

KOMUNIKASI KONTEMPORER DAN MASYARAKAT

Ilmu komunikasi terus berkembang, dari pembelajaran tentang retorika pada masa Aristoteles sampai diskursus komunikasi pada era kontemporer. Buku ini berisi kajian ilmu komunikasi era kontemporer yang tersaji dalam berbagai perspektif, dan membidik bagaimana komunikasi membawa dampak dalam perubahan lingkungan masyarakat.

Pada masa kontemporer, komunikasi tidak dapat dilepaskan dari kemunculan internet sebagai media baru. Internet memungkinkan begitu banyak hal baru bermunculan, termasuk media sosial, sehingga kehadirannya sungguh mengubah cara-cara berkomunikasi secara mendasar. Dalam perspektif jurnalisme, komunikasi kontemporer membahas jurnalisme dalam media daring, pemanfaatan teknologi komunikasi di dalamnya, dampak penggunaan tagar dalam jurnalisme, termasuk pengaruhnya bagi komunikasi itu sendiri.

Komunikasi juga membawa perubahan dalam lingkungan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari berkembangnya industri kreatif generasi milenial, tumbuhnya perusahaan-perusahaan *start-up*, makin populernya seorang *influencer*, dan penggunaan aplikasi dalam komunikasi bisnis. Perubahan lingkungan di era ini juga mencakup kearifan lokal budaya, pelestarian budaya, perubahan iklim dan lingkungan, serta dampaknya bagi kebijakan pemerintah dan komunikasi publik.

KOMUNIKASI KONTEMPORER
DAN MASYARAKAT

Editor:
Wulan Purnama Sari
Lydia Irena



Penerbit
PT Gramedia Pustaka Utama
 Kompas Gramedia Building
 Blok I, Lt. 5
 Jl. Palmerah Barat 29–37
 Jakarta 10270
www.gpu.id



KOMUNIKASI KONTEMPORER DAN MASYARAKAT



Editor:
Wulan Purnama Sari
Lydia Irena

ho

Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014
tentang Hak Cipta

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat

Editor:
Wulan Purnama Sari
Lydia Irena



Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta



KOMUNIKASI KONTEMPORER DAN MASYARAKAT

Wulan Purnama Sari dan Lydia Irena (ed.)

GM 619222045

© Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
Gedung Gramedia Blok I, Lt. 5
Jl. Palmerah Barat 29–33, Jakarta 10270

Desain Isi: Fajarianto
Desain sampul: Agustinus Purwanto

Diterbitkan pertama kali oleh
Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama
anggota IKAPI, Jakarta, 2019

www.gpu.id

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-06-3681-8
ISBN Digital: 978-602-06-3682-5

Dicetak oleh Percetakan PT Gramedia, Jakarta
Isi di luar tanggung jawab Percetakan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	xi
PROLOG	xiii

KOMUNIKASI DIGITAL

Motif Penggunaan <i>Cyber Account</i> di Media Sosial Twitter (Studi Deskriptif pada Pengikut Akun <i>Autobase @tanya2rl</i>) Rika Budianti dan Nofha Rina	2
Pengembangan Proses Pembelajaran SMK Melalui <i>New Media</i> di Kota Bengkulu Andy Makhrian	13
Media Sosial dan Panggung Dramaturgi Ester Krisnawati	22
Asosiasi Motif Informasi dan Kepuasan Informasi dalam Menggunakan Media Televisi dan YouTube di Kalangan Rizca Haqqu	35

Efektivitas <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC) Media Online Google Classroom sebagai Sumber Pembelajaran bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau	42
Guntur Pradana, Dyah Pithaloka, dan Yudi Daherman	
Instagram sebagai Media Komunikasi Strategis Polusi Udara Jakarta	50
Yanuar Luqman dan Lukki Lukitawati	
Strategi Komunikasi Pemanfaatan Komunikasi Digital dalam Pembayaran Pajak di Kota Bekasi	61
Sudira	
Podcast <i>Reborn</i> di Era Milenial	73
Farid Rusdi	
Peran Media Baru pada Humas Perguruan Tinggi	80
Septia Winduwati	

