

PENGGUNAAN MEDIA TV DI INDONESIA

Inge Hutagalung

Dosen FIKOM Universitas INDONUSA Esa Unggul
martha_ully@yahoo.com

ABSTRAK

Tulisan ini coba melakukan tinjauan atas penggunaan media TV di Indonesia. Tinjauan dilakukan atas: ideologis politis, sosio ekonomis, kalayak, manajemen, dan umpan balik. Media televisi yang dimaksud tidak semata televisi swasta tapi juga pemerintah (TVRI). Dalam kajiannya, tulisan ini juga melihat Pengaruh tayangan televisi pada pemirsanya.

Kata Kunci: Penggunaan Media, Media Massa Televisi.

Pendahuluan

Peranan mass media dalam menunjang pembangunan semakin dirasakan *urgensinya*. Mass Media di Indonesia menurut GBHN (1988) mempunyai empat tujuan utama antara lain: menggelorakan semangat pengabdian dan perjuangan bangsa, mempertebal persatuan dan kesatuan nasional, memantapkan nilai budaya bangsa serta menyalurkan aspirasi dan menggairahkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan.

Di antara yang paling menonjol dalam peranan itu adalah peran mempersatukan bangsa Terakhir ini erat kaitannya dengan obsesi nasional bangsa Indonesia sejak masa bersatunya wilayah Indonesia di bawah Kerajaan Majapahit pada abad 13. Waktu itu Majapahit, dengan Perdana Menteri Gajah Mada, melakukan sumpah PALAPA untuk mempersatukan wilayah Indonesia dalam kesatuan dan kesejahteraan.

Di era abad ke-20, tidak dapat dipungkiri lagi mass media, khususnya televisi, berperan aktif dalam mempersatukan bangsa Indonesia yang bergeografi 16,000 pulau tersebar dalam jarak dari ujung paling Timur ke ujung

paling Barat 6,000 km. Suatu bangsa yang berpenduduk 220 juta jiwa, dengan 296 etnik dan bahasa yang beragam.

Peran televisi sebagai pemer-satu terutama karena kemampuannya untuk menjangkau wilayah yang demikian besar, terlebih lagi setelah Indonesia menggunakan Satelit Domestik Palapa pada tahun 1976, dimana pada saat yang bersamaan Siaran TVRI dapat terjangkau di seluruh ibukota provinsi Indonesia. Peranan televisi ini, tidak saja mewujudkan impian Gajah Mada, tujuh abad yang lalu, tetapi juga memperkuat pendapat pakar Komunikasi Pembangunan yang melihat pentingnya media sebagai pendorong pembangunan dan persatuan nasional (Rogers 1980).

Perkembangan Pertelevisian di Indonesia

Televisi Republik Indonesia (TVRI) mulai mengudara pada tanggal 24 Agustus 1962, bertepatan dengan kegiatan Asian Games. TVRI membagi programnya dalam empat klasifikasi:

- a. Acara Penerangan : berita, laporan, ulasan, olah raga
- b. Acara Pendidikan : agama, bahasa, matematika, kebudayaan
- c. Acara Hiburan : musik, drama, tari, komedi, serial, quiz
- d. Acara Penunjang : filler pembangunan, filler pelayanan masyarakat

Dengan komposisi materi programnya, TVRI melaksanakan program delapan jam sehari dan dua belas jam pada hari libur. Didukung oleh stasiun-stasiun daerah TVRI mengalokasikan, 60 % produk lokal dan 40 % produk impor. Materi impor umumnya berupa film seri, film cerita, hiburan dan olah raga yang sebagian besar di impor dari Amerika Serikat. Mengapa Amerika Serikat? Karena produk-produk eks Hollywood mempunyai kelebihan antara lain: murah, kualitasnya baik, jumlahnya banyak, temanya universal dan bintang-bintangnya dikenal secara mendunia. Produk siaran televisi baik hiburan maupun informasi telah menjadi komoditi andalan Amerika Serikat.

Pada tahun 1981, komposisi materi program diubah menjadi 80 % produksi lokal dan 20 % produksi impor. Perubahan ini seiring dengan penghapusan iklan dari acara TVRI.

