

Twitter “Anak” New Media yang Revolusioner

(Medium Pembangun Globalisasi)

G. Genep Sukendro - Sisca Aulia

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Jakarta

genep@tarumanagara.ac.id genepism@ymail.com aulia_sisca@yahoo.com

Abstrak

Media mulai berubah wujud untuk tetap selalu menjadi senjata ampuh yang mengarahkan dan menyampaikan kabar. Dan begitu juga dengan publik sekarang lebih *powerful* di era media sosial. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology/ICT*) selama dekade terakhir membawa tren baru di dunia industri komunikasi, yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Pada dataran praktis maupun teoritis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa konsekuensi penting. Konvergensi media memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat visual, audio, data, dan sebagainya

Dalam dunia maya, begitu banyak jejaring sosial yang mengalami pertumbuhan begitu pesat diantaranya twitter. Di Indonesia, memang twitter kalah populer dibandingkan dengan facebook yang saat ini sudah mencapai lebih dari 200 juta pengguna di seluruh dunia. Namun keampuhan media ini sudah sangat diuji sebagai pengawal atau pun penyampai pembangunan di belahan bumi era globalisasi ini, salah satunya di Indonesia.

Strategi pembangunan menentukan strategi komunikasi, maka makna komunikasi pembangunan pun bergantung pada modal atau paradigma pembangunan yang dipilih oleh suatu negara. Peranan komunikasi pembangunan berguna menuju suatu sistem sosial dan ekonomi yang diputuskan sebagai kehendak dari suatu bangsa. Komunikasi merupakan dasar dari perubahan sosial, artinya kegiatan komunikasi harus mampu mengantisipasi gerak pembangunan. Proses pembangunan ke depan cenderung akan semakin mengurangi peran pemerintah, seiring semakin besarnya peran masyarakat dan New Media. Karena teknologi komunikasi juga sangat mendukung terciptanya pembangunan suatu bangsa.

Kata Kunci: Media, Twitter, Pembangunan, Globalisasi

Pendahuluan

Dewasa ini relita sudah berlari kencang, mendauhului teori, ini karena peranan komunikasi dan pembangunan. Dalam era globalisasi penyelenggaraan program pembangunan, diperlukan suatu sistem komunikasi agar terjalin komunikasi efektif dan memiliki makna yang mampu mengarahkan pencapaian tujuan pembangunan. Hal itu perlu dilakukan karena proses pembangunan melibatkan belbagai elemen masyarakat. Dimana komunikasi pembangunan selayaknya mengedepankan sikap aspiratif, konsultatif, dan *relationship*. Karena pembangunan tidak akan berjalan dengan optimal tanpa adanya hubungan sinergis antara pelaku dan obyek pembangunan. Apalagi proses pembangunan ke depan cenderung akan semakin mengurangi peran dominan pemerintah—seiring semakin besarnya peran masyarakat dan tentunya media (new media).

Konteks dalam media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan. Pada saat perkembangan teknologi berkembang dengan cepatnya, pastinya banyak sekali produk-produk multimedia yang semakin banyak juga. Seiring dengan berkembang pesatnya media saat ini, tentang beberapa aplikasi new media yang sudah awam digunakan sehari hari sebagai sarana untuk membantu dalam belbagai bidang, seperti; Facebook, YouTube, Twitter, Myspace, dan sebagainya. Dalam konteks ini lebih spesifik membahas pada medium Twitter.

Sejarahnya, Twitter berawal dari sebuah diskusi yang diselenggarakan oleh anggota dewan dari Podcasting perusahaan Odeo. Jack Dorsey memperkenalkan ide Twitter dimana individu bisa menggunakan *short message service* (SMS) layanan untuk berkomunikasi dengan sebuah kelompok kecil. Proyek ini dimulai pada tanggal 21 secara terbuka pada tanggal 15 Juli 2006. Twitter menjadi perusahaan sendiri pada bulan April 2007. Popularitas Twitter mulai meningkat pada tahun 2007 ketika terdapat Festival *South by Southwest* (SXSW). Selama acara tersebut berlangsung, penggunaan Twitter meningkat dari 20.000 kicauan per hari menjadi 60.000. Reaksi di festival itu sangat positif. Pada tanggal 14 September 2010, Twitter mengganti logo dan meluncurkan desain baru dan logo berubah lagi menjadi "Larry the "Bird" pada tanggal 5 Juni 2012. Sudah lebih dari 400.000 kicauan dikirim-tampil (*post*) per kuartal pada tahun 2007. Kemudian berkembang menjadi 100 juta kicauan dikirim-tampil per kuartal pada 2008.