KOMUNIKASI KONTEMPORER

TV Sosial: Televisi dan Media Sosial	92
Mohammad Gafar Yoedtadi	
#terorisjancok: Media Siber Daerah dan Jurnalisme Keberagaman	106
Ahmad Junaidi, Eko Harry Susanto, dan Farid Rusdi	
Bahasa Perempuan dalam Jurnalisme Sastra	115
Sisca Verizca Hadiani dan Winda Primasari	

Komunikasi Transnasional dalam Kajian Ekonomi Politik Pers Asing di Indonesia Roswita Oktavianti	126
Pemanfaatan Teknologi Komunikasi dalam Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Daerah Dennis Akbar Satrio dan F.B. Priagung Wibowo	139
Media Zaman <i>Now</i> : Masyarakat Satu Dimensi Yudi Daherman dan Fatmawati	147
Kompetensi Komunikasi Pengawas Pemilu pada Pilkada Riau 2018 Fatmawati Moekahar dan Yudi Daherman	156
Komunikasi yang Dimediasi Komputer sebagai Fungsi dalam Pola Komunikasi Keluarga pada Mahasiswa Maulana Rezi Ramadhana dan Amalia Barezky Kartini	164
<i>Homo Algoritmus</i> dan Kemurungan Eksistensi Manusia Nigar Pandrianto	176

INDUSTRI KREATIF KOMUNIKASI

Komunikasi Digital Industri Kreatif pada Milenial Tionghoa Sinta Paramita, Lydia Irena dan Widayatmoko	188
Penggunaan Aplikasi E-Tanee pada Pedagang Bahan Makanan Organik di Pasar Tradisional Desa Cipanas Maylanny Christin, Syarifuddin, dan Cindy Hermawan	198

Membidik Generasi 4.0 sebagai Agen Perubahan dalam Jaringan Komunikasi Pembangunan Tatik Yuniarti dan Hamluddin	209
Komunikasi Lingkungan untuk Membangun Kesadaran Masyarakat dalam Mengelola Sampah Innocentia Magda Widya Putri dan Christiana Wulandari	219
Konstruksi Sosial Dongeng Sunda di Radio SMS 101,7 FM Sukabumi Oki Achmad Ismail	228
Pengaruh <i>Co-Branding</i> OVO dalam Program “Naik Grab Ke Mana Aja, Cuma Bayar Rp1” terhadap Respons Konsumen Dicky Febriyan Putra dan Itca Istia Wahyuni	236
Strategi Komunikasi Radio Pekanbaru FM 89.2 dalam Memikat Audiens di Kecamatan Sukajadi Idawati	252
Pemanfaatan <i>Influencer</i> sebagai Sarana Komunikasi Merek dengan Generasi Milenial Diah Ayu Candraningrum dan Ahmad Junaidi	262

KOMUNIKASI LINGKUNGAN

Dunia Simbolis Lingkungan Abdi Dalem Wulan Purnama Sari dan Gregorius Genep Sukendro	276
Kearifan Lokal dalam Rekonsiliasi Konflik Sektarian di Ambon dan Poso Suzy Azeharie	286

Kerusakan Lingkungan dan Upaya Mengedepankan Komunikasi Lingkungan Eko Harry Susanto	294
Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Word of Mouth</i> terhadap Loyalitas Konsumen Go-Jek Sisca Aulia dan Adhi Gurmilang	306
Interaksi dan Hubungan Parasosial Fans Grup K-Pop pada Usia Remaja Akhir dan Dewasa Novaria Maulina dan Nurly Melinda	314
Menggagas Jurnalisme Lingkungan Dwi Aji Budiman	323
Memahami Multikulturalisme Orang Betawi: Modal Kultural untuk Efektivitas Komunikasi Antarbudaya Masa Kini Halimatus'a'diah	331
Dinamika Komunikasi Internal dan Kinerja Karyawan Generasi Z di <i>Tech Company</i> Lydia Irena	343
Aktivitas sebagai <i>Corporate Sosial Responsibility Community Development</i> PT RAPP Muhd Ar. Imam Riauan, Elsi Amdes, Cutra Aslinda, Eka Fitri Qurniawati, dan Abdul Aziz	351
Komunikasi dan Peran Pemimpin Adat dalam Menjaga Tradisi pada Masyarakat Suku Baduy Yugih Setyanto, Septia Winduwati, dan Paula T. Anggarina	361