Program andalan TVRI adalah acara-acara yang ditujukan pada masyarakat bawah dan pedesaan. Hal ini dilakukan dengan asumsi itulah segmen penonton TVRI yang terbesar.

Untuk mengantisipasi penontonnya di kota besar, tahun 1985 TVRI membuka saluran kedua di Jakarta dan diberbagai kota besar untuk memenuhi keperluan khalayak kosmopolitan

Dari tahun ke tahun TVRI menambah saluran transmisinya untuk mengusahakan agar seluruh daerah terjangkau siaran televisi. Konsep ini amat strategis meskipun mahal karena pemerintah sejak awal berketetapan menjadikan TVRI saluran informasi nasional yang mempunyai jaringan ke seluruh pelosok Indonesia. Posisi ini menjadikan TVRI mass media yang paling handal dan mempersatukan wilayah Nusantara yang demikian luas.

Setelah mengudara selama 27 tahun, monopoli TVRI sebagai satu-satunya televisi di Indonesia tumbang, seiring dengan munculnya Surat Keputusan Menteri Penerangan nomor 111 tahun 1991 yang mengatur deregulasi televisi di Indonesia. Deregulasi ini menampilkan tiga stasiun swasta yaitu RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia, beroperasi di Jakarta dan Bandung), SCTV (Surya Centra Televisi Indonesia, beroperasi di Surabaya dan Denpasar), dan TPI (Televisi Pendidikan Indonesia beroperasi di Jakarta).

Ketiga stasiun televisi swasta ini diijinkan menyiarkan iklan 20 % dari seluruh waktu siaran. Stasiun swasta ini juga dibatasi jangkauan siarannya, tidak diijinkan memproduksi siaran berita dan sejenisnya sendiri, diwajibkan untuk memperbanyak secara bertahap program lokal, dan juga wajib menyerahkan 15% dari perolehan bersihnya setiap tahun kepada TVRI.

Bagaimana dengan klasifikasi program dari stasiun swasta ini? RCTI (SCTV merupakan "*Sister Company*" dari RCTI) hadir dengan motto "menghadirkan pentas dunia di rumah anda", mengklasifikasikan programnya hanya dalam dua golongan besar: hiburan dan informasi. Sedangkan TPI, dengan mottonya "mencerdaskan

kehidupan bangsa", membagi acaranya ke dalam klasifikasi: pendidikan, informasi dan hiburan.

Perkembangan stasiun televisi swasta di Indonesia berkembang secara pesat setelah tiga stasiun swasta, muncul dua stasiun swasta lainnya yaitu AN-TEVE dan Indosiar Mandiri dan pada abad 21 - Indonesia menambah lebih banyak lagi stasiun swasta televisi.

Alasan apakah yang mendorong pemerintah melakukan deregulasi per television ini? Ada empat alasan utama yang dapat diuraikan, yaitu:

1. Adanya keperluan saluran televisi yang lebih banyak untuk memenuhi keinginan khalayak penonton televisi di Indonesia yang jumlahnya makin lama makin besar dan kehidupan ekonominya (saat itu) makin lama makin baik.
2. Adanya ancaman dari Trans National Television melalui parabola. Sejak pemerintah mengizinkan perorangan di Indonesia memiliki antena parabola (1986), mulai saat itu bangsa Indonesia telah memasuki era "*Open Sky Policy*" (kebijaksanaan udara terbuka) yang dilansir oleh negara-negara maju. Akibat dari kebijaksanaan ini, khalayak Indonesia secara bebas dapat memantau siaran televisi luar negeri dari manapun asalnya. Semakin banyak ragam siaran televisi yang masuk dan dengan mudah diterima oleh khalayak Indonesia, perlu pengimbangan siaran TVRI dan televisi swasta dengan berbagai mata acara siaran hasil produksi dalam negeri yang dirancang semenarik mungkin berlandaskan nilai Pancasila, dengan kualitas produksi yang

tidak kalah dengan siaran televisi luar negeri.

