

## SENSUALITAS MEDIA SOSIAL DI ERA GLOBALISASI

Kajian Sosiologi Media Marshall McLuhan sebagai  
Analisis Media Masa Kini

**A Zahid**

Prodi Sosiologi Agama  
Institut Agama Islam Negeri Kediri  
[azahid19@iainkediri.ac.id](mailto:azahid19@iainkediri.ac.id)

### Abstract

Historically, McLuhan stated that electronic dependence in the age of globalization has made humans in a great imagination called "global village". Since the development of electronic mass media technology has spread widely, it has made information resources easily accessible and life's dependence on technology. At present, the development of "global villages" in developed countries is getting worse and ultimately affecting developing countries like Indonesia. Although it provides convenience, it also raises concerns. The development of the social media which should be a source of information and facilitate access to communication instead becomes a place for pornography.

**Keywords:** McLuhan, Social Media, Globalization

### Abstrak

Secara historis, McLuhan menyatakan bahwa ketergantungan elektronik pada zaman globalisasi telah membuat manusia berada dalam sebuah imajinasi besar yang disebut "global village". Sejak perkembangan teknologi media massa elektronik menyebar luas membuat sumber informasi mudah diakses dan ketergantungan hidup pada teknologi. Saat ini, perkembangan "desa global" di negara maju semakin parah dan akhirnya mempengaruhi negara-negara berkembang seperti Indonesia. Meski memberikan kemudahan, tetapi juga sekaligus menimbulkan kekhawatiran. perkembangan media sosial yang seyogyanya menjadi sumber informasi dan memudahkan akses komunikasi, malah mejadi ajang pornografi.

**Kata Kunci:** *McLuhan, Media Sosial, Globalisasi*

## Pendahuluan

Dewasa ini, perkembangan zaman dapat dikatakan hampir tak terkendali. Berbagai perubahan khususnya dalam bidang teknologi memberikan kemudahan sekaligus kekhawatiran di dalamnya. Kini, dunia serasa berada di dalam genggaman, menjelajahi dunia tidak lagi sesulit dulu sebelum mengalami perkembangan zaman. Di era ini, dunia seolah-olah telah menyediakan rumah baru bagi anak-anak zaman sekarang atau yang sering disebut dengan generasi *millennial*, dan yang baru-baru muncul yaitu generasi *alpha*. Rumah baru tersebut menjanjikan berbagai fasilitas di mana manusia akan mampu mereduksi waktu dan memangkas jarak. Sehingga tak terasa hanya dengan berada di dalam kamar saja dan berbekal *smartphone*, kita sudah bisa mengetahui sebuah informasi, berita, isu, dan pelbagai peristiwa yang terjadi baik di dalam maupun luar negeri. Bahkan untuk dapat berkenalan dengan orang-orang baru dari berbagai belahan dunia, kita tidak harus bertemu secara langsung dengannya, cukup melalui berbagai aplikasi media sosial yang terpasang dalam *smartphone* saja, di sanalah orang-orang dari berbagai negara berkumpul. Tidak bisa dipungkiri, realitas sosial yang demikian sudah merambat pada anak zaman atau generasi *millennial* yang lahir antara tahun 1977-1994. Generasi ini ditandai dengan perkembangan teknologi, tingkat pendidikan dan pengetahuan lebih maju dari generasi sebelumnya (Sciffman dan Lesslie, 2000). Hal ini pula menjadi bukti dari perkembangan zaman yang disebut globalisasi.

Secara historis, McLuhan (1962) menyatakan bahwa ketergantungan secara elektroni terhadap zaman globalisasi telah melahirkan zaman di mana manusia berada dalam sebuah imajinasi besar yang disebut *global village*. Sejak sekitar tahun 1950-an, perkembangan teknologi khususnya media massa elektronik mulai menyebar luas, seperti media televisi dan radio. Akibat dari kemunculan media massa elektronik ini, menjadikan sumber informasi dapat dengan mudah diakses, salah satunya yaitu perkembangan media terutama di negara maju dengan bukti *oral society*, di mana masyarakat mulai saling menggantungkan

kehidupannya pada teknologi, dan hal itu menghasilkan sebuah dinamika dalam masyarakat yang memandang bahwa media massa merupakan candu.

