

PARADIGMA BARU KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (Sebuah Upaya dalam Merekonstruksi Realitas Media Massa)

Oleh: Abdul Karim

Dosen Tetap STAIN Kudus

Abstrak

Berbicara persoalan komunikasi dan penyiaran maka tidak bisa lepas dari peran media komunikasi itu sendiri. Pada tataran idealitas media komunikasi memiliki peran strategis dalam membangun relasi mutualisme antar individu, kelompok, golongan dan antar budaya. Media komunikasi dapat dijadikan alat yang sangat efektif dalam menyampaikan pemberitaan dan informasi di tengah-tengah masyarakat. Namun dalam tataran realitas sosial, nampak peran media komunikasi jauh dari ekspektasi yang diharapkan oleh masyarakat. Media komunikasi justru banyak menjelma sebagai monster menakutkan yang membawa dampak psikologis bagi para penggunanya. Hal ini dikarenakan media yang dijadikan alat komunikasi dan penyiaran itu sering kali ditarik dari fungsi yang sebenarnya oleh para pemegang kendali kepentingan orang yang menguasai media komunikasi tersebut. Dengan demikian dibutuhkan suatu paradigma baru komunikasi dan penyiaran Islam dalam melihat kenyataan yang terjadi dalam realitas media komunikasi yang berkembang saat ini.

Kata Kunci: *Komunikasi dan Penyiaran, Idealitas dan Realitas, Paradigma Baru*

A. Pendahuluan

Komunikasi adalah salah satu elemen yang sangat penting dalam menyampaikan maksud, ide dan gagasan kepada orang lain. Berbagai persoalan akan menjadi *clear* ketika bangunan komunikasi itu dapat dijalankan dengan apik dan efektif. Sebaliknya jika persoalan komunikasi ini menjadi terhambat maka sangat mungkin terjadi *miss understanding* yang dapat memicu berbagai ketegangan, baik dalam

persoalan pribadi, keluarga, sosial, politik, ekonomi dan budaya. Bahkan dalam realitas sosial politik menunjukkan bahwa pola komunikasi itu akan menentukan arah dari dinamika sosial politik yang terjadi dan dapat menentukan suhu dan stabilitas politik. Walaupun masih bisa dipertanyakan kembali apakah komunikasi yang berpengaruh terhadap situasi politik atau justru sebaliknya, faktor situasi yang mengharuskan pola komunikasi itu terbentuk atau terbangun. Atau mungkin juga bisa terjadi kedua-duanya. Apapun itu, yang pasti komunikasi merupakan hal penting yang harus dilakukan dalam menyikapi berbagai persoalan tersebut.

Sedangkan penyiaran adalah hal yang sangat terkait dengan media komunikasi atau media massa. Hal ini pun tak kalah pentingnya dengan komunikasi itu sendiri. Karena segala bentuk komunikasi dan penyiaran itu sangat dipengaruhi bagaimana ia dikemas dan disajikan dalam bentuk informasi yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Apalagi era sekarang adalah sebuah era dimana media sangat strategis dalam membentuk suatu opini publik. Walaupun sebenarnya opini publik itu tidak ada, meminjam istilah bahasa dari Bang Karni Ilyas pemandu acara ILC (Indonesia Lawyer Club) di TV One mengatakan bahwa sebenarnya opini publik itu tidak ada, yang ada adalah opini yang dipublikasikan.

Begitu pentingnya peran media massa dalam menyampaikan komunikasi dan penyiaran, sehingga perlu adanya sinergi antara pola komunikasi yang efektif dengan kecanggihan media massa dan teknologi informasi saat ini. Ketika terjadi ketidaksinkronan antara keduanya maka sudah pasti akan terjadi disharmoni yang akan menyebabkan suatu komunikasi dan penyiaran itu sendiri tidak akan pernah efektif. Khususnya ketika kita berbicara tentang komunikasi dan penyiaran Islam, yang memiliki misi dan tujuan untuk melakukan reorientasi terhadap transformasi nilai-nilai keislaman di tengah-tengah kehidupan sosial, tentu banyak sekali tantangan dan hambatan yang dihadapi. Maka hal itu harus kita urai untuk mendapatkan berbagai solusi yang ideal sebagaimana yang kita inginkan.

B. Pengertian Komunikasi

Rosmawaty dalam bukunya *Mengenal Ilmu Komunikasi* (2010: 17), sebagaimana dikutip oleh Apriadi Tamburaka menyatakan bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin "*communis*".

Communis atau dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*common*” berarti sama. Oleh karena itu jika kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commonness*) dalam hal sikap dengan seseorang. Dengan demikian komunikasi adalah sebagai proses menghubungkan atau mengadakan perhubungan. Atau dapat dijelaskan bahwa komunikasi adalah merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang dapat menimbulkan efek tertentu. Komunikasi selalu menghendaki adanya tiga unsur, yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), dan sasaran (*destination*) (Apriadi Tamburaka, 2013: 7).

Dalam kerangka teoritis peranan media massa dalam konteks sosial adalah bekerja melayani kebutuhan informasi publik. Dengan demikian ia memiliki tujuan-tujuan tertentu yang dapat memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Masyarakat yang menikmati surat kabar, mendengarkan suara radio, menyaksikan televisi, atau browsing internet tentu memiliki tujuan-tujuan, yang kemudian akan terjadi hubungan interaksi sosial antara kedua belah pihak yang saling menguntungkan. Semua aktivitas tersebut merupakan bentuk dari tindakan sosial yaitu tindakan tiap-tiap individu yang memiliki tujuan tertentu. Para eksekutif di perusahaan media massa bekerja untuk tujuan ekonomi dan profit, sedangkan wartawan dan redaktur mencari berita untuk disampaikan kepada publik dalam memenuhi kebutuhan informasi yang aktual dan upto date. Ketika pemberitaan itu bukan hal yang menjadi kebutuhan publik maka itu belum bisa disebut terjadinya tindakan sosial (Apriadi Tamburaka, 2013: 1-2).

