

H A R M O N I
Media dan Teknologi

Amani Hamidah ■ Gelar Mahendra Widani Putra ■ Hevy Zil Umami
M. Teguh Widodo ■ Robby Rachmadi S ■ dkk



Harmoni Media dan Teknologi

viii+ 334 hlm.; 14.8 × 21 cm

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

All Right Reserved

Cetakan Pertama, Juni 2018

ISBN:

978-602-371-600-5

Editor:

Amani Hamidah | Gelar Mahendra Widani Putra | Hevy Zil Umami | M. Teguh
Widodo | Robby Rachmadi S

Penulis:

Ade Sarifah Salawatu, Aldin Mickuasta Deca Pratama, Amani Hamidah, Angger R.
Indarto, Ardian Indra Guna, Yuansa Dinta Madya S, Vicky Marieta Fazi, Alief Wahyu
Abdillah Irawan, Fikri Ardian, Gelar Mahendra Widani Putra, Halimatus Sa'diyah,
Jeanita Arisandy, Jefri Setiawan, Latifah Hanum, Mochamad Rangga Hanantariksa,
Muhammad Zainu Rozikin, M. Fachri Vidian M, Maghfira Imami Hidayah,
Muhamad Faizin, Muhammad Al Jawad, Rani Kahana, Salsabila Izza, Bertya Salama
Mentari, Hevy Zil Umami, Muhammad Teguh Widodo, Mukhammad Harish,
Aura Maghfiroh, Berril Alditya Nur, Ghana Ardy Wangsa, Ilham, Kinka Dwirasti
Radhani, Yuansa Dinta Madya S, Silvana Marida, Thesa Mustika, Abu Umar Fajri,
Alif Rahmatullah G, Febri Angga Palguna, Fidaul Qonita, Firda Dewi Irawan, Hafidz
Alamudi, Pramudya Giriaji Sasongko, Robby Rachmadi Setiyawan, Safa Nisrina,
Safina Ayu Cahyani Larasati, Syifa Sharawati, Teria Ananda Hapsari B. S.

Penyunting:

Nurudin

Pemerhati Aksara:

LeutikaPrio

Cover dan Tata Letak:

LeutikaDesign

Diterbitkan oleh:

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

bekerja sama dengan

PT LeutikaPrio

Jl. Wiratama No. 50, Tegalrejo, Yogyakarta, 55244

Telp. (0274) 625088

SMS Center/ Whatsapp/ Telegram : 082138388988

Kata Pengantar

Alhamdulillah. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt., atas karunia yang dilimpahkan sehingga akhirnya penulis menyelesaikan penyusunan buku dengan judul *Harmoni Media dan Teknologi*. Dalam buku ini akan dibahas mengenai perkembangan teknologi komunikasi dari media cetak hingga media *online* beserta dampaknya. Buku ini terdiri atas beberapa penulis yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis menyadari bahwa menulis sebuah buku bukanlah sesuatu pekerjaan yang mudah dan ringan karena itu diperlukan ketekunan, kesabaran, keuletan, dan disiplin, serta keyakinan bahwa upaya publikasi ilmu pengetahuan merupakan bahagian daripada ibadah kepada Allah Swt. Sejak awal hingga proses penyusunan buku ini, penulis benar-benar mengalami keseriusan yang amat sangat. Perkara ini disebabkan karena kesempatan untuk menuliskan buku ini sudah lama penulis nantikan. Walaupun dalam proses pembelajaran ilmu serta pengalaman yang cukup melelahkan, tetapi karena dilandasi oleh keyakinan, semangat, dan keseriusan maka tulisan ini dapat diselesaikan.

Semua proses yang penulis alami tentunya memberi hikmah dan kesadaran yang sangat besar bahwa Allah Swt. sentiasa menolong semua umat-Nya yang mau berusaha dan bekerja keras.

Allah juga akan membagi anugerah berupa ketenangan jiwa motivasi dan semangat kepada umat-Nya yang meminta sebab sesungguhnya Allah sangat dekat dan senantiasa mengabulkan permohonan umat-Nya.

Penulis merasakan sekali banyak pihak yang ikut berkorban, menolong, dan mendukung dengan tulus hati sehingga buku ini dapat terselesaikan. Karena itu secara ikhlas penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak, yang mungkin pada kesempatan ini penulis tidak dapat menyebutkan satu per satu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih khusus kepada semua penulis buku, jurnal, ataupun artikel yang penulis kutip maupun jadikan rujukan dalam penulisan buku ini. Selanjutnya ucapan terima kasih yang paling dalam kepada Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah menjembatani penulis untuk mengeksplorasi pemikiran-pemikiran penulis.