Inilah yang menjadi dasar bahwa pada zaman tersebut ditandai sebagai masyarakat desa global yang sekaligus juga menjadi sifat dasar sebuah masyarakat desa global (McLuhan 1962, 26). Perkembangan desa global khususnya di masyarakat barat mulai akut, dan semakin hari semakin menjalar hingga akhirnya sampai pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Masyarakat yang notabeneanya terdiri dari masyarakat yang masih tradisional baik cara berfikir maupun gaya hidupnya, mulai bertransformasi menjadi masyarakat “pecandu” media sosial. Sebut saja *facebook*, *twitter*, *whatshhap*, sebagai alat komunikasi yang menyediakan berbagai fitur memberikakan kemudahan, kepraktisan, serta kenyamanan dalam berinteraksi dan berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagaimana yang telah disebutkan di awal, perkembangan zaman atau era globalisasi ini memang memberikan berbagai kemudahan sekaligus kekhawatiran. Berbagai kemudahan yang dihasilkan dari perkembangan zaman menjadi dampak positif, namun kekhawatiran inilah yang akan menjadi dampak negatifnya. Contoh kecilnya saja, media sosial seperi; *Bigo*, *Camfrog*, dan *periscope*<sup>1</sup>. Aplikasi yang menyediakan fitur *live* ini mampu mereduksi konten yang layak untuk dipertontonkan atau tidak, sehingga bagi masyarakat modern, hal ini dapat menjadi sarana untuk mendapatkan totonan bisa berupa semi pornografi secara gratis.

Tayangan yang ditonton oleh penikmat aplikasi ini dapat direkam kembali sebagai konten baru yang nantinya bisa saja di unggah ke *channel* Youtube pribadinya, ataupun media-media pemutar video lainnya. Penyebaran “konten pornografi” hasil rekaman melalui berbagai aplikasi yang menyediakan fitur siaran langsung atau *live* semacam ini, menjadi sulit untuk dicegah karena meskipun terdapat konten yang berbau pornografi, hal itu dapat saja di *banned*.

---

<sup>1</sup>Penulis tidak mengeneralisir bahwa aplikasi ini adalah aplikasi yang menyediakan konten pornografi, tetapi pada kenyataanya tidak sedikit siaran langsung atau *live streaming* yang dihasilkan dari aplikasi tersebut berupa konten pornografi.

Sehingga dengan hanya menghapus konten-konten pornografi di media sosial tersebut, dirasa kurang efektif dan efisien.

Media yang seyogyanya menjadi sumber informasi, memudahkan akses komunikasi malah bertransformasi mejadi ajang pornografi. Hal ini tentu bukan kesalahan aplikasi media, tetapi dengan era global seperti saat ini, media sosial mampu mewedahi dan memanjakan generasi *millennial* yang “kebablasan” dalam menggunakan fitur yang disediakan oleh media tersebut. Dari sinilah peneliti melihat perlunya menggunakan media sosial secara bijak agar tidak terperangkap dalam jeratan pornografi. Selain itu, peran dan tanggung jawab dari produsen media sosial juga sangat diperlukan untuk membatasi konten-konten yang sifatnya mengandung pornografi, sehingga penggunaan media sosial seperti *bigo*, *periscope*, dan *Camforg* dapat menjadi ajang silaturahmi dari berbagai penjuru dunia.

### **Media dan Modernisme**

Perbincangan tentang modernisme tidak akan ada habis-habisnya, walaupun ada istilah post-modernisme yang banyak dikawal oleh Martin Heidegger dan Nietzsche yang didapuk sebagai pengancam garis silsilah post-modernisme masing-masing memaklumkan “kematian tuhan” dan “keberakhiran filsafat.” Mereka para pendukung post-modernisme lekas menyambutnya dengan menabuh genderang kematian dari modernisme, seperti Michel Foucault yang menyatakan “kematian manusia,” Roland Berhtes menyambut dengan “kematian perang,” mereka juga mengobrak-abrik “akhir ideologi,” “akhir representasi,” hasilnya pembahasan post-modern menjadi semacam perayaan yang gegap gempita dan pasar malam tempat segala dijajakan , namun sekaligus menjadi awal berakhirnya modernisme (Vattimo: 1988).

