

PERAN KOMUNIKASI MASSA DALAM PERUBAHAN BUDAYA DAN PERILAKU MASYARAKAT

*(The Role of Mass Communication in Culture Change and
Society Behaviour)*

*Ira Setiawati *)*

Abstract

Industrialization era affects the complexity of social system.. Mass media growth rapidly when communication technology change dramatically. Technology information system advance has presented the negative and positive impact for global change and society life style significantly. Mass communication is a kind of communication uses mass media, both printed media and electronic media, managed by an institution or someone who institutionalizes it and it is directed to huge people spread in many places both anonymous and heterogeneous. Its development rate rapidly and it has its own value on each side social culture life which is full of social behaviour changes. Culture is part of communication behaviour and it determines maintenances, develops or bequeaths of culture. "Culture is communication" and "communication is culture".

Abstraksi

Era industrialisasi mempengaruhi kompleksitas sistem sosial masyarakat. Perkembangan media massa semakin pesat ketika terjadi perubahan dramatis dalam teknologi komunikasi. Pesatnya kemajuan sistem teknologi informasi, telah memberikan dampak negatif maupun positif terhadap perubahan global dan signifikan bagi pola hidup masyarakat. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim dan heterogen. Laju perkembangan komunikasi massa begitu cepat dan memiliki bobot nilai tersendiri pada setiap sisi kehidupan sosial budaya yang sarat dengan perubahan perilaku masyarakat. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasi-pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. "Budaya adalah komunikasi" dan "komunikasi adalah budaya"

Perkembangan dan modernisasi industrialisasi komunikasi massa, mengalami kemajuan yang sedemikian pesat. Perkembangan media massa semakin pesat ketika terjadi perubahan dramatis dalam teknologi komunikasi. Perkembangan industri media ini tak terelakkan.

**) Dosen STMIK HIMSYA Semarang*

1. Pendahuluan

Demikian juga perkembangan dampak dan efek media menjadi sangat penting dalam kehidupan social-budaya dan perilaku di masyarakat.

Pesatnya kemajuan sistem teknologi informasi, telah memberikan dampak negatif maupun positif terhadap perubahan global dan signifikan bagi pola hidup masyarakat, termasuk didalamnya para generasi muda yang nota bene adalah tulang punggung harapan bangsa, dengan berbagai imajinasi dan daya kreatifitasnya telah mampu menciptakan serta menikmati hasil dari kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi.

Konstelasi kompleksitas item sosial budaya masyarakat mempengaruhi sistem budaya informasi dan komunikasi yang semakin harus bisa mengikuti perkembangan dinamika masyarakat. Dengan percepatan industrialisasi mesin cetak, informasi, rekaman dan proses komunikasi semakin menjadi kebutuhan utama masyarakat. Ini menandai juga perkembangan media massa sebagai salah satu bagian dalam proses komunikasi massa menjadi satu hal yang penting.

Dapat dikatakan bahwa modernisasi industri media, masyarakat berikut sistem sosial yang terbentuk di dalamnya juga menjadi bagian integral dalam perkembangan komunikasi massa. Dengan kata lain, pemahaman manusia mengenai komunikasi massa, tidak lagi diletakan pada perspektif tunggal, dalam artian bahwa media komunikasi massa tidak dilihat sebagai suatu entitas mandiri, melainkan suatu industri yang didalamnya terdapat totalitas yang saling berinteraksi dinamis antara pelaku media, masyarakat dan negara. Media komunikasi massa telah memainkan peran yang cukup besar dalam perubahan budaya dan perilaku masyarakat Indonesia pada umumnya.

Laju perkembangan informasi saat ini telah banyak memberikan informasi bagi semua kalangan yang membutuhkan maupun yang tidak. Maka tak salah bila dikatakan bahwa tata nilai sosial dan budaya kita berubah seiring dengan derasnya laju informasi yang melanda kita. Kebudayaan sangat erat hubungannya dengan masyarakat, menurut Melville J.Herskovits dan Bronislaw Malinowski mengemukakan bahwa segala sesuatu yang terdapat dalam masyarakat ditentukan oleh kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat itu sendiri.

Sedangkan Andreas Eppink dalam Budaya - Wikipedia Indonesia, ensiklopedia bebas berbahasa Indonesia.htm (2007) berpendapat, bahwa kebudayaan mengandung keseluruhan pengertian, nilai, norma, ilmu pengetahuan serta keseluruhan struktur-struktur sosial, religius, dan lain-lain, serta segala pernyataan intelektual dan artistik yang menjadi ciri khas suatu masyarakat. Dari berbagai definisi tersebut, dapat diperoleh pengertian mengenai kebudayaan yaitu sistem pengetahuan yang meliputi sistem ide atau gagasan yang terdapat dalam pikiran manusia, sehingga dalam kehidupan sehari-hari, kebudayaan itu bersifat abstrak. Perwujudan kebudayaan dalam bentuk benda-benda yang diciptakan oleh manusia sebagai makhluk yang berbudaya, berupa perilaku dan benda-benda yang bersifat nyata, misalnya pola-pola perilaku, bahasa, peralatan hidup, organisasi sosial, religi, seni, dan lain-lain, yang kesemuanya ditujukan untuk membantu manusia dalam melangsungkan kehidupan bermasyarakat.

