

AGRESI MEDIA DAN KEMATIAN RUANG SOSIAL (Tafsir Sosiologis atas Hegemoni Media Sosial)

Oleh: Sakaruddin Mandjarreki

Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam

FDK UIN Alauddin Makassar

Email : mandjarreki@yahoo.co.id

Abstrak

Ada fenomena lompatan kuantum dalam realitas kehidupan kita saat ini terutama pada aspek bagaimana pergeseran pola-pola interaksi terjadi, yakni dari interaksi yang bersifat obyektif (*off line interaction*) ke pola interaksi virtual yang palsu (*on line interaction*). Media sosial mensegregasi tatanan sosialitas masyarakat ke dalam dua corak atau fragmen besar; *off line society* dan *on line society*. Nyaris tak seorang pun saat ini yang tidak terpapar ekstasi media yang makin hegemonik. Euforia menyeruak ke permukaan seolah tenggelam dalam perayaan kelahiran budaya baru yang sebenarnya berkarakter destruktif. Kita mengalami disrupsi, terasing dari dunia realitas yang sebenarnya yang ditandai dengan memudarnya kohesi sosial antara individu yang satu dengan lainnya. Baudrillard melukiskan situasi ini dengan ungkapan “implosion”. Media massa telah menyatukan manusia lalu kemudian membiarkannya meledak ke dalam batas-batas geografi, bangsa, ideology, kelas, cair luluh begitu saja. Yang tertinggal hanya satu; massa dengan ketidakpastian ini muncul akibat goncangan dan penetrasi media yang terus menerus. Ziqmunt Bauman mengilustrasikan situasi ini sebagai menguatnya wilayah estetik dan sekaligus memudarnya wilayah kognitif dan wilayah moral. Martin Buber selanjutnya menamainya fenomena “*mismeeting*”; orang lain tidak berdiri sebagai sesama (*neighbor*) maupun orang asing (*alien*) melainkan *stranger*. Mereka berada di satu tempat tetapi tidak kenal. Atau menurut St. Sunardi, mereka satu rasa namun *ada civic indifference*. Ringkasnya, media saat ini, khususnya media sosial telah hadir dengan wajah ganda; ia dipuja namun dicaci. Dipuja karena manusia terfasilitasi secara mudah untuk mengintegrasikan dirinya ke dalam sebuah dunia yang kompleks namun tanpa sistem pengendalian yang efektif. Dan dicaci karena media sosial juga mengandung polusi media yang terbukti mampu memberangus secara kasar moralitas dan sosialitas masyarakat penggunanya.

Keywords : Media, Ruang sosial, sosiologi

A. Pendahuluan

Masyarakat mengalami perubahan secara mendasar, khususnya dalam bagaimana ia melakukan proses-proses sosial dalam ruang sosialnya. Prasyarat terjadinya interaksi sosial yang selama ini dipahami, yakni harus ada kontak secara sosial dan komunikasi rupanya memerlukan redefinisi. Redefinisi dibutuhkan tidak saja dimaksudkan untuk mengadaptasi kondisi yang berubah sebagai akibat langsung dari paparan media sosial, tetapi lebih dari itu, redefinisi dibutuhkan mengingat perlunya mewadahi varian interaksi baru yang berbeda dari apa yang selama ini dipahami. Dengan agresi media sosial, interaksi sosial dimungkinkan terjadi tanpa didahului oleh kontak sosial. Fasilitas vital yang disiapkan perangkat komunikasi primer saat ini (*handphone*) yang makin canggih melalui video call, telah memungkinkan seseorang dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa melalui kontak secara langsung.

Sekira tahun 1935 Ki Hadjar Dewantara telah mengingatkan kita akan pentingnya implikasi radio bagi perkembangan masyarakat. Radio di jaman itu telah dipersepsi sebagai kotak ajaib yang mampu menginisiasi perubahan sosial dalam skala terbatas namun bersifat massif akibat jangkauan radio yang begitu luas. Tarikan pesona radio lewat ragam acara-acara yang menarik telah membuat tidak sedikit orang larut dalam drama suara yang tidak disaksikannya tetapi sangat menikmatinya. Radio di jaman itu masih diperlakukan sebagai alat dan berfungsi untuk memperluas jangkauan informasi dan hiburan bagi masyarakat. Kini perkembangan media dalam bentuknya sebagaimana kita alami saat ini telah mengkonstruksi hubungan antara manusia dan media menjadi kompleks. Media berdialektika dengan dinamika perubahan sosial yang berlangsung secara linear dan bahkan seringkali bersifat siklis. Pada perspektif ini, Sunardi berpendapat bahwa kita mengalami kemanusiaan kita melalui realitas media. Kita menggenggam dunia melalui ujung jemari, atau seperti metafora yang diungkap Yasraf Amir Piliang (2011) dalam menggambarkan bagaimana kita mensimplikasi hal yang global-makro dan kompleks menjadi hal yang demikian mudah dalam karyanya “Dunia yang Dilipat”.