Diskursus lahirnya modernisme meninggalkan warisan berupa perkembangan kemajuan yang belum selesai dipecahkan, sehingga di lanjutkan di era post-modernisme, salah satunya adalah perkembangan media massa. Jika pada awalnya semangat untuk mencapai era modern adalah pencapaian tingkat

sosial yang disebut dengan kemajuan. Maka alat yang digunakan untuk mencapai kemajuan tersebut tidak lain tidak bukan adalah rasionalitas, kemajuan teknologi dan sains (Marcuse, 1964: 123-124). Sehingga post-modernisme lahir dengan wajah baru dari berbagai kompleksitas permasalahan yang ada di era modernisme tersebut.

Permasalahan perkembangan media sosial hingga berindikasi pada masyarakat yang kata Herbert Marcuse sebagai masyarakat *One Dimensional man* dengan ciri perkembangan ilmu pengetahuan, seni, filsafat, pemikiran sehari-hari, sistem politik, ekonomi dan teknologi yang cenderung instan dan cepat membuat manusia modern kehilangan daya dan prinsip kritis. Masyarakat modern baik benda maupun manusia direduksi menjadi sesuatu yang fungsional saja, terlepas dari substansi dan otonomi (Marcuse, 1964). Salah satunya kita bisa lihat dalam penggunaan media sosial.

*Media sosial* adalah media *online* yang mendukung adanya hubungan yang intens antar individu dengan menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif. Teknologi yang membuatnya dengan mudah untuk berinteraksi berbagi pesan dalam bentuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual world*. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang membentuk pola komunikasi dan penyebaran informasi dari satu ke banyak *audiens* ataupun lebih dari itu (Paramitha, 2011:42). Sehingga media sosial menjadi hal yang membuat masyarakat cenderung instan dalam kehidupan sehari-hari.

Disisi lain media sosial sebagai media yang menyediakan pengguna merepresentasikan dirinya sebagai wujud yang lain agar terjalin relasi sosial, sosialisasi dan komunikasi dengan pengguna lain dengan bentuk ikatan secara virtual. Adapun fungsi dalam media sosial adalah pengenalan (*cognition*), di mana masyarakat bebas menentukan dengan siapa dia akan menjalin ikatan dan menjalin hubungan, bentuk komunikasi (*communicate*), upaya masyarakat berinteraksi dalam bentuk *virtual reality* di dalam media social, dan terakhir kerjasama (*co-opration*) (Nasrullah, 2015).

Adapun fungsi dari media sosial tersebut pada gilirannya membentuk macam-macam media sosial sebagai berikut (Puntoadi, 2011 : 34):

1. **Bookmarking**, adalah media berbagi alamat website yang memiliki kesamaan dalam minat dan ketertarikan.
2. **Content Sharing**, adalah situs-situs content sharing dimana khalayak menciptakan berbagai media dan akan dipublikasikan kepada orang lain.
3. **Wiki**, adalah media sosial yang sering menyajikan seluruh informasi oleh pengunjung situs itu sendiri dan khalayak dapat melakukan *editing* terhadap informasi itu jika merasa kurang tepat dan lengkap.
4. **Flickr**, adalah situs milik Yahoo sebagai spesialisasi pada *image sharing* dengan kontributor yang ahli dari seluruh dunia di bidang fotografi.
5. **Social network**, adalah aktivitas yang menggunakan berbagai fitur tersedia dalam situs tertentu untuk menjalin hubungan antar sesama.
6. **Creating Opinion**, adalah sosial media untuk berbagi pendapat dengan orang lain di seluruh dunia.

Salah satu yang menarik dari bentuk media sosial adalah social networking, di mana akses yang dibuka secara luas dan masyarakat mampu menjelajahi dunia. Hal inilah yang membuka perbedaan cara pandang dalam melihat realitas yang ada dalam media social, kebudayaan tradisional akan berubah menjadi kebudayaan baru dengan adanya akulturasi budaya yang dihasilkan oleh masyarakat akibat pengaruh dari media sosial.

