

MEDIA

dan Munculnya Budaya Baru Masyarakat

Devi Anita Sari, Ratu Bunga, dkk.



Media dan Munculnya Budaya Baru Masyarakat

x + 296 hlm.; 14.8 × 21 cm

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
All Right Reserved
Cetakan Pertama, Agustus 2018

ISBN:

978-602-371-617-3

Editor:

Devi Anita Sari | Ratu Bunga Ambar Pratiwi | Nizam Firdaus | Emil
Meireza Sulaiman

Penulis:

Reza Prabowo; Muhammad Yahya; Devi Anita; Nidia Berdieyanti;
Imaduddin; Achmad Sulchan; Ade Julian; Andri Yoga; Andriyanti Pratiwi;
Anggit Ardian; Butsaina Nadia; Dawai Waduda; Dini Anggraeni; Dwira
Fikho; Emil Meireza; Fachreza Alia; Firda Tri; Khalfia Khairin; Muhammad
Vijay; Bima Siwi; Mochamad Chusnul; Mochamad Shiva; Mochammad
Ilyas; Muchammad Fheyzar; Muhammad Lutfi; Nadia Choirunissyah;
Nizam Firdaus; Novan Risqi; Panji Satria; Primaningtyas Wahyu;
Hennesy Puri; Rana Atikah; Ratu Bunga; Rizky Yanuar; Syafiani Atul;
Viersa Regita; Yanuar Irianto;

Penyunting:

Nurudin

Cover dan Tata Letak:

LeutikaPrio

Diterbitkan oleh:

Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

bekerja sama dengan

PT LeutikaPrio

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

Telp. (0274) 625088

SMS Center/ Whatsapp/ Telegram : 082138388988

Sinopsis

Dengan berjalannya era digitalisasi ini media sangat berpengaruh besar terhadap kehidupan manusia. Dimana saat ini media sudah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam menjalani aktivitas dan interaksi sosialnya. Banyak dampak yang ditimbulkan oleh peristiwa tersebut, baik dalam hal positif maupun negatif, sesekali media mengangkat derajat manusia namun juga sebaliknya. Selain dampak positif dan negatif. Hal tersebut mengikis budaya lama dan menggantinya dengan budaya baru.

Dari peristiwa dan dampak yang ditimbulkan tersebut tentunya tidak menutup kemungkinan adanya faktor-faktor yang memengaruhi adanya *cultural lag* dan *cultural shock* di tengah-tengah masyarakat. Dengan begitu, buku ini akan mengulas beberapa sisi mengenai media dan perubahannya di masyarakat. Tanpa kita ketahui perubahan yang ditimbulkan oleh media terhadap budaya yang masih lestari di masyarakat.

Buku berjudul *Media dan Munculnya Budaya Baru Masyarakat* terbagi atas 6 bagian. Diantaranya Media vs Masyarakat, Masyarakat dan Perubahan Budaya, Media dan Budaya Masa Kini, Media: Ruang Baru Perubahan Masyarakat, Peran Budaya Oleh Media, Media sebagai Kiblat Perubahan Masyarakat. Kumpulan tulisan ini hasil riset mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM dalam tulisan ilmiah populer.

Pengantar Editor

Ucap syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ke dalam buku yang bertema Media dan Munculnya Budaya Baru Masyarakat. Dalam buku ini, dibagi dalam beberapa pokok bahasan. Di antaranya akan dibahas tentang berbagai dampak media terhadap masyarakat. Selain itu, banyak pula berbagai bahasan tentang bagaimana adaptasi antarmedia dengan masyarakat, begitu pula sebaliknya. Di sini kami penulis menginginkan agar pembaca mampu mengambil langkah bijak dalam rangka menyebarkan informasi, melakukan imitasi yang tren menurut media yang berkembang saat ini, ataupun menyerap berbagai sumber yang dapat dirujuk oleh *netizen* sebagai penikmat media saat ini.

