

KEKUATAN MEDIA SOSIAL DALAM KEMENANGAN POLITIK

Andi Ardiansyah

Dosen Tetap Jurusan Pendidikan Agama Islam FTIK IAIN Palu

Abstract:

It is argued that media have great impact on human beings. Mass communication was able to persuade the public from cognitive (knowledge) and affective aspects (emotional and feeling) to changes in behavior. These effects are related to each other. This is due to the fact that when people receive messages, they do not immediately accept it, but the messages are filtered with careful consideration. And there are still personal and social factors which determine the extent to which mass media have impacts on changes in human attitudes and behavior. Indeed, humans live in a world that is filled with a variety of needs and interests, in which the media has a big role. The people's actions may not directly result from the influence of the media. However, it cannot be denied that the global community will increasingly depend on the media.

و معلوم أن الوسائل الاتصالي تؤثر في الناس تأثيرا كبيرا. ويستطيع وسائل الاتصال الجماهيري أن يحث الجمهور على تغيير أخلاقهم من ناحية معرفية و وجدانية. وهذه التأثيرات يرتبط بعضها ببعض. وهذا عندما يتسلم الرجل الرسالة فهو لا يأخذها مباشرة، ولكنه يرشح و يختار تلك الرسالة بعناية. و هناك دائما عوامل فردية و اجتماعية تحتم على أن وسائل الاتصال الجماهيري تغير اتجاه و سلوك الناس. حقا، أن الناس يعيشون في هذه الدنيا التي تمتلئ بمختلف الحاجات و الرغائب و فيها كانت وسائل الاتصال تلعب دورا كبيرا. و لا يمكن أن تبرز أفعال القوم من تأثيرات وسائل اتصا. وعلى كل حال، أن المجتمع الاجبالي يعتمد بالطبع على هذه الوسائل.

Kata Kunci : *media sosial, kekuatan, politik*

A. Pendahuluan

Selama 20 tahun sejak munculnya World Wide Web dari internet dengan peramban (browser) Mosaic pada tahun 1993 oleh National Center for Supercomputing Applications (NCSA) di University Illinois Urbana-Champaign, kita merasakan bagaimana terobosan dalam teknologi komunikasi dan informasi ikut mengubah wajah dunia. Kini setiap warga memiliki kemampuan untuk menyuarakan opininya dan

mengakses beragam informasi yang ada dikarenakan perkembangan teknologi informasi. Bahkan bisa dikatakan, ikut menyertai perjuangan kebebasan pers dunia.¹

Berbagai peristiwa di belahan dunia begitu cepat bisa kita lihat, tanpa perlu menunggu disiarkan oleh kantor berita lalu dicetak, tetapi bisa langsung dilihat di smartphone lewat media sosial. Blogging, menulis tweet, dan berkirim podcast telah membuka berbagai cara baru untuk berbagi informasi dan berekspresi.² Jurnalis warga menambah jumlah berita yang beredar lewat handphone, terutama saat terjadi bencana dan konflik. Terbukanya jalan menuju media baru (*new media*) memperlebar kesempatan untuk berdialog, bertukar pikiran dan berbagi pengetahuan dan informasi. Bahkan dalam banyak hal, media sosial mulai menunjukkan kekuatannya yang signifikan. Di sisi lain, ancaman terhadap media sosial sudah hadir baik dari sisi internal maupun eksternal. Ternyata peran internet dan jejaring sosial dalam hal penggalangan massa sampai dengan kampanye tidak dapat dipandang sebelah mata saja, melalui layanan sosial media, semua dapat dilakukan dengan cepat dan merata.

Perkembangan media sosial di Indonesia sejak populernya internet pada kurun waktu 1994 sampai 2013 dan berusaha mengenali apa saja yang telah terjadi dalam 20 tahun terakhir dalam kerangka melihat relasi media (sosial) dan Kekuasaan.³

Kusaeni⁴ mengatakan, media sosial akhirnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media dan media “mainstream” akhirnya juga ikut memberitakan apa yang diperbincangkan dalam media sosial.

