

# MEDIA MASSA: PROSES SOSIALISASI, KULTUR, DAN PENDIDIKAN INDONESIA

**Josephine Halcyon Sinaga**

*Prodi Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Pendidikan Indonesia*

\*E-mail : [Jaophine98halcyon@upi.edu](mailto:Jaophine98halcyon@upi.edu)

## **Abstract**

Tujuan penelitian ini adalah menunjukkan bagaimana media massa adalah salah satu agen yang berperan penting dalam proses kultur, sosialisasi, dan pendidikan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan kajian literatur sebagai metode penelitiannya, terkait dengan media massa di Indonesia dalam proses kultur, sosialisasi, dan pendidikan Bangsa Indonesia. Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa kondisi sosialisasi yang terbentuk dari media massa dan sosial pada saat ini belum sesuai dengan nilai luhur, sehingga kultur dan pendidikan di Indonesia masih belum sesuai dengan identitas Bangsa Indonesia. Dengan kemudahan penyebaran informasi dan komunikasi pada era 5.0 ini, memudahkan manusia dalam saling bertukar informasi, sehingga dalam beraktivitas sehari-hari sampai kepada mengembangkan dan memajukan peradaban manusia. Tetapi kemudahan ini memang mempunyai efek negatif, seperti mudahnya dalam penyebaran *hoax*, kultur seperti tata krama dan moral yang dapat dikategorikan semakin mundur dan tidak sesuai dengan dengan identitas Bangsa Indonesia sendiri. Media massa dan media sosial dapat dijadikan sarana dalam proses pendidikan yang berjalan sepanjang hayat seharusnya dapat membangun *mindset* yang sehat sehingga setiap rakyat Indonesia dapat memiliki sikap yang mawas diri yang sesuai dengan identitas nasional dari Bangsa Indonesia sendiri. Dengan adanya kebijakan yang tepat dari pemerintah serta kontribusi dari setiap lapisan masyarakat di Indonesia terhadap isi konten dari media massa dan dalam penggunaan media sosial, maka Indonesia Emas bukan hanya kiasan, tetapi merupakan impian yang dapat diraih oleh Bangsa Indonesia.

**Keywords:** Media Massa, Media Sosial, Sosialisasi, Kultur, Pendidikan, Identitas Bangsa Indonesia.

---

© Jurnal Penelitian Bidang Pendidikan. All rights reserved

## **A. INTRODUCTION**

Media massa [1] adalah sarana dan saluran resmi yang digunakan sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Media massa terdiri dari media cetak (seperti surat kabar, majalah, buku) dan media elektronik (seperti radio, televisi, dan *film*). Seiring dengan majunya zaman, perkembangan teknologi sekarang membawa internet dan telepon seluler sebagai

media massa modern. Pada hakikatnya media massa digunakan sebagai sarana penyebaran berbagai informasi dari lembaga atau organisasi maupun dari individu. Selain itu, [2] media massa memiliki fungsi (1) pengawasan (*surveillance*), (2) penafsiran (*interpretation*), (3) pertalian (*linkage*), (4) penyebaran nilai-nilai (*transmission of values*), dan (5) hiburan (*entertainment*). [2] Media massa memiliki efek yang berkaitan dengan perubahan sikap, perasaan, dan perilaku komunikasinya. Dari pernyataan tersebut, media massa ini berdampak pada kognitif, efektif, dan *behavioral* orang yang menggunakan media massa. Tentunya efek media massa pada kognitif berperan pada *mindset*, efektif berperan pada moral, dan *behavioral* berperan pada *manner* individu maupun kelompok. Media massa merupakan salah satu sarana dalam proses sosialisasi antar individu, kelompok, maupun individu-kelompok. Dalam proses tersebut, tentunya akan terbentuk dan/atau berkembang suatu kultur dalam bermasyarakat secara langsung maupun tidak langsung. Secara sadar atau tidak, media massa juga merupakan sarana pendidikan pada era *society* 5.0 saat ini. Dengan media massa, memudahkan manusia dalam menjalankan kehidupannya dikarenakan penyebaran informasi yang cepat dengan biaya yang lebih murah.

Tetapi dalam kemudahan mendapatkan informasi ini, banyak hal-hal negatif yang mengikutinya, seperti mudahnya penyebaran informasi yang *hoax*, informasi yang penyampaiannya tidak tepat (seperti *clickbait*, bahasa yang digunakan tidak sesuai dengan usia penerima informasi), informasi yang melebih-lebihkan yang dapat merubah nilai kebenaran dari suatu hal, dan informasi yang tidak sesuai dengan sosial budaya Bangsa Indonesia. Serta penyebaran berita yang sudah tidak relevan dengan linimasa saat ini, atau berita yang kembali diunggah seakan-akan baru atau sedang terjadi, yang tujuannya bukan untuk menambahkan informasi yang sudah ada.