Pada akhir tahun 2009, 2 miliar per kuartal kicauan sudah dikirim-tampil. Pada kuartal pertama tahun 2010, 4 miliar kicauan yang dikirim-tampil. Pada bulan Februari 2010 pengguna Twitter mengirimkan 50 juta per hari. Pada Juni 2010, sekitar 65 juta kicauan yang dikirim-tampil setiap hari, setara dengan sekitar 750 kicauan dikirim setiap detik, menurut Twitter. Di Indonesia, Twitter sangat populer, terlebih lagi, kemudahan yang disediakan oleh telepon seluler yang ada serta aplikasi yang mendukung. Hal ini membuat Indonesia menduduki peringkat ke enam sebagai negara dengan pengguna Twitter terbanyak, meski Amerika masih menjadi negara nomor satu untuk urusan Twitter.

Media baru juga sebagai alat untuk perubahan sosial gerakan sosial media memiliki andil sejarah, dalam menciptakan perubahan dengan kecepatan tinggi. Sejak itu, New Media telah digunakan secara luas oleh gerakan sosial untuk berbagai hal; mendidik, mengatur, berkomunikasi, membangun koalisi, dan banyak lagi. Satu sisi publik memanfaatkan internet untuk menghasilkan globalisasi akar rumput, yang bersifat anti-kemapanan daripada arus modal.

Sesuatu hal tentu saja, beberapa juga skeptis terhadap peran, karakter media baru dalam gerakan sosial. Menggunakan situs web, blog, dan video online untuk menunjukkan efektivitas gerakan itu sendiri. Seiring dengan contoh penggunaan blog volume tinggi telah memungkinkan berbagai pandangan dan praktek menjadi lebih luas dan mendapatkan lebih banyak perhatian publik. Ekspresinya new Media baru-baru ini banyak diminati global spionase masyarakat karena mudah diakses secara elektronik dalam database format dan karena itu dapat dengan cepat diambil dan sebaliknya direkayasa oleh nasional pemerintah. Terutama menarik bagi spionase komunitas Facebook dan Twitter, dua situs di mana orang bebas mengungkapkan informasi pribadi yang kemudian dapat disaring melalui dan diarsipkan untuk penciptaan otomatis dari dokumen pada kedua orang kepentingan dan warga rata-rata.

Kembali pada peran media dalam kehidupan sosial bukan sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi isi dan informasi yang disajikan, mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Isi media massa merupakan konsumsi otak bagi khalayaknya, sehingga apa yang ada di media massa akan mempengaruhi realitas subjektif pelaku interaksi sosial (DeFleur dan Ball-Rokeach, 1989; Curran et. al, 1979).

Gambaran tentang realitas yang dibentuk oleh isi media massa inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai objek sosial. Informasi yang salah dari media massa akan memunculkan gambaran yang salah pula terhadap objek sosial itu. Karenanya media massa dituntut menyampaikan informasi secara akurat dan berkualitas. Kualitas informasi inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian media massa.

Menilik dari besarnya peran new media dalam mempengaruhi pemikiran khalayaknya, tentulah perkembangan media massa di Indonesia pada masa akan datang harus dipikirkan lagi. Apalagi menghadapi globalisasi media massa yang tak terelakan lagi. Globalisasi media massa merupakan proses yang secara *nature* terjadi, sebagaimana jatuhnya sinar matahari, sebagaimana jatuhnya hujan atau meteor. Globalisasi membuat perbedaan yang ada antarnegara dalam dimensi ruang, waktu dan kebudayaan semakin berkurang. Jika, pada era 1970-an sampai akhir abad ke-20 kita lekat dengan istilah amerikanisasi maka memasuki abad ke-21 sampai sekarang istilah tersebut digantikan dengan globalisasi.

Sebagaimana lontaran Gramsci yang terkenal dengan teori hegemoninya mengatakan bahwa untuk melepaskan diri dari cengkeraman budaya asing, diperlukan partisipasi keikutsertaan para intelektual organik kaum intelektual yang harus menyadarkan masyarakat, terutama generasi muda, bukan kaum intelektual tradisional yang justru lebih melegitimasi budaya-budaya asing tersebut (Gramsci dalam Bocock, 2007).