Dalam periode terakhir dari abad ke 20 kemunculan teknologi interaktif global seperti internet, dalam lingkungan sehari-hari dari negara-negara kapitalis, telah mengubah sifat dan ruang lingkup media komunikasi dengan dramatis dan sporadis. Transformasi ini menegaskan bahwa deklarasi *second media age* dipandang sebagai bentuk ditinggalkannya dominasi media *broadcast* seperti surat kabar, radio dan televisi. Hal ini dikarenakan meningkatnya kebutuhan terhadap media interaktif itu semakin signifikan terutama media internet. Dengan begitu apakah itu berarti kehadiran *second media age* merupakan bentuk ancaman dan kematian dari *first media age*. Tentu saja tidak demikian, karena selalu ada hubungan konjungtif antara kehadiran media baru dengan media yang lama. Dan tentu keduanya tetap memiliki akses dan segmen masing-masing (David Holmes, 2012: 7-8).

Tapi memang media sosial yang disebut sebagai *second media age* adalah sebuah media teknologi interaktif global, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual dan sebagainya. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa *second media age* adalah merupakan media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Bentuk komunikasi yang berupa jejaring sosial merupakan situs di mana setiap orang bisa membuat web page pribadi atau blog secara gratis/ free, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring social yang sangat populer antara lain adalah Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media social online menggunakan internet. Media sosial online mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta berbagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Walaupun sering kali memiliki dampak yang negatif bagi pengguna, tapi pada dasarnya lebih banyak manfaat positifnya, tergantung dari masyarakat penggunanya.

Jejaring sosial semakin mengalami perkembangan dan sangat dinamis ketika teknologi internet dan mobile phone juga mengalami kemajuan dibidang kecanggihan tehnologinya, sehingga media sosial pun ikut tumbuh dengan subur dan sangat pesat. Pada saat ini untuk mengakses facebook atau twitter misalnya, maka bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja tidak ada batasannya, bisa hanya dengan menggunakan sebuah mobile phone saja bisa dengan leluasa mengaksesnya. Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial yang dapat mengakibatkan terjadinya gelombang besar terhadap berjalannya arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Karena kecepatan arus informasi tersebut maka media sosial online atau *second media age* mulai tampak menggeser peranan media massa konvensional atau *first media age* dalam menyebarkan informasi dan berita.

C. Ragam dan Bentuk-Bentuk Komunikasi

Secara garis besar ada beberapa ragam dalam komunikasi, adalah sebagai berikut (Wiryanto, 2005:52):

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang yang berupa proses pengolahan informasi melalui panca indera dan sistem syaraf manusia.
2. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain dengan corak komunikasinya lebih bersifat pribadi dan sampai pada tataran prediksi hasil komunikasinya pada tingkatan psikologis yang memandang pribadi sebagai unik. Dalam komunikasi ini jumlah perilaku yang terlibat pada dasarnya bisa lebih dari dua orang selama pesan atau informasi yang disampaikan bersifat pribadi.
3. Komunikasi kelompok (*group communication*) yaitu komunikasi yang berlangsung di antara anggota suatu kelompok. Menurut Michael Burgoon dan Michael Ruffner dalam Sendjaja,(1994) sebagaimana dikutip oleh Wiryanto (2005: 52) memberi batasan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu guna memperoleh maksud atau tujuan yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua anggota dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.
4. Komunikasi organisasi (*organization communication*) yaitu pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi.
5. Komunikasi massa (*mass communication*). Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai suatu jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah audien yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa cetak atau elektrolitik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.
6. Komunikasi publik, bentuk komunikasi publik ini merupakan bentuk tambahan yang diambil dari buku *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* karya Deddy Mulyana yang mendefinisikan komunikasi publik sebagai komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak). Yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah atau kuliah (umum). Beberapa pakar komunikasi menggunakan

istilah komunikasi kelompok besar (*large group communication*) untuk komunikasi ini (Mulyana, 2005:74).

Ada beberapa macam bentuk dalam Komunikasi yaitu di antaranya adalah sebagaimana dipaparkan dalam (<http://kholikihwanudin.blogspot.com/2011/12/komunikasi-massa.html>):

- a. Bentuk Visual adalah komunikasi massa yang berhubungan dengan media cetak seperti Koran, Majalah, Buletin ataupun WEB Berita di Internet. Dari situ komunikasi bisa mendapatkan sedikit informasi dari Koran dan Majalah yang memberikan informasi secara update.
- b. Bentuk Audio adalah komunikasi massa yang berhubungan dengan pendengaran seperti Radio. Komunikator juga dapat memberi informasi kepada komunikasi lewat radio. Contoh implikasinya kepada masyarakat adalah acara pengajian tidak harus di masjid ataupun antara komunikator dan komunikasi saling tatap muka (*Face To Face*) tetapi bisa dengan mendengarkan lewat media dengan bentuk Audio seperti media Radio yang juga bisa menyuguhkan pengajian Ustadz Iib Wijayanto yang setiap malam Selasa memberikan ceramahnya di Radio MQ FM Yogyakarta bahkan antara ustadz dengan pendengar dapat saling berinteraksi dengan cara jika pendengar kurang memahami ceramah tersebut dengan cara langsung telepon ataupun SMS.
- c. Bentuk Audio Visual adalah komunikasi massa yang berhubungan dengan pengelihatian dan pendengaran seperti media televisi atau video internet. Komunikasi juga bisa melihat televisi untuk mencari informasi. Televisi menurut saya juga bisa dikatakan media komunikator untuk memberikan informasi kepada komunikasi atau masyarakat.

