

Media Sosial: Sarana Pewartaan Iman Di Era Milenial

Marius Goo¹, Elisabet Hagisimijau

STK Touye Paapaa Deiyai Keuskupan Timika

¹goomabipai99@gmail.com

ABSTRAK

Pewahyuan Allah selalu membutuhkan tanggapan manusia yang disebut dengan iman. Perkembangan iman selalu diperhadapkan dengan konteks real. Iman di era milenial harus menjadi perhatian khusus kaum beriman agar tidak dihipnotis oleh perkembangan media sosial. Media sosial mesti menjadi sarana pewartaan iman, bukan sebaliknya. Memahami media sosial dan menjadikan sebagai alat pewartaan iman sangat penting dan mendesak khusus bagi manusia milenial, agar semua orang menjadi anak-anak Allah dan bukan anak-anak setan.

Kata Kunci: Iman, Media Sosial, manusia milenial, Anak Allah

ABSTRACT

God's revelation always requires a human response called faith. The development of faith is always face a real context. Concern for believers so that they are not oppressed by the development of social media. Social media must be a means of preaching faith, not the other way around. Understanding social media and using it as a urgent, especially for millennial people, so that everyone becomes children of God and not children of satan.

Keywords: Faith, Social Media, Millennial human, Children Of God

PENDAHULUAN

Umat beriman (Gereja) mendapat tantangan di era digital.¹ Iman yang dimaksud adalah Allah sebagai Yang Mencipta dan yang diciptakan amat baik adanya (Kej1:1-22). “Amat baik adanya” merupakan satu ungkapan kesempurnaan, kekudusan, ialah Allah membagi kekudusan. Dalam relasi kekudusan, manusia dapat hidup di hadapan Tuhan sebagai anak kesayangan (Ams 8:30). Relasi Bapa-anak, Pencipta-ciptaan makin menuai kondisi “*absurd*”, ketika manusia pertama (Adam dan Hawa) tergoda dan jatuh dalam dosa (Kej 3:6). Pengalaman kejatuhan ini, St. Ireneus melihat manusia terpisah jauh dari Allah “Sumber Kekudusan”, atau hilangnya manusia sebagai “rupa Allah”. Sedangkan St. Thomas Aquinas, gambar Allah tetap ada dalam diri manusia setelah kejatuhan, namun gambar Allah itu telah dirusak oleh dosa dan dipulihkan dalam diri manusia yang menerima Anugerah Ilahi, Yesus Kristus.² Akibat kejatuhan manusia dirasakan hingga saat ini, bahwa manusia “cenderung jatuh dalam dosa”. Salah satu dan sangat terasa adalah *hoaks* yang meraja lelah di media sosial. Bagaimana iman ditumbuhkan di tengah dunia yang penuh *hoaks*? Dapatkah iman bertumbuh subur, ataukah akan dihipnotis oleh dunia digital yang penuh dengan kebohongan.

KAJIAN PUSTAKA

Iman di Tengah Pemberitaan *Hoaks*

Gereja mesti menyadari bahwa dunia kini sedang ada dalam dunia *hoaks*. Dari kesadaran ini akan muncul tindakan penanganan. Rether mengungkapkan pentingnya refleksi dari ilmu teologi tentang konteks mengenai bagaimana berpastoral dalam pembentukan sosial.³ Dalam hidup beragama, secara khusus Gereja menilai, kehadiran media sosial memberikan sumbangsih yang besar sebagai sarana berkatekese.⁴ Dalam banyak kesempatan, para pemimpin Gereja juga memberikan pencerahan tentang pentingnya menjadikan media sosial sebagai sarana pewartaan Kabar Sukacita, kabar kebenaran. Misalnya, pesan Paus Fransiskus pada hari Komunikasi Sedunia ke 52.⁵ Paus mengutip teks (Yoh 8:32) “kebenaran itu akan memerdekakan kamu”, sebagai sebuah perlawanan berita palsu dan *hoaks* sekaligus membangun jurnalisme perdamaian.

Collison berpendapat pentingnya “pewartaan”, atau “Roh Kudus” dan “Kitab Suci” atau “inkarnasi” dalam fokus Gereja membarui dunia.⁶ Collins melanjutkan, bahwa umat manusia, dalam keadaan alamiah sedang teralinesi. Bahwa semua manusia sedang sakit, secara pribadi maupun sosial. Dalam situasi ini, dalam diri Yesus Kristus kita telah diberikan kepastian dari Allah tentang kehidupan sejati. Allah sebagai Kasih, yang Menyertai dan Mencipta tidak membiarkan manusia: dalam situasi apa pun, bahkan Allah menggunakan aneka cara untuk mendekatkan ciptaan-Nya, termasuk juga teori yang dianggap menyesatkan sekalipun, misalnya teori evolusi.⁷

Dari kondisi di mana Allah sebagai Pencipta membagikan kasih-Nya, sekaligus yang menyertai,⁸ apakah Allah alpa dalam dunia digital yang penuh dengan berita *hoaks*? Tentu Allah sebagai Penguasa segala tempat dan zaman tetap hadir, tinggal bersama dan menyertai ciptaan-Nya secara sempurna dari kekal sampai kekal. Bahkan dengan berkembang pesatnya berita *hoaks*, umat beriman diuji bagaimana melawan arus, yakni memberitakan kebenaran Injil Kasih Allah. Sebagaimana dikatakan St. Paulus, di mana dosa bertambah, di sana kasih karunia menjadi berlimpah-limpah (Rom. 5:20). Jadi sebenarnya, dengan bertambahnya berita-berita *hoaks* di era digital masa kini, sekaligus makin nyata pula kebenaran kasih Allah.

¹ Komisi Keteketik KWI, *Hidup Di Era Digital*, (Yogyakarta, Kanisius, 2014), hlm. , 37.

² Anthony A. Hoekama, *Manusia: Ciptaan Menurut Gambar Allah*, (Surabaya: Momentum, 2003), 43- 54.

