

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai sebuah teknologi informasi, media massa memiliki kekuatan yang sangat besar pengaruhnya terhadap masyarakat. Sebagaimana salah satu fungsi media massa yaitu, mempengaruhi (*influence*). Media massa secara implisit mempengaruhi khalayak melalui tajuk, iklan, artikel dan sebagainya. Khalayak dapat terpengaruh dengan iklan-iklan yang didifusikan melalui media massa.¹ Pengaruh media massa ini cukup signifikan dalam kehidupan masyarakat. Baik pada aspek sosial, ekonomi, politik, budaya hingga agama. Media massa mampu mengkonstruksi realitas yang terjadi di tengah masyarakat dan mendikte apa saja yang seakan-akan menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Kebutuhan masyarakat tidak lagi berdasarkan individu, melainkan atas apa yang didifusikan melalui media massa. Ketika media massa (tv, media cetak, internet, dll) menampilkan sebuah iklan suatu produk misalnya, disana media massa memainkan perannya dalam mempengaruhi masyarakat sebagai khalayak yang mengkonsumsi media tersebut untuk membeli produk tersebut. Maka tanpa sadar khalayak akan membeli produk tersebut meskipun bukan sebuah kebutuhannya.

¹ Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukiati Komala, 2005, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, hal. 20

Selain mempengaruhi, media massa juga memiliki fungsi menampilkan hiburan (*entertainment*). Salah satu media massa dengan fungsi hiburan tertinggi adalah televisi. Hampir tiga perempat bentuk siaran televisi adalah hiburan.² Fungsi hiburan ini dapat menjadi perekat hubungan keluarga. Ketika setiap anggota suatu keluarga sibuk dengan aktivitasnya masing-masing dan sulit untuk bertemu, maka televisi ini dapat menjadi sarana yang menyatukan mereka pada waktu-waktu luang. Biasanya waktu luang ini adalah pada jam pulang kerja (19.00-21.00). Sehingga sangatlah wajar pada jam-jam tersebut televisi biasanya menyiarkan acara-acara hiburan untuk keluarga.³ Meskipun demikian, dengan pengaruhnya yang signifikan terhadap masyarakat, dapat dikatakan justru media massa yang mengatur jadwal masyarakat dalam pembagian waktunya. Pembagian waktu yang teratur ini biasanya berlaku pada masyarakat perkotaan. Masyarakat perkotaan memiliki karakteristik hidup dalam keteraturan. Sebagaimana salah satu ciri yang dikemukakan Elly M. Setyadi (2011:854) dalam Beni Ahmad, masyarakat kota lebih teliti dalam pembagian waktu dan dianggap sangat penting untuk dapat mengejar kebutuhan individu.⁴ Sedangkan masyarakat pedesaan cenderung memiliki sikap apatis karena dorongan yang diakibatkan oleh problematika yang dihadapinya.⁵

² *Ibid.*, hal. 18

³ Nurudin, 2015, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal. 70

⁴ Jamaludin, Adon Nasrullah, 2015, *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*, Bandung: Pustaka Setia, hal. 81

⁵ Jamaludin, Adon Nasrullah, 2015, *Sosiologi Pedesaan*, Bandung: Pustaka Setia, hal. 27

Dalam karakteristik yang berskala individu, secara psikologis masyarakat desa biasanya memiliki sikap konservatif, fatalis dan kecurigaan yang tinggi terhadap hal baru.⁶ Masyarakat pedesaan cenderung bersikap tertutup dengan hal-hal baru akibat kentalnya adat dan budaya setempat dari desa tersebut. Hal ini berbeda dengan masyarakat perkotaan yang biasanya memiliki keterbukaan terhadap hal-hal baru. Tentunya setelah memahami adanya kelemahan dari situasi yang rutin. Selain itu masyarakat perkotaan juga menerima pengalaman baru tanpa sikap apriori dibandingkan masyarakat desa.⁷