Teori Modernisasi

Teori Modernisasi muncul pada pasca perang dunia kedua, yaitu pada saat Amerika terancam kehilangan lawan dagang sehingga terjadi kejenuhan pasar dalam negeri; dari keterlibatan Amerika inilah negara-negara Eropa yang porak poranda se usai perang mulai bangkit dari keterpurukannya, keterlibatan ini bukan saja banyak ‘menolong’ negara-negara Eropa, tetapi di balik itu justru banyak memberikan keuntungan yang lebih bagi Amerika itu sendiri.

Pada perkembangannya kemudian, keberhasilan pembangunan yang diterapkan pada negara-negara di Eropa ini memberikan pemikiran lanjut untuk melakukan ekspansi pasar ke negara-negara dunia Ketiga, dan banyak memberikan bantuan untuk pembangunannya; dalam kenyataannya, keberhasilan yang pernah diterapkan di Eropa, ternyata banyak mengalami kegagalan di negara-negara dunia Ketiga. Penjelasan tentang kegagalan ini memberikan inspirasi terhadap sarjana-sarjana sosial Amerika, yang kemudian dikelompokkan dalam satu teori besar, dan dikenal sebagai teori Modernisasi (Budiman, dalam: Frank, 1984).

Asumsi dasar dari teori modernisasi mencakup: (1) Bertolak dari dua kutub dikotomis yaitu antara masyarakat modern (masyarakat negara-negara maju) dan masyarakat tradisional (masyarakat negara-negara berkembang); (2) Peranan negara-negara maju sangat dominan dan dianggap positif, yaitu dengan menularkan nilai-nilai modern disamping memberikan bantuan modal dan teknologi. Tekanan kegagalan pembangunan bukan disebabkan oleh faktor-faktor eksternal melainkan internal; (3) Resep pembangunan yang ditawarkan bisa berlaku untuk siapa, kapan dan dimana saja (Budiman, dalam: Frank, 1984).

Satu hal yang menonjol dari teori modernisasi ini adalah, modernisasi seolah-olah tidak memberikan celah terhadap unsur luar yang dianggap modern sebagai sumber kegagalan, namun lebih menekankan sebagai akibat dari dalam masyarakat itu sendiri. Asumsi ini ternyata banyak menimbulkan komentar dari berbagai pihak, terutama dari kelompok pendukung teori dependensi, sehingga timbul paradigma baru yang dikenal sebagai teori Modernisasi Baru (Suwarsono-So, 1991).

Teori Media Baru

Pada tahun 1990, Mark Poster meluncurkan buku besar, *The Second Media Age*, yang menandai periode baru dimana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya dunia maya akan mengubah masyarakat. Gagasan tentang era media kedua yang sebenarnya telah dikembangkan sejak tahun 1980-an hingga saat ini menandai perubahan yang penting dalam teori media.

Kekuatan media dalam dan dari media itu sendiri kembali menjadi fokus, termasuk sebuah minat baru dalam karakteristik penyebaran dan penyiaran media. Era media yang pertama digambarkan oleh sentralisasi produksi; komunikasi satu arah; kendali situasi untuk sebagian besar; reproduksi stratifikasi sosial dan perbedaan melalui media; audiens massa yang terpecah; dan pembentukan kesadaran sosial. Era media kedua dapat digambarkan sebagai desentralisasi; dua arah; di luar kendali situasi; demokratisasi; mengangkat kesadaran individu; dan orientasi individu.

Pendekatan interaksi sosial membedakan media menurut seberapa dekat media dengan model interaksi tatap muka. Bentuk media penyiaran yang lama, dikatakan lebih menekankan pada penyebaran informasi yang mengurangi peluang adanya interaksi.

Media dianggap sebagai media informasional dan karenanya menjadi mediasi realitas bagi konsumen. Media baru lebih interaktif dan menciptakan sebuah pemahaman baru tentang komunikasi pribadi. Pendukung pandangan yang paling terkemuka adalah Pierre Levy yang menulis buku berjudul *Cyberculture*. Levy memandang *World Wide Web* sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis, yang memungkinkan, manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

Dunia maya memberikan tempat pertemuan semu yang memperluas dunia sosial, menciptakan peluang pengetahuan baru, dan menyediakan tempat untuk berbagai pandangan secara luas. Media baru tidak seperti interaksi tatap muka, tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa kita kembali pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan oleh media sebelumnya. Salah satu nilai besar dalam media baru, tetapi perbedaan juga dapat menyebabkan adanya perpecahan dan pemisahan.