³ Maxl Stakhouse, *apologia: contextualization, globalization dan mission in teologi education*, (united Steted of America: grand Rapids, Michigan, 1988), 44.

⁴ Komisi Katekese KWI, *Op. Cit.*, 12-13.

⁵ Pesan Paus Fransiskus Pada Hari Kominikasi Sedunia, 24 Januari 2018.

⁶ Maxl Stakhouse, *Op.Cit.*, 45.

⁷ *Bdk.*, Franz Dahler, *Teori Evolusi: Asal dan Tujuan Manusia*, (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 76.

⁸ Nico Syukur Dister, *Teologi Sistematika 2*, *Op.cit.*, 55.

Iman di Tengah Arus Digital

Berdasarkan uraian di atas bahwa dalam badai digital di era milenial ini, iman menjadi ujian. Bahkan iman menjadi makin jelas dan murni, di mana Allah sebagai Pemberi ilham atau Pemberi inspirasi kepada manusia dalam “mengkreasikan atau menciptakan” sesuatu. Buktinya, manusia modern⁹ mampu menciptakan alat-alat canggih. Hanya yang perlu adalah kecanggihan ilmu maupun teknologi apa pun di masa kini umat beriman melihat dari sisi keagungan Allah, kasih Allah yang menyertai budi manusia untuk menciptakan sesuatu, baik ide tentang ilmu teknologimaupun bentuk alat teknologi yang diciptakan.

Di sini menjadi jelas bahwa arus milenial pada era digital ini bukannya menghimpit atau mengaburkan iman, melainkan malah mencerahkan iman. Allah menjadi makin jelas, sebagai Pencipta yang membagikan “daya cipta- Nya” kepada manusia untuk menciptakan hal-hal baru sebagai partisipasi manusia dalam karya penciptaan Allah yang lebih agung. Daya cipta manusia menggambarkan keagungan dan kemahakuasaan Allah sebagai sumber Pencipta. St. Agustinus mengatakan, “*Allah menciptakan semuanya pada masa awal, dan apa yang mengandung biji untuk perkembangan selanjutnya.*”¹⁰ Sejak semula, Allah telah meletakkan dasar-dasar, atau benih untuk bertumbuh dan berkembang, menciptakan dan mengembangkan diri menuju kesempurnaan, sebagaimana Iasempurna adanya (Mat. 5:48).

Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi

Media sosial adalah alat-alat yang terbuat dari mesin-mesin atau benda-benda canggih, modern, didukung oleh ilmu-ilmu pengetahuan sebagai bukti kemajuan dan perkembangan. Kata “*media*” menurut kamus *online* Merriam Webster adalah “suatu saluran atau sistem komunikasi, komunikasi dan informasi.”¹¹ Media sosial menurut McGrew Hill *Dictionary* adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunikasi virtual. Internet merupakan produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Internet dapat memunculkan interaksi sosial yang berbeda dari sebelumnya.¹²

⁹ Istilah ‘*modern*’ berasal dari istilah bahasa Latin akhir abad ke-5, *modernus*, yang digunakan untuk membedakan keadaan orang Kristen dan orang Romawi dari masa pagan yang telah lewat (*bdk.*, Calinescu, 1977; Habermas, 1981). Sesudah itu, istilah *modern* digunakan untuk menempatkan kondisi masa kini dalam hubungan dengan berlalunya zaman purbakala, yang muncul dan muncul kembali, munculnya pencerahan Prancis berbagai konsep berkembang, tentang modernitas sebagai periode khas dan superior dalam sejarah manusia. Dalam hubungannya dengan akal budi, agama dan apresiasi setetik dipahami zaman *modern* sebagai yang lebih maju, lebih baik, memiliki kebenaran yang lebih melimpah daripada zaman kuno (*lih.*, Brian Turner, “Teori-teori Sosiologi: Modernitas-postmodernitas, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), 28-29.

¹⁰ Adolf Heuken, *Manusia: citra Allah atau keturunan kera*, (Jakarta: Cipta Loka Caraka, 2018), 75.

¹¹ Reger, E. Hernandez, *Gallup Youth Survey: Isu dan Tren: Remaja dan Media* ((judul asli, *The Gallup Youth Survey and Trends Teens & the Media*), Bandung, Pakar Raya: 2017), 9.

¹² Siefti Dyah Alyusi, *Media Sosial: interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2018)

Media sosial adalah label bagi teknologi digital yang memungkinkan orang untuk saling berhubung, berinteraksi, memproduksi dan berbagi isi pesan. Media sosial juga merupakan sarana komunikasi, kolaborasi, serta penghubung di antara jaringan orang-orang, masyarakat dan organisasi yang saling terkait dan saling bergantung dan diperkuat oleh kemampuan dan mobilitas teknologi. Media sosial itu sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis *web*. Internet membawa perubahan, di mana sebelumnya berinteraksi secara “*face to face*”, kini berinteraksi di dunia maya tanpa tatap muka, sekaligus jarak yang jauh secara cepat dan meluas. Media sosial adalah *platform* internet yang memungkinkan bagi individu untuk berbagi secara segera dan berkomunikasi secara terus-menerus dengan komunitas yang lebih luas.

