mudah diakses kapan pun, dimana pun, dan oleh siapa pun. Daya jangkau internet yang global memungkinkan terjadinya konektivitas dan interaktivitas yang tinggi. Hal ini membuat internet sarana yang efisien dalam proses komunikasi. Termasuk untuk media sosial, di mana penggunanya makin hari makin banyak, belum termasuk jasa penyedianya seperti Facebook dan Instragram. Meningkatnya jumlah pengguna ini berdampak pada media konvensional tentunya, karena akses informasi akan lebih cepat didapatkan masyarakat melalui media sosial. Perbedaan kharakteristik, khalayak, dan faktor-faktor

pembentuk antara media sosial dan media mainstream inilah yang membawa perubahan signifikan dalam kajian-kajian komunikasi (Junaedi, 2011).

Selanjutnya, media sosial tidak hanya satu-satunya yang dapat diklasifikasikan sebagai media baru. Ada juga kegiatan jual beli secara daring, disebut E-Commerce. Semua jenis media baru ini dapat membentuk opini dalam masyarakat (*public opinion maker*) karena masifnya sifat pemberitaannya (Aji dan Indrawan, 2019).

Atas dasar itulah, diperlukan pemahaman mengenai dampak dari kehadiran media baru, utamanya sosial media, yaitu sebagai berikut:

a. Menyediakan peluang untuk berkomunikasi lebih banyak dan memberi ide, informasi, dan opini.
b. Membuka kesempatan baru untuk berkomunikasi langsung dengan khalayak walaupun dapat menimbulkan risiko seperti berkembangnya informasi negatif. Komunikasi menjadi lebih personal dan dapat berlangsung tanpa perantara.
c. Meningkatkan komunikasi dan informasi secara cepat dan tepat dengan berbagai isu.
d. Membuka kesempatan untuk meraih khalayak dengan efektif dan efisien.
e. Membuka kesempatan untuk meraih khalayak baru dari kelompok muda atau usia yang tidak tersentuh oleh media mainstream yang biasa digunakan oleh organisasi.
f. Blog dan media sosial membuka komunikasi secara global.
g. Media baru memungkinkan organisasi untuk memperoleh data atau informasi secara cepat tentang bagaimana pendapat publik terhadap organisasi pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan partai politik (Aji dan Indrawan, 2019).

Penjelasan di atas menunjukkan bahwa media baru memberikan banyak peluang untuk meningkatkan komunikasi eksternal yang

efektif dan efisien. Tapi, kehadirannya tentu disertai beberapa hal yang harus diwaspadai. Pertama, media baru menciptakan *cyber selfishness*, (keegoisan pengguna internet), maksudnya menghasilkan banyak orang-orang yang tidak bertanggungjawab secara sosial. Kedua, sekalipun ruang dan waktu tidak terbatas, hal tersebut tidak berlaku untuk pertemuan langsung secara fisik. Oleh karena tidak bertemu dengan lawan bicara secara langsung, kemungkinan terjadi penipuan atau pembohongan di dalam dunia maya cukup tinggi. Ketiga, terjadinya berita atau tulisan yang dianggap tidak sesuai (hoax), maka dengan cepat komentar akan mengiringnya, sehingga pihak organisasi atau perorangan yang memiliki kepentingan untuk pembangunan citra semestinya harus memiliki pengetahuan dan literasi terhadap dampak media baru (Aji dan Indrawan, 2019).

ANOMALI PERADABAN MASYARAKAT MODERN

Pengertian anomali sosial adalah suatu keganjalan yang terjadi dari keadaan biasa atau norma yang berbeda dari kondisi umum dalam suatu lingkungan. Anomali adalah sebuah istilah yang diperkenalkan oleh Emile Durkheim untuk menggambarkan keadaan yang kacau, tanpa peraturan. Kata ini berasal dari Bahasa Yunani "tanpa", dan nomos: "hukum" atau "peraturan. Emile Durkheim, sosiolog perintis Prancis abad ke-19 menggunakan kata ini dalam bukunya yang menguraikan sebab-sebab bunuh diri untuk menggambarkan keadaan atau kekacauan dalam diri individu yang dicirikan oleh ketidakhadiran atau berkurangnya standar atau nilai-nilai, dan perasaan alienasi dan ketiadaan tujuan yang menyertainya. Anomie sangat umum terjadi apabila masyarakat sekitarnya mengalami perubahan-perubahan yang besar dalam situasi ekonomi, entah semakin baik atau semakin buruk, dan lebih umum lagi ketika ada kesenjangan besar antara teori-teori dan nilai-nilai ideologis yang umumnya diakui dan dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Anomali sosial dalam studi masalah sosial dapat dikategorikan kedalam perilaku yang tidak sesuai yang dilakukan oleh seseorang. Hal tersebut dikarenakan perilaku yang tidak sesuai secara signifikan dari norma-norma yang tertentu untuk individu dalam status sosial, ia tidak dapat dipelihara secara abstrak tetapi perlu dikaitkan dengan norma-norma yang dianggap oleh masyarakat secara tepat

