

---

## VIRAL DULU, USUT KEMUDIAN!(STUDI TENTANG KONTROL SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL)

Oleh

Hamirul<sup>1</sup>, Zulkifli<sup>2</sup>, Nanang Alhidayat<sup>3</sup>, Nova Elsyra<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Setih Setio

Email: <sup>1</sup>[hrul@ymail.com](mailto:hrul@ymail.com), <sup>2</sup>[z.skom@yahoo.com](mailto:z.skom@yahoo.com), <sup>3</sup>[nananghidayat108@yahoo.co.id](mailto:nananghidayat108@yahoo.co.id),  
<sup>4</sup>[elsyranova22@gmail.com](mailto:elsyranova22@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 09-12-2021

Revised:16-01-2022

Accepted: 24-01-2022

### Keywords:

Viral, Kontrol Sosial, Media Sosial, Kepolisian

**Abstract:** Artikel ini bertujuan untuk mengetahui mengapa beberapa masalah itu baru di usut setelah viral dan menjadi konsumsi publik melalui media sosial. Dengan menggunakan studi kepustakaan serta beberapa referensi dari artikel jurnal sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Media sosial sebagai wadah bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi atas pelayanan yang tidak sesuai, sehingga mendapat dukungan dari anggota masyarakat lainnya sehingga dapat diambil tindakan dengan cepat atas masalah yang dihadapi. Penggunaan media sosial dalam control sosial adalah proses yang dilakukan oleh masyarakat dari kondisi yang tidak normal dengan melibat banyak orang atau masyarakat sehingga kondisinya di tuntutan mau tidak mau harus menjadi normal.

---

## PENDAHULUAN

Kehidupan di saat ini membuat kita semakin akrab dengan dunia digitalisas dan ini mengakibatkan semua kalangan dari mulai anak kecil sampai orang dewasa harus bisa menyesuaikan dengan keadaan saat ini, dimana komunikasi yang terjadi antara satu sama lain sudah menjadi keharusan dan dunia terasa dalam gengaman dan komunikasi yang terjadi tidak lagi bersifat konvensional, namun sudah secara virtual dan tidak ada jarak dan waktu lagi dalam hal komunikasi atau yang dikenal dengan society 4.0.

Maraknya komunikasi yang dilakukan melalui dunia komunikasi membuat semakin berkembangnya juga dalam bentuk-bentuk lain dan diantaranya adalah media, Facebook, Instagram dan WhatsApps dan lainnya membawa manusia saat ini bisa memberikan informasi dan bisa diakses informasi tersebut melalui disampaikan melalui media sosial tersebut membuat semua orang mengetahuinya dan atau yang lazim disebut viral dan hal ini sering sekali dimanfaatkan oleh masyarakat yang ingin informasi yang mereka sampai dan mendapat tanggapan serta dukungan pada banyak orang, sehingga permasalahan yang ada mendapat kekuatan dan dukungan dari semua pihak, sebagai contoh ada kasus tabrak lari yang dilakukan oleh oknum tertentu dan arena di informasikan melalui media sosial sehingga masyarakat mengetahuinya dan menuntut aparat yang berwenang dapat mengusut sampai tuntas atas kejadian yang menimpah korban tabrak lari tersebut sampai ada keadilan yang berlaku, dan masih banyak lagi kasus yang terjadi dan di viralkan oleh masyarakat dan

ini menjadi sebuah fenomena tersendiri yang terjadi ditengah masyarakat terutama di media sosial, mengapa demikian?

### LANDASAN TEORI

Media sosial Van Dijk Dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam berkreaitifitas maupun berkolaborasi. karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Media sosial merupakan sarana efektif dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Media sosial sebagai dengan dinamika sosial yang sangat tinggi dan memungkinkan komunikasi terbuka kepada berbagai pihak dengan beragam latar belakang dan kepentingan dan sarana yang tepat membangkitkan partisipasi warga dalam banyak hal. Seperti yang dikemukakan Howard dan Parks (2012) media sosial adalah media yang terdiri tiga bagian yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media, isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital, kemudian yang memproduksi dan mengkonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan insudtri. Kotler dan Ketler (2009) juga mengemukakan media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara dan video. Baik informasi dengan orang lain maupun dengan perusahaan dan vice versa. Pendapat tersebut didukung pernyataan Carr dan hayes (2015), dimana media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari *user-generated content* dan persepsi interaksi dengan orang lain. Media sosial digunakan secara produktif oleh seluruh ranah masyarakat, bisnis, politik, media, periklanan, polisi dan layanan gawat darurat. Media sosial telah menjadi kunci untuk memprovokasi pemikiran, dialog, dan tindakan seputar isu-isu sosial.

### Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikeranakan media sosial merupakan salah satu platform dari media siber. Namun demikian , menurut Nasrullah (2015) media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:

1. Jaringan ( *Network* )

Jaringan adalah infrasturktur yang menghubungkan antara computer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini menjadi diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar computer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

2. Informasi ( *Informations* )

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan presentasi representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip ( *Archive* )

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa infromasi telah tersimpan dan bisa di akses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) didunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

**Jenis Media Sosial**

Kaplan dan Haenlein (2010) kedalam 6 (enam) jenis, yaitu:

1. *Collaborative projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat diakses khalayak secara global. Kategori yang termasuk dalam *Collaborative Projects* dalam media sosial, yaitu WIKI atau Wikipedia yang sekarang sangat populer diberbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro dan kontra soal kebenaran isi materi dalam situs tersebut.
2. *Blogs and Microblogs*  
yaitu aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk menulis secara runut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari, baik dalam bentuk teks, gambar, video ataupun gabungan dari ketiganya. Kedua aplikasi ini mempunyai peran yang sangat penting baik dalam penyampaian informasi maupun pemasaran produk. Melalui kedua aplikasi tersebut, pihak pengguna dengan leluasa dapat mengiring opini masyarakat atau pengguna internet untuk lebih dekat dengan mereka tanpa harus bersusah-susah menyampaikan informasi secara tatap muka.
3. *Content Communities*  
Yaitu sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, dimana dalam aplikasi ini user atau penggunanya dapat berbagi video, ataupun foto. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan suatu bentuk kegiatan positif yang dilakukan oleh satu perusahaan, sehingga kegiatan tersebut akan mendapatkan perhatian khalayak dan pada akhirnya akan membangun citra positif bagi perusahaan.
4. *Social Networking Sites* atau Situs jejaring Sosial  
Yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya menggugah hal-hal yang sifatnya pribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui *private* pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial sangat berperan dalam hal membangun dan membentuk *brand image*, karena sifatnya interaktif sehingga pengguna dapat dengan mudah mengirim dan menerima informasi, bahkan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan klarifikasi

yang nyaman antara pemilik produk dengan konsumennya.

#### 5. *Virtual Game Worlds*

Yaitu permainan multiplayer dimana ratusan pemain secara simultan dapat didukung. Media sosial ini sangat mendukung dalam hal menarik perhatian konsumen untuk tahu lebih banyak dengan desain grafis yang mencolok dan permainan warna yang menarik, sehingga terasa lebih informative dan interaktif.

#### 6. *Virtual Social Worlds*

Yaitu aplikasi yang mensimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini sangat membantu dalam menerpakan suatu strategi pemasaran atau penyampaian informasi secara interaktif dan menarik.

Beberapa penelitian yang terkait adalah Yuni Fitriani (2017), menyatakan bahwa media sosial merupakan suatu sarana yang sangat bermanfaat misalnya dibidang bisnis, pariwisata, kesehatan, keagamaan dan politik dengan cept dan mudah dan dalam penyebaran informasi dimedia sosialharus bijak dan berhati-hati karena penyalahgunaan serta penyebaran informasi di media sosial di atur dalam UU ITE. Ahmad Setiadi (2016), bahwa fenomena kehadiran media sosial sebagai dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memang luar biasa. Dengan berbagai layanan yang dapat digunakan, media sosial telah merubah cara berkomunikasi dalam masyarakat, Dedi Rianto Rahadi (2017) menyatakan bahwa pemerintah harus beperan dalam rangkang mengatasi berita atau informasi yang tidak benar (hoax) melalui peggunaan smartphone Cahyana Kumbul Widada (2018) dimana kesempatan menjadi lebih terbuka untuk seluruh masyarakat dalam mengakses semua informasi tak terkecuali oleh mahasiswa sedangkan Harris Munandar dan Maman Suherman (2016) menyatakan bahwa facebook, twitter dan instagram dalam menjadi media dalam meningkatkan pelayanan sehinga satu persatu masalah salam hal pelayanan dapat diperbaiki.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial dalam hal ini adalah suatu bentuk jejaring diantaranya: *Facebook*, *whatsapp*, *Instagram* dan bahkan tiktok adalah jenis *Social Networking Sites* atau Situs jejaring Sosial yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya menggugah hal-hal yang sifatnya oribadi seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui *private* pesan yang hanya bisa diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial sangat berperan dalam hal membangun dan membentuk *brand image*, karena sifatnya interaktif sehingga pengguna dapat dengan mudah mengirim dan menerima informasi, bahkan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan klarifikasi yang nyaman antara pemilik produk dengan konsumennya.