Disisi lain, berkat kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat dewasa ini, tidak dapat dipungkiri bahwa media massa sudah memasuki wilayah pedesaan. Hal ini kemudian akan membuat masyarakat pedesaan dewasa ini lebih sering bersentuhan dengan media massa. Dengan seringnya masyarakat pedesaan bersentuhan dengan media massa, maka hal ini akan membuat masyarakat pedesaan memiliki ketergantungan terhadap media massa. Masyarakat yang sering bersentuhan dengan media massa ini maka pikirannya akan selalu dipengaruhi oleh informasi-informasi yang diterimanya melalui media massa. Bagaimana tidak, media massa mampu menyajikan apapun yang ada di seluruh dunia kepada masyarakat global. Akibatnya, hal apapun yang terjadi di dunia dapat diketahui masyarakat dengan waktu yang singkat. Bahkan pada aspek religius, masyarakat justru

⁶ *Ibid.*, hal. 25

⁷ Jamaludin, Adon Nasrullah, 2015, *Sosiologi Perkotaan: Memahami Masyarakat Kota dan Problematikanya*, Bandung: Pustaka Setia, hal. 79

cenderung belajar pada media massa daripada pemuka keagamaan.⁸ Dengan kata lain, dapat dikatakan masyarakat menjadikan media massa sebagai pusat informasi.

Meningkatnya frekuensi konsumsi media massa oleh masyarakat pedesaan ini kemudian menjadikan media massa sebagai pusat informasi. Hal ini kemudian menimbulkan gejala-gejala hiperealitas juga masuk kedalam wilayah pedesaan. Apa yang dicari masyarakat dalam media massa tersebut cenderung merupakan sebuah realitas semu dibandingkan realitas yang sejati. Media massa menyajikan berbagai macam komoditas untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Mulai dari tontonan, hiburan, fashion, makanan dan sebagainya. Pada aspek hiburan misalnya, apa yang dicari masyarakat biasanya hanyalah sebuah kesenangan semu, bukan lagi kebahagiaan sejati. Acara sepak bola ditelvisi misalnya, acara ini mampu membius jutaan penonton diseluruh dunia untuk sejenak melupakan hutang, tagihan, kredit dan segala hiruk-pikuk dunia yang ditinggalinya dalam waktu beberapa saat. Masyarakat yang terbius oleh acara tersebut akan terjebak kedalam ruang *virtual* yang akan menenggelamkannya kedalam keadaan ekstasi ruang dan waktu. Setelah euphoria acara tersebut berakhir maka masyarakat akan kembali dalam hiruk-pikuk dunia tersebut. Tontonan sepak bola yang disiarkan media massa ini hanyalah sebuah tontonan yang tidak meninggalkan bekas apapun, tidak ada lagi kedalaman moral, spiritual, ideologis didalamnya. Padahal masyarakat pedesaan sendiri

⁸ Nurudin, 2015, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal. XIII

identik dengan kedalaman moral dan spiritual, kekentalan adat-istiadat setempat dan sebagainya.

Lebih khusus, apabila kita berbicara masyarakat santri pedesaan, biasanya masyarakat yang hidup di lingkungan pasantren diarahkan pada pembentukan pemikiran dengan ideologi tertentu. Selain itu, lingkungan pasantren memiliki kultur yang kuat. Selain itu, pengajaran kitab-kitab klasik Islam menjadi tradisi yang secara terus menerus diajarkan kepada santri-santri di pasantren. Sehingga hal tersebut dapat dijadikan dasar pijakan bagi para santri dalam menyikapi modernisasi termasuk kemajuan teknologi informasi sekaligus persoalan-persoalan yang menghadang pasantren seperti dampak negatif globalisasi dan budaya konsumtif.⁹ Namun, melihat realitas yang terjadi akhir-akhir ini, banyak fenomena-fenomena menyimpang seperti LGBT (*lesbian, gay, bisexual* dan *transgender*), bahkan di lingkungan pasantren sekalipun. Hal ini menjadi kontradiktif ketika berbicara lingkungan pasantren yang menjadi pusat penguatan moralitas, spiritualitas dan pemikiran islam yang bahkan berada di wilayah pedesaan yang notabenenya cenderung bersifat tertutup terhadap dunia luar mengalami gejala-gejala seperti itu.