Pendekatan integrasi sosial menggambarkan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual, atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat.

Menurut Praktiko (1979: 36) dewasa ini kemajuan teknologi informasi yang menuju kearah globalisasi komunikasi dirasakan cenderung berpengaruh langsung terhadap tingkat peradaban masyarakat dan bangsa. Semua menyadari bahwa perkembangan teknologi informasi akhir-akhir ini bergerak sangat pesat dan telah menimbulkan dampak positif maupun negatif terhadap tata kehidupan masyarakat di

berbagai negara. Kemajuan bidang informasi membawa kita memasuki abad revolusi komunikasi. Bahkan ada yang menyebutnya sebagai “Ledakan Komunikasi” (Subrata, 1992). Apabila globalisasi diartikan sebagai perkembangan kebudayaan manusia, maka globalisasi informasi dan komunikasi yang muncul karena perkembangan teknologi komunikasi, diartikan sebagai teknologi elektronika yang mampu mendukung percepatan dan meningkatkan kualitas informasi ini tidak mungkin lagi di dibatasi oleh ruang dan waktu (Wahyudi, 1990).

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui media massa yang semakin banyak berkembang memungkinkan informasi menyebar dengan mudah di masyarakat. Informasi dalam bentuk apapun dapat disebarluaskan dengan mudah dan cepat sehingga mempengaruhi cara pandang, gaya hidup, serta budaya suatu bangsa. Arus informasi yang cepat menyebabkan kita tidak mampu untuk menyaring pesan yang datang. Akibatnya tanpa sadar informasi tersebut sedikit demi sedikit telah mempengaruhi pola tingkah laku dan budaya dalam masyarakat. Kebudayaan yang sudah lama ada dan menjadi tolak ukur masyarakat dalam berperilaku kini hampir hilang dan lepas dari perhatian masyarakat. Akibatnya, semakin lama perubahan-perubahan sosial di masyarakat mulai terangkat ke permukaan.

Pengaruh media terhadap masyarakat telah menumbuhkan pembaharuan-pembaharuan yang cepat dalam masyarakat. Pembaharuan yang berwujud perubahan ada yang ke arah negatif dan ada yang ke arah positif. Pengaruh media tersebut berkaitan dengan aspek-aspek lain seperti sifat komunikator, isi/informasi dari media itu sendiri, serta tanggapan dari masyarakat. Sadar atau tidak sadar masyarakat sering dipengaruhi oleh media massa, misalnya media membujuk untuk menggunakan suatu

produk tertentu ataupun secara tidak langsung membujuk untuk mendukung ideologi politik tertentu maupun partai tertentu. Sehubungan dengan hal tersebut, ada beberapa teori kontemporer yang berkaitan dengan pengaruh komunikasi massa yang digolongkan dalam empat bagian, yaitu:

1. Teori perbedaan Individu. Menurut teori ini terdapat kecenderungan baru dalam pembentukan watak seseorang melalui proses belajar. Adanya perbedaan pola pikir dan motivasi didasarkan pada pengalaman belajar. Perbedaan individu disebabkan karena perbedaan lingkungan yang menghasilkan perbedaan pandangan dalam menghadapi sesuatu. Lingkungan akan mempengaruhi sikap, nilai-nilai serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka dalam menanggapi informasi yang datang. Dengan demikian pengaruh media terhadap individu akan berbeda-beda satu sama lain.
2. Teori Penggolongan Sosial. Penggolongan sosial lebih didasarkan pada tingkat penghasilan, seks, pendidikan, tempat tinggal maupun agama. Dalam teori ini dikatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang cenderung sama akan membentuk sikap-sikap yang sama dalam menghadapi stimuli tertentu. Persamaan ini berpengaruh terhadap tanggapan mereka dalam menerima pesan yang disampaikan media massa.
3. Teori Hubungan Sosial. Menurut teori ini kebanyakan masyarakat menerima pesan yang disampaikan media banyak di peroleh melalui hubungan atau kontak dengan orang lain dari pada menerima langsung dari media massa. Dalam hal ini hubungan antar pribadi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penyampaian informasi oleh media.