2. Pembahasan

2.1. Komunikasi dan Komunikasi Massa

Sebagaimana kita ketahui, bahwa komunikasi adalah ketrampilan paling penting dalam hidup, kitapun menghabiskan waktu jam bangun kita untuk berkomunikasi. Membaca, menulis,

berbicara dan mendengarkan, keempat aktivitas tersebut merupakan empat bentuk dasar komunikasi (Stephen R. Covey, 1997).

Kata komunikasi berasal dari kata latin “communis” yang memiliki arti **sama**. Komunikasi mensyaratkan bahwa satu pikiran, satu makna dan satu pesan dianut sama yang merujuk pada berbagai hal dengan pengalaman, sehingga komunikasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antar manusia dan yang memperkembangkan berbagai lambang pikiran, bersama-sama dengan sarana penyarannya dalam ruang dan merekamnya dalam waktu (Charles Cooley, 1909).

Pengertian lain dari komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan (ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya (www.wikipedia.org/wiki/Komunikasi, 2007). Pada umumnya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan kata-kata (lisan) yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi dengan bahasa nonverbal atau bahasa isyarat.

Manusia berkomunikasi untuk membagi pengetahuan dan pengalaman. Bentuk umum komunikasi manusia termasuk bahasa sinyal, bicara, tulisan, gesture, dan broadcasting. Komunikasi dapat berupa interaktif, transaktif, bertujuan, atau tak bertujuan.

Melalui komunikasi, sikap dan perasaan seseorang atau sekelompok orang dapat dipahami oleh pihak lain. Akan tetapi, komunikasi hanya akan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat ditafsirkan sama oleh penerima pesan tersebut. Komunikasi membawa hubungan manusia dari hakekat ke eksistensi, yang mana, tanpa komunikasi hubungan manusia bagaikan citra tanpa bentuk.

Didalam melakukan komunikasi, terkadang terdapat beberapa hambatan, yang bisa menyebabkan komunikasi tidak efektif. Hambatan – hambatan tersebut dapat dikarenakan oleh adanya (Stephen P. Robin, 2001) :

- a. Penyaringan ; hal ini mengacu ke pengirim yang memanipulasi informasi sedemikian rupa sehingga akan tampak lebih menguntungkan dimata si penerima.
- b. Persepsi selektif ; dengan persepsi kita kita tidak melihat realitas, melainkan hanya menafsirkan apa yang kita lihat dan terkadang menyebutnya sebagai realitas.
- c. Informasi berlebih ; kebiasaan kita berkomunikasi melalui media elektronika, misalnya dengan e-mail, cenderung untuk mendapatkan informasi yang berlebih, sehingga banyaknya informasi yang dikirim, harus diseleksi, diabaikan, melupakan informasi atau akan menghentikan pengolahan sampai situasi informasi berlebih itu lewat. Tidak peduli apakah akibatnya adalah kehilangan informasi dan komunikasi yang efektif.
- d. Emosi ; perasaan si penerima saat menerima komunikasi akan mempengaruhi cara si-komunikasikan menginterpretasikan informasi tersebut.
- e. Bahasa ; bahasa dipengaruhi oleh tiga variabel yang diantaranya adalah usia, tingkat pendidikan serta latar belakang budaya.

- f. Kegelisahan komunikasi ; disebut juga sebagai kecemasan yang melemahkan, sehingga membatasi komunikasi lisan dan berusaha praktik rasional dengan menyakinkan diri bahwa lebih banyak komunikasi tidak diperlukan untuk menjalankan tugas secara efektif.

Sedangkan dalam pengertian komunikasi massa merupakan komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang **tersebar** dibanyak tempat, **anonim** dan **heterogen** (Dedy Mulyana, 2000). Maksud dari pengertian tersebut, salah satu jenis jenis dari bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, bermacam - macam dan tanpa nama melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara **serentak** dan **sesaat**.

Lazimnya, istilah komunikasi massa menunjukkan seluruh sistem dimana pesan – pesan diproduksi, dipilih untuk disiarkan dan ditanggapi. Komunikasi massa menyiarkan informasi gagasan – gagasan atau ide-ide serta sikap – sikap kepada komunikan (orang yang menerima pesan) yang beragam dan dalam jumlah yang besar dengan menggunakan media.