3. Timbulnya bisnis penyewaan video yang berkembang menjadi penyewaan video keliling rumah ke rumah. Usaha ini tidak bisa dikontrol, baik kualitas maupun isi programnya. Pada saat yang sama ditemukan pemancar-pemancar televisi ilegal yang menyiarkan materi acara eks video rental. Gejala ini diartikan sebagai terdapatnya keperluan yang mendesak akan program acara televisi alternatif di luar program TVRI
4. Adanya desakan dari sektor bisnis untuk memperdayakan media elektronik televisi sebagai salah satu media promosi produk barang dan jasa.

Pengaruh Tayangan Televisi Pada Perilaku Pemirsa

Tayangan televisi mempunyai dampak yang positif maupun negatif. Pengaruh positif yaitu bahwa siaran-siaran televisi memberi dorongan bagi "upaya modernisasi" di negara berkembang seperti Indonesia. Sementara pengaruh negatifnya adalah bahwa media televisi cepat membuat "wabah" terhadap sesuatu yang berulang-ulang kali ditayangkan secara rutin dengan unsur kesengajaan maupun ketidaksengajaan.

Unsur kesengajaan adalah penayangan iklan yang dimaksudkan untuk mempengaruhi "*mind-set*" seseorang terhadap keberadaan dan kegunaan suatu produk/jasa seperti iklan susu bayi yang secara intensif dan massif ditayangkan untuk para orang tua modern, sehingga mempengaruhi pikiran pemirsa bahwa modern adalah dengan pemberian susu botol dan tidak menggunakan ASI (Air Susu Ibu).

Sementara unsur ketidak-sengajaan akan terjadi pada pola peniruan terhadap perilaku yang tampak dan tampil di layar televisi. Seperti tata cara berpakaian, gaya rambut yang ditirukan dari sosok tokoh dalam film, sinetron maupun hiburan yang dinikmati pemirsa televisi.

Di sisi lain tayangan televisi juga kurang memberikan pelayanan siaran yang layak bagi anak-anak. Artinya, jika dilakukan analisis isi terhadap komposisi tayangan televisi, maka kuantitas tayangan untuk anak sangat tidak sebanding dengan jumlah waktu yang dialokasikan untuk orang dewasa.

Situasinya akan lebih memprihatinkan lagi, manakala dari segi pembuatannya, tayangan impor untuk anak-anak jadi lebih dominan ketimbang program domestik. Kenyataan ini merupakan cerminan dari ketidakberdayaan menghadapi invasi program dan ketidakberdayaan untuk mengembangkan program anak-anak yang kompetitif terhadap tayangan program anak-anak dari luar negeri.

Mengapa masalah tayangan televisi untuk anak-anak menjadi masalah yang perlu mendapatkan perhatian yang serius? Anak-anak cuma 16 % dari jumlah populasi dunia, namun mereka adalah 100% calon pemimpin di masa depan. Adalah tidak bijaksana manakala membiarkan mereka menonton program televisi yang pesannya tidak ditujukan untuk mereka. Bagaimanapun juga, selain orang tua di rumah, televisi adalah sumber pengenalan nilai-nilai sosial baru bagi anak-anak. Para pengamat pendidikan mengatakan bahwa ketidakmampuan anak untuk memilih dan memilah nilai yang baik bagi mereka membuat anak harus dijaga dan dilindungi dari ancaman nilai-

norma oleh orang tua mereka masing-masing.

Persoalan yang mengikuti dari ketidakberdayaan ini adalah pengeksploitasian anak terhadap idola mereka. Berkembangnya boneka-boneka sebagai personifikasi tokoh ceritera seperti Power Ranger, diikuti dalam bentuk tas, cangkir, T-Shirt sungguh membuat akibat yang tidak baik bagi perkembangan jiwa anak dan juga keuangan orang tua anak. Dampak lain dari televisi bagi anak adalah anak-anak semakin jauh dari budaya lokal dan semakin akrab dengan budaya asing serta segala implikasinya.

Untuk itu pengelola televisi maupun produser program acara dituntut untuk lebih melihat anak-anak sebagai "publik" khusus yang harus diperlakukan secara khusus. Dan dalam perkembangan sekarang ini, terlihat adanya kesadaran dari mereka yang bertanggung jawab terhadap program acara televisi baik TVRI maupun swasta untuk mengalokasikan yakni di siang hingga sore hari untuk acara program lokal anak-anak.