Hal tersebut tentu tidak lepas dari pengaruh media massa itu sendiri. Karena ketika berbicara dikotomi antara wilayah pedesaan dan perkotaan, pastinya wilayah pedesaan tidak akan pernah terlepas dari pengaruh

⁹ Mutohar, Ahmad & Anam, Nurul, 2013, *Manifesto: Modernisasi Pendidikan Islam & Pasantren*, Pustaka Pelajar: Yogyakarta, hal. 211

urbanisasi. Apalagi pada letak geografi wilayah pedesaan yang kemudian tidak memiliki jarak yang begitu jauh dengan wilayah perkotaan. Sehingga, meskipun wilayah pedesaan tersebut sangat tertutup dengan dunia luar pasti tetap akan memiliki pengaruh urbanisasi.

Sebagai contoh Mlangi, Yogyakarta yang dikategorikan sebagai wilayah pedesaan yang seharusnya masyarakatnya memiliki sikap tertutup dengan dunia luar, sulit menerima hal baru. Ditambah lagi Mlangi, Yogyakarta memiliki banyak pasantren yang kemudian menjadikan desa tersebut basis santri yang cukup kuat sehingga idealnya pengaruh-pengaruh negatif dari globalisasi, modernisasi, urbanisasi dapat dibentengi dari sana. Namun, disisi lain frekuensi konsumsi media massa cukup tinggi sehingga pengaruh media massa juga cukup signifikan disana. Hal ini tidak tentu tidak lepas dari letak geografis wilayah Mlangi dengan Kota Yogyakarta yang cukup dekat sehingga akses dalam proses urbanisasi lebih mudah.

Dalam wacana simulasi (hiperealitas) Jean Baudrillard menjelaskan, dalam ruang realitas terjadi dekonstruksi representasi realitas yang kemudian menkonstruksi sebuah realitas baru tanpa asal-usul yang jelas. Masyarakat dijebak dalam sebuah ruang yang dikiranya nyata, namun ternyata hanyalah sebuah khayalan belaka. Hal ini dapat dianalogikan dengan sebuah peta, pada peta terdapat sebuah gambar yang merepresentasikan sebuah wilayah teritorial, artinya terdapat sebuah wilayah teritorial terlebih dahulu baru direpresentasikan dengan sebuah gambar yang ada di peta. Hal ini berbeda dengan wacana simulasi tersebut,

dalam hal ini yang ada terlebih dahulu adalah gambar pada peta yang kemudian direpresentasikan dengan sebuah wilayah territorial.¹⁰

Kalau kita perhatikan realitas yang terjadi dimasyarakat dewasa ini, masyarakat cenderung mengikuti apa yang didikte oleh media massa. Bukan lagi media massa merepresentasikan apa yang menjadi kebutuhan bagi masyarakat. Justru media massa mekonstruksi sebuah realitas yang seakan-akan menjadi kebutuhan masyarakat dengan berbagai macam komoditas yang dihadirkan melalui media massa tersebut. Trend, fashion, makanan, produk kecantikan dan sebagainya seakan-akan menjadi sebuah komoditas yang harus dikonsumsi bagi masyarakat. Sebagai contoh sederhana, produk sabun muka, sebelum diproduksi sabun muka masyarakat dirasa biasa-biasa saja tanpa produk tersebut. Setelah media massa mengiklankan produk sabun muka dengan massif, yang terjadi produk tersebut hari ini seakan-akan menjadi sebuah kebutuhan pokok bagi masyarakat. Selain sabun muka, dapat kita jumpai restoran-restoran yang menyajikan makanan cepat saji. Makanan tidak lagi disajikan atau diproduksi atas kebutuhan konsumen melainkan konsumenlah yang dipaksa membutuhkan makanan tersebut.

Hal ini tidak lepas dengan percepatan dalam tempo tinggi atau yang disebut oleh Paul Virilio dalam Yasraf Amir Piliang (1998) dengan dromologi.¹¹ Dalam percepatan kemajuan dan teknologi ini terjadi produksi massal yang melampaui batas-batas produksi. Apapun diproduksi meskipun

¹⁰ Ibrahim, Idi Subandy ed., 1997, *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Modern*, Yogyakarta: Jalasutra, hal. 172

¹¹ Piliang, Yasraf Amir, 1998, *Dunia Yang Dilipat*, Yogyakarta: Jalasutra, hal. 98

bukan menjadi kebutuhan masyarakat. Dengan berkendara media massa sebagai alat yang memberikan pengaruh (*influence*) kepada masyarakat maka lenyaplah batas-batas produksi tersebut.