Revolusi teknologi media yang berlangsung sangat cepat telah memberi tekanan dan sekaligus daya dorong bagi berlangsungnya pula proses transformasi di tingkat masyarakat penggunanya. Di dua dekade ke belakang, sebagai konsekuensi dari kemajuan system dan alat komunikasi yang makin canggih, masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan atau menyerap informasi. Fenomena tersebut kemudian didenotasikan sebagai masyarakat informasi. Di paruh

dekade terakhir, inovasi media yang makin mencengangkan telah mengantarkan masyarakat menapaki gradasi vertikalnya menjadi masyarakat berjejaring (*networking society*). Akses internet yang makin mudah dan teknologi *hand phone* yang makin sempurna telah menjadi instrumen penting dalam menghubungkan setiap individu dengan individu lainnya dalam sebuah dunia yang virtual yang tak bersekat.

Sejarah Media Sosial di Indonesia

Di Indonesia, Internet awalnya merupakan aktivitas para penggemar jaringan teknologi komputer (Purbo & Walton, 2010). Koneksi pertama Internet di Indonesia tercatat dilakukan oleh Joseph Luhukay pada tahun 1983 yang mengembangkan jaringan UINet di kampus Universitas Indonesia. Joseph lalu mengembangkan University Network (Uninet) di lingkungan Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun yang sama (Lim, 2005). Uninet merupakan jaringan komputer dengan jangkauan lebih luas meliputi Universitas Indonesia, Institut Teknologi Bandung, Institut Pertanian Bogor, Universitas Gadjah Mada, Institut Teknologi Surabaya, Universitas Hasanudin, dan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.

Selanjutnya, sampai pertengahan 1990-an perkembangan Internet merupakan cerita tentang aktivitas para radio hobbyist yang antusias mengembangkan jaringan komputer menggunakan radio (Purbo & Walton, 2010). Dari tangan akademisi dan hobbyist, Internet di Indonesia kemudian memasuki ranah komersial ketika Indonet, Internet Service Provider (ISP) pertama di Indonesia, berdiri tahun 1994 (Lim, 2005). Indonet adalah pijakan penting dalam sejarah Internet di Indonesia. Melalui jaringan Indonet, pengguna Internet di Indonesia mulai bertumbuh.

Seiring dengan hadirnya Indonet, perkembangan konten Internet menggeliat pada pertengahan tahun 1990-an (Lim, 2005). Pada tahun-tahun itu media-media cetak mulai menampilkan isi media mereka ke Internet (Margianto & Syaefullah, 2012). Media pertama yang tercatat hadir di Internet adalah Republika (www.republika.co.id) yang tayang perdana 17 Agustus 1995, dua tahun setelah Harian Republika terbit. Setelah itu diikuti Kompas Online, Tempo Interaktif (tempointeraktif.com, kini tempo.co), Bisnis Indonesia (bisnis.com), dan Harian Waspada (waspada.co.id) di Medan, Sumatera Utara. Majalah Tempo yang dibredel tahun 1994 bertransformasi menjadi tempoi nteraktif pada 6 Maret 1996. Generasi pertama

media online ini hanya memindahkan edisi cetak mereka ke Internet (Margianto & Syaefullah, 2012).

Selanjutnya, kehadiran Detik.com pada Juli 1998 (Anggoro, 2012) menandai perubahan wajah media online secara signifikan dari sisi konten. Detik hadir dengan langgam jurnalisme yang khas, yang kemudian menjadi kiblat bagi kelahiran “jurnalisme baru” di Indonesia yang berbeda dengan pakem jurnalisme tradisional. Kehadiran Detik lantas diikuti kehadiran media-media lain yang tumbuh subur pada tahun 2000 seperti astaga.com atau satune.com, sebelum akhirnya kolaps pada tahun 2002 (Margianto & Syaefullah, 2012). Atau yang dikenal dengan Nasdaq Crash.

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. “Media” diartikan sebagai alat komunikasi (Laughey, 2007; McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial (Durkheim dalam Fuchs, 2014). Dari pengertian masing-masing kata tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan oleh pengguna dalam melakukan proses sosial. Namun, menurut Nasrullah (2015), untuk menyusun definisi media sosial, kita perlu melihat perkembangan hubungan individu dengan perangkat media. Karakteristik kerja komputer dalam Web 1.0 berdasarkan pengenalan individu terhadap individu lain (*human cognition*) yang berada dalam sebuah sistem jaringan, sedangkan Web 2.0 berdasarkan sebagaimana individu berkomunikasi (*human communication*) dalam jaringan antarindividu. Terakhir, dalam Web 3.0 karakteristik teknologi dan relasi yang terjadi terlihat dari bagaimana manusia (*users*) bekerja sama (*human co-operation*) (Fuchs, 2008)

Sejarah mencatat, media-media baru selalu hadir seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan media erat terkait dengan perkembangan teknologi. Penemuan mesin cetak oleh Gutenberg melahirkan media cetak pada abad ke-18. Pada tahun 1920-an munculnya teknologi radio melahirkan jurnalisme radio. Begitu pula kehadiran televisi pada pertengahan abad ke-20 melahirkan jurnalisme *broadcasting*.