Penelitian sebelumnya mengenai media massa yang berkaitan dengan sosialisasi yaitu [3] pada tahun 2017, yang memaparkan bahwa televisi sebagai media massa dapat diidentifikasi sebagai media sosialisasi yang berpengaruh terhadap perilaku masyarakat. Menurut Batobara, pesan-pesan yang ditayangkan pada televisi dapat mengarahkan masyarakat kearah perilaku proporsial maupun anti sosial. Sementara untuk saran dari Batoebara adalah perlu adanya hal-hal yang dilakukan agar penggunaan televisi dapat terkontrol dan tidak menyebabkan penyimpangan sosial.

Pada tahun 2022 menyampaikan bahwa jika tidak ditangani dengan terancang dan berkelanjutan [4], kemajuan teknologi komunikasi adalah ancaman bagi golongan pelajar SMA. Peranan institusi dan keluarga yang dilibatkan secara maksimal dalam

penanaman nilai etika dan fungsinya sebagai pemegang kontrol utama terhadap pelajar SMA sebagai pengguna media sosial ketika berada di ruang digital.

Pada tahun 2018, pengaruh media massa dalam kebijakan pendidikan dapat bersifat positif maupun negatif, seperti sebagai ruang publik (1) untuk mencari informasi, (2) untuk menyampaikan ide, pendapat, kritik, saran, dan lain sebagainya, (3) untuk berdebat dan mempertajam ide, (4) untuk propaganda partai termasuk program-program dan kebijakan-kebijakan partai, dan (5) untuk mendeskreditkan kelompok lain [5]. Media massa harus dipandang sebagai institusi yang bebas dari nilai dan menyampaikan realitas secara apa adanya [6]. Dimana Media mempunyai kekuatan untuk mengkonstruksi realitas dalam masyarakat, sehingga media harus berimbang dalam melaporkan konflik, yang mana harus memiliki keinginan untuk ikut mencegah konflik dan dapat mendorong terciptanya perdamaian dengan cara memfokuskan upaya perdamaian dalam pemberitaannya yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bertikai.

Efek media massa terhadap persepsi masyarakat tentang virus korona pada tahun 2020 menyimpulkan bahwa efek kuat media mampu mempengaruhi dimensi efek komunikasi massa yaitu dari sisi kognitif meliputi peningkatan kesadaran dan penambahan pengetahuan [7]. Informasi yang telah diterima dari sisi kognitif dapat dirasakan oleh khalayak, menjadi efek afektif (seperti emosi, perasaan, dan sikap) yang tumbuh atas pengetahuan yang diterima dari sisi kognitif. Adapun efek *behavioral* merupakan akibat yang timbul dalam bentuk tindakan, perilaku, dan kegiatan. Tujuan penelitian ini adalah menunjukkan bagaimana media massa adalah salah satu agen yang berperan penting dalam proses kultur, sosialisasi, dan pendidikan di Indonesia. Penelitian ini menggunakan kajian literatur sebagai metode penelitiannya, terkait dengan media massa di Indonesia dalam proses kultur, sosialisasi, dan pendidikan Bangsa Indonesia.

## B. METHODS

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kajian literatur. Metode kajian literatur yang digunakan memiliki beberapa langkah yang digambarkan dalam **gambar 1**. Teknik penelitian ini adalah pengumpulan data dan analisis data untuk mendapatkan gambaran nyata sehingga didapatkan kesimpulan dan beberapa rekomendasi. Kebaharuan (*novelty*) dari penelitian ini adalah media massa yang juga merangkum media sosial yang memengaruhi kondisi sosialisasi, kultur, dan

pendidikan di Indonesia, yang mana masyarakat harus mempertahankan identitas Bangsa Indonesia untuk mewujudkan Indonesia Emas 2045.



Gambar 1. Metode Riset

### C. RESULTS AND DISCUSSION

Pembahasan penelitian ini terdiri dari dua poin, yaitu hasil dan diskusi, yang membahas mengenai media massa yang terkait dengan sosialisasi, kultur, dan pendidikan di Indonesia. Ada tiga hal yang menjadi fokus utama penelitian tentang media massa di Indonesia, yaitu media massa sebagai salah satu agen sosialisasi, peranan media massa dalam membentuk kultur masyarakat Indonesia, dan bagaimana media massa dapat menjadi sarana pendidikan sepanjang hayat di Indonesia. Media massa yang sekarang sudah mencakup kepada media sosial, yang dapat digunakan oleh individu atau kelompok dalam penyebaran informasi dan dapat diakses oleh masyarakat secara masal. Jadi aplikasi seperti Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn, Whatsapp, bahkan Tiktok juga merupakan media massa yang menyebarkan berbagai informasi untuk bukan hanya sebatas media cetak dan media elektronik.

