

PERAN MEDIA SEKULER TERHADAP PEMBENTUKAN BUDAYA

(Studi Kritis Atas Pemanfaatan Media di Indonesia)

Oleh : Saiful Yusuf¹

A. PENDAHULUAN

Sapuan besar globalisasi yang melanda dunia merembes ke dalam Dunia Ketiga², yang makin menunjukkan wajah baru kedigjayaan kapitalisme. Dunia kontemporer yang didominasi oleh segelintir negara (di Barat) kian memuncak manakala menyaksikan drama berakhirnya perang dingin dan kapitalisme dianggap sebagai ujung dari evolusi ideologi yang diyakini oleh Francis Fukuyama sebagai sinyal “*the end of history*”.³ Kini dominasi Barat kian menguat, bahkan dalam berbagai hal dan cara telah jauh lebih kuat dari sebelumnya, tidak hanya di bidang ekonomi, tetapi juga di bidang budaya. Budaya global yang sebagian besar dikonstruksi oleh Barat ini masuk menyerbu melalui berbagai cara, terutama lewat globalisasi media.⁴

Di tengah arus globalisasi, media merupakan salah satu unsur utama bagi masyarakat Indonesia untuk mengalami dan belajar tentang berbagai aspek dunia. bahkan ketika seseorang tidak belajar secara langsung dari media, ia pun dapat belajar dari orang lain yang mungkin memperoleh ide-ide tentang dunia melalui media. Media merupakan *the main ways that large numbers of people receive*

¹ Peserta Program Kaderisasi Ulama (PKU) Angkatan Ke X (Sepuluh), Universitas Darussalam Gontor Bekerjasama dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

² Seperti dikatakan oleh Giddens “*Globalization is the intensification of world wide social relation which link distant localities in such a way that local happenings are shaped by event occurring many miles away and vice versa*”. Lihat: Giddens, *Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*, (New York: Routledge, 1999) Dalam: Idy Subandy, *Komunikasi komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014) hal. 36.

³ Idy Subandy, *Komunikasi komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014) hal. 38.

⁴ Sebagaimana dikatakan oleh aktivis dan pakar ekonomi politik komunikasi, Robert W. McChesney “*Indeed, global media and communication are in some respect the advancing armies of global capitalism*”. Lihat: *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of The Global Communication Revolution*, (New York: Monthly Review Press, 1998) Dalam: Idy Subandy, *Komunikasi komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, hal. 39.

*information and entertainment*⁵. Atau sebagaimana dikatakan Marshal McLuhan bahwa *The media is the message, where media is less concerned with the actual media types than with media as information transportation mechanism or it has been into mass media*⁶.

Seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, media massa merupakan unsur yang telah menjadikan bentuk budaya rakyat berubah serta kehilangan jati diri moralitas bangsa dan agama.⁷ Komunikasi serta gaya hidup pun berubah secara fundamental. Dimana sebagian kalangan masyarakat terkontaminasi dengan dunia kenikmatan, pergaulan bebas, dan gaya hidup materialistik sebagai tujuan hidup serta mengesampingkan nilai-nilai agama dan moralitas budaya lokal. Sementara itu, kelompok-kelompok sosial informal yang mendedikasikan budaya lokal mulai redup dan perlahan tergerus digantikan oleh figur-figur selebritis yang tak bermoral di pentas hiburan dan media massa⁸.

Hal ini menekankan bahwa betapa pentingnya kajian terhadap media dan kemunculan perspektif serta fenomena baru yang mengiringinya. Sehingga, hal ini mendorong penulis untuk mengkaji serta membuat tulisan ini dengan judul “Peran Media Sekuler Terhadap Pembentukan Budaya”.

⁵ *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, (Oxford University Press, 2010) hal. 922.

⁶ Hannes P.Lubich, *Toward a CSCW Framework for Scientific Corporation in Europe*, (New York: Verlag Berlin Heidelberg, 1995) hal. 41.

⁷ Marshal McLuhan membagi dua jenis media berdasarkan tingkat pengaruhnya kepada audiens dan tingkat partisipasi audiens terhadap media itu sendiri. *Pertama, Hot media*, adalah media yang mempunyai pengaruh sangat besar terhadap manusia melalui persepsi sensorisnya, bahkan hanya menggunakan sensoris tunggal saja seperti melalui cahaya/mata dan suara/telinga. Contohnya fotografi, radio, dan film *movie*. Dalam menggunakan media ini audien tidak dituntut untuk menggunakan daya imajinasinya. *Kedua, Cool media*, adalah jenis media yang selalu melibatkan lebih sedikit stimulus. Karena dengan mengakses media ini, audiens dituntut untuk berusaha lebih aktif secara imajinatif untuk dapat memahami semua informasi yang mereka terima. Contoh dari cool media seperti televisi, forum seminar, film kartun, dan telepon. Lihat: Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, terj, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 875. Lihat juga Morissan, *Teori komunikasi massa*, terj, (Bogor: Ghalia, 2013) hal. 37.

⁸ Adapun jenis-jenis media massa ialah media cetak, media elektronik dan media online. Lihat: Eduard Depari & Colin Mac Andrews, *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1995), hal. 52.

Secara etimologi budaya ialah *the sum total of the attainment and activities of any specific period, race, or people, including their implements, handicrafts, agriculture, economic, music, art, religion beliefs, traditions, language, and story*⁹. Sedangkan menurut Edward Burnett Tylor (*The founding father of British antropology*) ialah *Culture or Civilization, taken in its wide ethnographic sence, is that complex whole which include knowlarge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits actquired by man as a member of society*.¹⁰

Adapun pendapat yang membedakan antara budaya dan kebudayaan telah dijelaskan oleh Tylor diatas pula bahwa budaya adalah “daya dari budi” yang berupa cipta, rasa dan karsa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, rasa dan karsa itu¹¹. Sehingga, pada tulisan ini, budaya dan kebudayaan digunakan dalam arti yang sama.