Mengingat kedudukan media massa dalam perkembangan masyarakat sangatlah penting, maka industri media massa pun berkembang pesat saat ini. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya stasiun televisi, stasiun radio, perusahaan media cetak, baik itu surat kabar, majalah, dan media cetak lainnya. Para pengusaha merasa diuntungkan dengan mendirikan perusahaan yang bergerak di bidang media massa seperti itu. Hal itu disebabkan karena mengelola perusahaan dengan jenis spesifikasi mengelola media massa adalah usaha yang akan selalu digemari masyarakat sepanjang masa, karena sampai kapanpun manusia akan selalu haus akan informasi.

Menurut Romly, (2002:6), sebagaimana dijelaskan oleh Prakoso dalam bukunya *Komunikasi Massa*, media yang termasuk ke dalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV, dan film. Kelima media tersebut dinamakan ”*The Big Five of Mass Media*” (lima besar media massa). Media massa sendiri terbagi dua macam, media massa cetak (*printed media*), dan media massa elektronik (*electronic media*). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, Tv, film (*movie*), termasuk CD. Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu (Prakosa, 2006: 39):

1. Koran atau surat kabar (ukuran kertas broadsheet atau 1/2 plano)
2. Tabloid (1/2 broadsheet)
3. Majalah (1/2 tabloid atau kertas ukuran folio atau kuarto)
4. Buku (1/2 majalah)
5. *Newsletter* (folio atau kuarto, jumlah halaman lazimnya 4-8 halaman)
6. Buletin (1/2 majalah, jumlah halaman lazimnya 4-8).

Berikut ini adalah uraian tentang media massa yang paling populer dan paling sering digunakan masyarakat, yaitu di antaranya sebagai berikut:

- a. Surat Kabar yaitu merupakan media cetak yang terbit setiap hari secara teratur. Tulisannya dalam entuk berita, artikel, feature (cerita human interest atau profil), tajuk. Informasi yang disajikan lengkap menjawab pertanyaan rumusan 5 W + 1 H. Isi informasi ditujukan untuk mempengaruhi atau mempersuasikan secara rasional/pikiran. Kelebihan surat kabar adalah harganya murah, informasinya lengkap dan selalu actual (baru), mudah dan cepat menjangkau khalayak yang diinginkan, mudah dibawa dan disimpan. Sementara kekurangannya adalah isi pesan singkat, penyajian gambar/foto kurang menarik, pesan hanya bisa disampaikan bagi public yang memiliki kemampuan membaca.
- b. Majalah yaitu media yang digunakan untuk menghasilkan gagasan feature dan publisitas bergambar untuk bahan referensi di masa mendatang. Majalah biasanya terbit seminggu sekali dan dapat dibaa pada saat senggang atau santai. Kelebihan majalah adalah menyajikan informasi yang tidak hanya menjawab secara lengkap pertanyaan 5 W + 1 H, tetapi juga tuntas dengan bahasan dari berbagai sisi, dicetak dengan kertas yang menarik dan berkualitas, sehingga mampu menampilkan gambar-gambar yang lebih menarik,

- publiknya khusus, bisa disimpan dalam waktu yang lama sebagai bahan referensi. Sementara kelemahannya ialah pesan tidak bisa segera diperoleh public, harganya relative mahal, serta biaya produksi lebih mahal dari surat kabar.
- c. Radio adalah media yang menyampaikan pesan melalui stimuli indera pendengaran. Kelebihan radio ialah isi pesan bisa cepat/langsung diterima publiknya, pesannya mempunyai kekuatan mempersuasi secara emosional, proses produksinya sederhana dan fleksibel, khalayaknya khusus, harga pesawatnya tidak mahal dan mudah dibawa-bawa, siarannya bisa diterima di mana saja, biaya produksi rendah, bisa menjangkau wilayah yang sulit (pelosok) bahkan melalui batas negara, isi pesan bisa dipahami siapapun juga termasuk yang tidak mampu membaca. Sementara kekurangannya ialah isi pesan cepat berlalu dan tidak bisa diulang kembali, bila tidak digarap dengan baik, maka dengan mudah pendengar bisa langsung memindahkan gelombang radionya, umpan balik membutuhkan waktu, sehingga sulit untuk melakukan evaluasi.
 - d. Televisi adalah media yang mampu menyajikan pesan dalam bentuk suara, gerak, pandangan dan warna secara bersamaan, sehingga mampu menstimuli indera pendengaran dan penglihatan. Kelebihan televise ialah mampu menampilkan hal menarik yang ditangkap oleh indera pendengaran dan penglihatan, mampu menampilkan secara detil suatu peristiwa/kejadian, suatu produk dan pembicara, karena mempengaruhi dua indera sekaligus, maka efek persuasinya lebih kuat ketimbang media lainnya, jumlah pemirsanya lebih banyak, sehingga ia merupakan media yang paling populer. Sedangkan kekurangannya adalah biaya produksi mahal, waktu yang dibutuhkan untuk proses produksi sampai selesai sangat lama: khalayaknya sangat heterogen, sehingga sulit menjangkau public sasaran yang diinginkan, peralatan peliputannya sangat mahal dan rumit penggunaannya, bila tidak dipersiapkan dengan matang, maka pesan visual itu justru akan menciptakan image buruk. (Wardhani 2008:30-31)
 - e. Internet. Sebagian kalangan mengkategorikan internet ke dalam media massa, karena pesannya bisa diterima oleh banyak orang. Namun ada pihak yang tidak sependapat dikarenakan karakteristik media internet sangat berlawanan dengan media massa. Informasi melalui media online, hanya dapat dibaca, jika khalayak aktif mencari. Hal itulah yang menunjukkan perbedaannya dengan media

