

REFLEKSI KONSEPTUAL ATAS MEDIA BARU, GENERASI MUDA DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

¹⁾Yenny Pramawati

¹⁾ Staf Bapermas Kota Surakarta

Abstrak

Tulisan ini merupakan refleksi konseptual teoretik yang melihat bagaimana peran media baru didalam fungsi sosialnya, yakni pemberdayaan masyarakat. Jika perkembangan teknologi komunikasi dan informasi merupakan keniscayaan, maka perubahan dan dinamika masyarakat juga merupakan keniscayaan. Pada titik inilah akan dilihat dalam perspektif konseptual, bagaimana keduanya saling mengambil peran dan posisi. Akan dilihat pula ‘operator’ kedua entitas itu, yakni generasi muda, yang dalam Indonesia kontemporer akan menjadi entitas luar biasa, penanggungjawab masa depan Indonesia pada garda yang paling utama.

Pembahasan akan dilakukan dengan perspektif teori Joseph R Dominick mengenai fungsi komunikasi massa. Pemikiran teoretik itu akan dikaitkan dengan realitas sosiologis kontemporer, dimana media baru mengambil peran. Hasilnya adalah generasi muda dan media baru saling bahu membahu memberdayakan masyarakat, sesuai peran dan fungsinya masing – masing.

Kata kunci : *Pemberdayaan Masyarakat, Paradoks, Media Baru*

PENDAHULUAN

Semakin masifnya penetrasi media baru di negeri ini tidak lepas dari imbas fakta empiris popularitas media itu di kalangan para pengguna. Dalam konteks ini yang akan menjadi sorotan, tentu saja adalah pengguna yang masuk dalam kategori generasi muda. Popularitas ini juga menjadi keniscayaan, sebab jejaring media baru dapat dinikmati oleh semua kalangan. Desain yang bersahabat dengan pengguna memberikan ruang penyebaran yang semakin luas. Media baru juga memungkinkan terjadinya sinkronisasi, sehingga pesan yang disampaikan dalam satu jenis media dapat secara langsung terhubung dengan media lainnya dan dapat menyebar dengan cepat. Selain itu, adanya peningkatan tingkat adopsi kaum muda terhadap perangkat telepon pintar (*smartphone*) dan komputer tablet yang didukung dengan ketersediaan layanan *mobile internet* dengan tarif yang terjangkau mendorong internet menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari pola *media habit* mereka (Azca & Widhyarto, 2014).

Realitas tekno-sosiologis ini menjelaskan bahwa generasi muda sangat dekat dengan budaya media baru. Hasil penelitian *The Center For Internet and Society*

Bangalore India difasilitasi Hivos Belanda dengan judul “Digital Native with Cause” mengidentifikasi pelaku *digital natives* adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980 (dikategorikan sebagai kaum muda) dan akrab dengan media digital. Penelitian tersebut menemukan bahwa *digital natives* merupakan *e-agent of changes* karena teknologi informasi dan internet banyak digunakan oleh kaum muda yang partisipasi politiknya masih apatis. Penelitian tersebut lebih menekankan kepada perilaku pengguna media digital yang cenderung dilakukan kaum muda. (Azca & Widhyarto, 2014).

Persinggungan yang mendalam antara generasi muda dengan teknologi media baru, bukan lah persinggungan yang tanpa gelandang. Masyarakat, apapun kondisinya, adalah gelandang yang paling nyata bagi persinggungan itu. Generasi muda dalam posisi yang tidak mungkin lepas dari basis sosialnya, yaitu masyarakat itu sendiri. Lalu teknologi media baru, adalah peradaban yang tak mungkin bila tidak hidup dan berakar pada masyarakat sang pemangku budaya itu. Problem yang memerlukan penjelasan tiada lain adalah bagaimana generasi muda sebagai entitas yang secara kuantitatif berjumlah besar berhubungan dengan teknologi media baru dan memperlakukan hubungan itu dengan basis sosialnya, yakni struktur masyarakat.

Sebagaimana dirasakan media baru pada akhirnya merupakan sebuah wahana komunikasi massa yang kontemporer. Sebagai wahana komunikasi massa, maka fungsi – fungsi komunikasi massa itu sendiri mesti dilihat juga dari eksistensi teknologi (media baru) yang melingkunginya. Oleh karena itu, pembahasan reflektif permasalahan itu akan menggunakan pemikiran Joseph R Dominick , yang memberi panduan penjelasan dalam dimensi sosio-teknologis.

