

# Ambivalensi Media Masa; Pencerahan dan Penipuan

written by Ach Tijani

Teori sosial menjadi teori yang terlupakan setelah berhasil menjadikan agama hadir sebagai suatu obyek yang kokoh. Berikutnya terdapat satu persoalan yang belum menemukan solusi mengenai persoalan prekapitalisme yang muncul bersamaan dengan teknologi sosial telah membelah menjadi bentuk diskriminasi dan spesialisasi serta mendorong kekacauan budaya. Film, radio, televisi, internet dan [media sosial \(media massa\)](#) telah membuat keseragaman yang sama, kemudian merasuk pada setiap bagian kehidupan manusia. Semua itu membentuk estetik politik yang terus menerus antusias membangun kepatuhan dalam sistem yang keras.

Kenyataan lain dari persolan di atas serupa dengan dekorasi industri (decorical industry) yang terus membangun pusat pertunjukan menjadi menara-menara yang gemerlap. Hal ini menjadi suatu kekhawatiran yang mengancam kesatuan masyarakat menuju pada kristalisasi individual yang independen, pada segmen inilah sebenarnya kekuatan kapitalisme itu menguat. Maka kemudian, hari ini masyarakat luas terlibat sebagai pelanggan sekaligus produser yang hadir di arena yang dibangun oleh para kapitalisme. Segala pertunjukan, film dan segala bentuknya tidak lagi murni sebagai karya seni, akan tetapi yang tersisa hanya kepentingan. Disinilah segala bentuk alat-alat (utlities) sosial itu menempati ruang yang diragukan.

Budaya industri dan teknologi menjadi terma yang menarik, karena di dalamnya terdapat sejumlah orang yang terlibat. Di dalamnya juga terdapat kebutuhan konsumen, kepentingan konstitusi, kekuatan teknologi. Namun yang mengendalikan paling besar adalah mereka yang mampu mengendalikan ekonomi. Sementara teknologi digunakan sebagai dominasi rasional itu sendiri yang kemudian juga akan memarginalkan masyarakat dari kehidupan sosialnya. Handphone, film, [media sosial](#) selalu menjaga segala sesuatu berada pada level yang sama sebagai suatu standar dengan tujuan puncaknya adalah mengontrol kesadaran individual.

# Media Massa Sebagai Ruang Publik

Dalam kehidupan kita obyek sosial tersembunyi pada setiap tujuan subyektif para pemimpin perusahaan yang memiliki kuasa penuh di sektor industri, material, minyak, listrik dan materi-materi kimia. Penguasa faktual-formal berada di ruang yang tidak merdeka, bahkan kadang-kadang mengulum kekusarannya atas kekuasaannya yang fatamorgana, baik di ruang publik maupun dalam pengambilan kebijakannya. Penguasa faktual hidup tidak berdaya di bawah kebengisan dan serangan mental persatuan para pemilik usaha. Serangan para pemilik usaha ini merasuk pada persaingan bisnis yang dapat saja berupa hasil-hasil justifikasi ilmiah, aturan atau hukum, standar kualitas produksi, kapasitas para pekerja dan seterusnya. Formalisasi standar tersebut kemudian sampai pada standar keseragaman global.

Formalisme dan keseragaman di atas dalam konsepsi Kant disebut dengan mekanisme tersembunyi di ruang jiwa yang disiapkan oleh institusi agar kemudian dapat serasi dan selaras dengan akal sehat (pure reason). Hal tersebut kini dapat diurai dalam suatu penjelasan, dengan penyediaan data pengalaman yang dirasionalkan melalui budaya-budaya industri. Semuanya diatur sedemikian bagus, hingga tidak tersisa ruang bagi konsumen untuk melihat celah di dalamnya. Mengalirlah seluruh agenda industri tersebut dengan suatu kejelasan tentang siapa yang akan mendapatkan penghargaan. Begitu juga siapa yang akan dihinakan, yang dihukum bahkan sampai pada kejelasan siapa yang akan dilupakan. Sampailah pada kesimpulan bahwa realitas itu tak ubahnya sebagai sebuah pertunjukan keteloloan (idiotic event).

Kenyataan ini adalah layar lebar pertunjukan yang penuh dengan sandiwara. Suara-suranya membahana, warnanya begitu sangat mempesona bahkan sangat mengesankan, padahal semua itu adalah ilusi. Para penontonya akan kehilangan ruang imajinasi bahkan banyak yang tidak mengerti tentang struktur pertunjukan itu sendiri. Disinilah banyak orang kehilangan hakikat obyektifitasnya, mereka telah didesain secara mekanis.

## Dua Sisi Media Sosial: Pencerahan dan

# Penipuan

Media dalam budaya industri memang memiliki karakteristik menjadikan kepalsuan terkonversi menjadi absolut. Sehingga berbicara budaya itu sama sebenarnya membicarakan yang bertolak belakang dengan budaya itu sendiri. Karena budaya itu sendiri saat ini adalah alat dominasi umum yang mensekamakan dan menggolongkan dalam ruang-ruang administrasi yang sejatinya adalah industrialisasi itu sendiri. Maka terma, miskin, kaya, cendekiawan, awam, saleh, bejat adalah strata sosial yang diderivasi dari budaya-budaya yang melekat pada individu dan kelompok yang lahir dari ruang pertunjukan di media massa.

Kelak di akhirat akan banyak orang yang komplain ketika ketaatan mereka dibalas dengan hukuman. Sebab mereka didunia melaksanakan sholat hanya gara-gara melihat orang yang melaksanakannya di sinetron disebut orang saleh. Begitu juga banyak wanita-wanita yang berhijab terhempas ke neraka. Sebab di dunia mereka berhijab hanya berdasar anjuran hijrah dari ustadz-ustadz di youtube. Begitu juga orang yang arogan menolak milk al-yamin karena banyak orang di media sosial menolaknya. Mereka merasa benar padahal juga belum tahu persis apa yang diungkapkannya. Perlu dicatat, kritik ini bukan mengkritisi sholat, hijab dan penolakan terhadap milk yamin. Akan tetapi adalah persoalan kita dalam berinteraksi dengan media yang tidak lengkap dalam memahmi media.