¹ Damar Juniarto, <https://damdubidudam.wordpress.com/2013/05/03/sosial-media-di-indonesia-kekuatan-dan-ancamannya/>. Diakses tanggal 16 September 2014

²Damar Juniarto, Media Sosial di Indonesia kekuatan dan ancamannya, (On-Line) (<http://media.kompasiana.com>), Diakses Tanggal 16 September 2014. 2

³<http://pakrofig.blogspot.com/2014/08/media-sosial-di-indonesia-kekuatan-dan.html>. Diakses tanggal 16 September 2014

⁴Antara News.Media Sosial “Kekuatan Kelima”. (On-Line). (<http://www.antaraneews.com>). Diambil Tanggal 29 Oktober 2013.1

Petaka Media: 1994

Pada 20 tahun yang lalu, masyarakat Indonesia masih mengandalkan cara mendapatkan informasi melalui media konvensional: koran, majalah, radio dan televisi. Selain itu, internet baru diperkenalkan ke masyarakat Indonesia, selisih setahun dari kepopulerannya di Amerika Serikat. Internet Service Provider (ISP) baru muncul sehingga orang mulai mempunyai email pribadi dan bisa berselancar dengan peramban Netscape Navigator, yang dikembangkan dari pendahulunya NSCA Mosaic. Dengan internet, orang mulai tukar menukar informasi melalui email, meskipun tradisi menulis surat masih sangat kuat.

Di zaman Orde Baru, kontrol informasi berjalan begitu kuat mulai dari aturan surat izin terbit yang dikeluarkan oleh Departemen Penerangan, intervensi ke meja redaksi oleh rezim, hingga pembunuhan wartawan. Salah satu kontrol informasi dikenal dengan nama bredel (dari kata breidel yakni pembatasan), yang dianggap “pencabut nyawa” bagi media yang kritis. Begitu dicabut Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP), dengan seketika media tersebut tidak bisa beroperasi.⁵ Praktek bredel ini merupakan warisan ketakutan pemerintah kolonial atas media pers yang dikelola kaum nasionalis. Untuk mengatasinya dikeluarkan *haatzai artikelen*, yaitu undang-undang yang mengancam pers apabila dianggap menerbitkan tulisan-tulisan yang “menaburkan kebencian” terhadap pemerintah.

Pada tanggal 21 Juni 1994, SIUPP tiga media besar di Indonesia yakni *Detik*, *Tempo*, *Editor* dicabut Departemen Penerangan. Lewat Surat Keputusan Nomor 123/KEP/MENPEN/1994, ketiga media ini ditutup karena dianggap tidak menyelenggarakan kehidupan pers Pancasila yang sehat dan bertanggung jawab sehingga mengganggu stabilitas nasional. Meskipun bertentangan dengan Undang-undang Pers yang saat itu berlaku, UU Nomor 21 Tahun 1982, kekuasaan yang otoriter menyebabkan ada kebuntuan informasi.

⁵ Ibid., h. 5

Kebuntuan informasi ini segera disikapi oleh kalangan media saat itu. Setelah pembredelan terjadi, pada bulan Agustus 1994 Aliansi Jurnalis Independen (AJI) didirikan dan AJI menerbitkan majalah Suara Independen. Isinya menyebarluaskan informasi yang seringkali bertolak belakang dengan informasi yang telah disetir oleh kekuasaan otoriter di bawah Soeharto. Tapi tak lama, tiga orang yang bergiat di majalah yang menyiasati seolah penerbitannya berada di Australia itu, Ahmad Taufik, Danang KW, dan Eko Maryadi, akhirnya ditangkap dan dipenjara.

Sensor informasi semakin menjadi-jadi dan pers berada di titik petaka. Sadar bahwa tidak bisa bergerak bebas, masyarakat mulai mencari informasi alternatif. Setahun berlalu, internet mulai digemari anak muda. Apalagi saat itu, Yahoo! sudah memulai jasa pembuatan email gratis sehingga orang berlomba untuk memiliki email gratis. Search engine, mailing-list, internet relay chat (IRC) semakin akrab dengan masyarakat sehingga tercetus gagasan untuk memanfaatkannya sebagai lalu lintas informasi alternatif, pengganti yang buntu tadi itu.