Pada aplikasi penggunaannya pada basis informasi yang berkaitan dengan pelayanan public sangat dibutuhkan untuk memberikan informasi kepada semua masyarakat supaya dapat memberikan sumbangsih serta aspirasi dalam pelayanan yang dirasa kurang baik dan kurang pas ataupun hal-hal yang dianggap melanggar sehingga dapat direspon oleh pihak yang berkompeten dengan harapan dapat diselesaikan dengan cepat.

Penggunaan istilah viral dulu, usut kemudian adalah sebuah slogan yang diberikan untuk instansi pemerintah yang kurang tanggap dan kurang respon pada permasalahan yang dialami oleh masyarakat atau yang lazim disebut patologi (Hamirul, 2017). Patologi pada pelayanan ini sering sekali terjadi pada masyarakat dikalangan bawah dan bahkan bila melapor bukannya mendapat pelayanan dengan yang ada malah mengeluarkan sejumlah dana tertentu agar dapat dilayani dengan baik. Lembaga kepolisian sebagai lembaga sosial yang didirikan oleh pemerintah dirasakan kehadirannya tidak dirasakan oleh sebagian masyarakat dan hal ini yang menjadikan masyarakat apatis pada pemerintah akan pelayanan yang diberikan, sehingga sebagian masyarakat memilih untuk memviralkan akan kasus atau permasalahan yang dihadapi melalui media sosial sehingga semua masyarakat tahu dan memberikan dukungan terhadap kasus tersebut sehingga semua orang fokus pada masalah yang dihadapi sehingga pihak kepolisian bergerak cepat dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dan di tanggapi sehingga selesai masalah tersebut.

Memang bila berkaca pada banyak kejadian masyarakat merasakan keberadaan pihak kepolisian terkadang kurang gesit dan cepat serta tanggap dalam menyelesaikan kasus atau permasalahan yang diderita oleh warga masyarakat dan dengan media sosial yang ada menjadi sarana komunikasi antar masyarakat sehingga pada kondisi ini masyarakat lain dapat berkontribusi dalam bentuk partisipasi dalam mendesak pihak terkait dalam menyelesaikan permasalahan yang dialami.

## KESIMPULAN

Media sosial sebagai wadah bagi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi atas pelayanan yang tidak sesuai, sehingga mendapat dukungan dari anggota masyarakat lainnya sehingga dapat diambil tindakan dengan cepat atas masalah yang dihadapi. Penggunaan media sosial dalam control sosial adalah proses yang dilakukan oleh masyarakat dari kondisi yang tidak normal dengan melibatkan banyak orang atau masyarakat sehingga kondisinya di tuntut mau tidak mau harus menjadi normal.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, 148-152.
- [2] Hamirul. (2017). Patologi Birokrasi Yang Dimanifestasikan Dalam Perilaku Birokrat Yang Bersifat Disfungsional. *Otoritas: Jurnal Pemerintahan*, 14-18.
- [3] Hayes, C. T. (2015). Social media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal Of Commucation*.
- [4] Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- [5] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [6] Parks, P. d. (2012). *American Behavioral Scientist*. 383-404.
- [7] Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 58-70.
- [8] Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*.
- [9] Suherman, H. M. (2016). Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwan Kamil Di Media Sosial. *Prosiding Hubungan Masyarakat* (pp. 423-430). Bandung: Universitas Islam Bandung.

- [10] Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Mengembangkan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 23-30.