4. Teori Norma-Norma Budaya. Teori ini menganggap bahwa pesan/informasi yang disampaikan oleh media massa dengan cara-cara tertentu dapat menimbulkan tafsiran yang berbeda-beda oleh masyarakat sesuai dengan budayanya. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa media mempengaruhi sikap individu tersebut. Ada beberapa cara yang ditempuh oleh media massa dalam mempengaruhi norma-norma budaya. Pertama, informasi yang disampaikan dapat memperkuat pola-pola budaya yang berlaku serta meyakinkan masyarakat bahwa budaya tersebut masih berlaku dan harus dipatuhi. Kedua, media massa dapat menciptakan budaya-budaya baru yang dapat melengkapi atau menyempurnakan budaya lama yang tidak bertentangan. Ketiga, media massa dapat merubah norma-norma budaya yang telah ada dan berlaku sejak lama serta mengubah perilaku masyarakat itu sendiri.

Perubahan sosial merupakan gejala berubahnya struktur sosial dan pola budaya dalam suatu masyarakat dan merupakan gejala umum yang terjadi sepanjang masa dalam setiap masyarakat. Perubahan sosial di masyarakat meliputi beberapa orientasi, antara lain; (1) perubahan dengan orientasi pada upaya meninggalkan faktor-faktor atau unsur-unsur kehidupan sosial yang mesti ditinggalkan atau diubah, (2) perubahan dengan orientasi pada suatu bentuk atau unsur yang memang bentuk atau unsur baru, (3) suatu perubahan yang berorientasi pada bentuk, unsur, atau nilai yang telah eksis atau ada pada masa lampau. Dalam memantapkan orientasi suatu proses perubahan, ada beberapa faktor yang memberikan kekuatan pada orientasi perubahan tersebut, antara lain adalah sebagai berikut: (1) sikap, dalam hal ini baik skala individu maupun skala kelompok yang mampu menghargai karya pihak lain, tanpa dilihat dari skala besar atau kecilnya produktivitas kerja itu sendiri, (2) adanya kemampuan untuk mentolerir

sejumlah penyimpangan dari bentuk-bentuk atau unsur-unsur rutinitas, sebab pada hakekatnya salah satu pendorong perubahan adanya individu-individu yang menyimpang dari hal-hal yang rutin, makhluk yang suka menyimpang dari unsur-unsur rutinitas, (3) mengokohkan suatu kebiasaan atau sikap mental yang mampu memberikan penghargaan (*reward*) kepada pihak lain (individual, kelompok) yang berprestasi dalam berinovasi, baik dalam bidang sosial, ekonomi, dan iptek, (4) tersedianya fasilitas dan pelayanan pendidikan dan pelatihan yang memiliki spesifikasi dan kualifikasi progresif, demokratis, dan terbuka bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Suatu proses perubahan sosial tidak selalu berorientasi pada kemajuan semata. Tidak menutup kemungkinan bahwa proses perubahan sosial juga mengarah pada kemunduran atau mungkin mengarah pada suatu degradasi pada sejumlah aspek atau nilai kehidupan dalam masyarakat yang bersangkutan. Suatu kemunduran dan degradasi (luntur atau berkurangnya suatu derajat atau kualifikasi bentuk-bentuk atau nilai-nilai dalam masyarakat), tidak hanya satu arah atau orientasi perubahan secara linier, tetapi juga memiliki dampak sampingan dari keberhasilan suatu proses perubahan.

Twitter: Membangun Media Pembangun Revolusioner

Konsep pembangunan biasanya melekat dalam konteks kajian suatu perubahan, pembangunan disini diartikan sebagai bentuk perubahan yang sifatnya direncanakan; setiap orang atau kelompok orang tentu akan mengharapkan perubahan yang mempunyai bentuk lebih baik bahkan sempurna dari keadaan yang sebelumnya; untuk mewujudkan harapan ini tentu harus memerlukan suatu perencanaan. Perubahan yang dikehendaki atau direncanakan merupakan perubahan yang diperkirakan atau yang telah

direncanakan terlebih dahulu oleh pihak-pihak yang hendak mengadakan perubahan di dalam masyarakat (Soemardjan-Soemardi, 1974).