Pada tahun 1994, Solidaritas Mahasiswa Indonesia untuk Demokrasi (SMID) yakni gerakan mahasiswa untuk memperjuangkan demokrasi di Indonesia sudah menggunakan email untuk berbagi informasi dan koordinasi. Dikembangkan dengan sistem Sentra Informasi untuk mencegah terlacknya informasi SMID oleh intelejen negara, jaringan email pro demokrasi ini mayoritas berisi runtutan kronologis berita aksi mahasiswa/buruh yang dikirim oleh anggota SMID dan update beritanya sewaktu terjadi penangkapan terhadap mahasiswa atau buruh yang berdemonstrasi ke Sentra Informasi yang berada di luar negeri, untuk lalu dikirim lewat email kepada organisasi dan pribadi-pribadi yang memerlukan berita alternatif untuk mengimbangi media yang terhegemoni oleh kekuasaan. Meskipun berita-berita ini masih beredar secara terbatas, namun sudah ada kesadaran menggunakan internet untuk perubahan sosial.

Ledakan Informasi: 1999-2000

Tumbangnya Orde Baru otomatis mengubah lanskap media konvensional. SIUPP tidak lagi menjadi momok dengan dibubarkannya Departemen Penerangan oleh Presiden Abdurrahman Wahid (Gus Dur). Secara luar biasa, jumlah media meningkat drastis. Dari situasi ketika informasi dibatasi di zaman kekuasaan Soeharto, kini informasi meluap-luap. Tak hanya di media konvensional, media digital pun juga mengalami hal yang sama. Selain Detik.com, muncul juga Astaga.com yang mendapat investasi besar dari Afrika Selatan hingga portal-portal berita lain yang terus bermunculan.

Sayang pada akhirnya media-media yang begitu banyak ini tutup satu per satu bukan karena aturan sensor dari kekuasaan, tetapi karena sebab-sebab yang sifatnya internal dari dirinya sendiri: mismanajemen, kegagalan menguasai distribusi, perolehan iklan yang sedikit, dll. Masyarakat sendiri sudah mulai pintar untuk memilah informasi dari media, karena mereka mulai mengenal beragam sumber informasi, baik lewat media konvensional maupun dari media digital. Ancaman pada media di periode ini adalah kurangnya verifikasi berita dan plagiatisme informasi.

Media (Jejaring) Sosial: 2002-sekarang

Mulai tahun 2002, perkembangan teknologi informasi memasuki era social networking website atau media sosial. Lewat Friendster (2002), Myspace (2003), Facebook (2004), setiap individu bisa menjadi “media”. Ia dapat menyebarkan opininya secara lebih luas dan berdiskusi secara intens menggunakan media sosial. Saling bertukar informasi dalam bentuk tulisan, foto, rekaman suara, video terus menerus difasilitasi oleh media sosial yang tingkat pertumbuhannya begitu pesat. Kegiatan menulis di blog yang disebut blogging, menulis status lewat twitter, menunjukkan minat lewat pinterest dan lainnya membuat masyarakat di zaman sekarang menjadikan media sosial sebagai kebutuhan hidup yang tidak bisa terpisahkan, layaknya kebutuhan makan/minum, papan, dan ekonomi.