Maksud dan tujuan komunikasi setidak-tidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri, mengaktualisasikan diri dan untuk kelangsungan hidup agar memperoleh suatu kebahagiaan atau kesejahteraan. Selain itu menurut Gordon I. Zimmerman et.al (1977), untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita, komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas, dan berfungsi terhadap hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain.

Dengan informasi yang dihasilkan oleh adanya komunikasi berguna untuk memberikan dan memperoleh pengetahuan serta wawasan global dalam perubahan lingkungan sosial, budaya serta perkembangan kehidupan manusia kearah yang lebih baik atau menuju pada kemajuan dan kemudahan serta dapat memberikan manfaat yang menyeluruh bagi masyarakat baik dari kalangan rendah maupun kalangan tinggi.

Hakekatnya komunikasi terdiri dari dua kategori, komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung (Stephen R. Covey, 1997). Dalam pembahasan ini, media komunikasi massa merupakan kategori komunikasi tidak langsung. Dari berbagai definisi tentang komunikasi dan komunikasi massa, terdapat beberapa karakteristik media komunikasi mssa, yang diantaranya adalah :

2.1.1. Komunikasi massa bersifat umum

Pesan komunikasi yang disampaikan melalui media massa terbuka dan dapat dinikmati bagi semua orang, namun demikian jarang diperoleh pesan yang benar-benar transparan. Penyebabnya adalah faktor-faktor yang bersifat paksaan dan dikenakan dengan sengaja, atau faktor yang timbul karena struktur sosial. Sebagai contoh dari karakteristik komunikasi massa bersifat umum ini adalah RRI (Radio Republik Indonesia), yang selama 32 tahun lamanya merupakan radio siaran pemerintah dan sering digunakan untuk menyiarkan berita – berita tentang berbagai macam keberhasilan pembangunan di masa Orde Baru. Namun setelah tampuk pemerintahan berganti, kini RRI dibawah naungan Departemen Keuangan dan berubah statusnya menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan). Sekarang unsur entertainment dan niaga lebih banyak mendominasi dibandingkan dengan jaman sebelum reformasi.

2.1.2. Komunikasi massa bersifat heterogen

Massa terdiri dari orang – orang yang heterogen, merupakan perpaduan antara jumlah komunikasi massa yang besar dengan keterbukaan dalam memperoleh pesan – pesan komunikasi, erat hubungannya dengan sifat heterogen komunikan. Lebih jelasnya, komunikasi massa adalah sejumlah orang yang disatukan oleh suatu minat yang sama dan mempunyai bentuk tingkah laku yang sama serta terbuka bagi pengaktifan tujuan yang sama, meski orang – orang yang berhubungan tersebut tidak saling mengenal, berinteraksi secara terbatas, tidak mengorientasikan diri dalam kegiatannya kepada orang lain, dan mereka tidak terorganisasi.

2.1.3. Media massa dapat membina keserempakan

Keserempakan (simultaneity) kontak dengan sejumlah besar penduduk (komunikan) dalam jarak yang jauh dari komunikator dan komunikan tersebut satu samalain terpisah letaknya. Sebagai contoh munculnya media komunikasi elektronika internet. Informasi yang disampaikan dapat diterima cepat dalam hitungan detik keberbagai penjuru dunia. Disadari atau tidak, tanpa komunikasi massa hanya pesan-pesan yang sangat sederhana saja yang disiarkan tanpa perubahan dari orang satu ke orang yang lain.

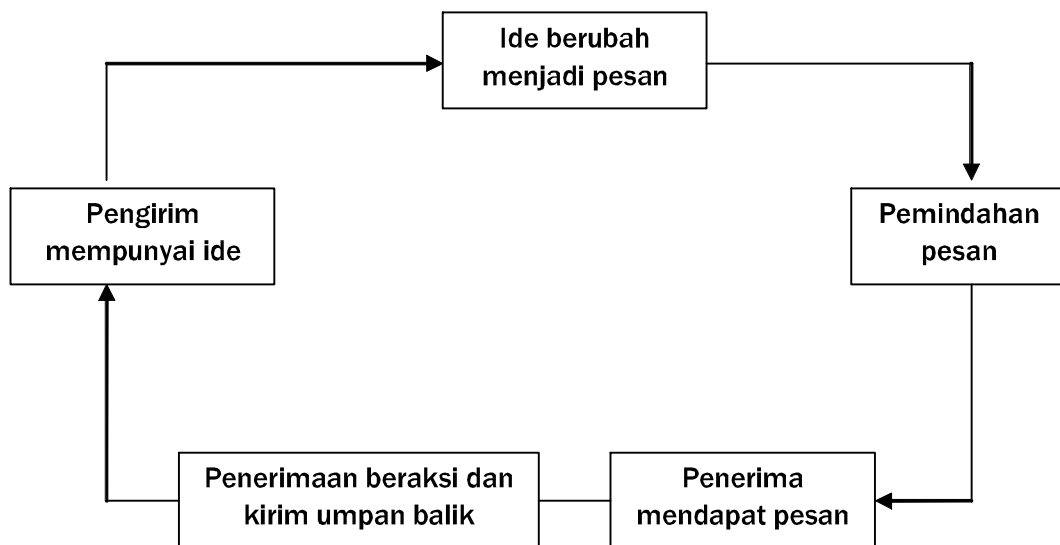
2.1.4. Hubungan komunikator – komunikasi bersifat non pribadi