B. DOMINASI MEDIA MASSA DAN LAKON DI BALIKNYA

Kehidupan masyarakat Indonesia saat ini telah menjadi objek atas perang pengaruh sangat kuat antara dakwah Islam dan propaganda sekulerisme. Kedua pihak sama-sama membawa misi dakwah (yang berlawanan), tetapi cara dan fasilitasnya berbeda. Perbedaan itu dapat kita lihat dakwah Islam masih menggunakan sarana klasik sedangkan dakwah sekulerisme menggunakan berbagai sarana media modern¹², serta efeknya pada perubahan yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini. Hal Ini menandakan bahwa dominasi media

⁹ Deluxe Encyclopedic, *The New International Webster's Comprehensive Dictionary*, (Florida: Trident Press International, 1996) hal. 314.

¹⁰ Jerry D. Moore, *Visions of Culture, An Introdution to Anthropological Theories and Theorist*, Edisi ke empat, (United Kingdom: Altamira Press, 2000) hal. 5.

¹¹ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), hal. 181.

¹² Media klasik, seperti menerbitkan buku, majalah, tabloid. Itupun hanya ada satu dua yang eksis. Sedangkan dakwah sekuler menggunakan tidak hanya media klasik namun juga ebook, emegazine Chanel TV, Radio, Website, jejaring sosial, video, film, music, games, dan lainnya yang bersifat update. Lihat *Invasi Media Melanda Umat*, hal. 156.

Sekuler¹³ lebih besar pengaruhnya dibandingkan media lainnya termasuk media Islam.

Propaganda sekulerisme inilah merupakan salah satu jalan bagi para aktor sekaligus dalang demonologi Islam untuk meramaikan serta memuluskan tujuannya. Tidak lain merekalah tiga kaum yang saling bahu-membahu dan bersekutu, menghadapi umat Islam, sebagaimana diistilahkan oleh Yusuf Qardhawi “Segi tiga jahannam berwajah seram”¹⁴ yaitu Zionisme Yahudi – Salibisme – Komunisme.¹⁵

Dalam konferensi Zionis pertama di Barsel, Swiss, tahun 1897, yang dipimpin oleh Theodore Herzl, komunitas Yahudi International yang menghasilkan Protokol Pemimpin Zionis¹⁶ menyimpulkan, cita-cita mendirikan negara Israel Raya tidak akan terwujud tanpa menguasai media massa. Hal tersebut sejalan dengan Khutbah seorang Rabi Yahudi, Rashoron (1869) tentang pentingnya media massa “Jika emas merupakan kekuatan kita dalam mendominasi dunia, maka dunia pers merupakan kekuatan kedua bagi kita”.¹⁷ Dan yang tidak kalah pentingnya bahwa seorang Blum, penulis buku vulgar dan porno, dalam bukunya “Perkawinan” menyarankan bahwa agar gadis-gadis memanfaatkan potensi seksualnya pada masa pranikah. Maka, sangat tepat jika seorang Kardinal

¹³ Media sekuler adalah media non-Islami yang dikelola dan dikembangkan oleh orang sekuler untuk menyebarkan paham, pemikiran, perilaku sekulerisme, sekaligus menghambat dan memarjinalkan paham, pemikiran, perilaku Islami ditengah masyarakat.

¹⁴ Yusuf Qardhawi, Islam Ekstrem: Analisis dan Pemecahannya. Dalam: Asep Syamsul, Demonologi Islam, hal. 21.

¹⁵ Terjalannya Zionisme bersekutu dengan Salibisme dikarenakan mereka merasa terikat dengan nilai-nilai kultural dan keagamaan berdasarkan *Judio Christian Ethics*. Lihat: M. Amien Rais, Timur Tengah dan krisis Teluk, (Surabaya: Amar Press, 1991) hal. 16.

¹⁶ Dalam protocol no. 12 dibidang Publishing : 1. Menguasai dunia pers dan mengendalikannya. 2. Tidak memberi kesempatan kepada media massa non-Yahudi untuk memuat anti Yahudi. 3. Memuat sensor ketat sebelum berita disiarkan. 4. Menerbitkan media massa yang mendukung aristocrat, republican, revolusioner hingga kelompok anarkhi. 5. Mempengaruhi opini public. 6. Memberikan dorongan kepada orang-orang jenius untuk mengendalikan media massa. Lihat: Fuad Sayyid Abdurahman Ar-rifai, *Yahudi Dalam Informasi dan Organisasi*, (Jakarta: Gema Insani, 1995) hal.14.

¹⁷ *Ibid*, hal. 13-14.

Marie Del Vaal mengatakan “terbukti sudah bahwa tangan-tangan Yahudilah yang senantiasa ada dibelakang penerbitan dan distribusi buku dan film-film porno yang mengiring manusia pada penyelewengan¹⁸ sebagai salah satu cara untuk menguasai dunia.

Demikianlah Zionisme jauh hari sudah memprogram sebuah imperialis media massa untuk mencapai tujuannya yang bukan hanya mencitrakan bangsa Yahudi tetapi juga menyerang dan menaklukan setiap kekuatan yang dianggap ancaman bagi mereka utamanya Islam. Maka tidak heran dewasa ini, orang-orang Yahudi telah menguasai link media massa utama, mencakup kantor-kantor berita terkemuka dunia (news agency), surat kabar, (press) dan jaringan TV/Radio, industri sinema dan TV, serta industri percetakan dan penerbitan di berbagai negara, termasuk Indonesia yang menerapkan pola atau sistem penyajian media sebagaimana media-media di Barat oleh kaum Zionis Yahudi.¹⁹

C. MEDIA, BUDAYA DAN IDEOLOGI POSTMODERN

Peran dan fungsi media tidak lain adalah sebagai alat atau sarana untuk menyampaikan pesan, informasi, dan hiburan kepada khalayak. Untuk lebih jelasnya, sebagaimana pernyataan Edward Herman dan Noam Chomsky :

The mass media serve as a system for communicating message and symbols to the general populace. It is their function to amuse, entertain, and inform, and to inculcate individuals with the values, beliefs, and codes of behavior that will integrate them into institutional structures of the larger of society. In a world of concentrated wealth and major

¹⁸ *Ibid*, hal. 24.

