

Pilkada dan Realitas Semu Media Sosial



Oleh Nurudin

Ada kesimpulan yang bisa jadi benar, penetapan pasangan calon, kampanye, sampai tahap Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) tanpa media sosial (facebook, twitter, instagram) bagai makan peuri tanpa sambal. Ada beberapa alasan; pertama, era teknologi komunikasi memaksa tim sukses dan kandidat harus memanfaatkan media sosial. Kedua, mayoritas masyarakat yang melek media (dengan tingkat pendidikan memadai semakin banyak). Ketiga, kampanye di media sosial tidak terbatas jadwal pelaksanaan kampanye yang ditetapkan Komisi Pemilihan Umum Daerah (KPU/D).

Menggunakan media sosial memang harus, tetapi percaya begitu saja dengan media sosial adalah jorjan. Sebab media sosial adalah media yang bisa digunakan oleh siapa saja dengan tujuan apa saja. Memercayai politik lewat media sosial bisa jadi mendangkalkan masalah dan membutakan diri pada takta.

Realitas Semu

Pertanyaan kita adalah mengapa media sosial yang punya kekuatan hebat dalam menyebarkan pesan tetap perlu diwaspadai? Tak bisa dipungkiri media sosial tetap mengandungi realitas semu. Artinya, meskipun citra seseorang dibuat sedemikian rupa, media sosial tidak akan mencerminkan realitas sesungguhnya. Hanya saja, tidak sedikit ma-

asyarakat kita yang memang terbuai dengan sesuatu yang tampak di media sosial. Kenyataan itulah yang digunakan politisi untuk membuat citra tertentu secara sadar meskipun itu semua semu belaka.

Sebagai realitas semu, apa yang ditampilkannya tentu bukan realitas sebenarnya. Orang bisa menggunakan media itu untuk kepentingan dirinya sendiri dan untuk tujuan yang dia sendiri tahu. Karenanya, masyarakat harus mengetahui untuk melihat bukan pada apa yang tampak, tetapi justru sebaliknya dari apa yang ditampilkan seseorang di media sosial.

Media sosial merupakan realitas semu karena hanya berfungsi sekadar *window of reality*. Media sosial itu ibarat jendela. Coba kita membayangkan apa yang bisa kita ceritakan saat kita menyaksikan pemandangan lewat jendela. Apakah semua realitas yang kita lihat mencerminkan sepenuhnya yang terjadi di luar jendela itu (pemandangan)? Tentu saja, realitas yang kita tangkap sebatas pada jendela yang menjadi media dimana kita bisa melihat pemandangan itu.

Dalam bahasan yang lebih konkrit, berita-berita yang kita saksikan di televisi itu juga sekadar bagian dari jendela layar datar tersebut. Apa yang dikemukakan lewat televisi tidak mencerminkan kenyataan sesungguhnya bukan? Tak terkecuali dengan yang disajikan lewat media sosial.

Realitas semu itu juga sangat tergantung siapa pemilik jendela-jendela itu, dan apa kepentingan orang melihat lewat jendela yang satu dan tidak melihat lewat jendela yang lain. Apalagi jika orang yang melihat jendela tersebut menceritakan pada orang lain. Jadi, jendela media sosial yang sudah membatasi seseorang itu kemudian dikonstruksi ke dalam pikirannya lalu disampaikan ke orang lain. Semakin nyata kesemuanya yang tertangkap lewat jendela, termasuk media sosial.

Karenanya, orang bisa berpura-pura di media sosial. Artinya, media sosial tidak bisa dijadikan tolok ukur untuk menilai utuh seseorang. Ada banyak

rekayasa-rekayasa tertentu yang bisa dilakukan untuk mencapai tujuan. Media sosial tetap sebuah media yang mengonstruksi realitas yang tidak sepenuhnya terungkap.

Erik Qualman dalam bukunya *Socialmedia, How Social Media Transforms The Way Live and Do Business* (2010) pernah mengistilahkan *Braggadacious Behavior*. Istilah *Braggadacious Behavior* berasal dari kata-kata *braggar* yang berarti pembual atau penyombong. Dikatakan seperti itu karena perilaku aktivis media sosial (contohnya twitter) sering ngotot sangat sering dan memberitahukan bahwa dirinya melakukan hal-hal yang keren. Tak jarang, orang-orang itu mengupload foto-foto keren dengan gaya naras. Dengan cara semacam itu, mereka menganggap itu sangat keren yang mencerminkan masyarakat kekinian.

Cara-cara seperti di atas hanya bisa dilakukan lewat media sosial. Satu kenyataan yang bisa diungkapkan bahwa ada sebuah rekayasa tertentu yang dilakukan oleh pelaku media sosial. Tentu saja agar dianggap wah, takjub, simpatis *wow* dan semacamnya. Ada kesemuannya pesan yang tertangkap yang memang dituntut pelaku. Ini berarti bahwa media sosial memberikan peluang orang untuk membohongi orang lain. Sebut saja sebuah realitas semu.

Tidak Percaya Diri

Meskipun jelas bahwa media sosial itu menampilkan realitas semu, masyarakat tetap percaya dan menggunakannya. Semakin mereka mengakses media sosial, semakin tertanam kuat bahwa apa yang ditampilkannya akan dipahami sebagai sebuah kenyataan.

Minalnya, seorang kandidat gubernur mempopulerkan diri lewat slogan yang sebenarnya tidak nyata. Namun demikian, karena ekspos media terus-terusan dilakukan sementara aktivis media sosial itu mencermati, lama

kelamaan akan dianggap sebagai sebuah kebenaran.

Tidak bisa dipungkiri bahwa mereka yang mendadak memanfaatkan media sosial karena untuk mendapatkan popularitas (sebenarnya mereka merasa tidak populer tetapi memaksa diri agar bisa populer). Orientasinya adalah bagaimana sosok dirinya sebagai kandidat dikenal oleh masyarakat. Hal demikian hampir sama dengan politisi yang mendadak berhubungan baik dengan media massa. Kalau mereka berorientasi bukan pada popularitas mengapa harus risau jika memang tidak dikenal oleh masyarakat?

Senyatanya bahwa para kandidat itu tidak percaya diri atas kemampuan yang dimilikinya selama ini. Para kandidat kita terhinggapi *inferiority complex* (rasa rendah diri). Mungkin mereka hanya berusaha agar populer saja, tetapi tak malu untuk membohongi masyarakat.

Inferiority complex atas kemampuan yang pas-pasan tetapi punya modal kuat inilah yang membuat berbagai persoalan bangsa dan negara ini tidak kunjung terselesaikan. Bagaimana mungkin akan bisa diselesaikan kalau tujuan utama menjadi gubernur atau bupati bukan pada usaha perbaikan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat? Atau sekadar agar bisa terpilih saja?

Inferiority complex adalah sebuah penyakit. Bagaimana mereka mengatasi persoalan bangsa ini jika yang mengatasinya juga sedang sakit? Jadi, menggunakan hak pilih secara cerdas adalah pilihan paling bijak. Mengenal pasangan Cagub dan Cawagub lewat realitas semu media sosial memang boleh, tetapi terbuai rayuan tanpa jernih berpikir untuk memilih adalah jorjan. ■

Penulis,

Usman Ilmu Komunikasi, Fkip,
Universitas Muhammadiyah
Malang (UIMM) dan Penulis Buku.

Alamat pengiriman tulisan opini dan surat pembaca:
opini@koranwawasan.com

Artikel opini maksimal 5.000 karakter dan disertai foto penulis.

Wawasan, 29 Januari 2018