Kehadiran media-media baru itu tentu bukan alasan. Alasan utamanya adalah Internet kini menjadi kerumunan baru. Penetrasi Internet di Indonesia tumbuh sangat cepat. Menurut laporan www.Internetworldstats.com, per 31 Desember 2012 yang lampau, jumlah pengguna

Internet di Indonesia adalah terbesar keempat di Asia setelah China (513 juta pengguna), India (121 juta), dan Jepang (101,2 juta). Di periode yang sama, 65 juta masyarakat Indonesia tersambung dengan Internet. Padahal tahun 2000, pengguna Internet di Indonesia hanya tercatat sebesar dua juta orang. Artinya, dalam 12 tahun terjadi pertumbuhan hingga 2.750 persen. Di tahun 2013, jumlah pengguna Internet tumbuh signifikan hingga 74,57 juta pengakses. Menurut lembaga riset MarkPlus Insight, angka jumlah pengguna Internet di Indonesia akan menembus 100 juta jiwa di tahun 2015 nanti (Marketeers, 2013).

Tingginya pengguna Internet di Indonesia juga terasa di jagat media sosial. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara dengan aktivitas media sosial yang paling aktif seagat. Salingsilang.com, situs pencatat dinamika twitter-land di Indonesia, Indonesia merupakan salah satu negara paling aktif dalam menggunakan Twitter. Salingsilang.com mengutip catatan Eric Fischer, seorang *social media cartographer*, yang membuat peta lalu lintas data dunia yang terjadi di twitter.com. Mediabistro.com di medio 2012 juga mencatat, Indonesia menempati peringkat ke-4 teraktif di Twitter dengan pengguna sebesar 22 persen, setelah Belanda (26,8 persen), Jepang (26,6 persen), dan Brasil (23,7 persen) (Margianto & Syaefullah, 2012).

Di Asia Tenggara, Indonesia juga juara dalam hal mengakses melalui telepon seluler. Dari 100 persen pengakses, 65 persen menggunakan telepon seluler. Posisi berikutnya adalah Singapura (64 persen) dan Thailand (46,8 persen) (Margianto & Syaefullah, 2012). Indonesia juga dikenal sebagai pengakses Internet yang paling getol mencari informasi. Dari 10 pengakses, enam di antaranya merupakan pencari informasi. Sedikit lebih tinggi dari Filipina (66,77 persen) dan Malaysia (64,53 persen). Soal pencarian informasi ini, angka pertumbuhan pengakses untuk media berita lokal mencapai 20,56 persen. Sementara untuk media berbahasa Inggris 18,35 persen. Untuk Januari, Effective Measure menemukan ada 6.915.360 unique browsing untuk media berita (Margianto & Syaefullah, 2012).

Menurut survey *Centre for Strategic and international Studies* (CSIS), sebanyak 81,7% milenial memiliki Facebook, 70,3% memiliki Whatsapp, 54,7% memiliki Instagram. Twitter sudah mulai ditinggalkan milenial, hanya 23,7% yang masih sering mengaksesnya. Data ini menunjukkan betapa tingginya tingkat ketergantungan komunitas milenial terhadap media sosial dewasa ini. Kecenderungan ini harus dibaca dan dimaknai secara hati-hati sembari merenungkan perihal langkah apa yang paling tepat diambil dalam merespon kondisi ini.

Revolusi Media

Saat ini dunia dimaknai seolah berlari ‘campur tangan’ Tuhan lagi atasnya. Dunia seakan berotasi tanpa ada kendali. Dunia telah menghadapi *lost culture*, sebuah budaya yang hilang. Realitas hakiki telah digantikan dengan dunia virtual. Dunia seakan dipenuhi dengan mesin-mesin yang tanpa mengenal batas. Bukan tidak mungkin, suatu saat tubuh manusia digantikan oleh *cyborg*, mesin yang telah diprogram. Kita menyerupai robot-robot yang tidak berjiwa, beremosi, bernaluri, dan sudah pasti kita tidak sepatutnya lagi menyangand predikat purba sebagai makhluk sosial oleh karena kita sudah anti sosial.

Perbincangan tentang dunia komunikasi sudah barang tentu tidak terlepas dari pengaruh media sosial (medsos) yang sedang mengalami revolusi seiring dengan perubahan dunia. Cara-cara biasa untuk melakukan sebegitu banyak hal sedang mengalami perubahan. Semula manusia berkomunikasi lewat suara (*voice*), kemudian lewat tulisan (*text*), dan menyusul *image* (gambar). Alat-alat elektronik yang digunakan untuk menyampaikan bentuk-bentuk informasi di atas adalah telepon (suara), komputer (tulisan) dan televisi (gambar). Dari waktu ke waktu jaringan komunikasi kian luas dan lebar. Sarana yang digunakan pun semakin canggih (Willson and Squibb, 1986: 1-3).

Dalam perkembangannya yang begitu pesat, media social membangun karakteristiknya sendiri. Beberapa karakteristiknya, yaitu: 1) Partisipasi yaitu mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audience; 2) Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan; 3) Perbincangan yaitu memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara dua arah; 4) Komunitas yaitu media sosial memungkinkan terbentuknya komunitaskomunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tayangan TV favorit); 5) Keterhubungan yaitu mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain (Wijayanto, 2012).