Pada komunikasi massa hubungan antara komunikator dan komunikan bersifat non-pribadi, karena komunikan yang anonim dapat dicapai oleh pribadi - pribadi yang dikenal hanya dalam perannya bersifat umum sebagai komunikator. Sifat non pribadi ini timbul sebagian yang disebabkan oleh teknologi dari penyebaran yang sifatnya massal dan sebagian lagi dikarenakan syarat – syarat bagi peranan yang bersifat umum. Terdapat beberapa model komunikasi massa sebagai suatu cara yang dipakai oleh komunikator untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada para komunikan yang dituju. Rogers (1971) mengemukakan beberapa model penyebaran informasi dalam peranannya mempengaruhi masyarakat yang meliputi :

- ❑ Model Jarum Hypodermik, hakekatnya adalah model komunikasi searah, berdasarkan anggapan bahwa mass media memiliki pengaruh langsung, segera dan sangat menentukan terhadap audience, yang secara harfiah model jarum Hypodermik memiliki arti “dibawah kulit”, menurut Elihu Katz, bila dihubungkan dengan komunikasi massa mengandung anggapan dasar bahwa mass media menimbulkan efek yang kuat, terarah, segera dan langsung terhadap massa komunikan.
- ❑ Model komunikasi dua tahap, berasal dari penelitian lazarsfeld, Berelson dan Gaudet di tahun 1948, yang menyatakan bahwa ide – ide seringkali datang dari radio, surat kabar yang ditangkap oleh opinion leaders. Selain itu hasil penelitian pada tahun 1940, **ide** atau **gagasan** senantiasa tersebar melalui radio dan media cetak dan diterima oleh pemuka pendapat, melalui pemuka pendapat inilah ide tersebut tersebar keseluruh anggota masyarakat. Sebagai contoh saat ini adalah telepon dan ponsel (telepon genggam) dengan bentuknya yang praktis serta fleksibel sehingga mudah dibawa kemana – mana, dewasa ini telah menjadi kebutuhan setiap orang dikarenakan begitu pentingnya informasi.

- Model komunikasi satu tahap, menyatakan bahwa komunikasi media massa berkomunikasi langsung dengan komunikan tanpa berlalunya suatu pesan melalui opini, tetapi pesan tersebut tidak mencapai semua komunikan dan tidak menimbulkan efek yang sama pada masing – masing komunikan. Model komunikasi satu tahap mengakui bahwa tidak semua media memiliki kekuatan pengaruh yang sama, peranan selektivitas sebagai factor yang menentukan penerimaan audience dan mengakui kemungkinan timbulnya reaksi yang berbeda dari audience terhadap pesan komunikasi yang sama.
- Model komunikasi multi tahap, gabungan dari ketiga model diatas yang menyatakan bahwa lajunya komunikasi dari komunikator kepada komunikan terdapat jumlah relay yang berganti – ganti. Model ini menunjukkan bahwa terdapat banyak variasi dari penyebaran pesan-pesan yang berasal dari sumber informasi pada audience. Sebagian audience mungkin memperoleh informasi langsung dari mass media sebagai sumber informasi. Sebaliknya sebagian audience, mungkin memperoleh informasi setelah melalui pelbagai tahap yang harus dilalui setelah disebarkan oleh sumber informasi.

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran yang mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan dan hal – hal yang bersifat kontradiktif (berlawanan), maupun selaras (sejalan, serasi) dan menurut Courtland L. Bovee dan John V. Thill (1991) tentang proses komunikasi dapat dibagi menjadi lima tahap, sebagaimana yang terlihat pada skema berikut :



2.2. Komunikasi Massa sebagai Faktor Perubahan Budaya

Bila kita renungkan bersama, bahwa ternyata media komunikasi massa, baik cetak maupun elektronik telah mengubah budaya masyarakat dari tradisional ke budaya baru atau mungkin lebih dikenal dengan budaya modern. Tapi yang menjadi pertanyaan disini, seberapa jauh peran komunikasi massa dapat merubah budaya yang telah lama tertanam dimasyarakat, dan mengapa bisa terjadi demikian ?