### Global Village dan Social Network

Perkembangan media massa seperti yang dikatakan McLuhan di tandai dengan adanya *oral society* yang menjadi representasi dari bermulanya masyarakat modern. Dampak yang dihasilkan adalah ketergantungan masyarakat terhadap dunia elektronik, yang disebut sebagai *global village*: "*We live in a single constructed space resonance with tribal drums*" (McLuhan. 1962, 36). Analogi yang digunakan McLuhan dalam menganalisis perkembangan media teknologi akan berimbas pada konsekuensi logis yang akan dihadapi

manusia dalam bentuk interaksi sosial. Walaupun masyarakat global hidup dalam satu rumah dan satu ruangan tetapi kita mampu mencapai tapal batas ujung dunia dengan perkembangan teknologi.

Merambatnya bekembangan media teknologi diikuti oleh penemuan telegram, pesan yang dapat diterima dengan lebih cepat dari pada petugas pos menjadi bukti keberhasilan sekaligus awal baru dari masyarkat global dalam berbagai kerumitannya (McLuhan, 1994). Media komunikasi berupa telegram tidak disia-siakan sebagai alat komunikasi massal negara-negara maju dan berkembang, sehingga media berupa pesan cepat ini menjadi massal di dimasyarakat. Tetapi, masifnya media pesan ini tidak berimbas pada berkurangnya komoditas kertas sebagaimana uang tidak terkait lagi dengan logam dan berakhir menjadi kertas (McLuhan 1994). Perkembangan ini berimbas pada evolusi kebudayaan yang maju dibanding dengan masyarakat sebelumnya sehingga modernisme dalam tahap media komunikasi dianggap sebagai budaya tertinggi.

Evolusi kebudyaaan masyarakat dengan kehadiran media komunikasi berbasis *social network* menjadi fasilitas dalam evolusi peradaban manusia, disitegrasi menjadi indikasi nyata dalam dunia nyata sehingga sosialisasi dan interaksi *face to face* mulai ditinggalkan. Dengan demikian muara dari perkembangan evolusi masyarakat dimulai dari poros ekonomi, sosial-kultural, dan politik, sehingga proses pertumbuhan dunia *global village* menjadi imajinasi nyata dari masyarakat modernisme yang semakin cepat (*speed up*). Fenomena ini mendorong kodefikasi kekuasaan antara daerah pusat dan daerah pinggiran (McLuhan, 1964).

Perkembangan teknologi semakin massif sehingga berimbas pada tatanan sosial, baik dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan, karena mereka yakin dengan independensi masing-masing mampu melaksanakan apa yang dibutuhkan dari tempat-tempat mereka. Maka, lahirlah monopoli kekuasaan dan hegemoni terhadap daerah-daerah yang marginal. Konsekuensi logis dari perkembangan teknologi informasi atau *social networking* melahirkan konsep *de-westernisasi* (akulturasi budaya barat dengan budaya lain) yang menimpa

orang-orang barat sehingga menyebar terhadap negara di timur, maka terjadilah *de-tribalisasi* (berubahnya nilai-nilai budaya lokal ke modern) (McLuhan, 1994). Inilah yang nantinya terjadi pada dunia ketiga saat melesatnya dunia teknologi, salah satunya berdampak pada Indonesia.

Pada awalnya, orang-orang barat mempelajari dan mengadopsi nilai-nilai maupun norma dari dunia timur, dan sebaliknya orang-orang barat yang belajar di dunia timur tidak sedikit akan diadopsi oleh orang-orang timur sebagai sesuatu hal yang baru dan dianggapnya sebuah “kemajuan” atau “modern.” Ketika hal ini terjadi maka *finishingnya* adalah proses sosial dan kegiatan-kegiatan spesialisasi serta pemisahan (*specialization and separation*) yang merupakan sifat dasar terbentuknya masyarakat modern yakni pembagian masyarakat menjadi kelompok-kelompok yang bersifat spesifik (*social differentiation*) seperti digambarkan oleh Durkheim (Parson, 1967).

Realitas demikian yang perlu diantisipasi oleh negara ketiga seperti Indonesia. Karena dengan banyaknya suku, bahasa, ras, dan kebudayaan akan menjadi salah satu objek *de-westernisasi*, salah satunya bisa dilihat dari dunia *fashion*, dan cara penggunaan media sosial atau media massa. Sebagaimana yang semestinya tidak ada kebudayaan atau budaya yang stagnan tanpa adanya habitus baru dari arena yang telah disinggahi.