Kebudayaan media sosial terus berkembang. Manusia cenderung membentuk kelompok-kelompok komunikasi dengan kesamaan latar belakang, pendidikan, budaya, visi-misi, dan kepentingan. Ibarat jamur tumbuh di musim hujan, lingkaran baru media sosial terus

bermunculan. Mereka yang terjun dalam bidang bisnis atau kewirausahaan lebih lincah menggunakan media sosial untuk mengembangkan usahanya. Kantor seseorang bukan lagi dalam sebuah ruang tertutup, tetapi kantor itu berada dalam laptopnya. Pengendalian pekerjaan, organisasi, hingga urusan domestik dapat selesai melalui control laptop. Sedemikian mudah kita mengintegrasikan seluruh pekerjaan hanya dalam hitungan menit. *Online business* termasuk salah satu wujud usaha manusia yang menggunakan media sosial secara kreatif. Ajang bisnis menjadi semakin luas melalui bantuan kemajuan media sosial.

Dunia telah mengalami apa yang disebut zaman now. Sebuah loncatan sejarah dari zaman tempoe doele (zaman old) yang serba apa adanya ke zaman now yang serba mudah didapatkan sehingga manusia seakan melupakan realitas dirinya yang sebenarnya. Di dalam zaman now, manusia seakan menjadi budak mesin. Dunianya adalah dunia virtual. Dunia itu tak lain adalah dunia maya yang tercerabut dari realitas yang sebenarnya. Zaman now merupakan realitas yang lebih mengedepankan imajinasi dari pada realitas yang sesungguhnya. Ini akibat perubahan yang sangat cepat yang oleh Yasraf Amir Piliang (2011), penulis buku ini disebut dengan dromologi. Sebuah dunia yang lari begitu cepat, seakan meninggalkan Tuhan yang menciptakannya. Realitas imajinasi itu adalah realitas virtual yang sebetulnya menipu.

Model pertemanan di era zaman now telah mereduksi konsep pertemanan di era zaman old. Media sosial di zaman now telah menciptakan model teman dan pertemanan artifisial yang baru. Misalnya, di dalam *facebook*, pertemanan secara esensial bukan untuk kegunaan, kepuasan atau keutamaan, akan tetapi hanya sebatas “jejaring-demi-jejaring”, sebuah pertemanan yang telah tercerabut dari fungsi sejati, yakni keutamaan. Semakin besar jumlah teman di dalam jejaring dunia maya, semakin populer pula ia di dunia virtualnya. Ini benar-benar merupakan kebalikan dari pertemanan sempurna yang diidealkan oleh tokoh filsuf semacam Aristoteles.

Konsep pertemanan di era *cyberspace* zaman now tidak mempunyai basis sosial sebagaimana umumnya tanda pertemanan di zaman old. Bahkan, pertemanan zaman now mengandalkan basis ‘komunitas’ atau ‘jaringan’ saja. Padahal, hakikat pertemanan itu adalah terjadinya kontak langsung antara manusia yang satu dengan yang lainnya. Menurut Soeparno dan Sandra (2011), dunia maya seperti layaknya media sosial merupakan sebuah revolusi besar yang mampu mengubah perilaku manusia dewasa ini, dimana relasi pertemanan serba dilakukan melalui medium digital menggunakan media baru (internet) yang dioperasikan melalui situs-situs jejaring sosial. Realitas menjadi bersifat augmented dan maya yang harus diadaptasi dan

diinte-grasikan dalam kacamata kajian psikologi sosial kontemporer yang ubiquitous (ada dimana-mana) serta *pervasive* (dapat menembus berbagai bidang ilmu dan kajian).

Selain konsep pertemanan, cara keberagamaan di era zaman now membuka kemungkinan untuk melaksanakan berbagai aktivitas keagamaan dengan cara yang baru, yaitu cara artifisial atau virtual. Berbagai kemungkinan ini merupakan tantangan besar bagi kehidupan spiritualitas dan keagamaan di masa depan. Tanpa disadari, kita telah meninggalkan dunia ‘realitas’ di belakang. Realitas-realitas tersebut, baik pertemanan maupun keberagamaan, telah didekonstruksi, telah dibongkar, telah dihancurkan, telah dibunuh. Realitas-realitas tersebut telah mati, untuk kemudian diambil alih oleh realitas-realitas yang bersifat virtual, realitas *cyberspace*. Terhadap gejala ini, Ritzer menyebut dunia sosial (dunia bersama manusia) sedang mengalami peningkatan kehampaan. Kehampaan menunjuk pada sebuah bentuk dunia sosial yang umumnya disusun, dikontrol secara terpusat, dan termasuk tanpa isi substantif yang khusus.

Selain itu, kecepatan teknologi era zaman now juga menjadi penyebab keterasingan manusia dari realitas yang sesungguhnya. Kemudahan yang diciptakan oleh teknologi komunikasi dan informasi telah menggiring pula pada nilai yang sempit. Ruang-ruang kebudayaan dipenuhi dengan segala sesuatu yang remeh-temeh dan permukaan: terlalu banyak tanda, terlalu banyak informasi dan terlalu cepat perubahannya. Era zaman now menciptakan pula manusia-manusia “skizofrenik”, yaitu manusia yang mendobrak segala bentuk kekangan, kode, konvensi, aturan atau batasan-batasan hasrat dan membiarkannya mengalir ke segala arah sesuai dengan keinginannya. Maka dari itu, masyarakat zaman now perlu merefleksikan kehidupan zaman old yang serba substansial. Konsep pertemanan di zaman old perlu disosialisasikan kembali di era zaman now. Pertemanan di zaman now yang meliputi facebook, whatsapp, dan twitter hanya membuat manusia terasing dari dirinya sendiri. Disinilah konteks buku ini didapati. Selain pertemanan, cara keberagamaan masyarakat zaman now juga perlu disadarkan untuk kembali ke cara beragama zaman old.