¹⁹Robert Murdoch seorang milyuner Yahudi yang menguasai surat kabar terkemuka di Inggris *The Times, Sunday Times*, majalah *porn Sun, News Of The World, City Magazine*, dan *Pirus*. Di Amerika, Murdoch memiliki Koran *New York Post*, majalah *Star* dan *The Newsweek*. Media massa di Inggris lainnya yang dikuasai oleh orang-orang Yahudi, yakni seperti *The Daily Telegraph, The Economist, The Daily Express, News Chronicle, Daily Mail, Manchester Guardian* dan lain-lain. Sedangkan di AS, Koran yang dikuasai Yahudi yakni *Street Journal, Daily News, The Washington Post* dan lain-lain. Lihat: Asep Symsul M.Romli, *Demonologi Islam, Upaya Barat Membasmi Kekuatan Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2000) hal. 23.

*conflicts of class interest, to fulfill this role requires systematic propaganda.*²⁰

Namun, mengingat teori fungsi media ini tidak sejalan dengan apa yang terjadi di alam realita, bahwa adanya propaganda yang melibatkan penyebaran informasi palsu dan terdapat tujuan-tujuan membantu kasus privasi individu sosial atau melukai suatu individu atau kelompok sosial lainnya, maka, Herman dan Chomsky menegaskan :

*The media serve, and propagandize on behalf of, the powerful societal interest that control and finance them. The representatives of this interest have important agendas and principles that they want to advance, and they are well positioned to shape and constrain media policy.*²¹

Dengan adanya kesimpulan tersebut, maka kehadiran media dalam kehidupan masyarakat bukan hanya sekedar sarana *diversion*, pelepas ketegangan atau hiburan, tetapi juga isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dalam proses perubahan sosial budaya. Ketika media menawarkan hiburan global, maka saat itu pula media menawarkan gaya hidup, budaya dan nilai bagi anak muda yang tengah gelisah mencari identitasnya. Media massa merupakan otak bagi khalayak, sehingga apa yang ada disajikan media akan mempengaruhi realitas subjektifitas pelaku interaksi sosial. Atau sebagaimana yang dikatakan oleh Wood dan Smith bahwa :

*People perception of the amount of telepresence in a given medium suggest that they are likely to consider how the message they fashion through media are reflections on them.*²²

²⁰ Edward Herman dan Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*, (New York: Phanteon Books, 2002) hal. 1.

²¹ Herman dan Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*, (New York: Phanteon Books, 2002) hal. xi.

²² Wood and Smith, *Online Communication: Linking Technology, identity, and Culture*, (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2005) hal. 56-57.

Refleksitas atau gambaran tentang realitas yang “dibentuk” oleh isi media inilah yang nantinya mendasari respon dan sikap khalayak terhadap berbagai obyek sosial. Informasi yang keliru dari media massa akan memunculkan gambaran yang keliru pula pada khalayak, sehingga akan memunculkan respon dan sikap yang keliru pula terhadap obyek sosial itu. Oleh karena itu, mengapa media massa dituntut menyampaikan informasi dan hiburan secara akurat dan berkualitas? Karena kualitas inilah yang merupakan tuntutan etis dan moral penyajian isi media.

Namun, tanpa disadari peran media sekuler telah membawa masyarakat masuk kedalam pola budaya baru dan mulai menentukan pola pikir serta perilaku masyarakat. Sebagaimana pandangan Turkle bahwa media bukan hanya sekedar *tool* belaka tetapi juga bagian dari kehidupan sosial dan psikologis yang mempengaruhi alam bawah sadar serta mengatalisasi cara hidup²³. Sehingga peran serta dampak yang ditimbulkan oleh media sekuler tidak hanya sekedar mengeser nilai-nilai sosial, budaya dan agama, tetapi lebih dari itu yaitu membentuk budaya baru (*tren*) dalam kehidupan masyarakat. Budaya inilah yang dikenal dengan istilah budaya populer (*popular culture*)²⁴ yang merupakan hasil dari peran destruktif-konstruktif media sekuler²⁵ dan pengusungan ideologi Barat Post-Modern²⁶. Adapun ideologi tersebut sebagai berikut.

1. Hedonisme

Hedonisme merupakan pandangan hidup yang menganggap kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan hidup. *Hedonism is considered a lifestyle in*

²³ Rulli Nasrullah, *The theory and riset media cyber*,(Jakarta: Kencana, 2014) hal. 145.

²⁴ Lihat: Bennett, *The Deindustrialization of America: Plant Closings, Community Abandonment, and the Dismantling of Basic*,(1982), hal. 27.

²⁵ AM.Wasqito, *Invasi Media Melanda kehidupan Umat*, hal. 101.

²⁶ Postmodern adalah suatu masa yang terjadi pada masa kini, dimana saat manusia tak lagi memandang modernisasi sebagai suatu upaya yang dapat memuaskan kebutuhan. Lihat: Giddens, *The Consequences of Modernity*, 1990.

*which pleasure and happiness are the ultimate goals in life*²⁷. Hal ini sesuai dengan falsafah hedonisme yang mengatakan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan realitas hidup yang tidak perlu dihindarkan dan setiap orang suka merasakan akan hal itu²⁸.

Gaya hidup hedonis merupakan budaya yang diciptakan oleh media sekuler melalui acara-acara entertainment yang bersifat destruktif²⁹. Dalam hal ini, media sekuler turut menciptakan kebutuhan semu dan instan yang membenarkan kenikmatan³⁰.

2. Konsumerisme

Bila konsumsi adalah sebuah tindakan (*an act*), maka konsumerisme adalah sebuah cara hidup (*a way of life*) atau sebuah ekspresi budaya dan manifestasi dari tindakan konsumsi.³¹ *Consumerism is the cultural expression and manifestation of the apparently ubiquitous act of consumption.*³²

Menurut hemat penulis, Konsumerisme merupakan ideologi yang menjadikan seseorang yang menjalankan proses pemakaian barang-barang secara berlebihan secara sadar yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan manusia menjadi pecandu dari suatu produk, sehingga ketergantungan tersebut tidak dapat atau susah untuk dihilangkan. Dan selanjutnya sifat konsumtif yang ditimbulkan akan menjadikan penyakit jiwa yang tanpa sadar menjangkit manusia dalam kehidupannya.