Reynaldo Fulgentio mendeskripsikan “internet” sebagai berikut;

*Dengan internet kita bisa melihat integrasi sempurna teknologi, komunikasi dan informasi. Realitas kompleks dan luar biasa seolah-olah bisa masuk ke dalam satu peranti dan kita bisa tersambung atau berkontak secara langsung pada saat yang hampir bersamaan dengan lebih dari satu orang. Di situ ada gambar, film, suara, pemandangan, huruf, pensil, diringkas dalam Screen Computer belasan inch.*¹³

Setiap pengguna media modern mesti menyadari bahwa alat itu diciptakan untuk memudahkan perkembangan. Media sosial disuguhkan kepada manusia untuk mengembangkan komunikasi yang tepat. Media sosial diciptakan untuk memperlancar relasi, membangun jaringan yang menumbuhkan martabat kehidupan. Media sosial merupakan bahasa non-verbal dan menjadi pengantara atau penghubungan antarsubjek berdasarkan objek yang hendak dikerjakan. Internet membuka kemungkinan yang amat luas untuk menjalin relasi dengan orang-orang yang barangkali belum pernah dijumpai secara fisik, entah berupa email, status dalam *facebook* atau *tweeter*, sekaligus tanggapan dan komentar yang menyertainya. Semua dilakukan tanpa harus bertemu dan bertatap muka, orang bisa berelasi secara langsung, tetapi juga bercorak sepiintas dan dangkal.¹⁴

Media sosial memiliki aneka jenis dan aneka tingkatan. Semua jenis media sosial, di setiap tingkatan, mesti bertujuan melayani Tuhan dan manusia. Semua alat mesti dipergunakan untuk kebaikan semua manusia. Media sosial terdiri dari media masa, media cetak dan media elektronik. Media-media ini sebagai sarana penyiaran atau pemberitaan informasi. Penyiaran awalnya dari berkumpul-kumpul atau kumpulan yakni media masa. Selanjutnya beralih pada pemberitaan atau penyiaran dalam bentuk tertulis, cetakan atau melalui media cetak, baik melalui buku-buku, majalah-majalah, pamflet, poster juga koran-koran: entah harian, mingguan entah bulanan. Akhirnya berpuncak pada media elektronik, digital. Manusia yang dinamakan manusia milenial, kini merupakan puncaknya. Zaman milenial mencapai puncak

¹³ Reynaldo Fulgentio Tadelly, S.X., *Merasul Lewat Internet: Kaum Berubah dan Dunia Maya*, (Yogyakarta: Kanisius, 2009), 78.

¹⁴ Komisi Kateketik KWI, *Op.Cit.*, 91.

keahlian.¹⁵ Di mana segala alat digital mulai dari yang kecil hingga ber- *gadget* disediakan, mulai dari yang biasa hingga dengan *android, ipon, smartphonedan mobile* disediakan.

Etika komunikasi seakan tak berdaya menghadapi maraknya kekerasan dalam media. Pornografi, kekerasan naratif, agasivitas, kekerasan virtual, kekerasan simbolik dan kekerasan lembut yang manipulative merajalela tanpa ada struktus kuat yang melawan. Bahkan kekuatan moral, termasuk agama, seperti kehabisan akal untuk menangkalnya. Ketidakpedulian, ketidaktahuan, atau keengganan atau organisasi profesi semakin melemahkan perjuangan etika komunikasi, moralitas dan iman. Untuk menangkisnya, etika komunikasi membutuhkan topangan hukum, deotologi profesi, militansi asosiasi perlindungan pemirsa, dalam wujud penyebaran informasi yang sehat dan benar dan bersifat religius.¹⁶

Hakekat Media Sosial

Perkembangan media sosial (dunia digital) di era milenial telah memberikan dampak yang positif bagi masyarakat dunia.¹⁷ Yakni, menjadikan masyarakat manusia yang melekat teknologi komunikasi dan informasi (*ITC'Literacy*). Dengan kehadiran *World Wide Web* (*www*) mampu memberikan akses langsung atas informasi yang diinginkan pengguna. Holly Paquette dalam penelitiannya (2013) menuliskan, media sosial sebagai “alat pemasaran”. Menurutnya, bagaimana media sosial dapat menghubungkan antara konsumen dan produsen, juga mempromosikan benda-benda perdagangan.¹⁸ Sejalan dengan itu, Mario Raspos (2016) melihat media sosial dari perspetif pemasaran dari tinjauan dan implikasinya.¹⁹ Perspektif dan Implikasi yang dilihat adalah komunikasi, jejaringan, konsumsi, produksi, produser, konsumen, pesan, komentar, dan lainnya, yang berkaitan dengan fungsi dari media sosial itu sendiri. Ayaz Isazadeh mendefinisikan media sosial sebagai terbentuknya masyarakat informasi “*information society*.” Ia mengajak untuk mampu beradaptasi, di mana masyarakat informasi merupakan “lingkungan baru, permainan baru dan perangkat aturan baru.”²⁰

¹⁵ Surjani Wonorahardjo, Kompas, *Op. Cit.*, 21 Agustus 2017.

¹⁶ Haryatmoko, Etika komunikasi: manipulasi media, kekerasan dan pornografi, (Yogyakarta, Kanisius, 2011), 132.

¹⁷ Effy Rusfian & Lestari Nurhajanti, *Political Publications dalam Media Sosial*, (Jakarta: UI-Press, 2015), 101

¹⁸ Holly Paguatte, *Article, Social Media as a Marketing Tool: A Literatur Review*, (University of Rhode Island, 2013), 8.

¹⁹ Mario Raposn, *Article, Social Media Marketing: A Literature Review and Implications*, (University of Beira Interior, 2016), 6.

²⁰ Ayaz Isazadeh, *Article: Information Society: Concepts and Definition*, (University of Tabriz, 2004), 3.

Perkembangan teknologi informasi dalam sepuluh tahun terakhir sangat mencengangkan terutama dengan hadirnya perangkat komunikasi *seluler, media online, online games* dan teknologi *web*. Belum lagi kemunculan aplikasi *social networking* seperti *Facebook, Twitter, MySpace, Blogs*, yang membuat penggunaanya *staying connected* dengan berbagai perangkat komunikasi seperti *Blackberry, iPhone, iPad, PC Tablet*, dan sebagainya. Bagi kalangan anak muda, memiliki perangkat komunikasi seperti di atas lebih banyak sebagai bagian dari *'life style'* dan banyak digunakan hanya untuk merepresentasikan dirinya, meskipun fitur-fitur dalam perangkat komunikasi tersebut masih bisa dieksplorasi lebih dalam dengan fitur beragam.²¹