Kekuatan media sosial yang pada awalnya berada pada kelompok pro demokrasi (1996), kemudian mahasiswa (1998), kini terdistribusi ke setiap individu. Hal ini sejalan dengan lanskap global internet, dimana awal kelahirannya komunikasi dua arah hanya dinikmati oleh 1% pada 1993, 51% pada 2000, dan lebih dari 97% pada 2007. Bahkan Yanuar Nugroho dan Shita Laksmi lewat penelitiannya “Citizens in @ction” menemukan bagaimana 258 kelompok-kelompok yang mereka teliti telah membangun demokrasi bottom-up yang akan mendukung kehidupan demokrasi yang lebih sehat.⁶

Melihat sejarah relasi media dan kekuasaan di Indonesia, success story media sosial pada perubahan sosial yang diteliti oleh Yanuar Nugroho, serta statistik kekuatan media sosial yang ada sekarang, tak heran bila Ulin Yusron dalam tulisan “Sosial Media Sebagai Angkatan Kelima Pilar Demokrasi”, 20 Februari 2013, berharap media sosial dapat menjadi pilar kelima untuk menggantikan pers yang kini dikuasai oleh kekuatan modal dan politik, serta menjadi “pedang tajam yang mengiris ketidakadilan”. Harapan yang demikian tinggi ini disertai dengan sejumlah prasyarat yang menurut Ulin harus disertai agar media sosial menjadi gerakan sosial (melawan kekuasaan).⁷

Akun di media sosial adalah akun yang jelas kredibilitasnya dan bersumber dari orang sungguhan... Kedua, sosial media ... bersiaplah untuk menghadapi bullying... Ketiga ...(harus)... melibatkan tokoh-tokoh yang memiliki pengikut dalam jumlah besar. Keempat ... menggelar rapat-rapat offline untuk merumuskan strategi, taktik, organisasi dan program yang jelas.” Namun sayang dalam tulisan tersebut, saat Ulin menggadag-gadag kekuatan media sosial, ia tidak

⁶Subrata, *Media Sosial Kekuatan Kelima Demokrasi*, (On Line), <http://www.antaraneews.com>. Diakses Pada tanggal 27 November 2014, h. 5

⁷ *Ibid.*, h. 6

menyertai dengan ancaman-ancaman nyata yang kini sudah menghadang aktivis media sosial.⁸

Agenda Bersama

Bila mengharapkan relasi media sosial dan kekuasaan menjadi kuat, sebagaimana terjadi di banyak negara ketika perubahan kebijakan kota ikut mengundang blogger ke dalamnya, aktivis sosial media terlibat dalam perubahan sosial, maka perlu agenda bersama yang harus disegerakan untuk mengatasi ancaman-ancaman yang kini muncul tersebut. Kita boleh bernafas lega karena pemerintah akan segera merevisi UU ITE tetapi proses revisi ini harus terus dikawal. Terhadap slaktivisme, aktivis sosial media perlu melakukan kampanye publik untuk mendidik masyarakat agar bisa mengenali mana aksi-aksi “semu”/”topeng” dan mana yang betul-betul mengakar dan mendorong demokrasi *bottom-up* yang sehat.

Selain itu, prasyarat keempat yang diajukan Ulin Yusron agar aktivis media sosial menggelar rapat-rapat untuk merumuskan strategi, taktik, organisasi dan program sudah dalam tahap perlu dimaksimalkan. Tujuannya jelas, agar kebebasan yang didapat lewat perkembangan teknologi informasi ini tidak kemudian malah disalahgunakan untuk kepentingan kekuasaan demi segelintir orang yang ingin berkuasa tahun 2014. Atau yang lebih membahayakan lagi, malah digunakan untuk melemahkan kekuatan madani yang kini ada.

Media sosial saat ini ikut menentukan apa yang diperbincangkan masyarakat. Bahkan media *mainstream* pun memperhitungkan apa yang diperbincangkan di media sosial,” kata Akhmad Kusaeni di Jakarta, Senin, dalam dialog “Sosial Media dan Dinamika Politik Kebangsaan” yang diadakan Committee for Press and Democracy Empowerment (PressCode) di Hall Dewan Pers, Jakarta.

⁸ *Ibid.*, h. 9

Kusaeni mengatakan, media sosial akhirnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media dan media “mainstream” akhirnya juga ikut memberitakan apa yang diperbincangkan dalam media sosial.