Laju perkembangan komunikasi massa begitu cepat dan memiliki bobot nilai tersendiri pada setiap sisi kehidupan sosial budaya yang sarat dengan perubahan perilaku masyarakat. Komunikasi massa memiliki fungsi yang berbeda – beda, setidaknya komunikasi massa berfungsi mengisyaratkan untuk membangun konsep diri, pengaktualisasian diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, menghindari dari tekanan dan ketegangan antara lain melalui media-media yang menghibur.

Saat melakukan komunikasi lintas budaya, kemungkinan besar akan terjadi hambatan lintas budaya, yang disebabkan oleh semantik, konotasi kata, perbedaan nada dan perbedaan persepsi. Disamping itu, terdapat pula konteks budaya yang dapat dicapai dengan mempertimbangkan konsep – konsep tentang **budaya konteks tinggi** (*high context*), yakni budaya yang sangat mengandalkan isyarat situasional yang halus dan non-verbal dalam berkomunikasi, serta **budaya konteks rendah** (*low context*) yang sangat mengandalkan kata – kata penyampaian makna dalam berkomunikasi (Stephen R. Robin, 2001).

Era industrialisasi mempengaruhi kompleksitas sistem sosial masyarakat. Setidaknya terjadi proses mekanisasi dan massifikasi faktor produksi, distribusi dan konsumsi masyarakat. Ini berarti terjadi akselerasi kompleksitas budaya masyarakat yang ada. Komunitas masyarakat tidak lagi dilihat dalam satu proses kebudayaan yang sederhana melainkan komunitas masyarakat dilihat sebagai sistem budaya yang mempunyai tingkat budaya yang lebih kompleks.

Dalam bentuknya yang mulai modern, teori masyarakat dan fungsi media massa - dalam perspektif empirik-kritis - melihat secara optimis persepsi yang berkembang dalam masyarakat atas perkembangan media massa. Artinya, bahwa masyarakat ternyata juga mempunyai kemampuan untuk mengontrol media massa berikut dampak – dampaknya.

Dari pemahaman seperti itu, terlihat bahwa media massa berperan untuk membentuk keragaman budaya yang dihasilkan sebagai salah satu akibat pengaruh media terhadap sistem nilai, pikir dan tindakan manusia. Pada titik tertentu, masyarakat massa mengembangkan sistem budaya massa. Dalam konteks yang hampir sama, terlihat dua ragam budaya massa yang bisa dihasilkan oleh masyarakat. Di satu pihak, budaya dalam konteks masyarakat massa dengan didukung oleh media massa dilihat sebagai entitas cair dan mampu menghegemoni sebuah masyarakat (terlihat bagaimana media mampu membentuk selera masyarakat atau membentuk cara pandang tertentu terhadap sebuah realitas, dll). Tapi di lain pihak, budaya dalam konteks masyarakat harus dilihat sebagai entitas yang juga turut membentuk media massa.

Pada fungsi komunikasi kultural, budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi dan pada gilirannya komunikasi-pun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. “Budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya” (Edward T.Hall), keduanya mempunyai hubungan timbal balik. Media komunikasi massa dalam perubahan budaya juga berfungsi dalam menyampaikan pesan – pesan ritual yang bisanya dilakukan secara kolektif. Seperti menyiarkan atau memberitahukan perayaan hari besar agama, upacara-upacara ritual, upacara perkawinan yang sering bersifat ekspresif, yakni menyatakan perasaan terdalam seseorang.

Selain itu, fungsi komunikasi massa juga mengandung muatan persuasif, dalam artian bahwa pembicara menginginkan pendengar untuk mempercayai fakta dan informasi yang disampaikan akurat dan layak untuk diketahui, terkadang yang mendidik bisa menghibur dan

yang menghibur bisa mendidik sekaligus menerangkan dan secara halus bersifat membujuk. Ternyata banyak fungsi dari media komunikasi massa yang akhirnya dapat dikembangkan dari hasil pengamatan atas peristiwa – peristiwa yang terjadi disekitar kita.

Media massa juga memiliki peranan penting dalam membentuk moral bangsa, diantaranya dalam pembentukan jati diri generasi bangsa dan mengubah struktur sosial masyarakat yang mendapat dukungan dari nilai – nilai dan norma – norma kebudayaan. Nilai – nilai atau norma – norma tersebut menjadi unsur – unsur kepribadian para anggota masyarakat, yang dinamakan “super ego” seseorang. Misalnya saja, dengan adanya akulturasi akan mendorong masyarakat untuk beradaptasi dan mensosialisasikan diri untuk menghadapi perubahan tersebut. **Manusia**, tidak akan lepas dari yang namanya ‘Komunikasi’, terlebih berkomunikasi melalui media massa yang dalam setiap penyampaian atau penyiarannya memuat pesan – pesan penting dan merupakan suatu pengetahuan, hiburan atau hanya selingan sesaat pada setiap kesibukan.