Asad Ali melakukan penelitian terhadap efek media sosial bagi anak muda. Ia mengatakan “para siswa menggunakan media sosial dengan tujuan pembelajaran, juga hiburan dan penemuan-penemuan baru dalam proses kehidupan mereka.”²² Media Sosial juga menjadi sarana pembelajaran. Brady dkk., (2010) menyampaikan “media sosial itu menyediakan cara-cara edukasi baru yang dapat digunakan oleh siswa untuk meningkatkan ketrampilan belajar.”²³ Sementara, Lusk (2010) berkata “media sosial dapat digunakan untuk tujuan akademis oleh pelajar. Para pelajar belajar kemampuan berkomunikasi dengan menggunakan media sosial.”²⁴ Sedangkan Costin dan Morris (2011) melihatnya media sosial dan para siswa dari “relasi,” yakni antara media sosial dan nilai. Menurut mereka, para siswa memiliki nilai rendah karena menghabiskan banyak waktu di media sosial.²⁵ Internet sebagai media komunikasi, Syafti Dyah Alyusi (2016) mengungkapkan aneka manfaat darinya. Di antaranya “dapat berkomunikasi, memberikan informasi dan menerima informasi.”²⁶

Budaya *cyber (cyberculture)* secara sederhana melihat bagaimana budaya itu berada di ruang *cyber* (perangkatteknologi internet). David Bell memberikan tiga kata kunci berkaitan dengan internet yakni material, simbolik dan pengalaman. *Pertama*, pendekatan material (*material stories*) melihat internet sebagai sebuah perangkat teknologi dilihat dari aspek sejarah. Mulai dari *APPAnet* sebagai embrio internet yang muncul untuk kepentingan militer pada tahun 1969, berlanjut dan merambah ke perguruan tinggi hingga tahunan 1970-an dan mulai masuk ke ruang *public* pada awal abad ke 1980-an hingga masa kini.

²¹ Riana Mardin, Potensi Digital Natives Dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web Di Perguruan Tinggi, JurnalPustakawan Indonesia Volume 11 No. 1, (Jurnal ITB, 2011), 5.

²² Asad Ali, *Effect Of Social Media: A Case Study in University of Sargodha*, (Pakistan: Internasional Journal of Advanced Research, November, 2016).

²³ Brady K., Helcomb & Smith B., *The Use Alternative Sosial Networking Sites in Higher educational settings: A case study of the e-learning benefits of Ning in education*, (Journal of Interactive Online Learning, 2010), 151-170.

²⁴ Lusk B., *Digital Natives and social media behaviors: An Overview*, (The Prevention Resercher, 2010), 3-6.

²⁵ Kalpidou, M., Costin, D., & Morris J., *The Relationship between Facebook dan the well-being of undergraduate college student*, (Cyberpsychology, behavior dan social networking, 2011), 183-187.

²⁶ Syafti Dyah Alyusi, *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), 28-29.

Internet berkembang dari sekedar medium menyampaikan pesan dan menerima pesan, menjadi fasilitas untuk membantu pekerjaan, mencari hiburan, mengisi waktu luang, tempat mencari informasi; serta sarana untuk melakukan transaksi jual-beli. *Kedua*, bersifat simbolik (*symbolic stories*), internet penuh dengan simbol baik berupa *virtual* maupun *non- virtual*, dapat dilihat namun juga hanya dapat dibayangkan. Banyak istilah yang jelaskan secara simbolik. Semua perkembangan simbol itu pun mendukung perkembangan sejarah sekaligus menjadi pengalaman membangun ruang *cyber*. *Ketiga*, pengalaman (*experiential stories*), artinya ruang *cyber* membentuk dan memberikan pola dan arah. *Cyber* memiliki aneka simbol dan perangkat, dengan konsep dan proses-proses perubahan yang terus terjadi di dunia internet.²⁷

Generasi *digital natives* menganggap perangkat komunikasi sebagai bagian integral dari kehidupannya. Sedangkan orang-orang yang tidak lahir pada abad digital tetapi mengadopsi teknologi baru dianggap sebagai *digital natives*, karena ada proses adaptasi pada lingkungan dengan mengadopsi teknologi. Seorang individu yang lahir pada abad digital, tumbuh dan memperoleh pendidikan pada tingkat sekolah dasar dengan perangkat komputer, individu tersebut dianggap sebagai generasi *digital natives*. Mulai dari pendidikan dasar sudah dihadapkan dengan penggunaan komputer, seperti, *kuiz* interaktif *online*, *video games*, *handphone*, internet, *e- mail* dan sebagainya. Sedangkan guru dianggap sebagai generasi *digital immigrants* yang bisa saja keterampilan literasi komputer didapatkan pada masa kuliah atau memasuki dunia kerja. Bila dicari perbandingan, seseorang yang lahir tahun 1970, diprediksi mulai menggunakan komputer pada saat kuliah (setelah usia 17 tahun). Bandingkan dengan seseorang yang lahir pada tahun 1994 dan sesudahnya. Dari ilustrasi tersebut bisa terlihat bagaimana perbedaan individu dari generasi berbeda memperlihatkan perbedaan keterampilan komputer.²⁸

Perkembangan teknologi komunikasi membawa banjir informasi yang belum tentu relevan bagi kehidupan manusia. Peter Sloterdijk mengatakan, “Media ... membicarakan semua hal, namun tidak menjelaskan apa-apa mengenai apa pun”.²⁹ Media menghadirkan apa yang disebut Heidegger sebagai *idle talk* (obrolan kosong)²⁷. Secara sederhana kata “*cyber*” merujuk pada apa yang ada di internet, juga interaksi, komunikasi juga semua yang berkaitan dengan perangkat internet. Ruang *cyber* diatur, dikontrol baik melalui sistem jaringan kabel maupun tanpa kabel (*wireless*), dengan menggunakan perangkat teknologi. Ruang *cyber* berkaitan dengan teknologi internet. (*bdk*, Rulli, Nasrullah, “Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi, (Bandung: Simbiosis Rakatama Media), 76-78.

²⁷ Riana Mardin, *Op.Cit.*, 7.