“Menurut penelitian, 70 persen wartawan media *mainstream* juga memiliki media sosial dan mengikuti apa yang sedang ramai dibicarakan,” tuturnya, karena wartawan dan media *mainstream* harus mencari isu apa yang sedang ramai dibicarakan masyarakat.

Dalam dunia politik, media sosial pun memiliki peran cukup besar karena bagaimana pun pengguna internet adalah juga pemilih dalam sebuah proses politik. PressCode, atau Komite untuk Pemberdayaan Pers dan Demokrasi, dideklarasikan pada 20 November 2012 di Jakarta oleh 57 tokoh nasional lintas partai, lintas lembaga swadaya masyarakat (LSM), lintas organisasi kemasyarakatan (ormas) dan lintas profesi.⁹ Saat ini kekuatan media massa dan media sosial sangat luar biasa. Dari media sosial biasanya media massa mengetahui hal-hal yang sedang heboh saat ini, begitu juga sebaliknya hanya dengan pernyataan dari media massa terkadang sosial media juga heboh¹⁰

Media sosial ternyata memiliki kekuatan dalam mengupayakan perubahan di masyarakat. Tidak hanya perubahan di dalam skop yang kecil, perubahan juga terjadi dalam ranah yang luas, misalnya dalam kenegaraan. Kejadian musim semi di Arab (Arab Springs) yang menumbuhkan kesadaran demokrasi di Timur Tengah juga dipicu oleh gerakan melawan tiran yang dimulai dalam hashtag Twitter atau Facebook. Demikian salah satu benang merah dalam diskusi soal kekuatan media sosial sekaligus peluncuran buku “Kekuatan Media Sosial” yang merupakan antologi esai pemenang Lomba Menulis Esai

⁹ Aryo Seno Sulistyio. Kekuatan Media Sosial Yang Luar Biasa. (On Line). (www.log.viva.co.id). diambil pada tanggal 12 Juni 2014, h. 2

¹⁰ Lampt. Pos. Media Sosial Picu Perubahan Dimasyarakat. (On Line). (www.lampost.co). Diakses pada tanggal 23 Mei 2014, h. 3

Tingkat Nasional yang diadakan UKMF Natural MIPA Universitas Lampung, Minggu (5-5), di Toko Buku Fajar Agung.

Efek Media adalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa. Menurut Donald F. Robert (Schramm dan Roberts: 1907)[1] Karena fokusnya pada pesan, maka efek haruslah berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa tersebut. Efek media juga diartikan sebagai dampak dari kehadiran sosial yang dimiliki media, yang menyebabkan perubahan pengetahuan, sikap dan tingkah laku manusia, akibat terpaan media. Semakin berkembangnya teknologi media massa dalam menyampaikan informasi dan hiburan, maka manusia tak akan pernah bisa lepas dari pengaruh media massa tersebut. Setiap hari, otak manusia selalu dipenuhi oleh informasi yang disampaikan.

Media massa seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio, sering dijadikan objek studi, karena memang dipandang sebagai suatu institusi penting dalam masyarakat. Asumsi itu ditopang oleh beberapa alasan, bahwa Media merupakan industri yang berubah dan berkembang, yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya

Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya¹¹

1. Media adalah wadah yang menampilkan peristiwa-peristiwa kehidupan masyarakat, baik yang bersifat nasional maupun internasional.
2. Media seringkali berperan dalam mengembangkan kebudayaan, juga tata cara, mode, gaya hidup dan norma-norma.

¹¹ Wikipedia. *Efek Media* (On-Line). (<http://id.wikipedia.org>). Diakses pada tanggal 4 Desember 2014, h. 5

3. Media telah menjadi sumber dominan, bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif.
4. Media juga turut menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan.

Pentingnya media massa, membuat peranannya begitu kuat dan hebat dalam mempengaruhi manusia. Manusia begitu tergantung pada media, hingga sampai ke urusan hidup sehari-hari. Media massa, seakan telah menjadi faktor penentu kehidupan manusia. Efek yang ditimbulkan oleh media itu sangat nyata dan jelas. Besarnya pengaruh media massa, menimbulkan efek pada kehidupan manusia. Karena itulah, efek yang ditimbulkan media massa menjadi perhatian para ahli.