Diharapkan, media komunikasi massa tidak hanya menyampaikan dan mengambil keuntungan komersial saja dari hasil tersebut bila banyak komunikan yang menyimaknya, tetapi harus mampu menyampaikan pesan moral yang mendidik generasi bangsa, serta berpartisipasi dalam proses pendewasaan pemikiran dan sikap bangsa Indonesia pada khususnya. Melalui media massa, banyak generasi muda yang memilih gaya hidup (life style) yang kebarat-baratan, seperti cara berpakaian, menikmati hiburan dengan tarian dan alunan musik disco, serta kebiasaan – kebiasaan berbicara dengan yang lebih tua.

Media elektronika, utamanya audio – visual telah terbukti mempercepat proses imitasi yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Dalam hal ini telah terjadi kontak sosial yang luas melalui suatu media, baik cetak maupun elektronika. Media komunikasi massa merupakan kontak sekunder yang terjadinya pesan dari komunikator kepada komunikasi melalui pihak ketiga yakni media massa. Kemungkinan bisa terjadi kekeliruan komunikasi atau distorsi, bila tidak terjadi sinkronisasi antara komunikator dan komunikan. Selain itu faktor subyektivitas dan self interesting juga berpengaruh pada pengiriman informasi, sehingga mungkin banyak persepsi dan analisis yang keliru, sosial budayapun berubah dan melenceng dari nilai dan norma-norma yang ada.

Namun tentunya masih banyak pula perubahan tersebut membawa diri kita pada kondisi yang lebih baik dan maju dibanding sebelumnya. Banyaknya pengaruh budaya asing yang masuk melalui media komunikasi massa seharusnya disesuaikan dengan kebudayaan dan etika kehidupan kita sebagai bangsa timur.

2.3. Efek Komunikasi Massa Terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat

“Hidup tanpa perubahan berarti mati, dan perubahan tanpa kemajuan berarti sia-sia”. Dari statement tersebut dapat direnungkan bahwa efek yang ditimbulkan dari berbagai macam media komunikasi massa telah banyak mengubah kehidupan kita. Kehidupan yang berkembang menuju pada kemudahan dan kemajuan, ataukah menuju arah kesukaran atau kemunduran. Itu semua tergantung pada subyek pelaksana.

Diakui atau tidak, proses materi dan bentuk dari komunikasi massa telah banyak menimbulkan pergeseran nilai serta mengubah dan mempengaruhi pola pikir dan perilaku hidup kita. Misalnya saja jadwal penayangan infotainment dan sinetron televisi di sore hari, yang seharusnya

penonton sibuk untuk menyelesaikan pekerjaan rumah, tetapi waktunya tersita untuk menikmati acara tersebut. Dari contoh kecil tersebut, terbukti bahwa media massa dan elektronika khususnya, telah mengubah perilaku hidup kita, yang sebelumnya telah menjadi kebiasaan / rutinitas.

Sehingga proses penyampaian pesan atau informasi dari media komunikasi massa diharapkan harus sesuai sasaran, bila proses penyampaian tersebut hanya mementingkan aspek komersial saja, saya yakin tidak akan terjadi perubahan menuju kemajuan, tetapi sebaliknya hanya berakibat pada kemunduran, khususnya kemunduran moral bangsa.

Contoh lain, mungkin menyoal tentang materi yang disajikan berupa kekerasan, kejahatan, demonstrasi yang berbau anarki dan pergaulan bebas akan menyebabkan hilangnya norma – norma kesusilaan, kesopanan, hukum dan agama, yang saat ini tidak hanya marak di media televisi, namun media elektronika lain seperti mibile phone (HP) dan internet inipun ternyata membawa dampak negatif bagi perilaku masyarakat Indonesia saat ini, ditambah lagi dengan kondisi perekonomian bangsa yang serba sulit. Bahkan, sebenarnya tontonan tersebut tidak layak dikonsumsi oleh anak – anak dibawah umur yang secara tidak langsung telah dilihat mereka dalam kesehariannya. Pasalnya, tayangan dimaksud scring menayangkan pornografi dan pornoaksi dengan alasan acaranya digemari masyarakat. Ini, biasanya dibuktikan dari tingginya rating. Padahal, kalau mau jujur, aiasan ‘tingginya rating’ merupakan pandangan subyektif sebagai pengaruh liberalisme. Kita tentu tahu, liberalism selalu mengedepankan paradigma pasar. Pornografi memang selalu mengikuti teknologi baru. Di awal kemunculan televisi, orang hanya menyiarkan hal-hal positif, namun lama-kelamaan pornografi turut ambil bagian di dalamnya.