Pengaruh televisi pada kaum remaja sering kali diidentikkan dengan meningkatnya kekerasan akibat tayangan film-film *action*, pembunuhan dan sadisme termasuk penggunaan narkoba secara meluas. Sementara untuk kaum wanita (remaja maupun ibu), pengaruh televisi membawa dampak peningkatan pola konsumerisme dan budaya tidak produktif karena berjam-jam *nongkrong* di depan layar kaca untuk menonton film ataupun sinetron favorit.

Apakah seburuk itu gambaran pengaruh televisi pada pola tingkah laku pemirsanya? Malvin de Fluier mengatakan melalui teori perbedaan individu bahwa "khalayak dari suatu medium komunikasi bukanlah suatu

kelompok monolitik yang anggotanya senantiasa mempunyai tanggapan yang sama terhadap isi medium. Setiap orang akan menanggapi isi media massa berdasarkan kepentingan mereka disesuaikan dengan kepercayaan dan nilai-nilai sosial mereka". Dengan kata lain pengaruh televisi pada pemirsa akan berbeda satu sama lainnya, tergantung pada latar belakang nilai-nilai sosial dan psikologi antar individu yang bersangkutan.

Kesimpulan

Dari pemaparan singkat diatas, dapatlah disimpulkan beberapa analisa dampak media televisi di Indonesia sebagai berikut:

1. Tinjauan Ideologis dan Politis

Mengingat televisi memiliki kekuatan untuk mengubah sikap, pendapat maupun tingkah laku individu/kelompok, maka televisi digunakan sebagai media pemersatu bangsa melalui penayangan program siaran yang memiliki nilai politis dan strategis berlandaskan Pancasila sebagai *way of life* bangsa Indonesia, disamping juga memotivasi khalayak untuk berperan aktif dalam pembangunan di atas landasan "Persatuan dan Kesatuan" bangsa.

Televisi juga diarahkan untuk mengimbangi penetrasi siaran televisi luar negeri yang masuk ke Indonesia melalui tayangan program lokal yang dikemas dengan kualitas produksi yang tidak kalah menarik dengan siaran televisi luar negeri.

2. Tinjauan Sosial Ekonomi

Program televisi tidak hanya difungsikan untuk meraih keuntungan yang bersifat idiiil, tetapi juga ke arah yang bersifat materiil. Idiiil, yaitu membantu pemerintah dalam menyam-

paikan ideologi, norma maupun nilai budaya bangsa secara informative, edukatif, stimulatif, *coersive*, dan menghibur untuk memotivasi perubahan di masyarakat sesuai dengan ideologi dan filosofi bangsa Indonesia. Materiil, yaitu melalui penayangan programnya, televisi (khususnya swasta) mendapatkan keuntungan dari para pemasang iklan. Semakin baik dan diminati suatu program televisi, semakin banyak tayangan iklan yang ada, yang berarti pula keuntungan yang besar bagi stasiun bersangkutan.

3. Tinjauan Khalayak

Bagi khalayak hanya ada satu sikap, yaitu program siaran "harus baik" dan mampu memenuhi *kebutuhan* dan *keinginan* mereka tentang informasi dan hiburan. Khalayak hanya akan memperhatikan mata acara yang memang menarik dan bermanfaat bagi dirinya. Khalayak tidak lagi berorientasi pada satu stasiun televisi, akan tetap lebih terfokus pada mata acara yang disiarkan. Satu-satunya cara untuk "memaksa" khalayak agar mau memperhatikan mata acara siaran, hanyalah dengan menyajikan mata acara yang dinamis, menarik, bermanfaat, komunikatif dan tidak menyinggung perasaan khalayak, misalnya menggurui atau membodohi khalayak secara berlebihan.

4. Tinjauan Manajemen

Televisi merupakan salah satu produk teknologi komunikasi yang dikelola manajemen dinamis/modern, seperti "Seputar Indonesia" yang dikelola secara profesional dan mendatangkan keuntungan yang menakjubkan. Khusus untuk pengelolaan TVRI diperlukan pembenahan manajemen yang serius, agar mampu bersaing dengan televisi swasta, jika

tidak maka TVRI akan ditinggalkan pemirsanya.