¹²Efek media pada manusia semakin besar, saat televisi komersial hadir di tengah masyarakat pada tahun 1935. Dimana sejarah awal studi tentang efek, lebih difokuskan pada segi sikap dan perilaku. Oleh karenanya, efek media terbagi tiga periode:

1. Periode 1930-1950, dikenal sebagai Efek Tak Terbatas atau Unlimited Effects

Pada periode tersebut, dunia tengah diguncang perang dunia pertama dan perang dunia kedua. Di masa itu, media dianggap memiliki efek tidak terbatas, karena memiliki efek yang besar ketika menerpa masyarakat. Periode ini juga dikenal dengan periode teori masyarakat massa. [8] Teori yang menjelaskan efek tersebut adalah Teori Stimulus Respons (S-R Theory). Teori tersebut juga dikenal dengan Teori Peluru (Bullet Theory) dan Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Theory). Menurut teori tersebut, bahwa kegiatan mengirimkan pesan, sama halnya dengan menyuntikkan obat yang bisa langsung masuk ke dalam jiwa penerima pesan. Sebagaimana peluru yang memiliki kekuatan besar dan luar biasa, apabila ditembakkan, maka sasaran tidak akan bisa menghindar. Kedua teori tersebut mencoba menjelaskan,

¹² *Ibid.*, h. 5

bagaimana proses berjalannya pesan dari sumber (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan), dimana proses tersebut berjalan satu arah atau one way direction. Dapat disimpulkan, bahwa efek media pada periode tersebut sangatlah sederhana, karena hanya melihat dampak dari pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dimana media memberikan stimulus, maka komunikan menanggapi dengan menunjukkan respons, sehingga dinamakan teori stimulus respons. Meski dinilai memberikan efek yang sederhana, ada kalanya, pesan yang diterima komunikan tidaklah sama. Akibatnya, respons yang diberikan pun ditunjukkan berbeda, antara komunikan yang satu dan komunikan lainnya. Untuk itu, pesan yang disampaikan harus dilakukan secara berulang-ulang, agar dimengerti oleh komunikan. Selain itu, pesan yang disampaikan haruslah ditujukan pada komunikan yang dijadikan target sasaran informasi.

2. Periode 1950-1970, dikenal sebagai Efek Terbatas atau Limited Effect

Pada periode ini, media massa sudah tidak memiliki kekuatannya lagi, sebagaimana periode teori masyarakat massa atau periode efek tidak terbatas. Karena setelah berakhirnya perang, masyarakat tidak mudah dipengaruhi oleh isi pesan media massa. Teori yang mendukung terjadinya perubahan efek media pada masyarakat pada saat itu adalah Teori Perubahan Sikap atau Attitude Change Theory (1964), yang dikenalkan oleh Carl Iver Hovland, pada awal tahun 1950-an. Juga dikuatkan oleh Teori Penguatan atau Reinforcement Theory dari Joseph T. Klapper, yang muncul pada tahun 1960-an. Teori perubahan sikap Carl Iver Hovland memberikan penjelasan, bagaimana sikap seseorang terbentuk dan bagaimana sikap itu dapat berubah melalui proses komunikasi, dan bagaimana sikap itu dapat mempengaruhi sikap atau tingkah laku seseorang. Menurut Hovland, seseorang akan merasa tidak nyaman bila dihadapkan pada informasi baru yang bertentangan dengan keyakinannya. Teori perubahan sikap, juga disebut sebagai Teori Disonansi, yang berarti ketidakcocokan atau ketidaksesuaian. Untuk mengurangi

ketidaknyamanan itu, maka akan ada proses selektif, yaitu penerimaan informasi selektif, ingatan selektif, dan persepsi selektif.¹³