DEFINISI DAN PRINSIP PEMBERDAYAAN

Terminologi pemberdayaan secara harfiah merujuk pada pengertian membuat 'berdaya' masyarakat atau sekelompok orang yang awalnya dalam keadaan 'tidak berdaya'. Pemberdayaan dapat diterapkan pada aspek-aspek kehidupan manusia yang meliputi aspek fisik, mental, sosial, finansial, pendidikan, dan lainnya. Memberdayakan masyarakat merupakan suatu upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat masyarakat yang dalam kondisi sekarang tidak mampu untuk melepaskan diri dari perangkap kemiskinan dan keterbelakangan (Kartasasmita, 1997).

Masalah pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu kegiatan penting yang perlu dilakukan dalam upaya untuk memberdayakan terutama pada kelompok yang dinilai lemah dan rentang terhadap kemiskinan sehingga mereka memiliki kemampuan dan kekuatan serta dapat melepaskan diri mereka dari berbagai keterpurukan, keteringgalan dan keterbelakangan dan dengan demikian keinginan mereka untuk menjadi suatu kelompok yang maju, mandiri dan terpenuhi segala kebutuhannya bisa tercapai. Hanya saja istilah pemberdayaan ini seringkali

tumpang tindih dengan istilah pembangunan meski keduanya sesungguhnya memiliki kaitan erat satu sama lain namun bagaimana pun juga konsep pemberdayaan boleh dikata merupakan terjemahan dari kata “Empowerment” sedangkan kata pembangunan merupakan istilah yang diterjemahkan dari kata “Development”. Meskipun begitu kedua konsep diatas tidak perlu dipertentangkan satu sama lain sebab kedua konsep ini senantiasa di-orientasikan pada suatu kegiatan yang bertujuan untuk menciptakan perubahan ke arah yang lebih baik dalam semua bidang kehidupan masyarakat. Pendapat lain dikatakan oleh Rappaport, yang mengartikan pemberdayaan sebagai suatu proses yang mana individu, organisasi dan masyarakat mampu memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidupnya (Rappaport, 1984).

Sementara itu pendapat yang lain lagi dikemukakan oleh Osmani mendefinisikan pemberdayaan sebagai suatu kondisi dimana orang yang tidak berdaya menciptakan suatu situasi sedemikian rupa sehingga mereka mampu menyampaikan keinginannya dan sekaligus mereka merasa dilibatkan di dalam kegiatan yang berkaitan dengan pihak pemerintahan (Osmani, 2000). Adapun World bank lebih mengartikan kegiatan pemberdayaan sebagai usaha untuk memberi kesempatan serta kemampuan pada kelompok masyarakat yang dalam hal ini keluarga miskin untuk mampu dan berani bersuara dalam menyampaikan gagasan dan pendapat mereka serta memiliki keberanian untuk memilih suatu baik itu dalam bentuk metode, produk, tindakan maupun konsep yang dipandang terbaik tidak hanya pada keluarga dan pribadinya tapi juga bagi seluruh masyarakatnya (Worldbank, 2014).

Selanjutnya , salah satu aspek yang penting di bahas dalam proses pemberdayaan masyarakat yaitu masalah prinsip pemberdayaan yang terkait dengan persoalan kebijakan yang dapat di gunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan pemberdayaan secara utuh, komprehensif dan menyeluruh sehingga sasaran yang ingin di capai terutama dalam memberdayakan kelompok yang di nilai sangat rentan terhadap masalah kemiskinan dapat terealisasi. Apalagi, dalam menghadapi tantangan yang semakin kompleks serta beragam bentuknya maka pemilihan kebijakan yang di anggap tepat, efektif dan akan menghasilkan sesuatu yang optimal dapat terwujud. Menurut Dahana dan Bhatnagar bahwa ada beberapa prinsip yang perlu di perhatikan dalam proses pemberdayaan di antaranya : (1) Kerja sama dan partisipasi . Dalam hal ini kegiatan pemberdayaan hanya dapat berhasil di laksanakan apabila terdapat kerja sama yang sifatnya solid diantara berbagai elemen masyarakat untuk ikut berpartisipasi secara aktif dalam merealisasikan program yang sudah di rancang sebelumnya.