²⁸ *Ibid*

²⁹ Gunkel dan Taylor, *Heidegger and the Media*, (Cambridge: Polity Press, 2014), 42.

Teknologi komunikasi sebagai sebuah pembicaraan yang belum tentu menyampaikan apa pun yang bermakna.³⁰ Akhirnya, bukan lagi manusia berkomunikasi, melainkan komunikasi yang berkomunikasi dengan komunikasi, sebab pesan telah lepas dari pencetus.³¹ Komunikasi kemudian membentuk sebuah proses mandiri yang dinamis yang bahkan manusia sendiri tidak dapat mengontrolnya.

Kehadiran media sosial memberikan ruang kepada pengguna untuk menyuarakan pikiran dan opininya dalam proses demokrasi. Jadi, media sosial sebenarnya dipahami terciptanya satu ruang demokrasi, di mana di dalamnya semua berpartisipasi. Semua pengguna media sosial memberikan tanggapan atas ideologi atau situasi yang terjadi. Dapat terjadi pergerakan masa dari *online* ke *offline* untuk melakukan kritik terhadap regulasi yang diambil oleh pihak mana pun yang bertentangan dengan nurani. Media sosial menunjukkan betapa kuat untuk mengubah pola-pola tradisional dalam ranah demokrasi³²

Tujuan Media Sosial

Media sosial diciptakan atau diadakan dengan tujuan membangun jalinan bekerjasama, relasi harmoni antarindividu juga antarkelompok seantero dunia. Di sini jelas media sosial adalah sarana. Tujuannya sebagai sarana untuk saling bersatu dan bersaudara. Walaupun demikian, tujuan ini dibelokkan oleh aneka kepentingan dan ketidakmampuan manusia mempergunakannya. Karena itu, moral manusia milenial merosot. Moral merosot karena perkembangan teknologi yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas budi, nilai moral, kebijaksanaan hidup, keberimanan. Perkembangan teknologi memang sangat dibutuhkan dunia dewasa ini untuk saling bersaing di era globalisasi, namun persaingan mesti ke arah positif dan membangun.

Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari internet, terutama dalam proses komunikasi dan penggalan informasi bagi seluruh masyarakat pengguna internet termasuk remaja, terlebih kaum terpelajar. Internet digunakan tidak hanya mencari informasi, melainkan juga mencari dan membangun ilmu pengetahuan. Mencarinya dengan menggunakan *google* atau dengan cara yang lain. Biasanya kaum remaja menggunakan internet untuk mencari teman, *chatting*, kirim *email* dan mencari tugas-tugas kuliah atau tugas sekolah. Di kalangan remaja masa kini aplikasi yang marak-maraknya digunakan adalah *friendster*, *Facebook* dan *Twitter*.³³

³⁰ *Ibid.*, 39.

³¹ Budi Hardiman, Makalah Seminar Dies Natalis STF Driyakara ke-49, 24 Februari 2018, 2..

³² Rulli Nasrullah, *Op.Cit.*, 128-131.

³³ Severin, W. J and Tankard, J.W. *Communication Theoris, methods & Uses in The Mass Media*, (New York: University of Texas at Austin, 2014), 245-258.

Media sosial mempunyai tujuan netral, sarana memberikan atau membagikan informasi. Kemajuan teknologi telah memberikan perubahan yang berarti dari sekedar mengonsumsi dan memproduksi informasi. Media sosial juga memberikan kecepatan informasi di antara komunitas penggemar, istilah yang diperkenalkan Jakins adalah “*the cosmopedia*”. Istilah ini dari Pierre Levy tentang kesadaran “*knowledge space*”,³⁴ yakni kesadaran manusia milenial yang cepat dan cekatan untuk menanggapi perubahan.

Media Sosial Sebagai Sarana Penemuan diri

Salah satu fenomena penting proses globalisasi telah melahirkan generasi *gadget*, istilah yang digunakan untuk menandai munculnya generasi millennial.³⁵ *Gadget* sebenarnya lebih pas diartikan dengan peralatan, sehingga generasi *gadget* dimaksudkan dengan generasi yang dalam kehidupannya selalu bersinggungan dengan peralatan yang mengandung unsur teknologi informasi. Jadi seolah-olah berbagai peralatan tersebut telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan mereka. Seolah-olah berbagai alat *high-technology* telah menjadi bagian penting dalam kehidupannya.³⁶

Melalui media sosial yang sedang berkembang, manusia milenial yang bijak mengambil manfaat yang besar, bahwa mereka menemukan siapa dirinya. Dirinya bertumbuh dan berkembang seiring berkembangnya mediasosial, sekaligus tidak terhempas oleh badai perubahan. Media mestinya dipergunakan untuk menemukan kemanusiaan, mengembangkan kemampuan-kemampuan yang menjadi kodrat. Media ada untuk mengabdikan kehidupan, baik pribadi maupun sesamanya.

Media Sosial menjadi Alat Pengalienasian Diri

Media sosial pada satu sisi penemuan diri, pada sisi lain pengalienasian diri. Yang dimaksud dengan pengalienasian diri adalah dengan hadirnya media sosial ia menjadi budak bagi media sosial. Media sosial membawa pengguna ke mana diinginkannya dan mengaturnya seperti robot-robot dalam sistem media sosial sendiri, sehingga seluruh hidup bergantung pada media sosial. Menjadi manusia yang “keenakan” dengan media sosial. Dirinya merasa hidup tak bermakna jika tidak memiliki *gadget* dan *gadget* menjadi satu-satunya memberi kepuasan dan kebahagiaan bagi hidup. Jika tidak memiliki *gadget* hidupnya tidak merasa bahagia. Bagian ini akan dibahas juga di bagian selanjutnya. Kehadiran media sosial pun dinilai sebagai suatu pengalienasian, di mana media baru menciptakan sebuah duniabar, dunia *virtual* yang makin menjauh dari realitas.³⁷

³⁴ Henry Jenkins, *Convergence Culture*, (New York: New York University Press, 2006), 136.