Sedangkan istilah efek terbatas, awal mulanya dikemukakan oleh Joseph Klapper dari Columbia University. Pada tahun 1960, ia menulis tentang efek terbatas media massa yang dipublikasikannya dengan judul 'Pengaruh Media Massa'. Menurutnya, komunikasi massa bukanlah penyebab yang cukup kuat untuk menimbulkan efek bagi masyarakat, tetapi pengaruh komunikasi massa terjadi melalui berbagai faktor dan pengaruh perantara. Pemikiran Klapper tersebut dikenal dengan nama Phenomenistic Theory, atau lebih dikenal dengan nama Teori Penguatan, karena menekankan pada kekuatan media yang terbatas. Menurut Klapper, faktor psikologis dan sosial turut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa, yaitu karena adanya proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok dan keberadaan pemimpin opini.¹⁴

Efek terbatas bisa terjadi karena dua hal, yaitu: (1) *Rendahnya terpaan media massa*. Contohnya saja, masih sedikitnya jumlah penonton yang menyimak berita di televisi dibandingkan dengan penonton yang lebih memilih melihat acara hiburan. Terbukti, perolehan rating dan share stasiun berita televisi di Indonesia, kalah jauh dengan stasiun televisi yang memfokuskan pada acara keluarga atau hiburan. (2) *Adanya perlawanan*. Media bisa memberitakan, bagaimana seseorang ditampilkan dengan karakter yang berlawanan. Misalnya saja saat Gus Dur dan Megawati, tengah menggalang dukungan untuk meraih kursi nomor satu, sebagai calon presiden Indonesia. Media menggambarkan sosok Gus Dur sebagai orang yang selalu berkomentar. Mulutnya tak bisa diam, bila suatu peristiwa tengah terjadi. Sedangkan Megawati dilukiskan sebagai sosok yang berlawanan. Ia tak pandai berbicara dan

¹³ Carl Iver Hovland, *The American Journal of Psychology*, (December 1961), h. 84

¹⁴ Klapper, *Klapper's Phenomenistic Theory*, Lesson 13, ZeePedia.com, h. 1 diakses tanggal 16 November 2014.

hanya mampu mengumbar senyum. Publik menilainya tidak cakap, karena lamban merespons saat peristiwa tengah terjadi. Akibat adanya berita yang berlawanan tersebut, maka turut membentuk sikap dan perilaku masyarakat. Mereka bisa menentang, ketika menyaksikan berita yang berlawanan itu.

3. Periode 1970-1980an, dikenal sebagai Efek Moderat atau *Not so Limited Effect*

Masyarakat yang semakin modern, semakin mampu menyaring efek yang ditimbulkan media massa. Artinya, banyak variabel yang turut mempengaruhi proses penerimaan pesan, yaitu tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan dan sistem nilai yang dianut masyarakat itu sendiri. Jadi, semakin tinggi tingkat pendidikannya, semakin selektif pula dalam menyeleksi pesan yang ditimbulkan oleh media. Misalnya saja, masyarakat tidak mudah percaya akan isi pesan suatu iklan. Maraknya iklan-iklan di televisi, bahwa sebuah produk bisa memutihkan gigi atau kulit dalam sekejap, tentu diragukan kebenarannya. Masyarakat sudah mampu menyaring, bahwa suatu pesan itu benar atautah tidak, meskipun ada di antara masyarakat yang menggunakan produk tersebut. Dengan demikian, pesan dan efek dalam komunikasi massa, merupakan proses interaksi dan hasil negosiasi antara media dan masyarakat.

Melalui media sosial, segalanya dirasa lebih mudah untuk dilakukan. Perubahan masyarakat akibat adanya media sosial dirasa cukup signifikan. Kebiasaan masyarakat sudah banyak yang berganti, dan kebiasaan-kebiasaan itu cepat sekali menular dari masyarakat yang satu ke yang lainnya sehingga perubahannya bisa bersifat global/menyeluruh.