(2) Menggunakan metode yang tepat. Maksudnya metode yang di gunakan sebaiknya di sesuaikan dengan kondisi sosial ekonomi masyarakat yang menjadi kelompok sasaran kegiatan pemberdayaan sehingga metode tersebut tidak hanya bersifat efisien dan efektif tetapi juga dapat berdaya guna serta berhasil guna. (3) Demokratis. maksudnya dalam melaksanakan kegiatan pemberdayaan

maka sebaiknya proses yang berlangsung hendaknya bersifat demokratis dalam arti memberi kesempatan secara longgar dan leluasa pada masyarakat untuk memilih metode mana yang sepantasnya di gunakan termasuk dalamnya proses pengambilan keputusan yang di buat masyarakat sendiri.(4) Minat dan kebutuhan. Dalam hal ini pemberdayaan masyarakat harus lah di dasarkan pada sesuatu yang memang menjadi prioritas utama dan terkait dengan minat dan kebutuhan masyarakat sehingga hasil yang di peroleh lebih efisien dan efektif. (5) Kelompok masyarakat bawah. Untuk lebih mengoptimalkan pelaksanaan program yang di buat saat sebelumnya maka sasaran kegiatan pemberdayaan masyarakat sebaiknya lebih diarahkan pada mereka yang termasuk dalam kategori orang pinggiran dalam arti berada pada tingkat akar rumput masyarakat.

(6) Keragaman budaya. Kegiatan pemberdayaan masyarakat seyogyanya di sesuaikan dengan keragaman budaya lokal yang ada dengan alasan apabila kegiatan itu di lakukan dengan menggunakan prinsip pada keseragaman budaya makan di khawatirkan hal ini akan menimbulkan berbagai persoalan dan hambatan di lapangan. (7). Terarah dan spesialis. Untuk konteks ini tenaga fasilitator/ penyuluh/agen pembaharu yang terlibat dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat harus terdiri orang yang memiliki keahlian serta keterampilan dalam hal tertentu terutama pada kegiatan yang membutuhkan tenaga spesialis untuk kegiatan yang merupakan bagian dari agenda pemberdayaan masyarakat. (8) Belajar sambil bekerja. Maksudnya kegiatan pemberdayaan masyarakat tidak sekedar tidak dilakukan dalam bentuk menyampaikan konsep dan gagasan yang bersifat teoritis akan tetapi yang jauh lebih penting yaitu mengikutsertakan secara aktif kelompok sasaran untuk mencoba melakukan kegiatan sendiri sesuai dengan apa yang diarahkan oleh tenaga fasilitator sehingga dengan demikian masyarakat dapat bekerja sambil belajar menggunakan konsep yang mereka peroleh dari para penyuluh. (9). Perubahan budaya. Dalam konteks ini kegiatan pemberdayaan masyarakat haruslah di lakukan sesuai dengan nilai budaya lokal kelompok sasaran. Dengan demikian dapat di hindari timbulnya kejutan budaya di kalangan kelompok sasaran kegiatan pemberdayaan dan oleh sebab itu para penyuluh sangat di tuntut untuk bertindak secara hati-hati (Dahana & Bhatnagar, 1980)

GENERASI MUDA DAN MEDIA BARU

Perjumpaan generasi muda dengan media baru merupakan, tonggak penting dalam memasuki babak perubahan sosial, meluasnya istilah digitalisasi, informasional, media sosial, teknologi informasi dan sebagainya. Generasi muda dengan percumbuannya dengan teknologi, akhirnya merupakan Menunjukkan penciptaan nilai, dan norma baru interaksi masa depan. Dampaknya kaum muda dan media baru telah beradaptasi dengan karakter seperti fleksibilitas-mobilitas, dan kebebasan ruang dan waktu (Azca & Widhyharto, 2014)

Cerminan data faktual, pada 2015 lalu diperoleh wajah penggunaan media baru pada generasi muda kita. Data itu adalah gambaran yang menunjukkan bahwa kaum

muda menggunakan internet untuk pertemanan sebesar 79%, mencari informasi 80%, mencari hiburan 73%, dan membebaskan diri dari rutinitas sebesar 26%, dan mencari bahan-tugas sekolah 18%. Adapun alat yang digunakan kaum muda untuk mengakses internet terbesar masih komputer PC sebesar 69%, telepon seluler 52%, laptop 34%, ponsel pintar 21%, tablet 4%, dan game online 2%. Karakter tersebut cukup jelas untuk mewakili kaum muda sebagai obyek sekaligus subyek media baru (Kompas, 2015).