Indonesia memiliki identitas bangsanya sendiri, yang harus terus ada dan dipegang teguh oleh tiap masyarakat Indonesia. Identitas nasional bangsa Indonesia ini ada tertuang di Pancasila, UUD 1945 (dapat dilihat dari Pembukaan UUD'45), Bendera Merah Putih (bendera NKRI), Lagu Indonesia Raya, dan bahkan Bahasa Indonesia. Nilai-nilai seperti saling menghormati – tegang rasa, persamaan derajat, persatuan atas dasar *Bhinneka Tunggal Ika*, mempertanggungjawabkan keputusan yang telah diambil, mejunjung nilai keadilan dan kebenaran, gotong-royong, merupakan identitas bangsa Indonesia yang harus dimiliki setiap masyarakat Indonesia, tanpa terkecuali. Indonesia sedang membangun diri menuju Indonesia Emas 2045, yang merupakan impian Indonesia dari berbagai aspek. Dari tujuh impian Indonesia yang dituliskan oleh Bapak Jokowi yang merupakan presiden RI saat ini, ada empat impian yang dapat diwujudkan lewat pemanfaatan media massa yang tepat. [8] *Pertama*, Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia yang kecerdasannya mengungguli bangsa-bangsa lain di dunia. *Kedua*, masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi pluralisme, berbudaya,

religius, dan menjunjung tinggi nilai-nilai etika. *Ketiga*, Indonesia menjadi pusat pendidikan, teknologi, dan peradaban dunia. *Keempat*, masyarakat dan aparatur pemerintah yang bebas dari perilaku korupsi.

Jika setiap masyarakat memiliki semua nilai-nilai identitas bangsa Indonesia, maka visi Indonesia Emas 2045 dapat tercapai. Pelajaran terkait dengan identitas Bangsa Indonesia merupakan materi yang dipelajari pada mata pelajaran PKN. Tetapi identitas ini dapat dipelajari setiap melakukan aktivitas sehari-hari, mulai dari lingkungan rumah, masyarakat sekitar, lalu lingkungan sekolah, dan meluas sampai kepada aktivitas di dunia digital yang tidak terbatas waktu dan ruang.

Tentunya dengan adanya otonomi daerah, sehingga setiap daerah di Indonesia memiliki kewenangan dalam mengatur dan mengurus berbagai kepentingan masyarakat secara mandiri serta berdasarkan pada aspirasi masyarakat. Tiap daerah di Indonesia memiliki nilai-nilai sosial-budaya sendiri, bukan berarti keluar dari nilai identitas nasional Bangsa Indonesia. Bahasa Indonesia merupakan alat komunikasi yang membantu antar rakyat di Indonesia dalam memahami dan mempersatukan dari banyaknya perbedaan tiap daerah. Tentunya dalam komunikasi sehari-hari menggunakan Bahasa Indonesia tidaklah baku, adanya bahasa gaul juga memengaruhi cara sosialisasi masyarakat. Tetapi yang perlu ditekankan dalam berkomunikasi adalah adanya struktur bahasa, hal ini sangat penting untuk membantu proses sosialisasi di masyarakat. Struktur bahasa yang baik dan tepat membantu dari segi kognitif dan pembangunan *mindset* dalam diri individu.

Selain itu, ada beberapa kendala yang dapat ditemui sehari-hari terkait dengan media massa, seperti penyebaran hal yang hanya hiburan dan tidak menambah pengetahuan apapun sampai hal yang tidak pantas. Viralnya Fajar si bocah *sad boy*, kebaya merah, video joget ala Tiktok yang tidak sesuai dengan nilai moral dan norma kesusilaan, merupakan berbagai informasi yang tersebar dengan sangat cepat dan ada juga diberi panggung untuk menunjukkan hal tersebut. Iklan seperti pinjaman online yang tidak menunjukkan esensi sebenarnya untuk apa dilakukan pinjaman tersebut, alih-alih menunjukkan sifat hedonisme yang tidak sesuai dengan nilai di Indonesia. Yang sebenarnya tidak bisa dibiarkan begitu saja dan dapat membangun *mindset* yang bertentangan dengan identitas Bangsa Indonesia.