Perubahan masyarakat sendiri mempunyai dampak yang positif dan negative. Untuk dampak yang positif diantaranya adalah modernisasi, globalisasi dan demokratisasi. Modernisasi adalah perubahan masyarakat yang menyesuaikan tuntutan zaman, bisa disebut juga bahwa masyarakatnya tidak *katro'* karena mereka memiliki ilmu pengetahuan yang cukup tinggi yang didapatnya dari beberapa sumber

termasuk dari media sosial. Untuk globalisasi, berarti suatu perubahan masyarakat yang membentuk satu jaringan yang luas antar negara, antar bangsa dan dipengaruhi adanya kemajuan teknologi seperti kemudahan dalam mengakses informasi melalui media sosial. Serta adanya demokratisasi sendiri berarti perubahan masyarakat kearah yang lebih manusiawi, karena dalam masyarakat yang demokratis akan menjunjung tinggi hak asasi manusia. Hal ini juga tidak lepas dari salah satu peran media sosial yaitu sebagai wadah penyaluran aspirasi, sehingga bisa diketahui oleh banyak orang.

C. Penutup

Media massa seperti surat kabar, majalah, televisi dan radio, sering dijadikan objek studi, karena memang dipandang sebagai suatu institusi penting dalam masyarakat. Asumsi itu ditopang oleh beberapa alasan, bahwa Media merupakan industri yang berubah dan berkembang, yang menciptakan lapangan kerja, barang dan jasa, serta menghidupkan industri lain yang terkait. Media juga merupakan industri tersendiri yang memiliki peraturan dan norma-norma yang menghubungkan institusi tersebut dengan masyarakat dan institusi sosial lainnya

Media massa merupakan sumber kekuatan, alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat, yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Perubahan masyarakat sendiri mempunyai dampak yang positif dan negative. Untuk dampak yang positif diantaranya adalah modernisasi, globalisasi dan demokratisasi. Modernisasi adalah perubahan masyarakat yang menyesuaikan tuntutan zaman, bisa disebut juga bahwa masyarakatnya tidak *katro* karena mereka memiliki ilmu pengetahuan yang cukup tinggi yang didapatnya dari beberapa sumber termasuk dari media sosial. Untuk globalisasi, berarti suatu perubahan masyarakat yang membentuk satu jaringan yang luas antar negara, antar bangsa dan dipengaruhi adanya kemajuan teknologi seperti kemudahan dalam mengakses informasi melalui media sosial.

Daftar Pustaka

Hovland, Carl Iver, *The American Journal of Psychology*, December 1961.

<http://pakrofig.blogspot.com/2014/08/media-sosial-di-indonesia-kekuatan-dan.html>

<http://log.viva.co.id/news/read/512715-kekuatan-media--sosial-yang-luar-biasa>

http://id.wikipedia.org/wiki/Efek_media

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1008839&am;p:download=yes%22

Juniarto, Damar,

<https://damdubidudam.wordpress.com/2013/05/03/sosial-media-di-indonesia-kekuatan-dan-ancamannya/>, Diakses Tanggal 16 September 2014.2

-----, Media Sosial di Indonesia kekuatan dan ancamannya, (On-Line) (<http://media.kompasiana.com>), Diakses Tanggal 16 September 2014.2

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59 - 68.

Lampt. Pos., Media Sosial picu perubahan dimasyarakat. (On Line). (www.lampost.co). Diakses pada tanggal 23 Mei 2014.

Nurudin, M.Si., *Pengantar Komunikasi Massa*, PT. Raja Grafindo Persada, 2007.

O'Reilly, T. (2007). *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Retrieved 04 January 2011

Subrata, *Media Sosial Kekuatan Kelima Demokrasi*, (On Line), <http://www.antaraneews.com>. Diakses Pada tanggal 27 November 2014

Sulistyo, Aryo Seno, *Kekuatan Media sosial yang luar biasa*, (On Line). (www.log.viva.co.id). diambil pada tanggal 12 Juni 2014.

ZeePedia.com, *Klapper's Phenomensitic Theory*, Lesson 13, ZeePedia.com, h. 1 diakses tanggal 16 November 2014.