Dalam mengambil langkah bijak, di sini akan penulis paparkan berbagai contoh yang dapat dijadikan sebagai rujukan mengenai apa tindak lanjut yang harus diambil oleh pengguna maupun pembaca terlebih di era milenial sekarang ini. Sehingga, untuk sementara ini masih ada UU ITE yang mengatur setiap kode etik maupun sikap bijak terhadap informasi yang diperoleh media. Oleh karena itu, hal ini akan meminimalisir adanya berita *hoax* yang menyebar di kalangan masyarakat. Selain itu, pemerintah juga mengupayakan sistem registrasi bagi setiap nomor *handphone* untuk

mencegah adanya penyebaran berita *hoax*. Tentunya, masyarakat saat ini akan lebih waspada dalam menyebarkan informasi.

Selain tujuan tersebut, penulis juga bermaksud agar masyarakat lebih selektif dalam hal mencari jati diri melalui media. Karena seperti yang kita ketahui, masyarakat zaman sekarang lebih cenderung menirukan apa yang telah mereka serap maupun dapatkan dari berbagai media. Misalnya, *trend fashion* yang mereka tiru dari film-film kesukaan mereka. Dan yang marak lagi adalah, masyarakat yang saat ini sedang demam Korea. Dengan begitu, mayoritas masyarakat Indonesia lebih dominan menyukai produk Korea. Misalnya makanan, kosmetik, pakaian, dan sebagainya.

Media juga sangat berpengaruh terhadap adanya perubahan. Karena salah satu fungsi media adalah edukasi karena ia juga merupakan sarana informasi. Mengenai hal ini penulis berharap agar masyarakat juga lebih selektif dalam rangka membuat suatu karya ilmiah maupun nonilmiah. Karena jika kita membuat suatu karya melalui sumber yang salah, hal itu akan menimbulkan adanya suatu pelanggaran yang disebut hak cipta.

Melalui suatu karya ini, penulis ingin mengulas serta memberikan sedikit informasi mengenai media serta perubahan-perubahan yang dihasilkan oleh perkembangan media itu sendiri sehingga masyarakat akan lebih berhati-hati dan bijak dalam menggunakan media yang sedang berkembang saat ini. Maka, dari penulis berharap agar sebisa mungkin memanfaatkan untuk hal yang semestinya. Karena tiadalah guna ilmu yang hebat apabila tidak disampaikan. Namun, penulis akan tetap menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Allah Swt. Oleh karena itu, dengan senang hati kritik dan saran akan kami terima. Semoga buku ini akan selalu bermanfaat bagi kita semua. Amiin

Malang, Juli 2018

Editor

Daftar Isi

Sinopsis	iii
Pengantar Editor	v

BAGIAN PERTAMA: MEDIA VS MASYARAKAT

1. Bagaimana Kepercayaan Masyarakat terhadap Berita di Facebook?	3
<i>Oleh: Dini Anggraini</i>	
2. WhatsApp Sebagian Hidupku	9
<i>Oleh: Firda Tri Istanti</i>	
3. Media Massa Membentuk Masyarakat Baru	17
<i>Oleh: Khalfia Hairin Widyawati</i>	
4. Pengaruh Penggunaan <i>Smartphone</i> terhadap Interaksi Sosial di Kalangan Remaja	25
<i>Oleh: Hennessy Puri Putriyas Jabrik Hariyanto</i>	

BAGIAN KEDUA : MASYARAKAT DAN PERUBAHAN BUDAYA

5. Perang Komunikasi Melalui Media Sosial Facebook	33
<i>Oleh: Dwira Fikho Indrawan</i>	
6. Tubuhku, Otoritas Siapa?	41
<i>Oleh: Viersa Regita Yudhilarastri</i>	

7. Kepribadian Ganda Remaja Milenial.....	47
<i>Oleh: Fachreza Alia Putra</i>	
8. Kanker Tren <i>Netizen</i>	55
<i>Oleh: Emil Meireza Sulaiman</i>	
9. Posisi Media Online Dikalangan Anak Muda	61
<i>Oleh: Devi Anita Sari</i>	
10. Pengaruh Media Sosial Dalam Penyimpangan Budaya.....	69
<i>Oleh: Imaduddin</i>	