Pada aspek karakter, acara-acara sinetron atau film justru lebih ampuh membentuk karakter seseorang dibandingkan mata pelajaran akhlak, filsafat dan lain-lain dibangku pendidikan. Bahkan terkadang untuk membantu membentuk karakter seorang anak, orang tua memilihkan acara-acara televisi tertentu dengan tujuan agar karakter anaknya sesuai dengan apa yang ia harapkan. Bukan lagi pendidikan yang dijadikan sebagai instrumen utama dalam membentuk karakter anak tersebut. Sehingga dapatlah dikatakan bahwasanya masyarakat dewasa ini cenderung mencari realitas semu dibandingkan realitas yang sejati.

Apa yang membuat masyarakat cenderung mencari realitas semu dibandingkan realitas sejati dikarenakan masyarakat tidak mampu lagi membedakan antara yang asli-palsu, benar-salah, nyata-fantasi. Dengan kata lain masyarakat terjebak kedalam ruang hiperealitas. Tidak ada lagi pemisahan yang jelas antara kedua kutub tersebut. Apa yang dikira masyarakat asli ternyata palsu, apa yang dianggap benar ternyata salah, apa yang dikira nyata ternyata fantasi. Isu LGBT (*lesbian, gay, biseksual dan transgender*) yang cukup fenomenal akhir-akhir merupakan salah satu bentuk terjebaknya masyarakat kedalam ruang hiperealitas. Dengan mendekonstruksi norma dan moralitas yang berlaku dimasyarakat untuk pelepasan hawa nafsu dengan membiarkan keanekaragaman seksual, maka

yang terjadi adalah lenyapnya dikotomi antara yang normal-abnormal. Atau pada siaran televisi, dengan menyiarkan acara-acara gossip ditelevisi untuk membongkar wilayah privasi seseorang yang terjadi adalah lenyapnya dimensi rahasia-privasi seseorang. Atau dengan acara-acara kuis berhadiah ditelevisi, yang terjadi adalah hilangnya nilai guna dan nilai tukar.

Dalam ruang hiprealitas ini terdapat sebuah kebudayaan bujuk rayu. Dengan memanfaatkan fitrah manusia yang memiliki hawa nafsu, media massa menjadi pelayan hawa nafsu bagi masyarakat. Sebagaimana sebetuk wajah penuh make-up, maka yang ditampilkannya adalah kepalsuan, dan sebagaimana wajah yang merayu, maka yang ditampilkannya adalah ketertarikan. Pelayanan hawa nafsu ini akan berpusat pada kesenangan, kecantikan, keindahan dan sebagainya. Namun, hanya menyisakan sedikit ruang bagi kedalaman spiritual, peningkatan kesalehan dan penajaman hati.¹² Dalam ekonomi bujuk rayu, apapun dapat dijadikan komoditas tanpa memperhatikan moralitas. Tidak jarang agama dijadikan sebagai komoditas pada bulan *Ramadhan* atau sebetuk tubuh wanita yang ditampilkan kepada masyarakat baik dewasa maupun anak-anak sehingga melenyapkan dimensi anak dan dewasa. Dalam kebudayaan bujuk rayu ini sistem komunikasi massa pada media massa kehilangan makna dan pesan-pesannya. Yang ditampilkan hanyalah citra-citra pemuas hawa nafsu yang menampilkan hiburan namun kosong akan makna.¹³

¹² *Ibid.*, hal. 109

¹³ *Ibid.*, hal. 110

Penjelmaan realitas semu ini tidak dapat dipisahkan dari wacana kapitalisme global yang didukung oleh media. Realitas-realitas yang ada ditengah masyarakat merupakan sebuah realitas yang diproduksi mengikuti model-model yang ditawarkan oleh media massa, khususnya televisi dan periklanan.¹⁴ Media massa seakan-akan menjadi pusat gravitasi dimana masyarakat patuh terhadap gaya gravitasi yang ditimbulkan oleh media massa tersebut. Bayangkan saja ketika bintang-bintang film Korea dengan fashion yang digunakannya dalam film menjadi trend fashion masyarakat global. Bahkan ketika artis Korea menggunakan sandal jepit seharga Rp.10.000, sandal tersebut menjadi seharga ratusan ribu rupiah dengan menampilkan artis Korea yang menggunakan sandal tersebut sebagai bintang iklannya. Stimulasi media mampu menyuntikan makna-makna yang seolah-olah merupakan sebuah realitas dalam kehidupan masyarakat, namun tidak ada bekas atau nilai luhur yang ditinggalkannya. Dapat juga dikatakan media massa khususnya televisi merupakan salah satu kontrol sosial yang ampuh. Misalnya saja, televisi mampu menentukan jadwal seseorang, apabila ingin nonton acara sepak bola dini hari, maka tidurlah disiang hari. Atau dalam hubungan sosial seseorang, seseorang akan lebih mengenal figur artis yang ditampilkan di televisi atau tokoh fiktif pada kartun dibandingkan tetangga disebelah rumahnya.