Demikian pula internet yang kehadirannya kemudian disusul dengan website pornografi, email, bahkan juga fitur chatting yang dibelokkan menjadi cybersex. Dari adanya perkembangan teknologi baru, pornografi turut menyertainya, tak terkecuali telepon seluler (ponsel) yang bukan hanya untuk sekedar gengsi, namun juga sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat pada umumnya. Telepon seluler (ponsel) yang menjadi alat komunikasi andalan saat ini juga tidak luput dari sentuhan pornografi, terlebih setelah muncul ponsel serba bisa yang dilengkapi dengan kamera dan fitur *Multimedia Messaging Services* (MMS) serta ponsel generasi ketiga alias 3G. Kini dengan alat komunikasi mini tersebut, orang bebas menikmati fitur maupun layanan informasi yang dibutuhkan, atau hanya untuk berfantasi maupun akses internet, dan lain sebagainya.

Inilah salah satu penyebab perubahan perilaku sebagian generasi muda yang tidak sesuai dengan tata nilai dan norma – norma yang berlaku. Sehingga hilang ciri khas bangsa indonesia yang ramah, santun dan berbudaya di mata dunia. Untuk itu, proses penyajian dan materi dari media massa hendaklah yang berkualitas dan disesuaikan dengan kondisi sosial budaya kita agar dapat terjadi perubahan yang stabil dan dinamis menuju perbaikan masyarakat Indonesia.

Namun demikian sisi lain dari meluasnya media komunikasi massa juga mempunyai dampak positif yang berguna bagi kemaslahatan umum. Misalnya saja dengan kecanggihan teknologi komunikasi saat ini, kita dapat berkomunikasi dengan internet melalui jaringan komputer maupun access melalui mibile phone, sehingga kita dapat mengetahui informasi aktual dengan cepat dan mudah dari komunikator yang berbeda di dalam dan diluar negeri.

Selain itu, di bidang industri juga telah mengalami perkembangan pesat, dikarenakan oleh sistem komunikasi telah mempunyai dasar yang kuat. Kemajuan tersebut telah tercatat dalam

pengembangan media massa dan dapat disaksikan pada semakin pesatnya pertumbuhan industri komunikasi yakni periklanan, marketing research, dan pertumbuhan usaha – usaha hubungan masyarakat dari segi sosial ekonomi. Dan tidak dapat terpungkiri pula, bahwa terdapat hubungan timbal balik antara pengembangan media massa dengan kemajuan ekonomi serta industrialisasi.

Adanya teknologi – teknologi baru di tempat kerja, digunakan untuk mengganti tenaga kerja manusia dengan permesinan dalam mengubah masukan menjadi keluaran. Sebagaimana kita ketahui, dalam seperempat abad terakhir ini, yang menjadi penggerak utama dalam merekayasa ulang tempat kerja kontemporer, dalam hal ini semua media elektronik dan sistem informasi yang sudah terkomputerisasi, sebagai contoh adanya mesin kasir otomatis, telah menggantikan puluhan ribu kasir manusia di dunia perbankan. Dari contoh tersebut, terlihat bahwa dampak dari adanya perkembangan teknologi tersebut, menimbulkan perubahan perilaku orang di tempat kerja dan mempengaruhi kehidupan kerja para karyawan.

Dapat dikatakan pula, bahwa tidak ada bidang teknologi yang lebih mengubah suatu organisasi atau institusi, dibanding teknologi elektronika (Stephen R. Robin, 2001). Sebagaimana saat ini, munculnya *e-commerce*, *e-bussiness*, telah menjadi bagian dari organisasi elektronik (*e-organization*) serta pengaruhnya terhadap perilaku individu dan kelompok di tempat kerja. Dari kemajuan media lektronik tersebut, berakibat pada perilaku karyawan dalam menggunakan fasilitas internet organisasi selama jam – jam kerja formal untuk menjelahi website yang tidak terkait dengan pekerjaan, misalnya untuk mengirim e-mail pribadi, perilaku ini sering disebut dengan *Cyberloafting*.

Komunikasi e-organisasi (*e-org*) menyusun ulang kaidah komunikasi, karena *e-org* dirancang berdasarkan jaringan – jaringan informasi terpadu yang komprehensif dan tingkatan hierarkis tradisional tidak lagi membatasi komunikasi. *E-org* memungkinkan, bahkan mendorong para individu berkomunikasi langsung tanpa melewati saluran. Karyawan dengan cepat dapat berkomunikasi kapan saja, dengan siapa saja dan dimana saja. Sebagaimana dicontohkan dengan adanya pertemuan – pertemuan virtual, memungkinkan orang dilokasi yang terpisah – pisah cesara geografis, bertemu secara teratur.