massa seperti televisi yang kini makin banyak dipilih masyarakat dalam memperoleh berita terkini. Media internet memiliki beberapa karakteristik, yakni sifat komunikasinya dua arah (interaktif), komunikatornya bisa lembaga dan personal, isi pesannya lebih personal/individual, informasi diterima publiknya tidak serentak namun sesuai dengan kebutuhan komunikannya, serta publiknya homogen (Wardhani 2008:22-23)

D. Komunikasi Penyiaran: antara Idealitas dengan Realitas

Dalam undang-undang penyiaran ada empat gagasan yang dijadikan acuan untuk merevisi UU No. 24/ 1997. *Pertama*, dalam UU tersebut posisi pemerintah dan penanam modal sangat dominan daripada posisi publik, sehingga dalam praktiknya sistem penyiaran berkarakter otoriter. *Kedua*, bubarnya Departemen Penerangan sebagai lembaga regulator penyiaran versi UU No. 24/1997. Perubahan kelembagaan tatanegara ini memberikan dampak bagi kehidupan media penyiaran di Indonesia menjadi tidak memiliki kepastian hukum (*lawless*). *Ketiga*, terjadinya konfigurasi kekuatan ekonomi dan politik pasca jatuhnya rezim Orde Baru. Pergeseran tersebut memiliki tiga karakter, yaitu anti terhadap produk peninggalan rezim Orde Baru, munculnya gerakan demokratisasi media penyiaran, dan ambisi kekuatan pemilik modal dalam dan luar negeri untuk menerapkan sistem ekonomi pasar (Masduki, 2007: 113).

Dari hasil temuan dan analisis yang mendalam, ada tiga materi kontroversial dalam proses reformasi sistem penyiaran di Indonesia. Ketiganya mencerminkan pilar dasar dari sistem penyiaran yang akan dibentuk, secara historis merupakan konsepsi baru dalam sistem penyiaran di Indonesia, menyita perhatian paling besar dari stakeholders dalam proses perumusan hingga penetapan UU No. 32/2002. Oleh karena itu karakteristik teknologi dan medium komunikasi yang khas, operator penyiaran wajib memiliki izin penggunaan frekuensi dan izin siaran sebelum bisa beroperasi. Izin menjadi wilayah yang krusial karena akan berdampak pada eksistensi seluruh institusi penyiaran, termasuk di dalamnya isi siaran yang berdimensi luas, seperti pemenuhan hak kebebasan berekspresi dan perlindungan kepentingan publik. Bahkan di banyak negara demokratis, izin penggunaan frekuensi diberikan lembaga independen yang dibuat oleh negara berdasarkan UU Penyiaran, sementara di Indonesia selama Orde Baru izin dikendalikan

oleh pemerintah melalui departemen teknis terkait (Masduki, 2007: 189).

Tentu perkembangan media komunikasi dan penyiaran pun mengalami dinamika yang tidak jauh berbeda dengan apa yang terjadi di negara-negara maju. Karena negara-negara kapitalislah yang memang banyak menguasai dan mendominasi perkembangan berbagai kecanggihan alat komunikasi dan penyiaran tersebut. Penguasaan terhadap teknologi informasi merupakan penegasan mereka akan superioritas mereka dalam mengendalikan berbagai hal, dari mulai persoalan-persoalan politik, ekonomi, budaya dan berbagai persoalan penting yang lainnya. Tanpa disadari negara-negara berkembang yang hanya menjadi obyek pemakai dari berbagai produk teknologi informasi sesungguhnya telah terjajah dari sisi ekonomi, politik, keamanan, sosial dan budaya bahkan agama.

Perkembangan media sosial online yang sangat pesat ini dikarenakan semua orang seakan-akan dapat memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media sosial online. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan social media dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Kita sebagai pengguna social media dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai model content lainnya.

Di sinilah letak strategis eksistensi komunikasi dan penyiaran Islam dari sisi upaya untuk merebut dominasi komunikasi dan penyiaran media massa yang dikuasai oleh Barat. Paling tidak eksistensi media komunikasi dan penyiaran Islam dapat menjadi salah satu *icon* di dunia Islam dalam menyaingi media komunikasi dunia Barat. Hal ini sangat penting mengingat persoalan global itu penuh dengan berbagai kepentingan. Dan itu dapat digulirkan dengan sangat efektif melalui media komunikasi untuk membangun berbagai opini. Media komunikasi dan penyiaran Islam harus bangkit untuk melakukan revitalisasi terhadap model pengembangan komunikasi dan penyiaran Islam.

Sesungguhnya jejaring sosial media itu ada dampak positif dan juga dampak negatif yang sangat berpengaruh pada kehidupan manusia. Pertama kita akan mengawalinya dengan *dampak negatif* dari sosial media terlebih dahulu.