Kebijakan Publik Berbasis Lingkungan sebagai Sebuah Strategi Komunikasi Persuasif Pemberdayaan Masyarakat	370
Herlyn Djunina dan Patricia Yuningsi Ekaswati	
Analisis Makna Simbolis Tari Kreasi Ritual “Soja” dalam Tabot Provinsi Bengkulu	380
Aldila Vidianingtyas Utami dan Heri Supriyanto	
Keakraban sebagai Kunci Manajemen Komunikasi Internal	388
Lusia Savitri Setyo Utami	
<i>Climate Change Communication: Tantangan dan Peluang</i>	397
Verani Indiarma dan Eka Vuspa Sari	
Audit Komunikasi Kampanye “Program Perhutanan Sosial”	
The Asia Foundation Indonesia	406
Ni Made Andayani Pratiwi dan Azizun Kurnia Illahi	
Mengkritisi Ideologi Provokasi Kepedulian Lingkungan	414
Doddy Salman	
Kajian Komunikasi Risiko dalam Aktivitas Komunitas Petani Organik	421
Pupung Arifin	
Komunikasi Kontemporer <i>Vis-à-vis</i> Mistik Jawa	435
Gregorius Genep Sukendro	

KATA PENGANTAR

Didukung oleh perkembangan teknologi komunikasi, Indonesia saat ini berada di era digital. Informasi sangat mudah beredar nyaris tanpa batas ruang dan waktu. Kecepatan arus informasi ini menyebabkan kehidupan masyarakat semakin dinamis dan semarak. Namun, era digital juga membawa berbagai persoalan baru. Teknologi memungkinkan berbagai pihak untuk menyebarkan informasi tanpa menunjukkan identitas yang sesungguhnya. Kondisi ini menciptakan ladang subur bagi tumbuhnya beragam informasi menyimpang seperti berita bohong atau hoaks.

Kondisi ini menjadi tantangan karena di satu sisi masyarakat kontemporer diterpa arus informasi yang demikian cepat dan masif, di sisi lain mereka yang berpartisipasi dalam lalu lintas komunikasi digital harus tetap memiliki kepekaan nurani. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas manusia komunikasi menjadi kata kunci era digital yang dihadapi masyarakat kontemporer.

Kualitas manusia komunikasi merupakan fokus Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara (Fikom Untar). Oleh karena itu, Fikom Untar mengembangkan pendidikan tinggi bidang komunikasi didasari nilai humanis, *entrepreneurship*, profesionalisme, dan integritas. Kontribusi Fikom Untar dalam membangun manusia komunikasi yang berkualitas juga dilakukan melalui Konferensi Nasional Komunikasi Humanis 2019 (KNKH 2019), suatu forum yang menghimpun berbagai pemikiran mengenai komunikasi masyarakat kontemporer. Buah pikir para narasumber dalam konferensi tersebut dihimpun dalam buku ini, dengan harapan dapat menjadi salah satu acuan bagi studi komunikasi maupun bagi masyarakat luas.

Akhirnya, kami mengucapkan terima kasih pada seluruh peserta KNKH 2019 yang telah berkontribusi pada kegiatan ini. Semoga karya yang dihasilkan dapat memberi pencerahan. Penghargaan juga diberikan kepada Rektor dan jajaran pimpinan Untar, para pimpinan universitas yang menjadi mitra, serta sponsor yang telah membantu terselenggaranya KNKH 2019.

Semoga buku ini bisa memberikan manfaat bagi perkembangan komunikasi di Indonesia, baik sebagai ilmu pengetahuan maupun sebagai praktik masyarakat kontemporer.

Dekan Fikom Universitas Tarumanagara

Dr. Riris Loisa, M.Si.