5. Tinjauan Arus Balik (Feedback)

Teori komunikasi "Jarum Suntik" atau "Teori Peluru" yang menilai khalayak adalah pasif ternyata kurang tepat pada perkembangan pertelevisian dewasa ini. Khalayak ternyata aktif dan menjadikan televisi sebagai salah satu alat kontrol sosial masyarakat. Ini terbukti dengan menjamurnya program acara televisi yang membuka *pooling center* maupun dialog interaktif antara pemirsa dengan pembicara di studio.

Di sisi lain, khalayak akan melakukan protes terhadap penayangan program yang dinilai tidak sesuai dengan nilai sosial masyarakat, seperti kasus SCTV dengan film seri "*Wonder Woman*" yang seronok dan program "memasak bersama *Wok With Yan*" pada bulan Ramadhan (1991) dimana didemonstrasikan bagaimana cara memasak dengan menggunakan daging babi.

Berbicara mengenai pertelevisian di Indonesia, peristiwa terpenting adalah terbitnya SK Menpen No.III tahun 1990. Surat keputusan itu merubah sistem televisi di Indonesia selama 27 tahun bersifat monopolitis dan dikelola oleh satu-satunya stasiun televisi milik pemerintah, yaitu TVRI, menjadi terbuka untuk televisi swasta.

Munculnya dan menjamurnya televisi swasta di Indonesia tidak lepas dengan pembangunan bangsa yang meningkatkan prasarana dan kesejahteraan masyarakat disamping dampak "*Open Sky Policy*" pemerintah yang mengakibatkan deras arus globalisasi informasi masuk di kalangan masyarakat melalui parabola

Perubahan pengelolaan mass media pun mengalami perubahan seiring dengan mendunianya bisnis informasi, yang tadinya "*message oriented*" berubah menjadi "*audience oriented*". Yaitu suatu pola pengelolaan yang berorientasikan pada nilai sosial masyarakat tanpa meninggalkan prinsip ideologi dan filosofi bangsa.

Seiring dengan privatisasi dan deregulasi pertelevisian di Indonesia, perlu dikembangkan juga sistem kontrol dan kendalinya, berupa perangkat perundang undangan, pembentukan lembaga-lembaga yang berkaitan dengan mass media maupun penyusunan Kode Etik Pers termasuk juga Kode Etik Periklanan dan Kode Etik Siaran.

TVRI harus mengubah manajemen penyiaran secara profesional sehingga mampu bersaing dengan stasiun televisi lainnya. Stasiun televisi swasta harus menjaga dan terus meningkatkan kualitas program acaranya secara profesional, karena persaingan ketat memperebutkan porsi iklan yang tersedia.

Pada perkembangan televisi swasta dewasa ini banyak muncul usaha-usaha televisi swasta yang bersifat lokal atau usaha TV-kabel dan pay-TV, sebagai akibat perkembangan teknologi informasi dibidang elektronik.

Pada akhirnya, perlu ditumbuhkan dari sekarang adalah "budaya menonton siaran televisi" di masyarakat, agar masyarakat mampu mengatur waktu dan memilih program televisi yang memang bermanfaat bagi mereka, serta berani menolak, mencari alternatif lain atau mematikan pesawat televisi, bila mata acara program yang disajikan dinilai merugikan bagi diri, keluarga dan terutama masyarakat dan bangsa secara keseluruhan.

*"What the hell is the good of talking, if
nobody is going to listen to you"*
(George Herrimen)

Daftar Pustaka

Ishadi SK, "Dunia Penyiaran: Prospek
dan Tantangan", PT.
Gramedia Pustaka Utama,
Jakarta, 1999.

J.B. Wahyudi, "Dasar-dasar
Manajemen Penyiaran", PT.
Gramedia Pustaka utama,
Jakarta, 1994.

Artikel-artikel mengenai pertelevisian
di Indonesia, Pusat Informasi
Kompas, Jakarta, 2000 – 2004.