³⁵ Heru Dwi Wahana, Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial Dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu, *Jurnal Ketahanan Nasional*: April 2015, (Jakarta: Studi Di SMA Negeri 39, Cijantung, 2015), 15.

³⁶ Zuhaili, *Visi Iptek Memasuki Milenium III*, (Jakarta: Penerbit UI-Press, 2000), 51.

³⁷ D., Bell, *An Introduction to Cybercultures*, (New York: Routledge, 2001), 79.

Media Sosial: Kutuk atau Berkat

Media sosial digunakan oleh manusia dengan maksud dan alasan yang berbeda-beda. Dalam persaingan hegemoni, biasanya mereka yang memiliki kekuasaan, power tertinggi memegang kendali. Dalam persaingan ideologi, kaum berkuasa menggunakan media sosial untuk memenangkan ideologi, atau partai. Dalam berinteraksi di media sosial, bahasa memegang kunci, juga simbol, kelogisan. Melalui media sosial para pengguna berjuang untuk menyampaikan idenya masing-masing entah dari sudut ideologi, budaya, politik entah identitas diri maupun kelompok.³⁸ Dalam informasi yang dibangun, sekaligus dikembangkan, media sosial di satu sisi sebagai kutukan, yakni ketika media sosial salah dipahami dan sekaligus dipergunakannya secara salah, di sisi lain menjadi berkat jika ditangkap eksistensinya sekaligus dipergunakan secara benar.

Media Sosial menjadi Kutukan

Secara eksistensial media sosial selalu netral. Ia hadir sebagaimana adanya. Tidak memihak dan tidak berpihak pada apa pun. Kehadirannya tidak paradoks. Akan menjadi paradoks ketika manusia mengalami dan merasakan dampak-dampak dari penggunaan. Manusia menilai media sosial dari penggunaan dan bukan keberadaan. Media sosial sebagai kutukan bukan karena kelihatannya, melainkan penilaian atas penggunaan.

Media sosial dikatakan kutukan karena ada saja dampak buruk atau negatif dengan kehadiran. Media sosial menjadi buruk atau negatif karena penggunaan yang salah oleh konsumen. Sikap-sikap pengguna yang menunjukkan penggunaan media secara negatif di antaranya: teralienasi, terkontaminasi dan menjadi media untuk menyebarkan hoaks dan kebencian.

Pertama, teralienasi: yang dimaksud dengan teralienasi adalah di mana manusia milenial terbawa arus oleh media sosial. Seolah-olah hidup itu ada karena media sosial dan hidup untuk media sosial. Sikap itu terbukti ketika para pengguna menggunakan semua aplikasi dari media sosial online: *whatsApp*, *facebook*, *massanger*, *twitter*, *flog*, *game*, *youtube*, *line*, *google*, *wiki*, *dll*. Semua waktu habis untuk menulis di media sosial baik pesan singkat maupun artikel panjang, juga membaca pesan-pesan dari semua aplikasi *online*, sehingga tiada waktu untuk memikirkan atau mengerjakan apa yang diluar dari media sosial “*gadget*”.

Kedua, terkontaminasi: yang dimaksud dengan terkontaminasi hampir sama pengertian dengan teralienasi, namun istilah terkontaminasi lebih radikal. Radikalnya ialah media sosial menjadi segala-galanya. Seolah-olah tanpa media sosial tidak ada kehidupan “*no social media, no life*.” Media sosial mendarah daging dan menguasai segenap diri, “hidup hanya untuk dan demi media sosial.”

³⁸ Mahmoud Eid & Aliaa Darkoury, *Basics in Communication and Media Studies*, (Prancis: University of Ottawa, 2012), 19-20.

Ketiga, media sosial menjadi alat menyebarkan *hoaks*: praktek ini dapat ditemukan secara langsung lewat pemberitaan informasi yang disebarkan. Banyak informasi kebencian dan *hoaks* yang disebarkan untuk memenuhi kepentingan pribadi atau golongan tertentu. Praktek hegemoni, siapa berkuasa atau kuat merekalah yang menang dipreaktekan hampir di semua bidang kehidupan, bahkan kehidupan beragama. Demi membela agama, *hoaks* disebarkan dalam fitnah dan kebencian.

Kekerasan dengan mudah di media sosial, di situs-situs internet, baik yang terang-terangan maupun yang ditutupi. Ada situs atau forum dibuat dengan objek utama diskusi adalah kekerasan. Berbagai hal tentang kekerasan dan kejahatan, misalnya: pornografi (seks), fanatisme agama, berbagai macam obat-obatan terlarang, perang dan gencatan senjata disebarluaskan dan dikonsumsi oleh masyarakat milenial dewasa ini.³⁹ Internet berfungsi dan berhasil menggantikan interaksi yang tidak bisa dilakukan dalam keseharian atau melengkapinya danterungkap dengan penuh vitalitas, terutama dalam hal kekerasan.⁴⁰

Kekerasan yang ditemukan dalam keseharian dilengkapi atau disempurnakan di internet. Semuanya terlaksana dalam kesadaran, penuh dengan rasionalisasi dan optimalisasi kekerasan riil melalui pemindahan ke lingkup *cyber*. Kekerasan menjadi semakin menarik karena terlindung dari dunia normal, dari hukum yang mengatur secara bersama. Kekerasan berlangsung dalam kerahasiaan “dengan menggunakan profil samaran”. Demi kekerasan dan *hoaks* menyamar dan ditampilkan segala informasi dengan semauanya.⁴¹