²⁷ Michel Flocker, *The Hedonism Handbook, Mastering The Lost Art of Leisure And Plesure*, (Cambridge: Da Capo Press, 2004) hal. 3.

²⁸ Surbakti, *Kenalilah Anak Remaja Anda*, (Jakarta: Komputindo Gramedia, 2009) hal. 238.

²⁹ Seperti, liputan konser music, goyang dangdut, party-parti, gosib dunia selebritis, promosi busana seksi, dan juga melalui saluran film-film Hollywood. Lihat: AM. Wasqito, *Invasi Media Melanda kehidupan Umat*, hal.104.

³⁰ Masyarakat Indonesia, Jilid XXXIV, No.2, 2008, hal. 188.

³¹ Haryanto Soedjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada : Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*, (Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2008) hal.29.

³² Steven Miles, *Consumerism, as a way of life*, (London: Sage, 1998) hal. 4.

Ideologi konsumerisme ini bekerja dengan cara seperti “ideologi roman”³³. Atau pencarian yang tiada akhir dan pergerakan hasrat metonimik yang tidak ada habisnya³⁴, seperti dalam menggunakan barang sesuai dengan mengikuti tren yang berkembang. Hal inilah yang merupakan buah hasil dari sajian media sekuler berupa iklan-iklan diberbagai laman media baik cetak, elektronik maupun online³⁵.

3. Materialisme

Materialisme adalah pandangan hidup yang mencari dasar segala sesuatu berlandaskan kebendaan semata, dengan mengesampingkan segala sesuatu yang bersifat non materi seperti jiwa, roh, cinta.

*Materialism is a dirty word among the young, who aspire to be idealistic in their though and behavior. Materialism is what happen to you when you abandon your ideals and sell out. Never mind that the more money people make, the more likely they are think of themselves as idealists.*³⁶

Para materialis berpegang kepada falsafah hidup yang tidak menghormati pandangan religius tentang hidup, kebebasan serta martabat manusia³⁷ karena mereka terlalu mengukur segala sesuatu dengan berdasarkan pemilikan materi, bahkan penghormatan kepada seseorang pun didasarkan pada kekayaan materi yang dimilikinya. Ideologi inilah yang mengakar pada pemuda-pemudi serta masyarakat Indonesia berkat buah dari apa yang disajikan media sekuler melalui sinetron-sinetron, terutama sinema India dan korea yang turut menciptakan budaya matre (materialis). Namun pada hakikatnya ideologi materialisme berawal dari ideologi hedonisme, karena

³³ Ideologi roman adalah sebuah narasi yang terbangun diseputar satu pencarian; “cinta” adalah solusi bagi semua problem, “cinta” membuat kita lengkap, “cinta” membuat kita penuh dan utuh.

³⁴ Jurnal Studi Kultural Volume I, No 1, 2016, hal. 53.

³⁵ AM.Wasqito, *Invasi Media Melanda kehidupan Umat*, hal.104-105.

³⁶ Marvin Harris, *Cultural Materialism*, (New York: Altamira, 1927) hal.Xvii.

³⁷ Koerniatmanto, *Bukan Kapitalisme bukan Sosialisme*, (Jakarta: Kanisus, 2003, hal.84.

kedua gaya hidup tersebut tidak terlepas dari kenikmatan akan pemilikan materi dan fisik semata.³⁸

Itulah budaya-budaya yang merupakan hasil dari proses globalisasi industri budaya³⁹ dengan dukungan media, yang umumnya berlangsung dari negara maju ke negara berkembang seperti Indonesia. Kapitalisme global yang berproses secara canggih lewat kedigjayaan teknologi komunikasi dan informasi global ternyata menciptakan semacam gambaran dunia kehidupan yang teregimentasi. Bukankah melalui media juga cara hidup tengah di awasi, cara hidup yang dikontrol, cara hidup yang didiktekan dan dikendalikan daya-daya halus logika pasar global (Hedonisme, konsumerisme dan materialisme)⁴⁰ lewat bujuk rayu iklan, lewat pesona kenikmatan hidup yang ditawarkan industri hiburan, sehingga menciptakan kemabukan akan pesona iklan dan industri budaya yang dangkal.⁴¹

D. FAKTA PEMANFAATAN MEDIA

1. Penggunaan Media

Tren zaman sekarang masyarakat lebih memilih segala sesuatu yang lebih praktis. Dengan adanya media teknologi yang kian semakin maju, manusia semakin dimanjakan dalam beraktifitas sehari-hari, demi mendapatkan hiburan maupun informasi. Informasi yang dimaksud yaitu berupa informasi politik, bisnis, budaya, pendidikan, bahkan informasi tentang pemahaman keagamaan dalam hal ini Islam.

³⁸ *Moral materialism is identical with hedonism, or the doctrine that human should pursue only their own pleasure. The philosophical materialism is the view that the real world is composed exclusively of material things. The two doctrines are logically independent, hedonism is consistent with immaterialism and materialism is compatible with high minded morals.* Lihat: Mario Bunge, *Scientific Materialism*, (London: CIP, 1981) Hal. ix.

³⁹ *A culture industry is one which has as its main function the production or distribution of art, entertainment or information.* Lihat: Stokes, *How To Do Media and Cultural Studies*, (London: Sage, 2003 hal. 101.

⁴⁰ Lihat: ulasan menarik dari John E. Campbell dan Matt Carlson (2002), dalam essay mereka “*Panopticon.com: Online Surveillance and the Commodification of Privacy*”. Dalam *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46 (6), hal. 586-606.

⁴¹ Idy Subandy, *Komunikasi komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*, (Jakarta: Pustaka Obor, 2014) hal. 46.

Salah satu media yang sangat berpengaruh terhadap perubahan serta pembentukan pola pikir, perilaku dan gaya hidup masyarakat adalah media online⁴² (internet⁴³). Untuk lebih jelasnya, alangkah baiknya penulis menyajikan data terkait media internet secara global maupun di Indonesia.