KOMUNIKASI KONTEMPORER

VIS Á VIS MISTIK JAWA

Gregorius Genep Sukendro

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

geneps@fikom.untar.ac.id

Pendahuluan

Ojo Gumunan, Ojo Getunan,

Ojo Kagetan, Ojo Aleman

—Falsafah Jawa

Kita hendaknya jangan mudah merasa heran, jangan mudah merasa menyesal, jangan mudah terkejut dengan sesuatu, dan tidak kolokan atau manja dalam menghadapi dunia, yang mengalami segala perkembangan dan percepatan pengetahuan, teknologi, dan peradaban. Dalam falsafah Jawa, manusia sudah dibekali pengingat-ingat itu. Falsafah itu juga sudah sangat akrab di telinga manusia Indonesia pada umumnya.

Teknologi tidak bisa dibendung. Dalam pergerakannya, ia lebih cepat daripada gerakan hidup manusia. Manusia pun menjadi tergagap-gagap dengan kecanggihan teknologi.

Kini manusia ada dalam genggaman teknologi. Alih-alih mengendalikan ciptaannya, manusia justru dikendalikan oleh peranti-peranti ciptaannya sendiri. Ini terjadi karena manusia tidak mampu merdeka atas dirinya.

Pada hakikatnya, manusia adalah makhluk sosial. Secara biologis, manusia diklasifikasikan sebagai *homo sapiens*, sebuah spesies yang dibekali dengan otak yang berkemampuan tinggi. Dalam hal kerohanian, manusia menggunakan konsep jiwa yang sangat beragam. Pertama, dalam hubungannya dengan kekuatan ketuhanan, manusia bisa memeluk suatu agama. Kedua, dalam antropologi kebudayaan, mereka dapat dijelaskan berdasarkan penggunaan bahasanya, organisasi mereka dalam masyarakat majemuk, perkembangan teknologinya, dan kemampuannya untuk

membentuk kelompok dan lembaga untuk saling dukung dan bergotong royong.

Sebagai makhluk individu, manusia memiliki pemikiran-pemikiran tentang apa yang menurutnya baik dan sesuai dengan tindakan-tindakan yang akan diambil. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa hidup sendirian, sebab jika hanya sendirian ia tidak “menjadi” manusia.

Pada dasarnya, ada tiga aspek pokok dalam diri manusia, yaitu fisik, mental, dan spiritual. Aspek fisik merupakan segala hal yang dapat dirasakan oleh pancaindra manusia. Aspek mental membedakan manusia dengan makhluk lain. Dengan adanya mental, manusia dapat berpikir, mempertimbangkan, dan mengambil keputusan. Aspek spiritual dapat diibaratkan sebagai navigator kehidupan. Aspek itu memberikan warna dan arah bagi kehidupan yang manusia.

Dari perspektif antropologis, ideologi tradisi Jawa dihimpun dari kesusastraan Sanskerta selama ribuan tahun, seperti Pararaton, Negaraker-tagama, dan Babad Tanah Jawi. Dari sini, muncullah ajaran Kejawen. Kejawen sendiri bukanlah kategori religius, melainkan lebih kepada etika dan sebuah gaya hidup yang diilhami dari pemikiran Jawa (Niels Mulder, 2011).

Karakteristik orang tercermin dalam dunia wayang. Wayang adalah pandangan moral yang menjadi pedoman terhadap perilaku orang Jawa. Di sana tergambar sifat-sifat manusia.

Ajaran moral dan falsafah hidup orang Jawa memiliki makna yang sangat mendalam yang mengarah kebahagiaan hidup. Selain itu, dapat cocok dengan ajaran agama apa saja. Artinya, ajaran moral dan falsafah hidup orang Jawa itu banyak yang sesuai dengan tuntunan Yang Menguasai Dunia ini (Ben Anderson, 2008).

Perenungan Ki Ageng Soerja Mentaraman, sebagai salah seorang filsuf Jawa, menyebutkan bahwa manusia sendirilah yang mampu mencapai kesempurnaan dan mengembangkan pengetahuan diri dan pemahaman mereka tentang suatu kehidupan. Perkembangan pengetahuan dapat diperoleh dengan berbagai macam cara, salah satunya dengan memahami dan memaknai keberadaan alam lingkungan sekitar.