1. Dampak Negatif

- a. Kecanduan situs jejaring sosial seperti Facebook atau MySpace juga bisa membahayakan kesehatan karena memicu orang untuk mengisolasi diri. Meningkatnya pengisolasi diri dapat mengubah cara kerja gen, membingungkan respons kekebalan, level hormon, fungsi urat nadi, dan merusak performa mental.
- b. Seseorang yang menghabiskan waktunya di depan komputer akan jarang berolahraga sehingga kecanduan aktivitas ini dapat menimbulkan kondisi fisik yang lemah, bahkan obesitas.
- c. Kerusakan fisik juga sangat mungkin terjadi. Bila menggunakan mouse atau memencet keypad ponsel selama berjam-jam setiap hari, seseorang dapat mengalami cedera tekanan yang berulang-ulang. Penyakit punggung juga merupakan hal yang umum terjadi, pada orang-orang yang menghabiskan banyak waktu duduk di depan meja komputer.
- d. Media elektronik, seperti komputer, laptop, atau handphone (ponsel) juga menghancurkan secara perlahan-lahan kemampuan anak-anak dan kalangan dewasa muda untuk mempelajari kemampuan sosial dan membaca bahasa tubuh. Maksudnya adalah seseorang akan mengalami pengurangan interaksi dengan sesama mereka dalam jumlah menit per hari-nya menyebabkan jumlah orang yang tidak dapat diajak berdiskusi mengenai masalah penting, menjadi semakin meningkat setiap harinya.
- e. Kejahatan dunia maya (*cyber crime*). Seiring berkembangnya teknologi, berkembang pula kejahatan. Didunia internet, kejahatan dikenal dengan nama *cyber crime*. Kejahatan dunia maya sangatlah beragam. Diantaranya, *carding*, *hacking*, *cracking*, *phising*, dan *spamming*.
- f. Membuat waktu terbuang dengan sia-sia
- g. Sudah beberapa waktu saya mengamati perilaku pengguna jejaring sosial dengan berinteraksi secara intensif dengan beberapa users. Satu pertanyaan yang sering hinggap di benak saya adalah bagaimana user tersebut bisa online terus padahal secara teori mereka seharusnya sedang bekerja, istirahat tidur malam hari, ataupun sedang beribadah. Tidak jarang interaksi saya lakukan dengan mereka yang sudah bekeluarga sehingga tidak jarang saya berpikir bagaimana mereka mengatur interaksi dengan keluarga mereka kalau setiap saat waktunya dihabiskan

dengan melototi layar komputer dan keyboard smartphonenya. Saya mengakui jika sebagian orang memang memanfaatkan jejaring sosial sebagai media berbisnis dan mencari referensi. Tapi ada juga yang menggunakan jejaring sosial untuk sekedar chatting dengan teman di facebook atau tweeter yang bila terlalu asyik akan menjadi lupa diri dan tidak tau waktu.

2. Dampak Positif, yaitu di antaranya sebagai berikut:
 - a. Sebagai media penyebaran informasi
 - b. Informasi yang up to date sangat mudah menyebar melalui situs jejaring sosial. Hanya dalam tempo beberapa menit setelah kejadian, kita telah bisa menikmati informasi tersebut. Ini sangatlah bermanfaat bagi kita sebagai manusia yang hidup di era digital seperti sekarang ini. Cakrawala dunia serasa berada dalam sentuhan jari kita.
 - c. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan dan sosial
 - d. Mengasah keterampilan teknis dan sosial merupakan kebutuhan yang wajib dipenuhi agar bisa bertahan hidup dan berada dalam neraca persaingan di era modern seperti sekarang ini. Hal ini sangatlah penting, tidak ada batasan usia, semua orang butuh untuk berkembang.
 - e. Memperluas jaringan pertemanan
 - f. Dengan menggunakan jejaring sosial, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja, bahkan dengan orang yang belum kita kenal sekalipun dari berbagai penjuru dunia. Kelebihan ini bisa kita manfaatkan untuk menambah wawasan, bertukar pikiran, saling mengenal budaya dan ciri khas daerah masing-masing, dll. Hal ini dapat pula mengasah kemampuan berbahasa seseorang. Misalnya, belajar bahasa inggris dengan memanfaatkan fasilitas *call* atau *video call* yang disediakan di situs jejaring sosial.

Semenjak situs jejaring sosial seperti yang disebutkan di atas sangat menyedot perhatian publik. Sebagian besar menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengunjungi situs tersebut. Oleh karena itu diperlukan cara untuk mengatasi kecanduan jaringan sosial ini seperti dengan membatasi waktu penggunaan internet, terutama situs jaringan sosial. Kita juga perlu belajar menggunakan jaringan internet secara bijak sehingga kita tidak menjadi orang yang mencandu akan jejaring sosial. Sebaiknya para pengguna situs jejaring sosial ini tidak harus berhenti total untuk tidak menikmati situs tersebut, namun lebih bijak

kalau secara perlahan untuk mengurangnya yaitu dengan mengurangi jam bermain Facebook, Twitter, dan lain - lain.