Temuan faktual tersebut bukan satu realitas yang tanpa penjelasan teoretik. Pada akhirnya media baru menjadi semacam identitas yang lain, yang menjadi penanda generasi itu hidup dalam kultur sosio-teknologis yang ketat. Akan halnya paparan faktual harian Kompas itu, maka pemikir semacam Tapscott dengan seksama mengidentifikasi bahwa generasi muda itu adalah 'net generation' yang tecermin dalam perilaku lantaran perjumpaan mesranya dengan media baru tersebut. Setidaknya terdapat delapan karakteristik dalam hubungan itu, yang dapat dijelaskan sebagai berikut : 1) *Freedom* — menegaskan konsep kebebasan yang dilakukan kaum muda dalam media baru, baik membuka identitas atau merahasiakannya tanpa dipertanyakan oleh siapapun; 2) *Customization* — kaum muda adalah konsumen yang aktif, yakni mencari dan memperoleh apa yang dikehendaki, sekaligus apa yang diinginkannya dan tahu dimana mencarinya; 3) *Scrutiny* — kaum muda bersikap kritis untuk melakukan seleksi atas fiksi dan fakta informasi, sekaligus antara yang nyata dan bersifat *absurd*; 4) *Integrity* — kaum muda dalam media baru mempunyai komitmen terhadap kejujuran, kesadaran, transparansi dan bertanggungjawab, sehingga menolak *stereotype* buruk yang disandangkan kaum muda dalam dimensi *offline*;

Selanjutnya karakteristik yang lain adalah yang ke-5) *Collaboration* — menolak anggapan bahwa kaum muda dan media baru hidup soliter, sebaliknya mereka berjejaring menggunakan berbagai media sosial, bahkan mereka menciptakan kolaborasi untuk kepentingan tertentu yang bisa jadi tidak mungkin dilakukan dalam dimensi *offline*; 6) *Entertainment* — kaum muda dan media baru memungkinkan untuk mendapatkan kesenangan dan mencari kesenangan yang dibutuhkan seperti hiburan dan informasi yang dibutuhkan; 7) *Speed* — kaum muda dan media baru menciptakan respons cepat dan budaya instan, mengingat kecepatan yang disajikan media baru yang didukung infrastruktur yang memadai menghasilkan *quick respond* dan *real time communication*; 8) *Innovation* — kaum muda dan media baru sebagai pencetus ide dan temuan baru untuk saat ini dan masa datang, bahkan mereka dalam kesehariannya sangat terlekat dan tertanam pada perkembangan teknologi informasi (Tapscott, 2009).

MEDIA BARU DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

Keseluruhan aspek dalam perspektif Tapsott tersebut dapat dianggap merepresentasi ekspresi generasi muda bangsa ini kini dan mendatang. Hubungan intim generasi muda dan media baru akan tampak dalam wujud tingkah laku maupun pemikiran. Wahana teknologi informasi yang menjalani nasibnya sebagai wahana komunikasi massa, dalam kaitan dengan pemberdayaan masyarakat, setidaknya akan menampilkan 5 buah performa, sebagaimana diungkapkan oleh Prof Joseph R Dominick sebagai berikut :

(1). *Pengawasan*, dimana media massa menyajikan informasi yang diperoleh dari hasil pengawasannya yang tidak dapat dilakukan masyarakat. Lebih lanjut fungsi ini dibagi lagi menjadi: (a). Pengawasan peringatan, seperti pengawasan yang disampaikan media mengenai informasi yang berhubungan dengan ancaman tertentu, seperti bencana alam, krisis ekonomi, invasi militer atau ancaman ledakan pengangguran. Ilustrasi yang dapat diketengahkan dalam konteks ini adalah media baru yang memberitakan secara cepat soal bencana di Gempa Aceh, mengenai teorisasi di Sarinah dan lainnya. (b) Pengawasan yang berkaitan dengan informasi yang berguna bagi kehidupan sehari-hari, seperti informasi tentang harga bahan kebutuhan, produk-produk hingga publikasi pengetahuan. Misalnya adalah pemberitaan mengenai harga pasar, panen raya dan juga lainnya. Di titik ini, manifestasi pemberdayaannya adalah menggerakkan masyarakat untuk simpati dan empati, serta merangsang respon yang bijak tentang informasi tertentu. Media baru yang digawangi kaum muda tampak telah memberdayakan masyarakat dari perspektif batiniah, yang tidak mustahil akan mewujudkan menjadi aksi nyata.

(2). *Interpretasi*, media massa tidak hanya menyajikan fakta dan data tetapi juga interpretasi mengenai suatu berita tertentu. Dalam berbagai kasus, media massa / media baru turut juga memberikan sudut pandangnya. Dalam media sosial, masyarakat dimanapun juga bisa memberikan sudut pandang yang bebas. Sudut pandang bisa sejalan dengan media itu, namun sangat bisa berbeda dengan media. Disinilah media membantu masyarakat memberdayakan daya analisis dan kritisisme yang positif.