Berdasarkan survei pada *The Population Reference Bureau (PRB)*⁴⁴ Agustus 2016 bahwa jumlah penduduk bumi mencapai 7.4 miliar⁴⁵. Sedangkan pengguna internet dunia mencapai 50.1% yakni 3.6 miliar⁴⁶. Sedangkan jika melihat jumlah penduduk Indonesia sebagaimana yang terhimpun dalam *We are social*⁴⁷ menyatakan bahwa total populasi Indonesia mencapai 259.1 juta, sedangkan pengguna internet Indonesia mencapai 88.1 juta yang berbanding lurus dengan pengguna media social yakni mencapai 79 juta. Dengan rincian penetrasinya yaitu untuk wilayah Jawa-Bali mencapai 52 juta, Sumatra mencapai 18.6 juta, Kalimantan 4.2 juta, Sulawesi 7.3 juta dan Nusa Tenggara-Papua-Maluku mencapai 5.9 juta pengguna internet⁴⁸.

Data "*Digital in 2016*" yang dirilis oleh We Are Social juga menampilkan berapa lama orang Indonesia rata-rata menggunakan internet tiap harinya serta platform media yang paling populer di Indonesia. Dalam penggunaan media masyarakat Indonesia menggunakan komputer tidak

⁴² Media Online adalah segala jenis media atau sarana komunikasi yang tersaji secara online melalui koneksi internet, seperti email, website, blog, media sosial, jejaring sosial, termasuk aplikasi chatting seperti WhatsApp dan Line.

⁴³ Internet atau interconnected network merupakan jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan atau milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis, dengan menggunakan tipe komunikasi, Lihat: Yuhafizar, *Teknologi dan Aplikasinya*, (Jakarta: Komputindo, 2008) hal.1.

⁴⁴ Population Reference Bureau (PRB) adalah organisasi non-profit swasta yang menginformasikan orang di seluruh dunia tentang kependudukan, kesehatan dan lingkungan untuk tujuan penelitian atau akademik

⁴⁵ Lihat: <http://www.prb.org/Publications/Datasheets/2016/2016-world-population-data-sheet.aspx> (17/11/2016, 11:52 PM)

⁴⁶ Lihat: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>(17/11/2016, 12:52 PM)

⁴⁷ We Are Social is comprehensive study of digital, social, and mobile usage around the world

⁴⁸ Lihat: <http://www.banyumurti.my.id/2016/01/statistik-internet-indonesia-2016.html>(18/11/2016, 11:18)

terlepas lebih dari 4 jam, sedangkan penggunaan mobile tidak terlepas lebih dari 3 jam, dan penggunaan media social tidak kurang 2 jam, sedangkan televisi tidak lebih dari 2 jam pula.

Mobile merupakan media yang tidak pernah terlepas setiap waktu dari tangan masyarakat Indonesia. Namun untuk mengetahui prioritas penggunaan mobile itu sendiri perlu kita ketahui bahwa ternyata 27% hanya untuk sms dan calling, 22% digunakan untuk nonton video, 19% digunakan games, 20% digunakan banking dan 22% digunakan untuk map. Artinya bahwa masyarakat Indonesia masih tidak produktif dalam menggunakan mobile. Sehingga hal ini butuh kesadaran untuk meningkatkan produktifitas penggunaan media baik itu media social (BBM, facebook dll), media online (internet), media elektronik (televisi dan mobile).

2. Pengguna Situs Porno

Kemutakhiran teknologi, khususnya internet, terkadang disalahgunakan dalam pemakaiannya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) pada tahun 2013 bahwa 97% pelajar SMP dan SMA di Indonesia mengakses dan menonton video porno. Survei ini dilakukan dengan objek di dua belas kota besar di Indonesia yang terdiri dari 4500 pelajar SMP dan SMA⁴⁹. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Yayasan Anak di Jabodetabek menunjukkan sebanyak 85% anak usia 9-15 tahun pernah mengakses pornografi. Sehingga saat itu pengguna internet di Indonesia mencapai 63 juta, dan 80 % penggunanya berusia 15-30 tahun.

Sementara pada tahun 2015, ketua Komnas perlindungan anak mengatakan pula bahwa dari 88.1 juta jumlah pengguna internet, 35% atau 45 juta mengakses situs porno yang rata-rata terdiri dari berusia dibawah umur⁵⁰. Sejalan dengan itu menteri pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak,

⁴⁹ Lihat: <http://techno.okezone.com/read/2013/09/24/55/870832/survei-97-remaja-indonesia-mengakses-situs-porno> ((18/11/2016, 12:18)

⁵⁰ Arist Merdeka Sirait, JPNN, Minggu (15/3)

Yohana Susana Yembise mengatakan bahwa menurut data unit kejahatan cyber Mabes Polri ada 25 ribu anak yang menonton pornografi per hari⁵¹. Dan Tercatat 37% dari 4 juta web address merupakan situs yang berbasis pada konten pornografi⁵².

Dari data diatas, hal ini menjadikan Indonesia sebagai pengakses situs porno peringkat ke 3 terbesar setelah India⁵³ yang pada tahun sebelumnya menempati peringkat ke 4⁵⁴. Artinya bahwa Indonesia memiliki potensi menjadi peringkat Negara berprestasi negatif terbesar pada tahun-tahun yang akan datang.

Menurut Dirjen Aplikasi Informatika, Ashwin Sasongko, banyaknya angka tersebut salah satunya juga disebabkan oleh media dunia internet.⁵⁵ Media menggambarkan bagaikan dua mata pisau yang bisa memberikan dampak yang positif bagi pengguna, namun disisi lain juga memberikan dampak yang negatif, merusak pola pikir dan tindak penggunanya.

Permasalahan ini memang sudah ditangani oleh pemerintah sebagaimana diatur pada UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dalam perspektif penanggulangan penyalahgunaan internet. Hal itu dibuktikan dengan program penanggulangan *Cyberporn* dengan menghapus jutaan situs-situs porno setiap harinya.