### **Global Village dan Globalisasi**

Perlu digaris bawahi *global village* dan globalisasi mempunyai garis demarkasi. Seperti Walkasz dkk (2008) yang memperhatikan pembahasan rigid keduanya. Menurut mereka, *global village* merupakan metafor yang digunakan untuk menggambarkan dunia yang terhubung secara elektronik dan bersifat kompleks sebagaimana prediksi McLuhan. Konsep ini dapat digunakan sebagai kerangka konseptual untuk membantu kita dalam melakukan analisa hubungan kita (masyarakat) dengan media pada masa kini dan menyiapkan masa depan. Globalisasi terhadap media, yang ditandai oleh internasionalisasi program-program TV, akses internet yang meluas, teknologi telepon genggam telah menghubungkan dunia.



Sedangkan posisi globalisasi adalah fenomena yang melibatkan proses sosial berupa integrasi ekonomi, budaya, kebijakan negara dan perkara politik di seluruh dunia. Globalisasi merupakan proses perpindahan orang, komoditas, kapital, pengetahuan, pemikiran, informasi dari suatu negara ke negara lain (Appadurai 2005). Artinya, dua poros ini, *global village* dan globalisasi merupakan dua hal yang saling terintegrasi dalam perubahan masyarakat dalam ruang kecil dan perubahan secara mendunia dalam ruang yang lebih universal. Adapun definisi yang akurat dalam mendefinisikan globalisasi seperti yang ditegaskan oleh Held dan McGrew (2004: 4).

“The expanding scale, growing magnitude, speeding up and deepening impact of interregional flows and patterns of social interaction. It refers to a shift or transformation in the scale of human social organization that links distant communities and expands the reach of power relations across the world’s major regions and continents.”

Rancangan globalisasi sebenarnya sudah dirancang sejak abad ke-19 atau awal ke-20, asumsi ini bisa dilihat dari banyak karya yang membahas modernitas seperti, Saint Simon, Karl Marx hingga yang relatif lebih kontemporer seperti MacKinder. Namun demikian, sebagai sebuah konsep akademis yang lebih utuh, globalisasi baru benar-benar disebutkan secara gamblang dan digunakan oleh para akademisi untuk memotret fenomena dunia kekinian pada paruh kedua abad ke-20, tepatnya sekitar dekade 1960-an sampai 1970-an (Held dan McGrew, 2004). Hingga modernisme menjadi sebuah kebaruan dari zaman yang sebelumnya, dan tentunya dengan berbagai konsekuensi di dalamnya.

Pergulatan secara akademis hingga pada banyaknya ilmuwan besar menuliskan globalisasi maka pada awal abad ke-21 globalisasi bisa dilihat dalam sebuah konsep yang merujuk pada kondisi: (1) *action at a distance*, (2) *time-space compression*, (3) *accelerating interdependence*, (4) *a shrinking world*, (5) *global integration*, (6) *the reordering of interregional power relations*, (7) *consciousness of the global condition* dan (8) *intensification of interregional interconnectedness* (Held dan McGrew, 2004: 3).

Secara esensial, globalisasi bukanlah sesuatu yang *finish* diperbincangkan, secara makan banyak perdebatan. Karena mereka mnyadari bahwa esensi dari istilah globalisasi cukup rumit untuk didefinisiakan sesederhana, -sebagai sebuah kemajuan dari bidang ekonomi, politik dan budaya- istilah globalisasi perlu pemahaman yang jauh bukan hanya sekedar sebagai kemajuan dalam tahapan tersebut. Pemikir seperti held dan McGrew (2004) meyakini secara skeptis tentang globalisasi yang hanya sebatas kemajuan. Hal senada hampir sama dengan pemahaman konsep McLuhan dengan *global village*-nya. Studi Wlakas dkk (2008) menunjukkan bahwa fenomena *global village* bersifat lokal dan perubahan fenomena budaya pun bersifat lokal sehingga berevolusi menjadi global.