Sementara dari kacamata macro komunikasi dalam konteks budaya berlangsung dalam jalur vertikal, dari sisi micro berlangsung dalam jalur horizontal, dan secara meso berlangsung dalam jalur vertikal-horizontal-diagonal. Oleh karena itu para komunikator dalam ruang lingkup makro, yaitu pimpinan puncak baik eksekutif, legislatif maupun yudikatif berperan amat penting karena mereka adalah penyusun kebijaksanaan (*policy makers*) dan pembuat keputusan (*decision makers*) yang melibatkan dan berlaku bagi negara dan masyarakat secara keseluruhan. Bagi mereka berkomunikasi kepada masyarakat atau menyampaikan pesan kepada rakyat tidak mengalami kesulitan dalam menyampaikan kebijakan atau keputusan dengan diliput oleh media massa pers, radio, dan televisi. Sehingga informasi dan pesan tersebut dapat segera sampai kepada sasaran secara serentak dan serempak. Rakyat dapat langsung mengakses dengan melihat dan mendengarkannya sendiri (Effendy, 2008: 36).

Apa yang terjadi dalam proses komunikasi sosial budaya dalam masyarakat tersebut tampak berbagai kecenderungan bahwa di satu pihak para komunikator mengalami erosi wibawa, tapi di sisi lain masyarakat sebagai sasarannya mengalami peningkatan daya kritik. Akibatnya terjadilah kendala dan kesenjangan yang tajam. Faktor lain yang menjadikan erosi wibawa adalah sebagai berikut:

- a. bahwa sikap empatik komunikator yang semakin menurun. Jika mereka berkomunikasi tidak bisa merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Kadang-kadang tidak etis bahkan tidak manusiawi.
- b. Penampilan yang mentunakan (*underestimate*). Yaitu berkomunikasi dengan khalayak bukannya *talk with the people*, tapi *talk to the people*. Ia tidak sadar bahwa komunikasi itu seharusnya bersifat persuasif yang mengandung ajakan bukan koersif yang mengandung perintah.

Akibat erosi wibawa tersebut komunikasi dalam ruang lingkup makro tidak dapat mulus. Kalaupun bisa dipaksakan dengan dua arah, maka komunikasi pada jalur vertikal menaik (*vertical up-ward*) menjadi tidak utuh karena terjadi korupsi informasi. Karena korupsi informasi yang sudah membudaya maka para pemimpin yang jujur ramai-ramai melakukan inspeksi mendadak atau sidak (Effendy, 2008: 37-38).

Situasi komunikasi sosial budaya di masyarakat yang demikian

adanya maka diperlukan keberanian untuk melakukan perubahan. Dalam konsepsi keberaniannya Prof. Achmad Sanusi, sebagaimana dikutip oleh Effendi dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*, ada 5 (lima) dimensi keberanian yaitu: keberanian ragawi, keberanian sosial atau keberanian komunikasi, keberanian moral, keberanian kreatif, dan keberanian imani. Dari lima keberanian tersebut ada dua keberanian yang penting dilakukan dalam komunikasi sosial budaya (Effendy, 2008: 38-39), yaitu: *pertama*, keberanian sosial atau komunikasi yaitu kemauan, kehendak, kesediaan, kesiapan, dan kemampuan seseorang untuk berlatih terbuka, suka mendekat dan berhubungan dengan orang lain. Kesediaan berlatih, mencoba dan akhirnya membiasakan diri berkomunikasi dua arah, berdiskusi, saling memberikan keterangan dan penjelasan yang dianggap perlu, memberikan kritrik dan saran walaupun putusan tetap sesuai dengan hati nurani masing-masing.

Kedua, keberanian imani yaitu kemauan, kesediaan, dan kesiapan untuk berlatih, mencoba, dan membiasakan diri percaya akan adanya yang Mahagaib, dan yang Mahapencipta. Dengan demikian maka diharapkan dapat menjembatani kesenjangan dan menghilangkan kendala dan kebuntuan antara insan komunikator dalam proses komunikasi sosial budaya.

E. Paradigma Baru Komunikasi Penyiaran Islam

Dalam membangun komunikasi penyiaran Islam harus bertolak kepada paradigma baru yang berorientasi kepada sumber daya manusia (SDM) dan skill (keahlian). Artinya bahwa komunikasi penyiaran Islam tidak hanya mengandalkan kemampuan praktis tetapi harus mampu membangun kecerdasan pada level teknis. Di sinilah peran SDM dan Skill komunikasi sosial budaya diperlukan. Selama ini komunikasi penyiaran Islam lebih berkuat kepada persoalan konsep dan metode dalam menyampaikan atau mengisi berbagai acara yang berkaitan dengan komunikasi penyiaran Islam. Mungkin tidak disadari bahwa begitu sangat penting SDM dan skilil komunikasi sosial budaya dalam melakukan misi transformasi nilai-nilai agama dan budaya Islam di tengah-tengah mentalitas masyarakat yang berwatak meterialistik. Berikut ini hal-hal yang perlu penulis tegaskan tentang pentingnya SDM dan skill komunikasi sosial budaya.

1. Sumber Daya Manusia (SDM). SDM dalam ruang lingkup komunikasi penyiaran ini meliputi hal-hal sebagai berikut di

antaranya adalah kemampuan managerial, perencanaan, pelaksanaan dan pemeliharaan untuk mengelola manusia agar kinerja usaha yang optimal termasuk kebijakan pengembangan dan proses untuk mendukung strategi. SDM terdiri dari daya pikir dan daya fisik setiap manusia. Tegasnya kemampuan setiap manusia ditentukan oleh daya pikir dan daya fisiknya. SDM atau manusia menjadi unsur utama dalam setiap aktivitas yang dilakukan. Peralatan yang handal atau canggih tanpa peran aktif SDM, tidak berarti apa-apa. Daya pikir adalah kecerdasan yang dibawa sejak lahir (modal dasar) sedangkan kecakapan diperoleh dari usaha (belajar dan pelatihan). Kecerdasan tolok ukurnya Intelligence Quotient (IQ) dan Emotion Quality (EQ) (Hasibuan, 2003: 244).