Apabila kita lihat dari perilaku budaya masyarakat kita saat ini, dengan berbagai komunikasi massa, mereka telah dapat melihat, menginginkan serta menikmati kemudahan – kemudahan yang disiarkan oleh berbagai media massa baik cetak maupun elektronika.

Deskripsi tersebut dapat kita ketahui bersama bahwa efek komunikasi massa sangat berpengaruh pada tingkat kehidupan manusia yang meliputi perilaku ditempat kerja, kepribadian, dan sifat – sifat dari masyarakat pada umumnya. Diakui atau tidak, proses materi dan bentuk dari komunikasi massa telah banyak menimbulkan pergeseran nilai serta mengubah perilaku.

Kita boleh takjub dengan seluruh perkembangan media komunikasi massa yang ada, tapi kita harus tetap mengambil sikap kritis pada setiap kemajuan yang terjadi dalam media massa atau segala aspek dalam komunikasi massa.

3. Simpulan

Dari pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa, komunikasi merupakan suatu tindakan (*act*) yang selalu dilakukan dan sangat penting untuk menyelaraskan pemikiran, makna dan pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Dapat dikatakan pula, komunikasi sebagai

transfer atau proses pemindahan ide, pesan dan informasi dari komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun menggunakan perantara. Perantara yang dimaksud disini adalah media, maka muncul istilah media komunikasi massa, yang terdiri dari media cetak dan media elektronika.

Dalam perkembangannya, komunikasi massa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perubahan budaya dan perilaku baik pola pikir maupun pola hidup masyarakat yang terangkum dalam suatu perilaku.

Media komunikasi massa mempunyai peranan penting dalam membentuk jati diri bangsa, disamping itu pula, memiliki peran yang dapat mengubah budaya di masyarakat sehingga nilai serta norma – norma terkadang melenceng dari aturan yang telah lama melekat dan akhirnya menjadi pandangan hidup bangsa.

Daftar Pustaka

- Boyd-Barret, Oliver and Chris Newbold (eds.) , 1995, *Approches to Media: A Reader*, St Martin's Press Inc:New York dalam artikel karangan Harold. D. Wilensky, *Mass Society and Mass Culture: Interdependence or Independence ?*
- Deddy Mulyana, 2000, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Deddy Mulyana dan Jalaluddin Rahmat. 1989. "*Komunikasi Antar Budaya*". Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Djoko Purwanto, 1997, *Komunikasi Bisnis*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Gordon I Zimmerman, James L Owen dan David R Siebert, 1977, *Speech Communication : A Contemporary Introduction*, St. Paul : West
- <http://aurajogia.files.wordpress.com/2006/09/komunikasi-massa-a5.PDF>
- <http://buntomijanto.wordpress.com/2007/01/23/saatnya-menyiasati-%E2%80%9Csihir-televisi%E2%80%9D/>, 23 januari 2007
- <http://ekawenats.blogspot.com/2007/01/perspektif-ekonomi-politik-komunikasi.html>, 11 Juni 2007
- <http://ekawenats.blogspot.com/2007/01/masyarakat-massa-dan-budaya-massa.html>, 2 Januari 2007
- <http://fkip.uns.ac.id/~pspe/BAB%203%20-%20TEORI%20KOMUNIKASI.pdf>, 2007
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi>, 11 Juli 2007
- <http://jv.wikipedia.org/wiki/Budaya>
- <http://komunikasimassa-umy.blogspot.com/2005/06/teori-hasil-kebudayaan.html>
- <http://library.usu.ac.id/download/fisip/komunikasi-lusiana.pdf>
- <http://www.jv.wikipedia.org/wiki/Budaya>, 19 Juli 2007

- Lawrance Kincaid D dan Wilbur Schramm, 1985, *Asas – Asas Kumunikasi Antar Manusia*, LP3ES, Jakarta dengan East – West Communication Institute, Hawaii.
- Lusiana Andriani Lubis. 2002. “*Penerapan Komunikasi Lintas Budaya Di Antara Perbedaan Kebudayaan*”. USU Digital Library.
- Michael Rush dan Philip Althoff, 2000, *Pengantar Sosial Politik*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Rhenald Kasali, 2006, *Change!*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Stephen P. Robbins, 2006, *Perilaku Organisasi*, PT. Indeks kelompok Gramedia.
- Stephen R. Covey, 1997, *The 7 Habits of Highly Effective People (Tujuh Kebiasaan Manusia yang Sangat Efektif)*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Tribuana Said, *Pers dan Pembangunan*, PWI dan Deppen RI, Jakarta.