Dewasa ini, hampir bisa dipastikan bahwa setiap orang yang memiliki telepon pintar, juga mempunyai akun media sosial, seperti Facebook, Twitter, Path, Instagram, dan sebagainya. Kondisi ini seperti sebuah kelaziman yang mengubah bagaimana cara berkomunikasi pada era serba digital seperti sekarang. Jika dahulu, perkenalan dilakukan dengan cara konvensional, yakni (biasanya) diiringi dengan saling tukar kartu nama, sekarang setiap kita bertemu orang baru cenderung untuk bertukar alamat akun atau membuat pertemanan di media sosial. Media

sosial adalah wadah untuk memerangkap durasi percepatan. Gosip hangat, peristiwa mencengangkan, dan video lucu dapat "diperangkap" dan diabadikan dalam media sosial. Pengguna media sosial akan sulit untuk keluar dari tekanan perangkap tersebut sehingga mereka kehilangan makna dari relaksasi dan rethinking. Saat seseorang telah terperangkap sepenuhnya, sulit baginya untuk merangkai makna dari sebuah peristiwa yang terjadi. Durasi pengetahuan (visi, konsep, rencana, strategi, program) tidak secepat durasi percepatan (peristiwa, laporan, berita). Semakin banyak informasi yang masuk ke dalam kepala, maka semakin tinggi tingkat tekanan (tension) seseorang.

Riset yang dipublikasikan oleh Crowdtap, Ipsos MediaCT, dan The Wall Street Journal pada tahun 2014 melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet dan media sosial mencapai 6 jam 46 menit per hari, melebihi aktivitas untuk mengakses media tradisional (Nasrullah, 2015). Meski hanya bisa digunakan terbatas dan tanpa bermaksud membuat pernyataan bahwa inilah perilaku semua khalayak di dunia, hasil riset tersebut menunjukkan bahwa media tradisional tidak lagi menjadi media yang dominan diakses oleh khalayak. Kebutuhan akan menjalin hubungan sosial di internet merupakan alasan utama yang dilakukan oleh khalayak dalam mengakses media. Kondisi ini tidak bisa didapatkan ketika khalayak mengakses media tradisional.

Kematian Ruang Sosial

Manusia adalah makhluk sosial. Ibarat sebuah proklamasi, tesis ini menggambarkan bahwa manusia memiliki naluri secara alamiah untuk selalu ingin terikat dengan manusia lainnya. Tesis ini kemudian dipertegas lagi oleh Ibnu Khaldun (2017), bapak sosiologi dunia dalam karya monumentalnya (Mukaddimah) dengan mengatakan bahwa satu kelemahan manusia yang paling mendasar adalah ketidakmampuannya hidup seorang diri. Cara paling esensial untuk mengatasi ketidakmampuan itu adalah dengan menata hidup bersama atas dasar kolegal dan kolektivitas. Kendati teori ini nampaknya masih relevan, namun kita tidak dapat melepaskan diri dari jeratan keraguan tentang kebenaran teori di atas di masa depan.

Media, khususnya media sosial berdimensi ganda; bermanfaat banyak namun tidak sedikit ekses yang dihidirkannya, ibarat madu sekaligus racun pula. Dengan segala kecanggihannya, media sosial telah mampu menghubungkan setiap orang dengan orang lain

dengan begitu mudah. Limitasi-limitasi diterobos secara halus hingga ke ruang-ruang privat. Penetrasi media yang sengit telah membuat geo-sosial nyaris tanpa territorial, ruang publik dan ruang privat menyatu. Manfaat media sengaja penulis tidak menyiapkan porsi berimbang sebagaimana pengungkapan eksesnya, alasannya karena sesi ini bertendensi menyorot sisi gelapnya saja.

Nampak bahwa pemilihan diksi atau frase kematian ruang sosial sangat tendensius, tetapi dengan realitas yang mudah kita saksikan, kematian ruang sosial sesungguhnya telah kita memulainya sejak beberapa tahun terakhir ini. Kita merayakan pencapaian teknologi fenomenal ini dan kita ingin berlama-lama berbulan madu. Tetapi kita tidak sadar bahwa kita akan melahirkan anak haram di kemudian hari. Dengan media sosial, kita bergerak secara perlahan namun serentak ke arah individualisasi, sebuah dunia yang menonjolkan keriuhan tetapi secara bersamaan kita merasakan kesepian dan alienasi. Individualisasi inilah yang saya sebut sebagai anak haram dari bulan madu penggunaan media secara massif dan intens, sebuah proses kelahiran yang tidak dikehendaki (*unwanted*). Dalam konteks sosiologis, fenomena ini disebut kolektivisme yang disimulasikan atau komunitas gelembung sabun yang kontruksinya terlihat utuh dan kuat sekaligus rapuh. Dalam tradisi intelektual Weberian, gejala ini dimaknai sebagai komunitas irasional. Tersadarkan atau tidak, kondisi telah menggejala dan memapar nyaris seluruh penggunanya.