SDM dalam mengelola komunikasi penyiaran Islam itu harus terus ditingkatkan dan dikembangkan dengan berbagai upaya dan strategi, agar Insan Pers yang memiliki basic pengetahuan agama itu dapat bersaing dengan mereka yang tidak memiliki basic keagamaan dalam hal pengelolaan/ manajemen media komunikasi. Karena salah satu faktor terjadinya hegemoni barat terhadap penguasaan teknologi informasi itu sesungguhnya dikarenakan barat lebih siap dalam hal SDMnya untuk mengelola media komunikasi. Sedangkan rata-rata di negara berkembang seperti di Indonesia masih sangat tertinggal dalam hal SDMnya. Khususnya dari komunitas generasi muslim masih sangat sedikit yang tertarik dalam pengelolaan media komunikasi, sehingga banyak job, tugas dan posisi penting yang justru di isi oleh orang-orang yang tidak memiliki basic pendidikan agama.

Dalam konteks saluran komunikasi, media massa memiliki karakteristik tersendiri dibanding media lainnya. Ada 5 karakteristik media massa yang dipaparkan oleh Cangara (2003: 134-135) sebagaimana dismapaikan oleh Rulli Nasrullah dalam bukunya Komunikasi antar Budaya di Era Budaya Siber sebagaimana berikut: Pertama, bersifat melembaga artinya pihak pengelola melibatkan banyak individu. Kedua, bersifat satu arah. Ketiga, jangkauan yang luas. Keempat, pesan yang disampaikan dapat diserap oleh siapa saja. Kelima, penyampaian pesan media massa menggunakan peralatan teknis dan mekanis (Nasrullah, 2012: 44). Tentu peralatan teknis mekanis yang bertumpu kepada perkembangan kemajuan dan kecanggihan teknologi informasi itu sendiri. Sehingga skill

dalam komunikasi penyiaran Islam harus lebih diarahkan kepada kemampuan person atau insan pers dalam menggunakan berbagai media teknologi informasi yang semakin canggih.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi terkini telah memungkinkan masyarakat dunia hidup di dalam apa yang disebut era informasi global. Proses komunikasi yang dipercepat dan penyebaran informasi yang sangat cepat menyebabkan keberadaan teknologi komunikasi dan informasi bersifat mutlak. Dalam perspektif kebudayaan ada tekanan-tekanan yang dapat mempengaruhi obyek kebudayaan termasuk di antaranya adalah teknologi. Indikatornya adalah sebagai berikut: pertama, perkembangan sistem teknologi terus berlanjut dan berpengaruh terhadap estetika. Bersamaan dengan itu akan tercipta kompleksitas kebudayaan, baik dalam obyek, teknologi metodologi dan idiom. Kedua, tekanan ekonomi pasar bebas telah mengubah konsep manusia posmodern tentang waktu, diri, individu, keluarga, masyarakat, bangsa dan negara. Ketiga, tekanan moral menyangkut kemanusiaan dan lingkungan semakin meningkat termasuk tekanan-tekanan terhadap obyek kebudayaan (Piliang, 1999: 334-335).

Ketiga hal itu adalah bentuk dari pengaruh media komunikasi yang dikembangkan dengan kemajuan teknologi yang menyebabkan fenomena kebebasan bersuara atau disebut dengan ruang publik virtual (virtual sphere). Bahkan ia bisa berpengaruh terhadap ekonomi industri yang memiliki tujuan mendapatkan berbagai keuntungan baik materi, maupun keuntungan secara politis. Mengingat begitu kuatnya pengaruh media komunikasi yang bertumpu kepada kemajuan teknologi informasi ini, maka sebagai komunitas muslim yang memiliki tanggung jawab moral harus segera melakukan upaya-upaya perubahan dalam melihat berbagai persoalan ini.

2. Skill Komunikasi Sosial Budaya. *Skill* (keahlian) yang dimaksud di sini adalah kemampuan seseorang dalam penguasaan teknologi komunikasi penyiaran yang berkaitan dengan media massa, serta agenda setting dari konstruksi media. Baik konstruksi realitas, opini publik, maupun setting dalam konstruksi jurnalistik. Tanpa kemampuan itu maka sesungguhnya kita berada dalam skenario insan media pers yang selalu mencari pemberitaan dan penyiaran. Di sinilah terkadang secara tidak sadar kita termakan dan terbawa oleh pemberitaan, penyiaran, dan acara-acara intertainment yang jauh

dari realitas yang sesungguhnya, namun ia mencoba memaksakan pengaruhnya menjadi suatu realitas jadi-jadian.

Dengan mesin-mesin media komunikasi sosial dapat menjadi sesuatu menakutkan, ia dapat melakukan pembunuhan karakter seseorang, dan melakukan aksi-aksi teror, meminjam bahasanya Yasraf Amir Piliang dalam bukunya *Sebuah Dunia yang Menakutkan* mengatakan bahwa berkembangnya era teknologi menciptakan kekerasan simbolik dan kekejaman digital. Kekerasan simbolik di sini diartikan sebagai segala bentuk perlakuan yang memaksa, bukan hanya sekedar kekerasan fisik, kekerasan psikis (*psychical violence*) tapi juga masuk di dalamnya kekerasan simbolik (*symbolic violence*), bahkan ada istilah kekerasan bahasa (*language violence*), kekerasan citra (*image violence*), kekerasan mekanikal (*mechanical violence*) dan kekerasan digital (*digital violence*) (Piliang, 2001: 140-141).