Media sering menyebarkan berita tentang kekerasan. Kekerasan terkait salah satunya ialah kekerasan simbolik. Kekerasan simbolik ini mempengaruhi psikologi anak dan orang dewasa kurang mampu menanganinya. Faktor-faktor yang menyebabkan di antaranya: *pertama*, ketidaktahuan orang dewasa akan budaya orang muda. Orang dewasa tidak mengetahui berapa waktu yang dihabiskan orang muda untuk main *gadget*, sejauh mana afeksi terpengaruh, apa selera dan pengetahuan yang dimiliki. Tercipta jurang budaya dan generasi media. *Kedua*, ada keyakinan kuat bahwa kehadiran orang dewasa bisa memperbaiki situasi, padahal sering sudah terlembat. Artinya, walaupun sudah diketahuai bahwa media banyak menyebarkan unsur kekerasan namun kaum dewasa tidak mengontrol dalam penggunaan media. *Ketiga*, faktor ideologi (secara ideologis), pembatasan pemakaian media sosial dianggap sebagai reaksioner. *Keempat*, kesulitan pendampingan karena ketidakmampuan orang dewasa (dalam hal waktu, pengetahuan dan metode). Hal ini menjelaskan adanya semacam bentuk pengunduran diri orangtua atau pendidik dari tanggung jawab pendidikan terhadap anak.⁴²

³⁹ Michel Moatti, *Internet, refuge d'une violence virtuelle?*, dans: Pascal Ladellier, *Violences Mediatiques*, (Paris: L'Harmattan, 2003), 189.

⁴⁰ *Ibid.*, 192.

⁴¹ Haryatmoko, *Op.Cit.*, 132.

⁴² Sophie Jehel, *Faut-il renforcer la protection de l'enfance dans les medias?*, dans: Pascal Lardellier, *Violences Mediatiques*, (Paris:L'Harmattan, 2003), 109.

Kekerasan simbolik paling sulit diatasi daripada kekerasan nyata karena tidak tampak. Kekerasan simbolik di media sosial beroperasi dan terlaksana melalui iklan. Prinsip simbolik dalam iklan diketahui dan diterima, baik oleh yang menguasai maupun yang dikuasai. Prinsipnya berupa bahasa, cara berpikir dan cara bertindak. Iklan dinilai kekerasan karena menjebak individu dengan menentukan cara melihat, merasakan, berpikir dan bertindak.⁴³

Media Sosial Sebagai Berkat

Media sosial tidak pertama-tama sebagai berkat, karena kehadirannya selalu netral. Kehadirannya di tengah-tengah bukan sebagai kutuk, bukan juga untuk berkat. Media ada sebagai media, sebagai alat dengan segala macam perangkat dan unsur-unsur yang terkandung di dalamnya untuk menjalankan fungsi sebagai media. Media dapat dimaknai dan dinilai setelah media diketahui karena digunakan.

Pertama, media sosial sebagai alat pembelajaran: media sebagai alat pembelajaran artinya media sosial menyediakan aneka informasi baru dan aktual dari seluruh belahan dunia dengan bahasa dan gayanya masing-masing. Informasi-informasi yang dibagikan dapat menjadi pengetahuan dan dapat dipelajari oleh pengguna internet sekaligus sebagai media untuk mengembangkan diri, baik kepribadian maupun intelektual, sekaligus mengenal dunia lain dan dapat berelasi dengan sesama manusia secara bebas dan tanpa terikat. Media sosial menyediakan informasi-informasi dan membantu manusia untuk menemukan apa yang diperlukan. Informasi atau pengetahuan yang disediakan tentu tidak utuh, namun terbantu untuk proses pembelajaran pengembangan diri.

Kedua, media sosial sebagai alatewartakan cinta kasih Allah, artinya media sosial memudahkan para pengguna (kaum beriman) untukewartakan cinta kasih Allah. Ketika digali lebih jauh, media sosial merupakan cinta kasih Allah sendiri. Allah menyediakan media sosial untuk mengkomunikasikan diri-Nya, nanti akan dikaitkan dengan “inkarnasi.” Media sosial sebagai alat untuk menunjukkan Allah, siapa diri-Nya kepada orang-orang yang belum mengenal dan kurang mengimani-Nya, tentu dengan pewartaan bahasa manusia oleh para pengguna media sosial yangewartakan Allah. Bagian ini akan dibahas dalam bab berikut.

Ketiga, media sosial sebagai sarana bukan tujuan, artinya media sosial hanyalah sarana. Alat yang disediakan untukewartakan sekaligus menggapai satu tujuan. Tujuan yang dimaksud adalah tujuan hidup manusia. Yakni menggapai kehendak Allah Pencipta. Media itu dipergunakan untuk membawa diri dan sesama kepada Allah, bukan semata-mata bagi media itu sendiri. Tentang media sebagai sarana akan dibahas pada bagian selanjutnya.

⁴³ Benoit Heilbrunn, “*La douce violence des marques?*”, dans: Pascal Lardellier, *Violence Mediatiques*”, (Paris: L’Harmattan, 2003), 225.

Menjamurnya sarana komunikasi, terbentuk pula sistem media yang beragam dan kompetitif. Media komunikasi ini pun mempengaruhi sistem politik. Sistem media komunikasi politik ditandai oleh: *pertama*, kelahiran berbagai bentuk jurnalistik, dari berita sekilas sampai pada bulletin 24 jam, dari *infotainment*, *talk-shows*, *top-news* sampai pada aneka berita.⁴⁴ *Kedua*, teknologi media sosial memungkinkan tersedianya setiap saat berita baru melalui sistem penyebaran internet dan sumber informasi lainnya. *Ketiga*, sistem komunikasi, organisasi, dan aliran komunikasi massa tidak lagi didefinisikan oleh batas-batas. Media sosial memang satu berkat, bahwa media itu ada untuk mengantarkan manusia mengenal dan mengetahui dunia lain, untuk kebesaran dan kemuliaan Allah, menemukan bahwa Allah itu berbelas kasih dan tertampak dalam ciptaan-Nya yang agung. Kemuliaan Allah ditemukan dalam media sosial sejauh yang termuat dan ditemukan juga yang tidak dimuat dalam media sosial, atau dimuat namun tidak dilihat. Bahwa media sosial merupakan media pengkomunikasian diri-Nya, “inkarnasi” dengan kehendak-Nya supaya Allah dapat diperkenalkan dan dikenal melalui media dan sekaligus diwartakan kasih-Nya, sehingga media sosial menjadi berkat Allah bagi manusia. Paus Fransiskus berpesan untuk mengembangkan berita benar, sebab kebenaran akan memerdekakan dan sekaligus melawan *hoaks* yang berkembang di media sosial di masa ini.⁴⁵