Namun hal tersebut tidak menutup kemungkinan terlepas dari pengawasan pemerintah, mengingat pergulatan media internet dengan akses

⁵¹ Lihat: <http://www.jawapos.com/read/2016/04/26/25583/indonesia-pengakses-situs-porno-tertinggi-di-dunia> (19/11/2016, 01:00)

⁵² Dilansir oleh VR.-zone (1/7) penelitian dengan metode sambling, yang dilakukan oleh perusahaan filtering Swedia, Optenet.

⁵³Lihat:<http://www.techno.id/tech-news/indonesia-peringkat-ketiga-negara-yang-sering-akses-situs-porno-150412b.html> (19/11/2016, 10:00)

⁵⁴Lihat:<http://nasional.harianterbit.com/nasional/2014/05/06/1812/42/25/Indonesia-Peringkat-4-Dunia-Penikmat-Situs-Bokep> (19/11/2016, 10:19)

⁵⁵ Lihat: <http://www.jawapos.com/read/2016/04/26/25583/indonesia-pengakses-situs-porno-tertinggi-di-dunia> (19/11/2016, 01:00)

yang sangat luas menghubungkan seluruh dunia 24 jam. Maka disini juga dibutuhkan kesadaran individu-individu masyarakat dan terutama para orang tua dalam mengawasi anak-anaknya dari penggunaan media.

3. Pengguna Situs Dakwah/Islam

Menurut hasil survey Pew Research Center⁵⁶ bahwa jumlah umat Islam dunia di tahun 2010 mencapai 1.6 milyar dan diperkirakan di tahun 2050 akan mencapai 2.76 milyar⁵⁷. Dengan begitu agama Islam merupakan agama yang perkembangannya paling pesat di dunia.

Namun, jika kita telaah di Indonesia yang merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di Dunia, saat ini jumlah umat Islam mencapai 85% yang sebelumnya 95%⁵⁸. Jumlah penduduk masyarakatnya naik, tapi persentasenya menurun. Hal ini sebagaimana dikatakan oleh Ketua ICMI⁵⁹ bahwa disebabkan oleh produktivitas dakwah dari umat beragama lain lebih efektif dibandingkan umat Islam. Terutama dalam pemanfaatan media, umat Islam masih minim jika dibandingkan dengan umat-umat lain. Hal ini seperti fakta yang ada, media elektronik (televisi), media cetak (koran, majalah dll), media online (internet), semuanya didominasi oleh aliran/umat lain selain Islam (dalam hal ini media sekuler). Namun, lagi-lagi media online menurut hemat penulis merupakan media siber yang sangat berpengaruh dan merupakan tantangan bagi umat Islam untuk saat ini dan kedepannya.

Dalam media online (internet), Saat ini, berdasarkan survei di ICN Links terdapat 714 ulasan situs Kristen Indonesia⁶⁰. Sedangkan berdasarkan hasil

⁵⁶ Pew Research Center adalah sebuah institusi penelitian yang menginformasikan masyarakat tentang isu-isu, sikap dan tren yang membentuk Amerika dan dunia.

⁵⁷Lihat:<http://internasional.kompas.com/read/2015/04/07/02103571/Ini.Agama.dengan.Perkembangan.Paling.Pesat.di.Dunia> (22/11/2016, 02:45)

⁵⁸ Lihat: <http://www.teropongsenayan.com/39663-kenapa-prosentase-umat-islam-indonesia-terus-menurun-ini-respon-icmi> (22/11/2016, 02:55)

⁵⁹ Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) di kantor MUI Pusat, Jakarta, Rabu (18/5/2016).

⁶⁰ Lihat: http://www.in-christ.net/links/daftar_situs/ (23/11/2016, 10:28)

survei di tahun 2013 tentang jumlah situs yang berkedok Islam (menghujat dan menghina Islam) sebanyak 124 situs⁶¹. Sedangkan situs yang menyimpang dari Islam sebanyak 181 situs, yang terdiri dari 22 situs Ahmadiyah, 58 situs Syi'ah dan 101 situs Liberal⁶². Sedangkan jumlah situs Islam (mendakwahkan Islam) sebanyak 28 situs yang sebelumnya sebanyak 15 situs⁶³. Dari data dapat disimpulkan bahwa betapa tidak berimbangannya antara situs musuh-musuh Islam dengan situs Islam yang benar-benar menyerukan Islam.

E. FAKTA MEDIA MEMBENTUK BUDAYA

Pada pembahasan sebelumnya sudah dibahas budaya-budaya yang dibentuk oleh media. Sehingga pada pembahasan ini, Penulis ingin mengemukakan bagaimana media menciptakan atau membentuk *the picture in our head* melalui analisis film, video, dan *advertisement*.

Sebagian besar dunia perfilman internasional diprakarsai oleh perusahaan-perusahaan Yahudi seperti Fox Company, Golden Company, Metro Company dan lain-lain. Itulah mengapa ribuan film bahkan jutaan digencarkan untuk melakukan demonologi Islam disamping melakukan pembaratan dunia Islam, dan demoralisasi melalui kampanye free sex dan pornografi.⁶⁴ Sebagai contoh, kita tentu masih ingat film Holywood, True Lies, yang sangat kontroversial dan menghebohkan umat Islam Indonesia. Film yang dibintangi actor kondang Arnold dan disutradarai James Comeron tersebut jelas memuat demonologi Islam karena memberi gambaran buruk tentang umat Islam dengan mengaitkan pejuang muslim

⁶¹Lihat: <http://beritamuslim.wordpress.com/>, <http://Indonesia.faithfreedom.org/doc/>, <http://alymerenung.wordpress.com>, <http://www.tadungkung.com>, <http://www.berita8.com>. Dalam Iza Sudiza, *Tantangan Dakwah Islam Lewat Dunia Maya*, (Ponorogo:2013) hal. 4.