Ruang sosial mengalami krisis mental, emosi dan jiwa kohesif. Proses individualisasi berjalan searah dengan perkembangan teknologi media sosial yang makin hari makin memesona. Beberapa kalangan menilai bahwa sebenarnya yang sedang terjadi sekarang dalam jagad media sosial bukan hanya revolusi teknologi, melainkan suatu pergeseran nilai, norma dan kultur masyarakat secara massif. Relasi antarpribadi dalam bentuk pertemuan langsung mulai tergeser. Anggota keluarga serumah berhubungan dengan WA. Seakan-akan mereka tidak bisa langsung berjumpa dan berbicara langsung. Rumah yang tadinya dirancang sebagai arena sosiologis antaranggota keluarga untuk operasionalisasi fungsi-fungsi sosialnya berubah menjadi arena privatisasi yang serba rigid.

Ruang publik (*public sphere*) yang oleh Habermas (1988) dipahami sebagai “ruang yang dimiliki bersama” yang merupakan “reservoir bagi interaksi sosial yang sederhana”, ternyata juga tidak luput dari cengkeraman hegemoni. Ruang sosial mengalami degradasi atau dekontsruksi yang amat

Jauh ke belakang, sosiolog Ferdinand Tonnies membuat taksonomi masyarakat ke dalam dua kategori dilihat dari sosialitasnya, yakni masyarakat yang berpola *Gemeinschaft* dan yang berpola *Gesellschaft*. *Gemeinschaft* (paguyuban) mengilustrasikan tipe masyarakat yang impersonal dan kohesif, sedangkan *Gesellschaft* (patembayan) menggambarkan tipe masyarakat yang memiliki hubungan-hubungan sosial yang temporer dan berjangka pendek. Karakteristik masyarakat dewasa ini yang sangat terikat dengan media sosial lebih berciri *Gesellschaft* ketimbang *Gemeinschaft*. Dengan signifikansi yang sama, sosiolog Emile Durkheim juga mengkategorisasi masyarakat dalam perspektif relasi dan solidaritas sosialnya, yakni solidaritas mekanis dan solidaritas organis. Nuansanya mirip, keduanya mendiferensiasi masyarakat dalam dua kutub ekstrim; erat dan longgar, atau alienasi dan intimasi. Dengan meminjam kedua konsep di atas, dalam kaitannya dengan diskursus ini, masyarakat media saat ini lebih berciri *Gemeinschaft* yang bersolidaritas organis.

Penetrasi media yang telah berhasil merobohkan limitasi-limitasi ruang dan bahkan mental semakin menggeser pola-pola dan cara-cara interaksi sosiologis menjadi pola-pola dan cara-cara interaksi nonsosiologis. Ruang sosial mengalami metamorfosis yang sarat rekayasa dan menyimpang dari prosedur kealamiahan. Metamorfosis ruang sosial menunjuk sebuah proses substitusi fenomena, yakni dari masyarakat tatap muka (*off line society*) ke masyarakat tidak tatap muka (*on line society*). *On line society* berciri individualistik. Dengan nada sarkastik, sosiolog Imam Prasodjo menyebut *on line society* sebagai masyarakat yang penuh kepalsuan. Menurutnya, dengan media sosial, seseorang bias memiliki teman palsu, kekasih palsu, isteri atau suami palsu, property palsu, hingga semuanya adalah palsu. Gejala inilah yang kemudian saya menyebutnya sebagai komunitas gelembung sabun, komunitas fatamorgana, ada tetapi tidak ada. Kita perlu membuat sikap-sikap positif yang memiliki kekuatan pembendung daya rusak media yang massif. Sel-sel jaringan sosial harus diaktivasi setiap saat agar kohesi dan intimasi antarindividu dapat dipertahankan.

Merosotnya dan bahkan tidak mungkin ke depan adalah hilangnya arena sosiologis dan peristiwa sosiologis akibat berubahnya latar (*setting*) ruang sosial, secara matematis terprediksi bahwa dalam waktu yang tidak terlalu lama kita mengalami kematian ruang sosial. Komunitas palsu dan komunitas gelembung sabun yang memuja individualitas secara nyata akan ada jika tidak ada rekayasa sosial yang sistematis dan berkesinambungan. Menarik disimak pendapat Septiawan Santana Kurnia, bahwa misi utama komunikasi manusia ialah menjadi makhluk

sosial. “Komunikasi dilakukan agar manusia berhasil dalam berinteraksi sosial.” Untuk berkomunikasi sejatinya harus memiliki prasyarat yang cukup sehingga komunikasi dapat dilakukan; komunikan, komunikator, isi pesan, saluran/media, dan efek. Prasyarat ini permanen sekalipun cara manusia berkomunikasi sebagaimana dewasa ini benar-benar mengalami perubahan radikal.

Hal yang dipersoalkan adalah revolusi latar (*setting*) sebagai tempat individu membangun komunikasi dengan sesamanya yang berpengaruh terhadap bagaimana seseorang itu membangun interaksi. Dalam perspektif sosiologi, kesejatan individu adalah terikat dengan individu lainnya secara obyektif dalam membangun dan melewati keseluruhan proses-proses sosial yang terselenggara dalam segenap ruang-ruang sosial yang diciptakannya. Individu merepresentasikan dirinya sebagai sosialita yang menafikan sikap-sikap anti sosial yang individualistik. Yang terjadi saat ini adalah kemanusiaan kita direalisasikan oleh media akibat dependensi kita yang teramat kuat terhadap media. Media terpresentasi sebagai megalomania, sebuah metafora yang menggambarkan bagaimana media (media sosial) menjadi makhluk perkasa yang benar-benar menghegemoni dan mengendalikan kehidupan manusia. Dunia yang dibangun media adalah dunia abstrak, sebuah realitas yang semu.