Dalam konteks lain, *Global village* sering dinegasikan dengan wacana tandingan yaitu *local village*. Di mana garis demarkasi keduanya terletak pada pusat kontrol dan perkembangan teknologi, sehingga orang dewasa mampu mengontrol gaya hidup, nilai-nilai, dan pandangan dari kaum setelahnya. Berbeda dengan *local village* di mana desa lokal sudah mampu menyaring nilai, norma dan pandangan hidup penghuninya dengan kesepakatan dari masyarakat desa setempat. Perkembangan globalisasi berdampak pada prediski McLuhan, di mana anggota dari desa besar tidak bersifat terhubung secara homogen, tetapi lebih menyerupai lingkungan yang bersifat kompleks pada hubungan politik, ekonomi, dan sosial (Hobbes, 2007; Krandy, 1999).

### **Media Sosial dan Sensualitas**

Tak akan ada habisnya ketika kita memangkak persoalan media sosial, baik dari sejarah lahirnya sampai pada indikasi logis dan konsekuensi yang dihadapi saat ini. Pembahasan tentang media sosial selalu menarik untuk dikaji lebih mendalam lagi dari berbagai pendekatan keilmuan, karena dalam media sosial mampu menampung segala hal yang sifatnya virtual sehingga sangat mudah untuk diakses siapapun. Media sosial seperti pisau bermata dua, yang mempunyai sisi tajam serta mampu berfungsi secara bersamaan, itulah kehebatan media sosial.

Salah satu yang sangat nyata-mungkin sudah hampir berubah- program TV, khususnya di Indonesia. Lebih banyak menampilkan konten yang sifatnya musiman serta hiburan, dari hiburan yang dikemas dengan berbagai aksi lawakan, sampai pada sensualitas, kasus yang mungkin bagi kaum awam adalah tabu. Seperti yang baru-baru ini masyarakat atau netizen diviralkan dengan harga “apem 80 juta.” Media sensualitas mampu membuat kerangka untuk menganalisis cara-cara di mana actor-aktor sosial mengkonstruksi makna, identitas, dan bentuk bentuk kelembagaan di dalam konteks sosiologis globalisasi (Guilanotti dan Robertson, 2006).

Komersialisasi media sosial tidak hanya berimbas pada rating TV, tetapi juga Youtube yang sekarang marak digandrungi oleh kalangan muda-mudi yang dapat menghasilkan materi. Komersialisasi media menjadi akumulasi produksi materi yang sangat menjanjikan di era globalisasi, tidak sedikit bahkan ketika kita singgah di aplikasi Youtube-seakan-akan aplikasi ini sudah menggeser fungsi TV- sehingga masyarakat banyak tergantung pada kuota internet. Komersialisasi tidak hanya masuk dalam sektor materi saja, tetapi pada tatanan nilai dan norma kehidupan masyarakat global.

Konten pornografi semakin marak, tinggal kita klik kata yang kita inginkan semua akan menyediakan dan dipertontonkan secara gratis- tentunya dengan sambungan internet- konten yang biasanya diajakan dan diunggah ke Youtube seperti, *Bigo Live*, *CamForg*, dan *Periscope*. Aplikasi yang menawarkan fitur *video call* dan *live* ini bukan lagi sebagai edukasi positif. Karena budaya Indonesia dengan budaya barat akan berbeda, seperti contoh dalam hal pakaian. *Bikini* salah satunya sangat lah tabu dipertontonkan secara sengaja bahkan mereka rela bertukar *symbol* agar mendapatkan *give* yang bisa menghasilkan uang.

Badan tidak lagi menjadi hal yang secara alamiah dinikmati diri sendiri, tetapi menjadi penghasil materi dan wacana dalam realitas sosial yang nyata dalam virtualisasi media sosial. Bukan hanya dalam konten pornografi, yang ekstrim lagi media sosial menjadi sarang politisi sebagai agenda kampanye seperti *Facebook* dan *Twitter*. Bahkan saling menghujat, saling sindir menjadi

arena bebas dalam media sosial. Maka sudah bisa kita lihat fungsi media sosial adalah: 1) alat yang efektif untuk kampanye politik saat ini dan masa depan, 2) menggapai pemilih dan pendukung langsung, 3) yang digunakan oleh partai-partai politik untuk menunjukkan logo/icon mereka, dan 4) hasil hitung cepat juga menunjukkan bahwa partai-partai politik yang menggunakan media sosial sebagai bagian dari kampanye mereka memenangkan pemilu legislatif (Abdillah, 2014).