Sehebat apa pun sebuah karya, manakala tidak dipublikasikan tak mempunyai manfaat banyak. Tulisan ini sumbangan kecil bagi kami untuk dunia ilmu pengetahuan dan masyarakat luas, tentu saja dengan segala keterbatasan dan kekurangannya. Kami hanya punya dua pilihan; publikasikan atau menyingkir, dan kami memilih yang pertama. Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan dari berbagai pihak. Semoga buku ini memberi manfaat kepada kita semua. Amin.

Malang, Mei 2018

Editor

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v

BAGIAN PERTAMA

Pengaruh Isu-Isu di Media Sosial terhadap Perspektif Mahasiswa.....	3
Oleh: Ade Sarifah Salawatu	
Pengaruh Media Daring pada Pola Pikir Masyarakat Pedesaan	9
Oleh: Aldin Mickuasta Deca Pratama	
Film dan Persepsi Masyarakat.....	17
Oleh: Amani Hamidah	
Pengaruh Bahasa Walikan Malang Bagi Mahasiswa Luar Kota	23
Oleh: Angger R. Indarto	
Peran Facebook di Kalangan Masyarakat Pedesaan.....	29
Oleh: Ardian Indra Guna	
Media <i>Online</i> Memengaruhi Pola Pikir Masyarakat.....	35
Oleh: Yuansa Dinta Madya S	
Pengaruh <i>Smartphone</i> terhadap Kebiasaan Bermasyarakat Masyarakat Desa	41
Oleh: Vicky Marieta Fazi	

BAGIAN KEDUA

Peran Edukasi Keluarga pada Youtube.....	49
Oleh: Alief Wahyu Abdillah Irawan	
Kekuatan Masyarakat Melalui Media Sosial dan Jurnalisme Warga.....	53
Oleh: Fikri Ardian	
Media Sosial sebagai Sumber Utama Kantong Mahasiswa	61
Oleh: Gelar Mahendra Widani Putra	
Pengaruh Dakwah Melalui Instagram terhadap Perilaku Mahasiswa.....	69
Oleh: Halimatus Sa'diyyah	
Instagram dalam Efek Media Massa	75
Oleh: Jeanita Arisandy	
Feminisme dalam Media Online	81
Oleh: Jefri Setiawan	
Pengaruh Instagram terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	87
Oleh: Latifah Hanum	
<i>Smartphone</i> Membuat Manusia Malas	93
Oleh: Mochamad Rangga Hanantariksa	
<i>Hate Speech</i> , Kita Harus Pilih yang Mana?	99
Oleh: Muhammad Zainur Rozikin	
Efektivitas Penggunaan Media <i>Online</i>	105
Oleh: M. Fachri Vidian M	
Efektifitas dan Efisiensi <i>Smartphone</i> Sebagai Penggali Informasi.....	111
Oleh: Maghfira Imami Hidayah	
Teknologi Media Memudahkan atau Membodohkan	117
Oleh: Muhamad Faizin	
Instagram dan Berita <i>Hoax</i>	123
Oleh: Muhammad Al Jawad	
Kekuatan Media <i>Online</i> di Tengah Pesatnya Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi	131
Oleh: Rani Kahana	

BAGIAN PERTAMA

Teknologi Komunikasi dan Pembangunan Masyarakat

Pengaruh Isu-Isu di Media Sosial terhadap Perspektif Mahasiswa

Oleh: Ade Sarifah Salawatu

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan sarana atau media dalam berkomunikasi untuk mencari dan menyebarkan informasi. Komunikasi adalah suatu kebutuhan. Seseorang tidak bisa untuk tidak berkomunikasi sehingga media menjadi sangat penting sebagai penunjang untuk keberlangsungan aktivitas komunikasi sosial yang baik. Sebagai penyalur berbagai informasi atau berita, media sangat berkaitan erat dengan jurnalistik maupun jurnalisme, yang di dalamnya terdapat proses pengumpulan bahan-bahan untuk dipublikasikan. Dalam perkembangannya, jurnalisme mengalami beberapa fase perubahan.

Media sosial membuat siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi tanggapan kepada *user* satu dengan *user* lainnya dengan cara memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial memberikan pengaruh besar dalam kehidupan kita saat ini. Ada banyak hal yang dapat berubah, baik maupun buruk, karena media sosial mulai dari membantu orang lain hingga merusak reputasi seseorang. Saat ini pengguna media sosial aktif adalah kalangan remaja. Media sosial menjadi hal yang diutamakan di kehidupan mereka.

Kalangan mahasiswa yang mempunyai media sosial biasanya membagikan tentang kegiatan yang sedang dilakukan, *curhat*-an,

serta foto foto bersama teman. Dalam media sosial siapa pun dapat dengan bebas berkomentar, menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir, *user* dapat mengakses informasi yang mereka inginkan dengan bebas. Media sosial saat ini sangat mudah untuk memberikan informasi yang dibutuhkan *user* dan membagikan informasi yang mereka temukan. Padahal, informasi yang ditemukan di media sosial belum tentu dapat dipercaya kebenarannya. Namun, saat ini sering kali mahasiswa membagikan informasi yang mereka temukan di media sosial tanpa memastikan kebenaran informasi yang mereka bagikan tersebut.