BAGIAN KETIGA: MEDIA DAN BUDAYA MASA KINI

11. Intensitas Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Perilaku Pemuda	77
<i>Oleh: Ade Julian Vrasdika</i>	
12. Selamatan Sebagai Media Komunikasi Dua Arah yang Setara.....	85
<i>Oleh: Achmad Sulchan An Nauri</i>	
13. Instagram Sebagai Alat Untuk Memperkenalkan Budaya.....	93
<i>Oleh: Andri Yoga Bhakti</i>	
14. Media <i>Online</i> Masa Kini : Fakta vs Pencitraan	99
<i>Oleh: Andryanti Pratiwi</i>	
15. <i>Culture Shock</i> Mahasiswa Perantau	107
<i>Oleh: Anggit Ardian Rasif</i>	
16. Media Massa Sebagai Agen Perubahan Masyarakat Rural	113
<i>Oleh: Bima Siwoyстика Romadhan</i>	
17. Media Sosial dan Perilaku Remaja.....	117
<i>Oleh: Butsaina Nadiya S D</i>	
18. Jurnalisme Dampak Tontonan Masa Kecil Pada Psikologi Anak	123
<i>Oleh: Dawai Waduda</i>	

BAGIAN PERTAMA: MEDIA VS MASYARAKAT

Bagaimana Kepercayaan Masyarakat terhadap Berita di Facebook?

Dini Anggraini

Pada era globalisasi ini, media yang merupakan alat komunikasi sebagai penghubung antarmanusia sudah menjadi kebutuhan sehari-hari manusia. Media ini sering disebut sebagai media sosial, *new media*, atau media *online*. Berdasarkan rilis dari Kementerian Informasi (www.kominfo.go.id) pada 2013, jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 82 juta lebih dan menduduki peringkat ke-8 terbesar di dunia. Media sosial ada berbagai macam yang dapat dibedakan dengan struktur, fitur, jumlah pengguna, dan tingkat aktivitasnya (Alghamdi, 2012). Situs media sosial paling populer di Indonesia pada 2017 menurut bimelon.com adalah Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, WhatsApp, Line, dan Google.

Saat ini, Facebook merupakan salah satu jaringan situs sosial yang menjadi sarana komunikasi yang marak digunakan, karena siapa pun boleh mendaftar di Facebook dan berinteraksi dengan orang-orang yang mereka kenal dalam lingkungan saling percaya. Berdasarkan riset We Are Social dan Hootsuite 2017, Facebook berada di urutan pertama dari 23 *platform* media sosial dalam kategori jumlah pengguna aktif. Pada riset tersebut menyebutkan Facebook mendapatkan 97 juta pengguna baru pada awal 2017. Artinya, Facebook memiliki lebih dari sejuta pengguna setiap harinya.

Tingginya angka pengguna Facebook di Indonesia menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah sangat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi masa kini. Apalagi Facebook dibekali dengan fitur-fitur canggih dan lebih aman, seperti informasi, berbagi foto, berbagai video dan banyak lagi hal-hal menarik lainnya.

Dengan banyaknya pengguna Facebook di Indonesia sekarang ini, tentu penggunaan media sosial tersebut berpengaruh terhadap perubahan sikap, budaya, dan pola pikir masyarakat Indonesia. Kita semua bisa melihat perubahan nilai-nilai budaya yang terjadi di kalangan anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Karena Facebook tidak hanya menghubungkan pengguna sesama negara, tetapi juga bisa menghubungkan semua pengguna antarnegara maka budaya-budaya asing dengan mudah masuk ke Indonesia melalui jejaring sosial tersebut.

Dengan masuknya budaya-budaya asing ke Indonesia melalui Facebook, pengguna Facebook di Indonesia sekarang berkiblat pada budaya-budaya asing tersebut. Bisa dilihat dari cara berpakaian, selera musik, cara bersosialisasi, dan juga cara bergaul masyarakat Indonesia sekarang ini terutama para remaja. Para pemuda dan pemudi di Indonesia sekarang ini banyak yang sudah melupakan budaya Indonesia khususnya budaya tradisional. Mereka lebih suka menirukan budaya asing agar terlihat lebih keren.