Masyarakat Indonesia, tidak terlepas dari fenomena pembangunan, keanekaragaman, etnik, ras, kelompok, dan agama dengan bentuk tingkat kehidupan yang berbeda dalam masyarakat ini secara langsung maupun tidak langsung, akan mendorong timbulnya perubahan dalam masyarakat sendiri atau menurut orientasinya ke luar masyarakat. Kurangnya komunikasi yang terjadi antara para penentu kebijakan dengan rakyat kebanyakan, menyebabkan model atau bentuk pembangunan yang diterapkan lebih memperlihatkan suatu model *top-down planning* yang menurut satu kondisi dianggap lebih baik, namun dari sisi yang lain memberikan dampak yang kurang diharapkan; sejauh perkembangan masyarakat yang ada, ternyata sisi ke dua inilah yang dirasakan lebih memperlihatkan substansinya dalam masyarakat Indonesia ini.

Secara umum, pembangunan diartikan sebagai usaha untuk memajukan kehidupan masyarakat dan warganya; sering kali, kemajuan yang dimaksudkan terutama adalah kemajuan material. Maka, pembangunan seringkali diartikan sebagai kemajuan yang dicapai oleh satu masyarakat di bidang ekonomi; bahkan dalam beberapa situasi yang sangat umum pembangunan diartikan sebagai suatu bentuk kehidupan yang kurang diharapkan bagi 'sebagian orang tersingkir' dan sebagai ideologi politik yang memberikan keabsahan bagi pemerintah yang berkuasa untuk membatasi orang-orang yang mengkritiknya (Budiman, 1995).

Pembangunan sebenarnya meliputi dua unsur pokok; pertama, masalah materi yang mau dihasilkan dan dibagi. Kedua, masalah manusia yang menjadi pengambil inisiatif, yang menjadi manusia pembangun. Bagaimanapun juga, pembangunan pada

akhirnya harus ditujukan pada pembangunan manusia; manusia yang dibangun adalah manusia yang kreatif, dan untuk bisa kreatif ini manusia harus merasa bahagia, aman, dan bebas dari rasa takut.

Pembangunan tidak hanya berurusan dengan produksi dan distribusi barang-barang material; pembangunan harus menciptakan kondisi-kondisi manusia bisa mengembangkan kreatifitasnya (Budiman, 1995). Pembangunan pada hakekatnya adalah suatu proses transformasi masyarakat dari suatu keadaan pada keadaan yang lain yang makin mendekati tata masyarakat yang dicitacitakan; dalam proses transformasi itu ada dua hal yang perlu diperhatikan, yaitu keberlanjutan (*continuity*) dan perubahan (*change*), tarikan antara keduanya menimbulkan dinamika dalam perkembangan masyarakat (Djojonegoro, 1996).

Komunikasi pembangunan dan media bias dilihat dari salah satu kunci keberhasilan dari sebuah lembaga, organisasi atau perusahaan adalah bagaimana mengetahui apa yang menjadi keinginan dari publik. Dengan mengetahui keinginan dari luar/publik, maka sebuah lembaga dapat memuaskan masyarakat sehingga akan terciptalah kepercayaan dan loyalitas.

Kini hidup di dunia globalisasi dan dunia tanpa batas. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pengguna Internet, baik di Indonesia maupun di dunia. Meningkatnya pengguna internet, juga sejalan dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial yang ada. Saat ini, Indonesia termasuk ke dalam tiga besar dunia pengguna facebook (di bawah Amerika dan India) serta termasuk ke dalam sepuluh besar pengguna twitter, sekitar 15 % pengguna twitter berasal dari Indonesia. Tidak heran, jika *hot issue* yang terjadi di Indonesia saat ini menjadi *trending topics* di twitter.

Bagaimana peranan media sosial sendiri dalam perkembangan? Peranannya jelas sangat besar. Jika kita menilik pengguna internet dan media sosial yang ada, tentunya peranan media sosial sendiri tidaklah kecil. Salah satu peranannya adalah mampu mendongkrak bisnis yang ada melalui peningkatan citra di media sosial. Dimana citra itu sendiri adalah merupakan salah satu hal yang harus dilakukan. Maka peranan media sosial cukuplah tinggi, hal ini karena media sosial mampu membangun komunitas dan loyalitas publik, dapat memonitor pembicaraan tentang citra ataupun nama lembaga, mengidentifikasi pelanggan sosial dan yang pasti adalah mampu mendekatkan komunikasi dan hubungan antara lembaga dan publik. Publik akan sangat mudah memperoleh informasi yang didapatkan dari lembaga, begitu pula sebaliknya. Lembaga dapat menerima kritik maupun saran dari para konsumen secara interaktif dengan menggunakan media sosial.