Kekerasan simbolik adalah sebuah bentuk kekerasan halus dan tak tampak. Konsep kekerasan simbolik menggiring kita ke arah sebuah mekanisme sosial yang di dalamnya terdapat relasi komunikasi yang bertautan dengan relasi kekuasaan. Sistem kekuasaan memiliki kecenderungan untuk melanggengkan kekuasaannya dengan cara mendominasi media komunikasi, bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi, makna-makna yang dipertukarkan di dalam komunikasi dan interpretasi terhadap makna-makna tersebut (Piliang, 2001: 142). Kekerasan simbolik yang paling dominan terjadi adalah di dalam media massa, sebab media sangat memungkinkan untuk menghadirkan berbagai bentuk kekerasan tak tampak (seperti distorsi, pelencengan, pemalsuan dan plesetan atau plintiran), baik terjadi di media cetak maupun media elektronik yang dinilai menyajikan gambaran realitas yang tidak sesuai dengan realitas sebenarnya, atau disebut sebagai realitas semu (Piliang, 2001: 148).

Sedangkan kekejaman digital dilakukan sebagai bentuk dari hadirnya teknologi media komunikasi dan informasi yang dimanfaatkan oleh sekelompok orang untuk melakukan serangkaian modus dalam mencapai berbagai tujuannya. Sehingga muncul apa yang disebut sebagai teroris virtual, mesin hipnotis, mesin horor yang memiliki dampak psikologis di dalam masyarakat seperti depresi, melankolia (kristeva), trauma, keputusasaan (herman), abjeksi, chaos dan destruksi (dostoevsky) (Piliang, 2001: 209-210).

Kondisi yang demikian akan menciptakan sebuah tatanan

masyarakat yang memiliki wacana hipermoralitas, yaitu kaburnya batas-batas moral di dalam masyarakat. Bahasa moral sudah tidak sanggup memahami kejahatan, simbol moralitas tidak mampu lagi mengungkap sebuah fakta kebiadapan yang terjadi. Terjadi suatu kondisi di mana ukuran-ukuran moralitas tidak dapat dipegang lagi, dikarenakan situasi yang berkembang telah melampaui batas-batas Good and Evil, batas Truth dan Falseness. Tidak jelas mana penjahar, mana pahlawan, mana perampok, mana pembangun, mana jaksa, mana penipu, dan mana polisi mana penculik (Piliang, 2001: 220).

Di sinilah perlunya merekonstruksi kembali persoalan komunikasi dan penyiaran yang bertumpu kepada media komunikasi dengan paradigma baru, yang diharapkan dapat menjadi solusi atas berbagai persoalan yang terjadi akibat dari mentalitas penguasa media massa yang jauh dari nilai moralitas kemanusiaan. Peran komunitas muslim untuk belajar lebih banyak dalam hal penguasaan media massa tidak bisa ditawar lagi. Karena dengan peranan yang lebih banyak dari generasi muslim mendatang dapat menawarkan sejumlah harapan untuk membawa arah komunikasi dan penyiaran dalam konteks media sosial budaya ke jalur yang benar.

F. Kesimpulan

Kehadiran media massa yang mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan berkembangnya kecanggihan teknologi informasi memberikan banyak sekali warna pemberitaan dan informasi yang hadir ditengah-tengah kehidupan masyarakat. Baik informasi dan pemberitaan itu secara langsung dibutuhkan atau tidak dibutuhkan. Ruang publik menjadi suatu ruang yang tidak ada lagi ada sekat dalam mengakses sebuah pemberitaan atau informasi. Fakta itu memunculkan berbagai persoalan yang rumit ketika ternyata dampak yang ditimbulkan menjadi dampak yang sangat kompleks. Kehadiran media komunikasi sering dijadikan sebagai alat kekuasaan dan penjajahan yang dapat merugikan secara material dan immaterial.

Oleh karena itu insan media harus diisi oleh orang-orang yang memiliki integritas moral dan kompetensi yang memadai untuk dapat turut andil dalam seluk beluk persoalan media. Hal ini sangat penting karena kualitas dan integritas itu akan dapat menentukan ke arah mana media komunikasi dan penyiaran itu berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi Tamburaka, 2013, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- David Holmes, 2012, *Teori Komunikasi: Media, teknologi dan Masyarakat*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Effendy, Onong Uchjana, 2008, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hasibuan, M. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Hasibuan, M. 2003. *Organisasi dan motivasi*, Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- Masduki, 2007, *Regulasi Penyiaran dari Otoriter ke Liberal*, Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung, Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli, 2012, *Komunikasi antar Budaya di Era Budaya Siber*, Jakarta: Kencana Media Group
- Piliang, Yasraf Amir, 1999, *Sebuah Dunia yang dilipat: Realitas Kebudayaan menjelang Milinium ketiga dan Matinya Posmodernisme*, Bandung: Mizan
- Piliang, Yasraf Amir, 2001, *Sebuah Dunia Yang Menakutkan: Mesin-Mesin Kekerasan dalam Jagat Raya*, Bandung: Mizan
- Prakosa, Adi. 2006. *Komunikasi Massa*. Jakarta: Unas Press.
- Rosmawaty, 2010, *Mengenal Ilmu Komunikasi*, Bandung: Widya Padjajaran
- Wardhani, Diah. 2008. *Media Relations: Sarana Membangun Reputasi Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wiryanto, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Grasindo
- <http://kholikihwanudin.blogspot.com/2011/12/komunikasi-massa.html>