Media massa sebagai sarana penyebaran informasi melalui media cetak, media elektronik, dan media sosial, informasi yang disebarkanpun beragam. Proses sosialisasi, pembentukan dan pengembangan kultur, dan proses pendidikan sudah

bukan hanya terjadi pada dunia nyata ini, tetapi sudah berlangsung pada dunia digital yang tidak terbatas ruang dan waktu.

Adanya UU Pers dan UU ITE menjadi kebijakan yang melindungi kebebasan dan hak yang dimiliki setiap orang dalam menyebarkan informasi. Tetapi di dalam pengimplementasiannya ada kendala yang selalu dijumpai. Dalam mengimplementasikan terkait dengan kebijakan media massa, bukan hanya pemerintah, tetapi harus mengikutkan semua lapisan masyarakat dalam prosesnya.

Tingkat kecerdasan (IQ) pada tahun 2022 Negara Indonesia adalah 78,49, yang keterangan angka tersebut adalah 'bodoh'. Dari sini terlihat bahwa rata-rata masyarakat Indonesia memiliki daya lemah dalam membangun pola pikir, Jika dalam Taksonomi bloom, rata-rata masyarakat Indonesia ada pada tingkat C1 (*remember-mengingat*), hal ini dapat dilihat dari perilaku masyarakat rata-rata di dunia digital. Tidaklah mungkin untuk meningkatkan kecerdasan kepada tingkat mengaplikasikan (C3) sebelum 2045, untuk mengapai impian masyarakat Indonesia yang cerdas.

Kemudahan dalam penyebarluasan informasi (apapun), mem dalam Banyaknya sudut pandang terhadap suatu pemberitaan membuat . Hal yang paling utama yang penting dibangun adalah *mindset*, pola pikir yang cerdas, agar dapat menyaring informasi yang diperlukan untuk membangun diri individu, kelompok, dan Bangsa Indonesia, alih-alih menerima saja bulat-bulat informasi menjadi nilai kebenaran dari individu tersebut. Karena tidak terlalu berefek jika hanya mengandalkan pemblokiran informasi yang menyimpang, alih-alih mendidik sumber daya manusia Indonesia sendiri.

Dalam membangun pola pikir ini, diperlukan aktivitas penyangkalan diri, membangun kondisi diskusi terbuka dengan penggunaan bahasa yang sesuai dengan nilai kemoralan yang sehat. Dari mana kegiatan ini dapat diciptakan? Tentu saja dari media cetak, media elektronik, dan media sosial. Dengan menampilkan konten yang membangun dari segi kognitif dan afektif serta menarik, dapat membantu membangun pola pikir yang sistematis. Membuat suatu konten menarik dan membangun memerlukan perencanaan yang komprhensif. Membuat konten yang menarik tanpa mempertimbangkan kegunaannya, jauh lebih mudah, dapat dilihat dari konten yang ada pada televisi, radio, dan sosial media lainnya. Misalnya konten seperti *crafting* yang dibungkus dengan kartun genre petualangan, sinetron yang alur ceritanya berbobot dengan memerhatikan detail, bukan murni drama percintaan yang klise dan terkesan tidak masuk akal (misalnya adegan CPR yang benar dan tepat).

Dari konten informasi yang membangun sistem sosialisasi dan pembentukan kultur yang sesuai dengan identitas nasional bangsa Indonesia, maka masyarakat Indonesia dapat memiliki pola pikir yang lebih komprehensif. Media massa dan media sosial dapat dijadikan sarana dalam proses pendidikan yang berjalan sepanjang hayat seharusnya dapat membangun *mindset* yang sehat sehingga setiap rakyat Indonesia dapat memiliki sikap yang mawas diri yang sesuai dengan identitas nasional dari Bangsa Indonesia sendiri. Dengan adanya kebijakan yang tepat dari pemerintah serta kontribusi dari setiap lapisan masyarakat di Indonesia terhadap isi konten dari media massa dan dalam penggunaan media sosial, maka Indonesia Emas bukan hanya kiasan, tetapi merupakan impian yang dapat diraih oleh Bangsa Indonesia

#### D. CONCLUSION

Kondisi sosialisasi yang terbentuk dari media massa dan sosial pada saat ini belum sesuai dengan nilai luhur, sehingga kultur dan pendidikan di Indonesia masih belum sesuai dengan identitas Bangsa Indonesia. Dengan kemudahan penyebaran informasi dan komunikasi pada era 5.0 ini, memudahkan manusia dalam saling bertukar informasi, sehingga dalam beraktivitas sehari-hari sampai kepada mengembangkan dan memajukan peradaban manusia. Tetapi kemudahan ini memang mempunyai efek negatif, seperti mudahnya dalam penyebaran *hoax*, kultur seperti tata krama dan moral yang dapat dikategorikan semakin mundur dan tidak sesuai dengan identitas Bangsa Indonesia sendiri.