dan secara moral mengikat bagi orang-orang yang memiliki status yang berlainan. Dalam perspektif ini, masalah sosial terjadi karena terdapat sebuah anomali sosial dari berbagai aturan-aturan sosial ataupun dari norma-norma sosial yang berlaku. Untuk mengetahui latar belakang dari anomali sosial perlu dibedakan adanya perilaku yang tidak disengaja dan yang disengaja.

Perilaku yang tidak disengaja diantaranya karena pelaku kurang memahami aturan-aturan yang ada. Sedangkan perilaku yang disengaja bukan karena si pelaku tidak mengetahui aturan. Hal yang relevan untuk memahami bentuk perilaku tersebut, adalah mengapa seseorang melakukan tindakan anomali, sedangkan ia tahu apa yang dilakukan melanggar aturan. Bila melihat jenis anomali pada umumnya perilaku yang di lakukan secara sengaja lebih dominan dibandingkan dengan yang tidak disengaja. Faktor penyebab anomali sosial (1) Ketidaksempurnaan Sosialisasi Nilai-Nilai (2) Kesalahan Memahami Informasi (3) Dorongan Kebutuhan Ekonomi (4) Gangguan Control Influs (5) Anomie (6) Labellin.

Anomali sosial dalam peradaban modern bisa terlihat dalam proses kehidupan masyarakat saat ini yang secara pengetahuan dan teknologi berada dalam puncak kejayaan manusia. Namun, secara konteks kebahagiaan dan ketenangan hati justru mengalami masa kemrosotan dan bahkan kemunduran. Pola pikir manusia saat ini dibangun dengan mendasarkan pada pemahaman yang sifatnya berbasis logika dan penjelesan ilmiah, maka hasil yang diinginkan juga diharapkan sesuai dengan perhitungan secara ilmiah. Padahal, missal didalami lagi mengenai fenomena tersebut, ada kekuatan diluar kemampuan manusia yang turut berperan dalam menentukan semua proses kehidupan yang ada. Namun, secara nalar akal manusia yang berbasis pada pengetahuan akan mengesampingkan naluri dan instring makhluk yang kembali pada proses Sang Pencipta.

Fenomena anomali sosial ini, menjadi salah satu gambaran mengenai akan pembuktian bahwa dalam sisi kehidupan yang

sedang berjalan, akan mengalami dan menemukan proses-proses yang sulit untuk dilogikan. Maka, adanya penjelasan dalam sisi rohani tersebut, yang mampu membawa dan menggiring manusia untuk bisa terus mengakui adanya kekuatan gaib yang turut serta dalam proses berjalannya kehidupan ini. Banyak contoh anomali sosial yang terjadi di masyarakat saat ini, adanya fenomena bunuh diri, masyarakat mengalami depresi, gejala asosial yang cenderung memilih hidup sendiri dibandingkan bergaul dengan manusia lainnya. Keberadaan teknologi yang menggantikan norma dan aturan sosial. Dan bahkan sampai pada proses, penyamaan kegiatan manusia dengan kegiatan hewan. Semua itu didasarkan pada pengetahuan manusia yang mendasarkan pada persamaan hak, namun lupa akan pemenuhan kewajiban dari sisi masing-masing manusia dan tanggung jawabnya.

Pola komunikasi dan keberagaman sosial di masyarakat menjadi kunci dari proses pemahaman mengenai anomali sosial ini. Keberadaan masyarakat yang seiring waktu semakin merasa tidak bahagia, tidak tenang, meskipun dalam kondisi perkembangan teknologi yang dikatakan memudahkan dalam proses kehidupan manusia. Maka, pendekatan secara personal mengenai komunikasi yang dilakukan merupakan langkah penting untuk bisa menjalin hubungan yang harmonis, pada level keluarga, masyarakat dan seluruh manusia yang ada. Harapannya dengan komunikasi yang baik, akan terjalin hubungan dan interaksi yang harmonis antar sesama manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Adiarsi, G. R., & Silsa, H. (2018). Fenomena Bergabungnya Anak Muda Jakarta ke dalam Organisasi Sinergi Muda Secara Suka Rela. Profetik: Jurnal Komunikasi, 11(2), 99. https://doi.org/10.14421/pjk.v11i2.1474

Afrizal. (2017). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.