Selain itu acara atau film yang disuguhkan media massa ini mampu menciptakan kepanikan massal yang melebihi akal sehat tanpa asal-usul

¹⁴ *Ibid.*, hal. 207

yang jelas. Fantasi film yang menampilkan kriminalitas, kekerasan dan sebagainya mampu menciptakan kepanikan massal bagi penontonnya meskipun hanyalah sebuah realitas semu. Dalam hal ini masyarakat menyerap setiap tanda dan makna yang ditampilkan, namun tidak mampu lagi untuk memantulkannya. Masyarakat mampu menyerap pesan dan hanya mampu mencernanya.¹⁵

Seharusnya pada perkembangan teknologi serta ilmu pengetahuan yang semakin maju masyarakat mampu bersikap kritis terhadap apa yang diterimanya. Namun, yang terjadi justru terjebaknya masyarakat kedalam ruang hiperealitas. Sehingga masyarakat tidak mampu lagi membedakan apa yang benar-salah, asli-palsu, nyata-fantasi. Dan yang terjadi hilangnya makna atas segala tanda yang menyebabkan terjadinya kedangkalan moralitas, spiritualitas dan ideologis. Selain itu, apabila kita mengacu kepada teori efek komunikasi massa yang diperkenalkan oleh Joseph Klaper¹⁶ mengenai efek media yang terbatas (1950-1970), seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya pendidikan masyarakat maka efek yang ditimbulkan komunikasi massa juga akan ikut berubah pula. Tentunya masyarakat dapat bersikap kritis terhadap apa yang diterimanya ketika tingkat pendidikan masyarakat semakin tinggi. Dalam menjalankan perannyapun media massa sudah jauh dari paradigmanya yaitu, *agent of change*. Idealnya media massa menjadi institusi yang membawa pencerahan

¹⁵ *Ibid.*, 208

¹⁶ Nurudin, 2015, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, hal. 220

kepada masyarakat dengan berperan sebagai media edukasi, media informasi yang tentunya jujur dan benar dan sebagai institusi budaya yang menjadi corong kebudayaan yang bermanfaat bukan budaya yang justru merusak peradaban manusia.¹⁷ Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana dampak yang ditimbulkan media massa terhadap gaya hidup masyarakat pedesaan dan mengapa masyarakat pedesaan bisa terjebak kedalam ruang hiperealitas.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh media massa (televisi dan internet) terhadap gaya hidup masyarakat pedesaan (non-santri) ?
2. Bagaimana pengaruh media massa (televisi dan internet) terhadap gaya hidup masyarakat santri pedesaan ?
3. Mengapa masyarakat pedesaan bisa terjebak kedalam ruang hiperealitas ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

¹⁷ Bungin, Burhan, 2014, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana, hal. 85-86

- a. Mendeskripsikan dampak yang ditimbulkan media massa terhadap gaya hidup masyarakat pedesaan (non-santri) yang terkait dengan hiperealitas.
- b. Mendeskripsikan dampak yang ditimbulkan media massa terhadap gaya hidup masyarakat santri pedesaan yang terkait dengan hiperealitas.
- c. Menjelaskan faktor yang menyebabkan masyarakat pedesaan bisa terjebak kedalam ruang hiperealitas.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini harapannya memiliki manfaat secara teoritis maupun secara praktis. Secara teoritis penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan teori-teori yang terkait dengan media massa dan hiperealitas. Adapun secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk bersikap kritis terhadap media massa dan budaya yang diterima dalam kehidupan sosial.