Selain dari sisi kebudayaan, penggunaan Facebook juga bisa memengaruhi sikap dan pola pikir seseorang. Dilihat dari manfaat Facebook yang tidak hanya untuk sarana bertukar pesan, tetapi juga bisa menjadi sumber informasi. Banyak yang memanfaatkan Facebook untuk membagikan berbagai informasi dan berita-berita terkini. Sebelum berita tersebut muncul di televisi, biasanya berita-berita tersebut sudah diunggah terlebih dahulu oleh orang-orang yang berda di TKP pada waktu peristiwa terjadi.

Pembicaraan mengenai berita tidak pernah lepas dari laporan tentang peristiwa nyata yang sudah diolah menjadi informasi yang aktual karena berita memang bukan sesuatu hal yang awam bagi masyarakat. Penyampaian berita tentunya harus memperhatikan suatu peristiwa yang benar-benar terjadi berdasarkan fakta di

lapangan sehingga tidak akan menimbulkan berita *hoax* atau berita palsu yang dibuat-buat dan tidak benar-benar terjadi. Dalam hal ini membuat masyarakat akan mudah percaya mengenai berita yang belum diketahui sumbernya karena masyarakat hanya paham mengenai berita sebagai sarana penyampaian informasi saja.

Melihat tingginya tingkat pertumbuhan pengguna Facebook setiap tahunnya, akhir-akhir ini banyak ditemui penyalahgunaan media Facebook seperti penipuan, pencemaran nama baik, bahkan pembunuhan, dan lain sebagainya. Penyebaran berita *hoax* di jejaring sosial Facebook memang masif. *Hoax* adalah usaha untuk menipu atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk memercayai sesuatu, padahal sang pencipta berita palsu tersebut tahu bahwa berita tersebut adalah palsu.

Pihak Facebook pun berulang kali mengungkapkan kalau mereka akan melakukan upaya penanggulangan. Dan kini, menurut laporan dari Recode, pihak Facebook sudah memulai memberikan tanda khusus untuk kabar yang masih belum pasti kebenarannya. Setiap berita yang masih belum jelas kebenarannya akan memiliki tag '*disputed*' pada bagian bawahnya. Langkah pemberian tanda ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh Facebook dalam rangka memerangi kabar *hoax* di internet. Beberapa berita yang belum jelas di Facebook pun terlihat sudah memiliki tanda ini.

Seiring dengan perkembangan zaman yang terus berubah, penggunaan Facebook kini menjadi alat atau media untuk kepentingan oknum-oknum tertentu. Seperti semakin banyaknya kasus yang beredar bersumber dari Facebook. Salah satunya adalah sebuah kabar yang mengungkapkan adanya informasi kebocoran data dari Gedung Putih yang diyakini bersumber dari *smartphone* Android Donald Trump. Dalam postingan tersebut, tampak ada tanda '*disputed*' pada bagian bawah link. Pihak Facebook pun mengatakan kalau tanda '*disputed*' itu memang tidak mengindikasikan kalau berita itu merupakan kabar palsu. Hanya saja, kabar tersebut masih belum diketahui kebenarannya.

Tanda tersebut akan terus muncul dan akan hilang jika sudah teruji kebenarannya.

Sebagai media informasi, Facebook sebenarnya memiliki fungsi memberikan informasi dan edukasi pada publik. Sejalan dengan perkembangan teknologi digital yang mudah diakses dengan cepat penyebarannya kepada masyarakat, tentunya banyak digunakan oleh kelompok tertentu untuk dijadikan suatu momen alat propaganda menyerang lawannya dengan penyebaran berita *hoax*. Secara tidak langsung penyebar berita *hoax* tersebut telah meruntuhkan nilai-nilai jurnalistik dan dunia kewartawanan. Padahal dalam Undang-Undang No.40 Tahun 1999 Pasal 3 ayat 1 disebutkan bahwa pers nasional mempunyai fungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, dan kontrol sosial. Artinya sebagai salah satu pilar demokrasi, media massa memiliki kewajiban untuk memberikan pencerahan pengetahuan kepada masyarakat sehingga masyarakat lebih cerdas dan melek informasi. Namun demikian, menyebarnya berita *hoax* telah mencoreng kemuliaan fungsi dari media tersebut.