Alvin Toffler, The Third Wave, (1990). Terj. Sri Kusdiyantina, Dunia Gelombang Ketiga, Jakarta. Pantja Simpati.

Arifin, B. S. (2015). Psikologi Sosial. Bandung. Pustaka Setia.

Aswar. (2020). Efek Kemampuan Komunikasi Terhadap Perilaku Agresi Orang Tua Kepada Anak. MEDIALOG:Jurnal Ilmu Komunikasi, https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.35326/medialog.v3i2.744

Aw, S. (2011). Komunikasi Interpersonal. Jakarta. Graha Ilmu.

Basrowi dan Sukidin. (2002). Metode Penelitian Perspektif Mikro: Grounded theory, Fenomenologi, Etnometodologi, Etnografi, Dramaturgi, Interaksi Simbolik, Hermeneutik, Konstruksi Sosial, Analisis Wacana, dan Metodologi Refleksi. Surabaya. Insan Cendekia.

Berger Peter dan Luckman, Thomas. (1990) "Tafsiran Sosial Atas Kenyataan Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan". Jakarta. LP3ES.

Berger, LP., Luckman., T, (2013). Tafsir Sosial Atas Kenyataan, Jakarta: LP3ES.

Bertens, K, (1999). "Sejarah Filsafat Yunani",Yogyakarta: Kanisius.

Bungin, Burhan. (2006). Sosiologi Komunikasi, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Bungin, Burhan., (2007) Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Burhan Bungin (2006). Sosiologi Komunikasi, Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat, Jakarta. Prenada Media Group.

Daryanto, M. R. (2016). Teori Komunikasi. Jakarta. Penerbit Gava Media.

De Vito A. Yoseph, (1978). Communology: an Introduction to the Study of Communication, New York. Herper & Row Publishers.

Deddy Mulyana, (2004). Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya, Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Edy Sudaryanto, (1997). Relevansi, Fungsi, dan Peranan Komunikasi Dalam Pembangunan, PPs, Bandung. UNPAD.

Effendi, N. (2019, November). Merindukan Budaya Interaksi Alamiah. Surat Kabar Padang Ekspres.

Ekasari, A. H. (2012). Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja Pedesaan. Jurnal Sosiologi Pedesaan, 10(2), 57. https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v10i2.129

Fauziyyah, S. N. & Rina, N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. Medialog: Jurnal Ilmu

Komunikasi, 13-24, https://doi.org/https://doi.org/10.35326/medialog.v3i1.479

Hidayatullah, S., Devianty, R. C.;, & Wibowo. I. A. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, 6 (2), 240-249. https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560

Hunt, M. G., Marx, R., Lipson, C., &Young, J. (2018). No More FoMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression. Journal of Social and Clinical Psychology, 37(10), 751-768.

Jhon, little., Stephen (2016). Ensiklopedia Teori Komunikasi Jakarta: Kencana.

Kuswarno, E. (2013). Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi. Bandung. Widya Padjajaran.

Lihapsari Prihatini dkk., (1997). Teknik Komunikasi Tepat Guna Dalam Mengatasi Segala Bentuk Perubahan, Bandung: PPs UNPAD.

Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2009). Encyclopedia of Communication Theory. Sage Publication, Inc.

Littlejohn, S. W. & Foss, K. A. (2011). Theories of Human Communication, Tenth Edition (p. 230). Wadworth.

Lull, James, (1998). Media, Komunikasi Kebudayaan, Suatu pendekatan Global, Jakarta, Yayasan Obor.

Mcquail, D. (2011). Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 (6th ed.). Sage Publication Asia-Pacific Pte Ltd.

McQuail, Denis. (2002) Mass Communication Theory, 4th Edition, London, Sage Publication.

Moerdijati, S. (2012). Pengantar Ilmu Komunikasi. Surabaya. Revka Petra Media

Mulyana, D. (2013). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Prenadamedia Group.

Nasution, Zulkarimein, (2003) Sosiologi Komunikasi Massa, Jakarta, Universitas Terbuka.

Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi, 2(1).

Notoatmodjo, S. (2007). Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku. Rineka Cipta.

Poloma, Margareth. 2004. "Sosiologi Kontemporer". PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Putra, Y. S. (2016). Teori Perbedaan Generasi. Among Makarti.

Ritzer, George. (2002) "Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda". PT Rajawali Press, Jakarta.

Saleh, G. & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya "Alone Together." Jurnal Komunikasi, 10(2). https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673

Sarwono, Solita. (1993). Sosiologi Kesehatan. Jakarta : UI Press

Sendjaya, Sasa Djuarsa,dkk, (2001). Teori Komunikasi, Jakarta, Universitas Terbuka.

Severin, J. W. (2014). Teori Komunikasi : Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa. Prenadamedia Group.

Shadily. Hassan, (1993). Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia, Jakarta, Rineka Cipta.

Soekanto, Soerjono, (2003). Sosiologi, Suatu Pengantar, Jakarta, Radja GRafindo.

Soesanto, Astrid S. (1973). Komunikasi dalam Teori dan Praktik. Bandung : Percetakan Binacipta.

Soesanto, Astrid, (1980). Komunikasi Sosial, Jakarta, Binacipta.

Sudibyo. Agus, (2001), Politik Media dan Pertarungan Wacana, Yogyakarta: LkiS.

Suparno. (1997). "Filsafat Konstruktivisme dalam Pendidikan". Yogyakarta: Kanisius.

Syahputra, I. (2017). Paradigma Komunikasi Profetik Gagasan dan Pendekatan. Simbiosa Rekatama Media.

Takariani, C. S. D. (2011). Studi Eksplanatori Survei tentang Pengaruh Chatting melalui Facebook terhadap Komunikasi Tatap Muka Remaja dalam Keluarga di Provinsi Jawa Barat dan Banten. Jurnal Penelitian Komunikasi, 14(2), 128.

Triantoro, D. A. (2019). Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja. Jurnal Komunikasi, 13(2), 135-150. https://doi.org/https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2

Uchjana, Onong. (2002). Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti.

Veithzal Rivai, (2009). Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan dari Teori ke Praktik, Jakarta. Rajawali Pers.

Vivian. Jhon, (2008). Teori Komunikasi Massa, Jakarta: Kencana, 2008

Wicaksono, A. & Irwansyah, I. (2017). Fenomena Deindividuasi dalam Akun Anonim Berita Gosip Selebriti di Media Sosial Instagram. Profetik: Jurnal Komunikasi, 10(2), 34-45. https://doi.org/https://doi.org/10.14421/pjk.v10i2.1335

Winarso, Heru Puji, (2005). Sosiologi Komunikasi Massa, Jakarta, Prestasi Pustaka Publisher.

Wiryanto, (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta. PT Gramedia.

BIODATA PENULIS

Mei Candra Mahardika, S.Sos., S.E.I., M.A, Penulis kelahiran Sragen pada tanggal 15 Mei 1989. Menyelesaikan studi jenjang sarjana (S1) Ilmu Sosiatri (Pembangunan Sosial dan Kesejahteraan) di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 2011. Menyelesaikan studi jenjang sarjana (S1) Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2016. Selanjutnya menyelesaikan studi jenjang strata 2 (S2) Sosiologi Universitas Gadjah Mada tahun 2018.

Karir penulis pernah menjadi pekerja sosial di Kementerian Sosial dari tahun 2012-2014, bertugas di Yogyakarta. Menjadi staff kontrak dalam penyimpanan data dan pengarsipan di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta dari tahun 2016-2018. Dan menjadi Dosen Sosiologi pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta pada tahun 2019-sekarang. Secara keilmuan menekuni bidang Sosiologi Agama dan Ekonomi Syariah. Karya publikasi yang sudah dihasilkan : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kendali Perilaku Terhadap Niat kepatuhan Pegawai IAIN Surakarta Dalam Membayar Zakat pada tahun 2020 di *Journal*

Academic Journal of Da'wa and Communication; kemudian Be Creative Individu in New Normal Era : Training of Photograph for Millenial Generation pada tahun 2021 di Instastawit Journal; dan artikel *Effect of Solvency and Liquidity on The Profitability of Property Companies Listed on The Sharia Stock Index 2018-2020* pada tahun 2022 pada jurnal Ekonomika Syariah : *Journal of Economic Studies.*