Kematian ruang sosial dapat berlangsung dengan lebih cepat dari prediksi awal mengingat hegemoni media yang makin total saat ini mengalami dialektika dengan kondisi masyarakat yang makin partikular akibat gelombang globalisasi. Jebakan-jebakan globalisasi berdialektika dengan penjara-penjara yang diciptakan media sosial dalam wujud keterasingan individu dari sosialitasnya. Idiom-idiom yang dikonstruksi globalisasi; kecepatan, kapitalisasi, efisiensi, dan totalitas person berkorespondensi dengan propaganda media; jejaring dan virtualisasi. Manusia modern memasuki perangkat sempit yang diciptakannya sendiri. Perangkat-perangkat itu menjelmakan diri sebagai nilai-nilai baru, norma-norma baru, dan budaya-budaya baru yang senantiasa mengatasnamakan kemajuan dan kekinian.

Media sosial telah mendorong pergeseran yang amat tajam perihal cara dan pola individu dalam melakukan interaksi. Dahulunya seseorang melakukan interaksi dengan orang lain sangat substansial, kohesif dan penuh makna karena prosesnya melibatkan emosi, jiwa, hingga sentuhan. Dewasa ini, interaksi yang terjalin lebih bersifat instrumental, hampa, dan nirmakna. Media sosial yang tadinya hanya alat bantu bagi penggunaanya untuk memudahkan dalam berkomunikasi, tetapi secara vulgar berubah fungsi sebagai substitutor ruang sosial.

Ciri sosiologis individu adalah memiliki ruang sosial yang antara satu dengan lainnya terikat secara konsensus. Dalam proses-proses sosial, konsensus tumbuh dan berkembang seiring dengan munculnya kesadaran akan pentingnya memelihara relasi yang didasarkan pada asas kesalingtergantungan dan intimasi. Ciri ini dapat saja ada pada masyarakat virtual namun sifatnya tetap maya dan palsu, temporer dan akan punah. Obyektivasi intimasi dalam proses sosial hanya benar-benar ada dalam *off line society* oleh karena relasi yang terjalin adalah relasi obyektif yang terselenggara dalam dunia konkrit. Tetapi, saat ini, intimasi dalam ruang sosial yang dihuni oleh *off line society* mengalami degradasi dan bahkan erosi dalam konteks kualitas relasi sosial. Terdapat kemiripan fenomena ini dengan terminology “phantasmagoria” oleh Jean Baudrillard (1994). Kendati tidak benar-benar sebangun pada dua konteks fenomena yang disebutkan tadi, konsep “phantasmagoria” Baudrillard (1994) relevan dipinjam untuk menjelaskan ketergantungan individu terhadap media sosial. Phantasmagoria adalah kondisi ruang waktu, yang di dalamnya manusia dikendalikan oleh waktu. Kesadaran dan perhatian manusia dicetak oleh rangkaian peristiwa, citraan, dan representasi di dalam ruang dengan durasi yang semakin sempit. Ini menyebabkan semakin sempit pula ruang bagi kegiatan berpikir, berfilsafat, merenung, menggunakan akal sehat, merangkai makna, dan menyusun strategi.

Dalam phantasmagoria, Baudrillard (1994) melukiskan bagaimana hiruk pikuk individu dalam mengkonstruksi relasinya dengan media sosial tanpa merasa harus terkoneksi dengan dengan dunianya yang benar-benar konkrit. Pemandangan yang jamak, lima hingga 10 orang berderet menunggu bis atau sedang berderet di depan kelas menunggu dosen namun tak satupun diantara mereka berbincang. Semua membangun tembok konsentrasi dengan hanya fokus pada media *hand phone* yang digemgamnya. Ini benar-benar terjadi, dalam ruang sosial yang sempit sejumlah orang yang nyaris berhimpitan kehilangan intimasi.

Ruang sosial terpresentasi sebagai ruang alienasi, kesepian menyusup pada suasana yang hingar bingar padahal dunia di sekitarnya bukan dunia yang dihimpun dalam rupa simulacra atau simulasi. Bukan realitas semu. Pengandaian-pengandaian yang diungkapkan melalui konsepsi sosiologis dan kebudayaan semata-mata digunakan untuk memudahkan dalam memberikan penjelasan rasional terhadap pokok tema yang didiskusikan. Konsep-konsep itu dipinjam untuk mengobyektivasi gagasan dalam menganalisis hilangnya makna sosial dalam ruang sosial yang kita huni. Kematian ruang sosial dicirikan tidak saja oleh terjadinya erosi makna, tetapi lebih dari itu, juga dirikan oleh makin menipisnya perbedaan antara yang nyata dan fantasi, yang asli dan

yang palsu. Manusia kini hidup dalam ruang khayali yang nyata sebuah fiksi yang faktual. Manusia mengalami disrupsi dari esensialitasnya dengan meninggalkan jauh jati dirinya dan menyeberang ke sudut arena pergumulan antara realitas dan kepalsuan.