Kesimpulan

Perubahan sosial budaya dalam bidang komunikasi di era globalisasi memberikan dampak yang tak sedikit di masyarakat, baik itu dampak positif maupun negatif. Tetapi tentunya dampak negatif tersebut dapat ditanggulangi dan bahkan dicegah agar tidak terjadi. Banyak solusi atau jalan keluar untuk menanganinya tanpa merugikan manusia ataupun masyarakat.

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan media sosial, komunikasi media sosial adalah komunikasi yang bersifat liar, artinya komunikasi dari publik tidak selalu bersifat positif, terkadang bisa negatif, jadi perusahaan harus mampu menangani hal ini dengan baik. Media sosial diunakan untuk konsep jangka panjang,

bukan sekali aksi selesai, jadi bersifat berkesinambungan. Pemanfaatan media sosial harus terintegrasi dengan media konvensional lainnya, karena biar bagaimanapun baiknya media sosial, namun belum bisa menggantikan secara keseluruhan media konvensional.

Media sosial bukan hanya sekedar teknologi, tapi lebih kepada strategi. Bagaimana pemerintah/organisasi mampu meningkatkan hubungannya dengan publik itu akan menjadi tujuan utama dari pemanfaatan media sosial. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak hubungan publik maupun mendongkrak kinerja organisasi. Namun efektivitas pemanfaatan tergantung pada bagaimana organisasi menggunakannya. Dan Twitter sebagai anak new media memfasilitasi, tinggal bagaimana kita menggunakannya, sebagaimana ditangan Anda.

Daftar Pustaka

- Bocock, Robert. 2007. *Hegemoni*. Terj. Ikramullah Mahyuddin. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Briggs, Asa dan Peter Burke. 2006. *A Social History of the Media*. Terj. A. Rahman Zainuddin. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Budiman, Arif (terj.) Frank, Andre Gunder. (1984). *Sosiologi Pembangunan Dan Keterbelakangan Sosiologi*, Jakarta: Pustaka Pulsar.
- DeFleur, Melvin L. and Sandra J. Ball-Rokeach. 1989. *Theories of Mass Communication*, Fifth Edition. New York: Longman.

- Djojonegoro, W. 1996. Lima Puluh Tahun Perkembangan Pendidikan Indonesia, Depdikbud.
- Fakih, Mansour. 2006. *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Cet. 4. Yogyakarta: Insist Press dan Pustaka Pelajar.
- Ferguson, Marjorie. 2002. *The Mythology About Globalization* dalam Denis
- Garna, Yudistira K. 1999. Teori Sosial Dan Pembangunan Indonesia : Suatu Kajian Melalui Diskusi. Bandung: Primaco Academika.
- Koentjaraningrat. 1984. Kebudayaan, Mentalitet dan Pembangunan, Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- McQuail, Denis. 2000. *Mass Communication Theories*, Fourth Edition. London: Sage Publication.
- McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media: The Extension of Man*. London: The MIT Press.
- Morley, David. 2006. *Globalisation and Cultural Imperialism Reconsidered: Old Question in New Guide* dalam James Curran and David Morley (ed.). *Media and Cultural Theory*. New York: Routledge.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Potter, James W. 2001. *Media Literacy*. New Delhi: Sage Publication.
- So, Alvin Y-Suwarsono. 1991. Perubahan Sosial Dan Pembangunan Di Indonesia, TeoriTeori Modernisasi, Dependensi, Dan Sistem Dunia; Jakarta: LP3ES.

Straubhaar, Joseph D; Robert LaRose and Lucinda Davenport. 2009. *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. Belmont: Wadsworth.

Tomlinson, John. 2002. *The Discourse of Cultural Imperialism* dalam Denis

Salim, Agus. 2002. *Perubahan Sosial: Sketsa Teori dan Metodologi Kasus Indonesia*. PT. Tiara Wacana: Yogyakarta

Susanto Sunario, Astrid. S. 1993. *Globalisasi dan Komunikasi*. Cetakan Pertama. Sinar Harapan: Jakarta.