⁶² Iza Sudiza, *Tantangan Dakwah Islam Lewat Dunia Maya*, (Ponorogo:2013) hal.6

⁶³Berdasarkan hasil survei penulis dari beberapa literature, Lihat: <http://internetsehat.id/2015/04/inilah-daftar-22-situs-islam-yang-diblokir-menkominfo/>, <http://www.muslimedianews.com/2015/02/top-20-website-islam-rujukan-terbaik.html> (23/11/2016, 10:00), Iza Sudiza, *Tantangan Dakwah Islam Lewat Dunia Maya*, hal. 14-17.

⁶⁴ Asep Symsul M.Romli, *Demonologi Islam, Upaya Barat Membasmi Kekauatan Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2000) hal. 24.

Palestina (Hamis), konsep Jihad dalam Islam, dan sejumlah negara Islam “Terorisme”.

Dunia *advertisement* atau periklanan pun juga mampu menanamkan sebuah budaya. Sebagai contoh, iklan shampoo, menggambarkan ketombe atau rambut rontok sebagai sesuatu yang sangat menakutkan. Disamping itu pula sebagian besar iklan-iklan memuat unsur-unsur pengundang syahwat (*beautiful women*) seakan-akan tanpa diaktori seorang wanita cantik iklan tersebut tidak akan *perfect*.

Disisi lain maraknya dunia music mendasari para remaja untuk mengonsumsi music baik secara langsung di TKP (*konser show*), melalui MP3, maupun video klib. Dimana video-video tersebut memuat unsur-unsur konten hedonis dan materialistik serta pergaulan bebas. Inilah yang memberikan efek bagi sebagian kalangan terutama remaja yang kehilangan moralitas serta jati diri agama dan bangsanya.

F. PENTINGNYA DAKWAH MELALUI MEDIA

Dakwah merupakan menyampaikan dan mengajarkan risalah Islam kepada seluruh umat manusia agar diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.⁶⁵Tantangan dakwah Islam kian hari semakin keras. Sebab datangnya dari berbagai macam aspek, baik dari internal maupun eksternal. Tantangan yang bersifat eksternal diantaranya ialah tantangan dari musuh Islam yang menghalangi dakwah Islam dengan berbagai cara, mulai dari penyebaran fitnah terhadap umat Islam sampai dengan pembentukan budaya yang bertantangan dengan nilai-nilai agama maupun istiadat. Adapun tantangan internal lebih disebabkan karena kurangnya kesadaran kaum muslimin dalam menggunakan media dan sarana-sarana teknologi modern yang kompetibel untuk mendakwahkan akidah *ṣaḥīḥah*⁶⁶. Diantaranya dengan

⁶⁵ Muhammad Abu al- Fatah, *Al- Madkhol ila Ilmi ad-Dakwah*, (Madinah: Muasasah ar-Risalah,2001), hal. 17.

⁶⁶ Yusuf Qardhawi, *Berinteraksi dengan Al-Qur'an*, Terj Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hal. 622.

menerbitkan buku, majalah, karya ilmiah, membuat media-media Islam (saluran TV, situs, dll), serta menyebarkan artikel melalui media sosial.⁶⁷

Disinilah pentingnya dakwah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat Indonesia dan umat Islam akan bahaya yang melanda dizaman sekarang serta menyuruh berbuat makruf dan mencegah kemungkaran. Inilah merupakan tugas besar para mujahid media. Yakni menjaga kehidupan masyarakat agar selalu baik dan terhindar dari adat kebiasaan yang mungkar.⁶⁸

Al-Qurān telah memberikan metodologi dakwah dengan jelas dengan beberapa ayat-ayat yang secara global tersirat dalam firman SWT : “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...” (Qs. An-Nahl: 125).

Ayat diatas menjelaskan dakwah dengan bijaksana (*hikmah*) yang memuaskan rasio, wejangan (*mauidhah*) yang menggerakkan hati.⁶⁹ Dakwah ini harus dilakukan secara argumentatif dan meyakinkan (nyata) sebagaimana firman Allah kepada Rasul-Nya; “Katakanlah, ‘Inilah jalan (agama)ku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan hujah yang nyata...” (Qs. Yusuf: 108).⁷⁰

G. KESIMPULAN

Sebagaimana paparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perang yang dihadapi kaum muslim di era sekarang adalah perang pemikiran, perang opini⁷¹ dan perang kebudayaan. Dimana peran media sangat berpengaruh sehingga

⁶⁷ Abdurrahman Al-Wasithi & Abdul Fatiah Al-Adnani, *Renungan Akhir Zaman*, (Jakarta: Qultum Media, 2008), hal. 67.

⁶⁸ AM. Wasqito, *Invasi media Melanda Umat*, (Jakarta: Pustaka al-kaustar, 2013) hal.188.

⁶⁹ Yusuf Qardhawi, *Berinteraksi dengan Al-Qur'an*, Terj Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), hal. 622.

⁷⁰ Iza Sudija, *Tantangan dakwah melalui Dunia maya*, (Ponorogo: 2010) hal.18.

⁷¹ Perang Opini adalah pertantangan berita, pendapat, pemikiran antara media satu dengan lainnya untuk memenangkan pendapatnya agar diikuti lebih banyak masyarakat. Lihat: AM. Wasqito, *Invasi Media Melanda kehidupan Umat*, (Jakarta: Al-kaustar, 2013) hal. 208.

terbentuklah budaya baru di tengah masyarakat Indonesia seperti saat ini. Budaya tersebut antara lain ialah hedonisme, konsumerisme, dan materialisme.

Oleh sebab itu, sebagai kaum muslimin, untuk menghadapi musuh seharusnya menggunakan alat atau sarana sebagaimana yang digunakan oleh musuh dalam memerangi kita. Salah satu sarana paling efektif yaitu dengan cara menggunakan media massa sebagai *tool of the power* pengajaran dan *dakwah Islamiyah*. Dan yang terpenting tujuan akhir dari itu semua adalah untuk menegakkan agama Allah⁷², *Liila li kalimatillah*.

Ada beberapa upaya yang harus dilakukan oleh individu maupun kelompok kaum muslim. *Pertama*, membuat serta menguasai instansi media atau dengan menyebarkan tulisan melalui media (elektronik, cetak & online). *Kedua*, menjadikan media sebagai alat untuk membentuk budaya Islami serta mengkonter budaya dan ideologi postmodern (seperti memproduksi film Islami, video dll). Dan *terakhir*, mengambil sikap kritis dan selektif terhadap mengonsumsi segala sesuatu yang disajikan oleh media.