Media sosial memiliki peran besar dalam mengembangkan dan menyebarkan wacana dan peristiwa. Isu, wacana, dan peristiwa yang berkembang atau terjadi di suatu tempat dengan cepat akan menyebar ke tempat lain berkat pemberitaan media.

Pengertian Media Sosial

New media merupakan media yang menawarkan *digitisation*, *convergence*, *interactivity*, dan *development of network* terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesan. Kemampuan menawarkan *interaktivitas* ini memungkinkan pengguna dari *new media* memiliki pilihan informasi apa yang dikonsumsi, sekaligus mengendalikan keluaran informasi yang dihasilkan serta melakukan pemilihan yang diinginkan. Kemampuan menawarkan suatu *interactivity* inilah yang merupakan konsep sentral dari pemahaman tentang *new media*. (Flew, 2002: 11–22)

Media sosial merupakan sebuah media daring yang berfungsi untuk alat komunikasi untuk proses komunikasi dengan jenis penggunaannya atau *user* yang mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sesuatu yang inovatif. Media sosial memiliki beberapa ciri di antaranya pesan yang disampaikan tidak hanya pada satu orang; *user*-nya dapat menyampaikan pesan dengan sebesarnya dan penyebaran pesannya lebih cepat disampaikan. Saat ini perkembangan media sosial membuat orang dapat membuat media untuk dirinya sendiri. Pengguna dari media sosial dengan mudah mengolah media yang mereka miliki di

mana pun mereka berada tanpa dibatasi oleh alat maupun waktu dikarenakan penggunaanya dapat mengakses media sosial di mana saja mereka berada dengan alat apa pun. Pengguna media sosial dapat dengan mudahnya mengedit maupun mengubah konten dari media sosial yang dimilikinya.

Sejarah Media Sosial

Pada 1978 merupakan awal dari penemuan sistem papan buletin yang memungkinkan untuk dapat berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik. Ini dilakukan masih menggunakan saluran telepon yang terhubung dengan modem. Pada 1955 menjadi kelahiran dari situs *GeoCities*. Situs ini melayani *web hosting*, yaitu layanan penyewaan penyimpanan data situs web. Situs *GeoCities* menjadi tonggak dari berdirinya situs web lain. Situs jejaring sosial pertama muncul pada 1997 dengan nama *Sixdegree.com*. Sebenarnya dua tahun sebelumnya tepatnya pada 1995 sudah dibuatkan situs jejaring sosial dengan nama *classmates.com*, tetapi situs *sixdegree.com* dianggap menawarkan situs jejaring sosial dibandingkan *classmates.com*. Pada 1999 muncul situs untuk membuat blog pribadi. Situs ini menawarkan kepada penggunaanya (*user*) agar dapat membuat halaman situs sendiri. Penggunaanya (*user*) dapat membuat hal apa pun.

Pada 2002 sempat *booming* dengan berdirinya Friendster dan keberadaan media sosial menjadi fonomenal. Tidak berhenti pada 2003 muncul LinkedIn yang tidak hanya menjadi media sosial, tetapi berfungsi untuk mencari pekerjaan. Terus berkembang pada 2004 muncul sosial media Facebook, situs jejaring sosial ini masih aktif hingga hari ini dengan jumlah pengguna terbanyak. Dua tahun setelah munculnya Facebook, lahir situs bernama Twitter yang membuat situs media sosial unik karena penggunaanya hanya dapat memuat *tweet*-nya dengan 140 karakter. Pada 2010 lahirnya Instagram, media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk membagikan foto dan video dengan mudah. Pada awal kemunculannya hanya dapat digunakan oleh pengguna iOS, sejak 2012 juga dapat digunakan untuk pengguna Android. Pada 2011

muncul Line, jejaring sosial ini memungkinkan penggunaanya dapat berbagi foto dan video maupun melakakun percakapan dengan pengguna lain.

Isu-Isu Terkini

Media sosial saat ini dijadikan media utama untuk menyebarkan berita palsu (*hoax*) untuk menjatuhkan seseorang, organisasi, ataupun sebuah bisnis maupun untuk menaikkan popularitas atau sebagainya. Penyebaran ini didasarkan pada persaingan yang dilakukan antarseseorang, organisasi, ataupun bisnis tersebut. Dengan perkembangan teknologi informasi dan lemahnya hukum yang berlaku di Indonesia membuat pengguna media sosial dapat menyebarkan informasi palsu dan dapat memancing oknum tertentu untuk memberikan komentar berupa ujaran kebencian dari berita palsu tersebut. Hal ini sangat marak dilakukan di Indonesia setiap adanya pilihan kepala daerah hingga pemilihan presiden. Masyarakat menjadi sulit membedakan informasi yang benar maupun salah. Oleh sebab itu masyarakat lebih bijak lagi dalam menanggapi informasi palsu (*hoax*) ini dengan memastikan akurasi dari konten informasi, mengklarifikasi kebenarannya dengan membaca informasi tersebut pada portal lainnya.