Dengan semakin canggihnya teknologi, kita tidak bisa hanya menghapus konten yang tidak pantas, tetapi mengevaluasi dan merancang ulang media massa yang oleh pemerintah dan masyarakat dapat langsung ditangani. Jika tidak bisa menjangkau semuanya karena terlalu luas (dunia internet), maka cara lainnya adalah membuat konten yang menarik dan bermanfaat sesuai dengan identitas Bangsa Indonesia, bukan hanya karena semata-mata dari aspek hiburan (menarik) semata. Oleh karena itu sangat penting untuk mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat (seperti psikolog, pakar bidang pendidikan, seniman (komikus, pencipta lagu, penyanyi, penyair), ahli IT, atlet, pembisnis, pelajar, pengrajin, dan lainnya) dalam merencanakan seluruh aspek pembuatan konten sesuai dengan perkembangan zaman serta hal yang menarik (tanpa melanggar kultur Indonesia).

Rekomendasi dari penulis perihal media massa adalah (1) adanya kebijakan terkait dengan konten penayangan pada televisi, seperti berapa persen maksimal unsur murni

*infotainment* yang diperbolehkan untuk ditayangkan oleh suatu stasiun TV; (2) adanya program IT yang berjalan untuk menghapus *false information* (bukan hanya SARA, tetapi juga berita yang tidak sesuai dengan linimasa) pada website internet Indonesia; (3) Penyaringan kembali konten yang sesuai dengan umur (misalnya kartun yang sebenarnya ditujukan kepada orang dewasa, tetapi ditayangkan dipagi hari untuk ditonton anak-anak); (4) Mengatur ulang rancangan konten informasi yang sesuai dengan identitas bangsa Indonesia pada media televisi, radio, dan majalah elektronik; (5) Jika ada hal yang *booming* (seperti mendadak viral karena hal yang bukan positif), kita sebagai pendidik, orang tua, orang dewasa, haruslah bijak dengan mengacuhkan hal-hal tersebut, bukan diberi perhatian apalagi diberi panggung untuk berkembang; Dengan dari diri kita, orang-orang di sekitar kita, dan diri kita di tengah-tengah dunia maya, kita dapat ikut serta mewujudkan masyarakat Indonesia yang cerdas, beradab, berbudaya, religius, dan beretika. Masyarakat yang memiliki 4 M, yaitu memiliki Moral, *Mindset* yang sehat, *Manner* yang baik, dan Mawas diri. Sehingga Indonesia Emas bukan hanya sekedar kiasan dan mimpi, tetapi merupakan impian yang dapat diraih oleh Bangsa Indonesia.

## REFERENCES

- [1] Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). KBBI Kemendikbud. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/>
- [2] Aula, S. K. N. Potret Diskriminasi Terhadap Kelompok Minoritas Ahmadiyah di Media Online. *Religi: Jurnal Studi Agama-agama*, 17(2), 1-16
- [3] Batoebara, M. U. (2017). Media Televisi Sebagai Agen Sosialisasi Dalam Aksi 212 Damai. *Warta Dharmawangsa*, (52)
- [4] Delpa, D., & Elysia, E. (2022). Etika Pengguna Sosial Media di Kalangan Siswa SMA di Kota Padang, Sumatera Barat. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 37-44
- [5] Makhshun, T., & Khalilurrahman, K. (2018). Pengaruh Media Massa dalam Kebijakan Pendidikan. *TA'DIBUNA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 57-68
- [6] Santosa, B. A. (2017). Peran media massa dalam mencegah konflik. *Jurnal Aspikom*, 3(2), 199-214



- [7] Triyaningsih, H. (2020). Efek Pemberitaan Media Massa Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Virus Corona (Studi Kasus; Masyarakat di Pamekasan). *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah*, 1(1), 1-13.
- [8] Bappenas. (2022). Ringkasan Eksekutif Visi Indonesia 2045. [https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file\\_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy\\_Paper/Ringkasan%20Eksekutif%20Visi%20Indonesia%202045\\_Final.pdf](https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy_Paper/Ringkasan%20Eksekutif%20Visi%20Indonesia%202045_Final.pdf)