⁷² Yusuf Qardhawi, *Fatwa-Fatwa Kontemporer 3*, Terj Abdul Hayyie al-Kattani, dkk, (Jakarta: Gema Insani Press, 2006), hal. 354.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fatah, Muhammad Abu. 2001. *Al- Madkhol ila Ilmi ad-Dakwah*. Madinah: Muasasah ar-Risalah.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 1999. *Berinteraksi dengan Al-Qur'an*, Terj Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 2006. *Fatwa-Fatwa Kontemporer 3*, Terj Abdul Hayyie al-Kattani, dkk. Jakarta: Gema Insani Press.
- Al-Wasithi, Abdurrahman & Abdul Fatiah Al-Adnani. 2008. *Renungan Akhir Zaman*. Jakarta: Qultum Media.
- Bennett, 1982. *The Deindustrialization of America: Plant Closings, Community Abandonment, and the Dismantling of Basic*.
- Bunge, Mario. 1981. *Scientific Materialism*. London: CIP.
- Campbell, John E. dan Carlson, Matt. 2002. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, (Panopticon.com: Online Surveillance and the Commodification of Privacy)". 46 (6).
- D.Moore, Jerry.2000.*Visions of Culture, An Introduction to Anthropological Theories and Theorist*, Edisi ke empat. United Kingdom: Altamira Press.
- Deluxe Encyclopedic.1996. *The New International Webster's Comprehensive Dictionary*. Florida: Trident Press International.
- Flocker, Michel. 2004. *The Hedonism Handbook, Mastering TheLost Art of Leisure And Plesure*. Cambridge: Da Capo Press.
- Giddens. 1999. *Runaway World: How Globalization Is Reshaping Our Lives*. New York: Routledge.
- Harris, Marvin. 1927. *Cultural Materialism*. New York: Altamira.
- Herman, Edward dan Chomsky, Noam. 2002. *Manufacturing Consent: The Political Economy of Mass Media*. New York: Phanteon Books.
- J. Sudarminta. 2002. *Epistimologi Dasar*. Yokyakarta: Kanisius.

- Koentjaraningrat. 1997. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Koerniatmanto. 2003. *Bukan Kapitalisme bukan Sosialisme*. Jakarta: Kanisus.
- Liliweri, Alo, 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Lister, Martin. 2009. *New Media: a Critical Introduction*, London and New York.
- Lull, James. 1998. *Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global*, terj. Setiawan Abadi. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Lubich, Hannes P. 1995. *Toward a CSCW Framework for Scientific Corporation in Europe*. New York: Verlag Berlin Heidelberg.
- M. Sastrapratedja. 1982. *Manusia Multi Dimensional*. Jakarta: Gramedia.
- Masyarakat Indonesia. 2008. Jilid XXXIV, No.2.
- McChesney, Robert W.1998. *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of The Global Communication Revolution*. New York: Monthly Review Press.
- Miles, Steven. 1998. *Consumerism, as a way of life*, London: Sage.
- Minderop, Albertine. 2006. *Sikap Hidup dan Prinsip Politik Luar Negeri Amerika*. Jakarta: Obor.
- Moore, Jerry D. 2000. *Visions of Culture, An Introduction to Anthropological Theories and Theorist*, Edisi ke empat. United Kingdom: Altamira Press.
- Morissan. 2013. *Teori komunikasi massa*. Bogor : Ghalia.
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Kencana.
- Oxford Advanced Learner's Dictionary*.2010. Oxford University Press.
- Pannenberg, Wolfhart. 1996. *How to Think about Secularism, Firs Things*.
- Rais, M. Amien.1991. *Timur Tengah dan krisis Teluk*. Surabaya: Amar Press.
- Ressler,Mark. 2013. *The Logic of Relativism*. IS.
- Rowland. 1994. *Mass Communication, A Comparative Introduction*. New York: Manchester University Press.
- Sayyid, Fuad Abdurahman Ar-rifai.1995. *Yahudi Dalam Informasi dan Organisasi*. Jakarta: Gema Insani.

- Schramm, Daniel, Wilbur and Lerner. 1976. *Communication and Change*. Honolulu: The University Press of Hawaii.
- Scott, David. 2006. *Powers of the Secular Modern, Talal Asad and His Interlocutors*. California: Stanford University Press.
- Soedjatmiko, Haryanto. 2008. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada :Ketika Konsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Stokes, Jane 2003. *How To Do Media and Cultural Studies*. London: Sage
- Subandy, Idi. 2014. *Komunikasi komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Jakarta: Pustaka Obor.
- Sudiza, Ija. 2013. *Tantangan Dakwah Islam Lewat Dunia Maya*. Ponorogo: PKU.
- Surbakti. 2009. *Kenalilah Anak Remaja Anda*. Jakarta: Komputindo Gramedia.
- Symsul M.Romli, Asep.2000. *Demonologi Islam, Upaya Barat Membasmi Kekauatan Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Wasqito, AM. 2013. *Invasi media Melanda Umat*. Jakarta : Pustaka al-kautsar.
- Wood and Smith. 2005. *Online Communication: Linking Technology, identity, and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yunus, Rosman, dkk. 2006. *Teori Darwin Dalam Pandangan Sains Dan Islam*. Jakarta: Gema Insani.

Referensi Website :

- | | |
|---|---|
| http://alymerenung.wordpress.com | http://www.berita8.com |
| http://andinijs.blogspot.com | http://www.in-christ.net |
| http://beritamuslim.wordpress.com | http://www.internetworldstats.com |
| http://Indonesia.faithfreedom.org | http://www.jawapos.com |
| http://internasional.kompas.com | http://www.muslimedianews.com |
| http://internetsehat.id | http://www.prb.org |
| http://nasional.harianterbit.com | http://www.tadungkung.com |
| http://techno.okezone.com | http://www.techno.id/tech-news |
| http://www.banyumurti.my.id | http://www.teropongsenayan.com |