Salah satu dari penyebab berita *hoax* ini sebenarnya berasal dari masyarakat, yaitu pengguna internet sendiri yang cenderung suka menyebarkan informasi ke orang lain tanpa lebih dulu memeriksa kebenarannya. Banyak orang merasa hebat jika mereka menjadi yang pertama menyebarkan suatu informasi penting, padahal kebenaran dari informasi tersebut belum diketahui dengan jelas. Apalagi kalau nantinya informasi tersebut menjadi viral di media sosial.

Tersebarnya berita-berita di Facebook tentu memberikan dampak kepada para pengguna Facebook di Indonesia. Dampak yang disebabkan bisa berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positifnya, masyarakat bisa dengan cepat dan mudah memperoleh suatu informasi sehingga masyarakat tidak ketinggalan informasi-informasi terkini, sedangkan dampak negatifnya ialah masyarakat memperoleh berita-berita palsu atau *hoax*.

Dulu masyarakat kita termasuk dalam masyarakat yang mudah sekali menerima suatu informasi. Mereka akan cenderung

langsung memercayai suatu informasi yang mereka terima tanpa mengonfirmasi terlebih dahulu kebenaran dari informasi tersebut. Hal ini tentu akan berakibat sangat fatal. Ketika berita palsu tersebar dan masyarakat memercayai berita tersebut tanpa memikirkan kebenaran akan berita tersebut maka opini masyarakat akan terbangun begitu saja terhadap seseorang atau peristiwa yang menjadi sasaran dalam berita tersebut.

Namun, seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih dan juga banyaknya berita-berita *hoax* yang terbongkar serta penangkapan pelaku berita *hoax*, kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap berita yang tersebar di Facebook mulai menipis. Khususnya masyarakat yang tingkat pendidikannya tinggi seperti mahasiswa, pekerja kantoran, dsb. Mereka tidak lagi memercayai dengan sepenuhnya informasi yang mereka dapatkan melalui Facebook. Mereka cenderung akan mengecek kembali atau melakukan verifikasi terhadap berita yang mereka baca di Facebook. Masyarakat dengan tingkat pendidikan yang tinggi menganggap berita-berita yang ada di Facebook merupakan berita abal-abal dan penyebar beritanya pun juga tidak jelas.

Tidak hanya masyarakat dengan tingkat pendidikan tinggi, masyarakat awam pun sekarang juga lebih bijak dalam menanggapi berita-berita di Facebook meskipun masih banyak juga yang masih memercayainya. Meskipun tidak semua berita di Facebook merupakan berita bohong, tetapi berita di Facebook tidak sesuai dengan aturan-aturan jurnalisisme. Banyak yang menyebarkan berita di Facebook tanpa sensor untuk konten-konten sensitif seperti kecelakaan, foto/video jenazah, bahkan berita yang mengandung konten pornografi.

Dapat disimpulkan bahwa saat ini pola pikir masyarakat Indonesia sudah cukup maju. Masyarakat Indonesia tidak mudah lagi dibohongi atau dipengaruhi oleh berita-berita yang tersebar di Facebook. Mereka bisa menyikapi setiap informasi yang diterima dengan bijak. Bukan berarti semua berita di Facebook tidak bisa dipercaya kebenarannya, akan tetapi kita semua harus memverifikasi terlebih dahulu kebenaran berita tersebut. Selain

itu, kita juga harus berpikir terlebih dahulu ketika kita ingin membagikan ulang sebuah berita. Karena jika berita yang kita bagikan merupakan berita *hoax* dan merugikan seseorang maka kita sebagai penyebar berita juga akan dijerat hukum.

Kita bisa memanfaatkan media yang ada sekarang ini semaksimal mungkin dengan tetap memperhatikan dampak-dampak yang akan muncul di kemudian hari. Tetap gunakan media sosial sesuai kebutuhan kita. Jangan memanfaatkan media sosial untuk hal-hal buruk yang bisa merugikan pihak lain maupun diri sendiri.