Para pengguna media sosial termasuk para politisi mampu memproduksi pesan yang melahirkan beribu bahkan berjuta interpretasi dari para pembacanya. Tanpa adanya pentas dalam media sosial ditambah dengan kemajuan teknologi informasi menjadi penyambung lidah para politisi dalam membangun *image* (citra) politik masing-masing guna meraup suara dari masyarakat. *Political branding* adalah penggunaan cara strategis *consumer branding* untuk membangun citra politik. Menurut Sandra (2013), inilah yang menjadi strategi polarisasi politik di media sosial saat ini, sehingga semua media sosial seakan-akan sudah direduksi oleh politik.

Dilansir dari detik.com, hasil penelitian dari *We Are Social* bekerjasama dengan *Hootsuite*, menyebutkan bahwa ada 130 juta orang Indonesia terbilang aktif di media sosial. Dari hasil laporan *We Are Social* bahwa total populasi Indonesia mencapai 265,4 juta dan pengguna internetnya setengah dari populasi yakni sebesar 132,7 juta. Adapun *platform* media sosial yang paling digandrungi adalah Youtube 43%, Facebook 41%, Line 33%, BBM 28%, Twitter 27%, Google+ 25%, FB Messenger 24%, LinkedIn 16%, skype 15 % dan WeChat 14%. (*Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and ecommerce Use Around the World*, 2018).

## Penutup

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah mengakibatkan pergeseran budaya di Indonesia. Meskipun tidak seluruhnya, namun hal itu cukup mempengaruhi paradigma maupun gaya hidup masyarakat. Menjamurnya berbagai macam aplikasi media sosial semakin memanjakan

generasi *millennial*. Namun sayangnya, kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh media sosial terkadang disalahgunakan oleh orang-orang yang hanya berorientasi pada keuntungan semata, tanpa mempertimbangkan dampak negatif yang akan timbul.

Media sosial saat ini tidak lagi berada pada fungsi awalnya sebagai sarana penyampai informasi, kemudahan berkomunikasi dan berinteraksi. Kini media sosial lebih menjadi sebuah sarana politisasi dan pornografi. Dalam hal ini sangat diperlukan peran penting perusahaan-perusahaan penyedia layanan internet dan media sosial tersebut sebagai produsen untuk dapat memberikan layanan atau aplikasi-aplikasi yang bermanfaat dan mengedukasi masyarakat. Selain itu, partisipasi pemerintah juga sangat diperlukan untuk memberikan pembatasan dan pengawasan melalui regulasi yang jelas dan tegas tanpa mematikan kreatifitas anak bangsa, dan yang terpenting yaitu kesadaran diri dan kontrol dari masing-masing pengguna atau konsumen aplikasi media sosial tersebut, agar apa yang menjadi tujuan dan fungsi utama dikembangkannya teknologi berupa media sosial dapat digunakan dan dinikmati secara bijak dan cerdas.

### Daftar Pustaka

- Appadurai, Arjun. 2005. *Modernity at Large: Culture Dimension of Globalization*. London: University of Minnesota Press
- Abdillah, Leon Andretti. "Social Media as Political Party Campaign in Indonesia". *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 16(1)
- Gianni Vattimo. 1988. *The end Modernity Nihilism and Hermnerutics in Post-Modern Culture*. Cambridge: Polity Press
- Herbert Marcuse. 1964. *One Dimensional Man; Studies of Advanced Industrial Society*. London: Routladge and Kegan Paul Ltd
- Husain, Chaidar. 2014. "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pembelajaran di SMA Muhammadiyah Tarakan Husain". *Jurnal Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2): 184-192
- McLuhan, Marshall. 1962. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press
- McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media: The Extensions of Man*. Canada: MIT press
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Persfektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*. Thesis: Fakultas Ekonomi Universitas Dipenogor
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Gramedia
- Schiffman, Lean, Leslie Lazar Kanuk. 2000. *Consumer Behavior*. New Jersey: Patience Hall International, Inc
- Sandra, Lidya Joyce. 2013. "Political Branding Jokowi Selama Masa Kampanye Pemilu Gubernur DKI Jakarta 2012 di Media Sosial Twitter". *Jurnal Komunikasi*, 1(2)