Belanja Online

Perkembangan teknologi mengaruhi setiap aspek kehidupan, salah satunya pembelian. Saat ini banyak yang menyebutnya belanja *online*. Belanja *online* sangat populer dikalangan masyarakat Indonesia maupun global. Belanja *online* mengubah pandangan masyarakat bahwa proses jual beli hanya dapat dilakukan dengan tatap muka menjadi pembelian tanpa batas baik waktu maupun lokasi dari sang penjual dan pembeli. Belanja *online* tersedia setiap saat sehingga lebih dapat menarik minat konsumen melalui media apa pun. Salah satunya media sosial yang awalnya hanya digunakan untuk bertukar informasi, tetapi saat ini juga digunakan sebagai media belanja *online*. Penjualan melalui media sosial dapat dikatakan media yang tepat untuk melakukan penjualan *online*

dikarenakan pengguna media sosial ada dari berbagai kalangan dan usia. Para penjual atau sering disebut toko *online* menjelaskan produknya dengan sangat baik, menyediakan informasi produk, saran, fasilitas untuk berkomentar dan bersedia menjawab pertanyaan dari calon pembeli sehingga mempercepat proses transaksi.

Dengan adanya belanja daring ini mampu memudahkan para pembeli yang tidak memiliki waktu untuk berbelanja sehingga mereka tetap dapat berbelanja tanpa mengganggu aktivitas lain. Namun, dengan perkembangan belanja daring ada beberapa oknum yang salah menggunakannya sebagai alat mendapatkan uang dengan cara menipu sehingga kita sebagai pengguna atau pembeli sebaiknya berhati-hati dan lebih bijak lagi dalam berbelanja daring ini.

Budaya Share

Pernah mendapatkan pesan yang berisikan tentang penjualan tanah, nomor togel, ataupun sebagainya atau pernah ditandai oleh teman atau orang yang tidak dikenal melalui media sosial berupa penawaran obat peninggi badan atau informasi lainnya. Pesan-pesan tersebut merupakan budaya *share* yang sedang marak saat ini. Budaya *share* sebenarnya bukanlah budaya baru, tetapi sudah dari lama dilakukan. Konten dari media sosial atau portal berita menjadi salah satu yang paling sering dibagikan (*share*) oleh penggunanya.

Mengutip data Statista, pada 2017 diperkirakan terdapat 2,5 miliar orang yang menggunakan media sosial. Pada 2020 jumlahnya konon akan meningkat menjadi 2,9 miliar orang. Facebook menjadi penguasa media sosial. *Platform* yang identik dengan warna biru itu, memiliki 1,9 miliar pengguna. Tepat di bawahnya, ada WhatsApp yang juga dimiliki Facebook. WhatsApp, menjadi *runner-up* dengan 1,2 miliar pengguna aktif per April 2017 lalu. (<https://tirto.id/budaya-berbagi-di-media-sosial-crtQ>)

Banyak dari masyarakat saat ini melakukan budaya *share*, mulai dari informasi mengenai *life style* hingga kejahatan. Namun,

sangat disayangkan banyak dari masyarakat yang melakukan *share* informasi hanya mengikuti tren yang ada agar terlihat mengikuti perkembangannya, informasi yang mereka sebarakan belum dapat ditentukan kebenarannya. Sebagai masyarakat yang bijak seharusnya melakukan pencarian lebih dalam mengenai informasi yang akan dibagikan agar tak merugikan bagi orang lain.

Berdasarkan hasil dari kuesioner yang dibagikan didapatkan hasil bahwa pengguna media sosial aktif adalah kalangan remaja terutama mahasiswa. Media sosial yang mereka gunakan adalah Instagram. Sesuai dengan perkembangan saat ini media sosial Instagram digunakan remaja bukan hanya untuk bersosialisasi. Bahkan, Instagram dijadikan sebagai alat utama utama untuk mencari informasi. Informasi yang sering dicari di Instagram adalah informasi seputar *entertainment*. Sebagian dari remaja maupun mahasiswa ini tidak mencari lebih dalam mengenai informasi yang mereka temukan di Instagram dan mereka tidak begitu memercayai informasi yang mereka temukan tersebut. Banyak dari mereka beranggapan bahwa informasi di media sosial saat ini sering menyebarkan berita *hoax* dan tak dapat dikendalikan dalam penyebaran berita *hoax* tersebut.