Pembahasan

Pertanyaan besar yang sudah terlontar puluhan tahun adalah sebagai berikut. Apabila modernisasi, meliputi proses-proses dinamisasi, inovasi, emansipasi, dan humanisasi terjadi, mungkinkah mawas diri mengambil bagian dalam upaya manusia untuk menjadi lebih manusiawi? (Soerjanto Poespowardjojo, 1977)

Manusia merupakan makhluk yang baik. Dalam kehidupan manusia, bagian yang terpenting adalah hidup yang bersendikan pada intelek, yaitu daya tahu yang dimiliki manusia (Sunoto, dkk., 1983). Daya tahu melahirkan nilai-nilai falsafah yang ada di semua kebudayaan daerah di Nusantara. Dalam tulisan ini, fokus diberikan pada falsafah manusia Jawa.

Perkembangan teknologi, dalam hal ini komunikasi, makin masif bagaikan air bah. Perkembangan itu berisiko memorakporandakan rasa kemanusiaan dalam kehidupan manusia. Komunikasi kontemporer menggantikan itu semua. Manusia semakin tidak berjarak, tapi dapat kehilangan kemanusiaannya. Manusia terus berkomunikasi, tapi dapat kehilangan silaturahmi. Itulah tantangan manusia komunikasi kontemporer.

Pemahaman mistik manusia Jawa adalah *jagad cilik* (mikrokosmos) sebagai dunia lahir dan batin. Manusia adalah kunci keteraturan dan kekacauan. Jadi, setiap orang bertugas mengusahakan ketertiban dan keharmonisan segala sesuatu dengan usaha-usaha mistik. Prof. Dr. N. Driyarkara menyebutkan, *gardu mrambat ing sembukan*. Batin kita ini tersekap dalam kejasmanian kita yang bagi alam semesta hanyalah debu. Dalam hidup ini, kadang kala kejasmanian kita mencaplok yang bersifat batin (I. Kuntara Wirayamartana, 1993).

Dengan sikap batin yang tepat, tumbuhlah sikap yang tepat dalam dunia komunikasi kontemporer. Menurut pandangan dunia Jawa, manusia tidak diperkenankan untuk mengikat diri pada dunia. Ia hendaknya menjadi bebas, tetapi bukan untuk menarik diri dari dunia, melainkan sebaliknya, untuk melepaskan diri dari nafsu-nafsu (Magnis-Suseno, 1993).

Penutup

Manusia adalah pelaku peradaban sekaligus pengendali peradaban (kontemporer). Dengan falsafah Jawa, manusia harus mampu menguasai peradaban. Dengan nilai-nilai dan laku Jawa, manusia dapat sejenak bergeser dari keriuhan peradaban untuk mau merenung, berkomunikasi dengan diri sendiri, dan berdiam diri untuk berefleksi. Ketika manusia menjaga kesadaran hidup sebagai insan yang menjunjung tinggi kemanusiaan, niscaya kita semua mampu menyelaraskan pengetahuan dengan kemanusian dan teknologi dengan silaturahmi. Masyarakat Jawa memiliki sifat bambu (*pring*). *Urip kuwi aja pada kaku, melura lan pasraha. Aja mangu-mangu, ning terus mlaku.* Artinya, dalam menjalani hidup kita jangan menjadi orang yang kaku. Bersikaplah *melur* atau fleksibel, dalam arti selalu bersikap terbuka dan membuka diri.

Daftar Pustaka

- Anderson, Benedict. (2008). *Mitologi dan Toleransi Orang Jawa*. Yogyakarta: Yayasan Bentang Budaya.
- Mulder, Niels. (2011). *Mistikisme Jawa: Ideologi di Indonesia*. Yogyakarta: LKiS.
- Poespawardjojo, Soerjanto dan Bertens, K., (ed). (1977). *Sekitar Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sunoto, dkk. (1983). *Pemikiran tentang Kefilsafatan Indonesia*. Yogyakarta: Yayasan Lembaga Studi Filsafat Pancasila dan Andi Offset.
- Suseno, Franz Magnis. (1993). *Etika Jawa: Sebuah Analisis Falsafi tentang Kebijaksanaan Hidup Jawa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tim Redaksi Driyarkara. (1993). *Capita Selecta Jelajah Hakikat Pemikiran Timur*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.