B. Penutup

Dewasa ini sebagian besar manusia sangat sulit hidup dengan tenang tanpa medsos digital. Medsos menjadi sarana perjumpaan antarpribadi. Masyarakat modern tidak lagi hanya mau menjadi pembaca, tetapi mereka ingin menjadi pembaca yang bisa berinteraksi dengan penulis dan sidang pembaca lain. Kemajuan dalam bidang media sosial telah mengubah sistem pola pikir, cara berbicara, dan gaya bertindak manusia. Kesadaran akan pengaruh dan dampak media sosial mengundang manusia untuk membentuk sikap yang lebih bijaksana, cermat, dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Apa pun yang dikomunikasikan lewat media sosial akan menjadi bahan konsumsi umum. Batas-batas *privacy* acap kali dilanggar dan bahkan luput dari perhatian.

Sebuah kajian tentang proses sosial meski mencakup satu penelitian historis tentang kategori konseptual yang digunakan dalam analisis proses sosial dalam ruang social. Bertolak dari kajian itu, penelusuran lebih mendalam harus mampu mengungkap bahwa sesungguhnya media sosial memiliki watak ganda. Perkembangan teknologi telekomunikasi yang memiliki kecepatan perubahan yang semakin tinggi, secara niscaya telah mengubah esensi dan bentuk komunikasi interpersonal. Efek sosial dan kulturalnya juga sangat meluas meliputi berbagai bidang kehidupan, juga sangat dalam karena pengaruh tersebut masuk dan merasuki ruang privat pembentukan identitas diri subyek. Di luar efek yang merupakan imbasan dari watak alamiah perkembangan teknologi telekomunikasi dan media sosial, persoalan apakah efek simultan yang diakibatkannya berdampak positif atautkah negatif, agaknya berakar pada asumsi dan paradigma yang berkembang di balik revolusi media sosial yang secara faktual berjalan.

Pokok soal yang kemudian harus dijawab sesungguhnya berakar pada pilihan antara dua kecenderungan analisis sosial, yakni antara pesimisme kultural dan optimisme kultural (Elliot, 1986). Pesimisme kultural memandang segala perkembangan teknologi telekomunikasi dan media sosial memiliki watak dan dinamika internalnya sendiri, baik terkait dengan kekuasaan, ekonomi, dan efek psikologisnya, dan tidak ada institusi apa pun yang mampu “mengendalikan” atau “mengarahkan” proses dan efek yang terjadi. Logika yang mendasari pesimisme ini agaknya

adalah logika kontingensi-satu-sisi, yang menyikapi “keboleh-jadian” secara negatif dengan tidak percaya lagi, atau bahkan menolak, berbagai upaya konstruktif dan proyektif untuk membangun masyarakat yang lebih baik. Sebaliknya, optimisme kultural berangkat dari logika kontingensi-dua-sisi yang pada satu sisi tetap menerima watak dan dinamika internal perkembangan teknologi telekomunikasi dan media sosial dengan segala efek kulturalnya, namun pada sisi lain melihat proses yang terjadi tidak hanya sebagai satu determinasi dan dominasi, akan tetapi juga sebagai mediasi dan peluang emansipasi, baik terhadap berbagai kecenderungan negatif atas jalinan relasi inter personal yang memang inheren dalam perkembangan teknologi informasi, maupun terhadap kepentingan dan ideologi yang secara strategis memanfaatkan perkembangan teknologi informasi untuk membangun dan mengembangkan struktur yang hegemonis (Sindung, 2006).

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, S. (2012). Detikcom: Legenda Media Online. Yogyakarta: MocoMedia.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Elliot, Philip, 1986, “Intellectuals, the ‘information society’ and the disappearance of the public sphere” dalam: Collins, Richard, et all, ed., 1986, **Media, Culture, and Society. A critical reader**, London, Sage.
- Habermas, Jürgen, 1979, *Communication and Evolution of Society* (asli: 1976, “Sprachpragmatig und Philosophie”, dan “Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus”, transl by Thomas McCarthy), Beacon Press, Boston.
- Khaldun, Ibnu. (2017). *Mukaddimah (cetakan kesembilan)*. Pustaka Alkautsar: Jakarta.
- Lim, M. (2005). @rchipelago Online: The Internet and Political Activism in Indonesia. Enschede: University of Twente.
- Margianto, J. H., & Syaefullah, A. (2012). *Media Online: Laba, Pembaca dan Etika*. Jakarta: Aliansi Jurnalis Independen Indonesia.
- Piliang, Yasraf Amir. 2011. *Dunia yang Dilipat (Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan)*. Matahari: Bandung.
- Purbo, O. W., & Walton, M. (2010). *The Foundation of Cultural Change in Indonesia. Information Technologies & International Development*, 45-48.
- Tjahyadi, Sindung. (2006). *Komunikasi, Legitimasi, dan Mediasi: Kritik atas Pemaknaan dalam Ruang Publik*. *Jurnal Filsafat* Vol. 16, Nomor 3, Desember 2006.
- Wijayanto, Felix. (2012). *Social Media: Definisi, Fungsi, Karakteristik*. <https://prezi.com/vddmcub-ss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>, diakses 10 Desember 2018.