(3). *Hubungan*, media mampu menghubungkan unsur-unsur yang terdapat dalam masyarakat yang tidak dapat dilakukan secara langsung oleh saluran perseorangan. Misalnya iklan, menghubungkan kebutuhan dengan produk-produk penjual. Dalam dunia iklan kontemporer, format iklan digital dengan cakupan yang lebih massif tentu akan memberikan peluang yang lebih besar akan banyaknya permintaan. Dalam hal ini media baru memerankan fungsinya memberdayakan masyarakat, khususnya bagi pemasaran produk-produknya. Bila capaian pasar tinggi, otomatis secara ekonomi masyarakat akan menjadi lebih berdaya.

(4). *Sosialisasi*, bahwa sosialisasi merupakan transmisi nilai-nilai yang mengacu pada cara-cara individu mengadopsi perilaku dan nilai-nilai dari suatu kelompok.

Kalau kita amati di media sosial atau media baru banyak sekali generasi muda kreatif yang mengunggah konten – konten positif yang dapat diasosiasikan kepada usaha untuk mendesiminasikan pemikiran, nilai, kreatifitas dan lainnya secara lebih luas. Banyak parodi, *meme*, dan konten lainnya dalam media baru adalah manifestasi dari usaha pemberdayaan masyarakat dalam bidang pemikiran, kreatifitas dan nilai – nilai lainnya. Masyarakat menjadi , kreatif dan peduli terhadap kondisi sosial yang ada dengan menampilkan ide – ide sebagaimana tersaji dalam media baru.

(5).*Hiburan*, media mampu menyajikan hal-hal yang menghibur bagi audiensnya. Bagaimana media baru mampu memberdayakan masyarakat dalam konteks hiburan. Ada kisah menarik dari Sulawesi Selatan yang akan membuktikannya. Seorang buruh panggul pelabuhan di Sulawesi Selatan berhasil membuat aplikasi game yang laku di pasaran. Inilah bukti bahwa fungsi media baru dalam sudut hiburan sekalipun mampu memberdayakan masyarakat.

KATA AKHIR

Akhirnya memang tak dapat dimungkiri bahwa hubungan antara ketiga entitas yakni generasi muda, media baru dan pemberdayaan masyarakat merupakan keniscayaan. Hal tersebut adalah manifestasi positif dari keberadaan media baru sebagai bagian penting dari kemajuan peradaban manusia. Dengan melakukan pembahasan melalui perspektif teori Joseph R Dominick mengenai fungsi komunikasi massa, terbukti dalam konteks realitas sosiologis kontemporer, media baru telah mengambil peran. Generasi muda dan media baru saling bahu membahu memberdayakan masyarakat, sesuai peran dan fungsinya masing – masing. Hal yang menjadi tantangan masa depan justru kepada etika, bagaimana generasi muda ini menampilkan kemampuan menggunakan media baru demi memberdayakan masyarakat dengan konten yang santun dan mendidik. Refleksi teoretik menghasilkan sebuah keyakinan bahwa semua yang masuk dalam relasi ketiga entitas itu niscaya dikerangkai perspektif etis.

DAFTAR PUSTAKA

Azca, Najib. Widhyharto. Derajad.S, R (ed), 2014, *Buku Panduan Studi Kepemudaan, Teori Metodologi, dan Isu-isu Kontemporer*. PMPS-YouSure-Kemenpora RI, Yogyakarta.

Chambers, Robert.1987. *Pembangunan Desa: Mulai Dari Belakang*. Jakarta: LP3ES.

Dahana, OP & Bhatnagar, OP 1980, *Education and Communication for Development*, Oxford & LBH Publishing CO, New Delhi

Kartasasmita, G. 1997. *Pemberdayaan masyarakat : Konsep pembangunan yang berakar pada masyarakat*. (diakses dari <http://www.ginandjar.com>).

Osmani. 2000. *Participatory Governance, People's Empowerment and Poverty*. Washington: UNDP

Rappaport J. 1984. *Studies in Empowerment: Introduction to the Issue*. USA: Prevention

Tapscott, Don, 2009, *Grown Up Digital How the Net Generation Is Changing Your World*, McGraw Hill, New York.

<https://tekno.kompas.com> › Tekno › Internet

www.worldbank.org/in/country/.../community-driven-development-in-indonesia