PENUTUP

Di era digital, kaum beriman mendapat tantangan yang serius berkaitan dengan perkembangan media sosial yang tak terbendung. Dunia makin hari menjadi makin lain. Harkat dan martabat manusia pun makin menjadi tak bernilai. Beriman kepada Allah pun mendapat tantangan yang sangat serius. Apakah media sosial akan menjadi sarana pengalienasi untuk menemukan kemanusiaan, juga Allah yang diimani, atau sebaliknya menjadi sarana penemunya diri dan Allah? pertanyaan ini tetap menjadi relevan sepanjang memiliki dan menggunakan media sosial. Harapan dari tulisan ini adalah menggunakan media sosial sebagai sarana pewartaan iman: menemukan diri secara otentik dan Allah yang menciptakan, sehingga semua manusia menjadi anak-anak Allah.

⁴⁴ Jay. G. Blumler, “*Rethinking the study of political communication*, dalam: *Mass media and society*, Londong: Arnold, 2000), 156.

⁴⁵ Pesan Paus Fransiskus pada hari komunikasi sedunia, 24 Januari 2018.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- Alyusi, Siefti Dyah, *Media Sosial: interaksi, Identitas dan Modal Sosial*, Prenamedia Grup, Jakarta, 2018.
- B., Lusk, *Digital Natives and social media behaviors: An Overview*, The Prevention Resercher, 2010.
- Blumler, Jay. G., *“Rethinking the study of political communication, dalam: Mass media and society*, Arnold,London, 2000.
- D., Bell, *An Introduction to Cybercultures*, Routledge, New York, 2001.
- Dahler, Franz, *Teori Evolusi: Asal dan Tujuan Manusia*, Kanisius, Yogyakarta, 2015.
- Dister, Nico Syukur, *Teologi Sistematika 2*, Kanisius, Yogyakarta, 2018.
- Eid, Mahmoud & Darkroury, Aliaa, *Basics in Communication and Media Studies*, University of Ottawa, Prancis,2012.
- Gunkel dan Taylor, *Heideger and the Media*, Polity Press, Cambridge, 2014
- Hardiman, Budi, *Makalah Seminar Dies Natalis STF Driyakara ke-49*, 24 Februari2018
- Haryatmoko, *Etika komunikasi: manipulasi media, kekerasan dan pornografi*, Kanisius, Yogyakarta, 2011.
- Hernandez, Reger, E., *Gallup Youth Survey: Isu dan Tren: Remaja dan Media*, judul asli, *The Gallup Youth Survey and Trends Teens & the Media*, Pakar Raya, Bandung, Pakar Raya, 2017.
- Heuken, Adolf, *Manusia: citra Allah atau keturunan kera*, Cipta Loka Caraka,Jakarta, 2018
- J., Severin, W. and Tankard, J.W. *Communication Theoris, methods & Uses in The Mass Media*, University ofTexas at Austin, New York, 2014.
- Jenkins, Henry, *Convergence Culture*, New York University Press, New York, 2006
- Hoekama, Anthony A., *Manusia: Ciptaan Menurut Gambar Allah*, Momentum, Surabaya, 2003.
- Komisi Keteketik KWI, *Hidup Di Era Digital*, Kanisius, Yogyakarta, 2014
- Moatti, Michel, *Internet, refuge d’une violence virtulle?”*, dans: Pascal Ladellier, *Violences Mediatiques,”* Paris:L,Harmattan, Prancis, 2003.
- Nasrullah, Rulli, *“Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sositologi*, Bandung: SimbiosisRakatama Media, 2012.
- Rusfian, Effy & Nurhayanti, Lestari, *Political Publicatians dalam Media Sosial*, UI- Press, Jakarta, 2015.
- Stakhouse, Maxl, *Apologia: contextualization, globalization dan mission in teologi education*, Grand Rapids,united Steted of America, 1988.
- Tadelly, Reynaldo Fullgentio, S.X., *Merasul Lewat Internet: Kaum Berjubah dan Dunia Maya*, Kanisius,Yogyakarta, 2009.
- Turner, Turner, *“Teori-teori Sosiologi: Modernitas-postmodernitas*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2000.

Zuhal, Visi Iptek Memasuki Milenium III, Penerbit UI-Press, Jakarta, 2000.

Artikel-artikel

- Ali, Asad, *Effect Of Social Media: A Case Study in University of Sargodha*, Internasional Journal of Advanced Research, November, Pakistan, 2016
- Isazadeh, Ayaz, *Article: Information Society: Concepts and Definition*, University of Tabriz, 2004.
- K., Brady, Helcomb & Smith B., *The Use Alternative Sosial Networking Sites in Higher educational settings: A case study of the e-learning benefits of Ning in education*, Journal of Interactive Online Learning, 2010.
- M., Kalpidou, Costin, D., & Morris J., *The Relationship between Facebook dan the well-being of undergraduate college student*, Cyberpsychology, behavior dan social networking, 2011.
- Mardin, Riana, *Potensi Digital Natives Dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web Di Perguruan Tinggi*, Jurnal Pustakawan Indonesia Volume 11 No. 1, Jurnal ITB, 2011.
- Paguate, Holly, *Article, Social Media as a Marketing Tool: A Literature Review*, University of Rhode Island, 2013.
- Paus Fransiskus, *Pesan Hari Komunikasi Sedunia*, 24 Januari 2018.
- Raposo, Mario, *Article, Social Media Marketing: A Literature Review and Implications*, University of Beira Interior, 2016.
- Wahana, Heru Dwi, *Pengaruh Nilai-Nilai Budaya Generasi Millennial Dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu*, Jurnal Ketahanan Nasional: April 2015, Studi Di SMA Negeri 39, Cijantung, Jakarta, 2015.