

ISSN : 1978-0362

JURNAL
SOSIOLOGI REFLEKTIF



Laboratorium Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

**JURNAL
SOSIOLOGI REFLEKTIF
Laboratorium Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Volume 9, Nomor 2, April 2015**

PENGELOLA JURNAL

Ketua Penyunting : Muryanti, MA
Sekretaris Penyunting : Puspo Reni Rahayu, S.Sos
Penyunting Pelaksana : Sulistyaningsih, M.Si,
Ahmad Zainal Arifin, P.Hd, Dr. Yayan Suryana,
Sekretariat : Beng Pramono, Arifiartiningih
Desain Sampul & Tata Letak : Kirman
Diterbitkan oleh : Laboratorium Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Alamat Redaksi : Laboratorium Sosiologi,
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jl. Marsda Adisucipto No.1, Yogyakarta
Telp (0274) 51957; Fax. (0274) 519571
Email: sosiologirefleksif@uin-suka.ac.id dan
sosiologirefleksif@gmail.com

Sosiologi Reflektif adalah jurnal yang dikelola oleh Laboratorium Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Media ini menekankan kajian seputar persoalan-persoalan sosial. Redaksi juga menerima tulisan seputar dinamika sosial baik yang bersifat teoritis, kritik, reflektif, opini, dan berbagai ide-ide dinamika sosial kemasyarakatan. Tulisan minimal 20 halaman kuarto, spasi ganda, dilengkapi dengan abstrak (Bahasa Inggris dan Bahasa Indonesia), catatan kaki, dan daftar pustaka. Penulis juga harus menyertakan nama lengkap bersama asal universitas atau lembaga profesional, alamat lengkap dan alamat email, nomor telepon, dan beberapa kalimat biografi penulis.

JURNAL
SOSIOLOGI REFLEKTIF

DAFTAR ISI

Transmitting Charisma: Re-Reading Weber Through The Traditional Islamic Leader in Modern Java <i>Achmad Zainal Arifin</i>	1
Strategi Pengorganisasian Lembaga Kesehatan Nahdlatul Ulama (LKNU) dalam Pengelolaan Program HIV/AIDS <i>Henri Puteranto</i>	31
Respon Masyarakat Desa Sitimulyo terhadap Pengelolaan Tempat Pembuangan Akhir Sampah (TPA) Piyungan Bantul Yogyakarta <i>Sulistyaningsih</i>	49
Resistensi Petani terhadap Pertambangan Pasir Besi di Karangwuni Kulon Progo <i>Suliadi</i>	79
Identifikasi Rumah Tangga Rawan Bencana Gempa Bumi di Wilayah Kabupaten Bantul-DI Yogyakarta <i>Nurhadi</i>	103
Pendidikan Politik Koalisi Perempuan Yogyakarta Wilayah Yogyakarta 2000-2008 <i>Sri Roviana</i>	119
Sikap Penonton dalam Program Televisi Indonesia Saat Ini <i>Rahmat Edi Irawan</i>	139
Pengaruh Kepuasan Komunikasi terhadap Kinerja Pendidik IPDN Jatinangor <i>Yani Tri Wijayanti, Asep Suryana, Mien Hidayat, dan Funny Mustikasari</i>	155

Sosiologi Kaum Sufi: Sebuah Model Studi Integratif-Interkonektif <i>Dudung Abdurahman.</i>	175
Hegemoni Kriteria Estetik: Tinjauan Sosiologi Sastra atas Cerpen Pilihan Kompas dan Cerpen Kompas Pilihan <i>Adib Sofia.</i>	191
Pendidikan Damai: Upaya Mencegah Budaya Anarkisme Pendidikan <i>Muh. Syamsuddin.</i>	213
Islam dan Pekerjaan Sosial <i>Zulkipli Lessy.</i>	235
Pesantren dan Islam Indonesia: Kajian atas Pembaruan dan Peran Sosial Transformatif <i>Achmad Maulani.</i>	253
Aksi Kolektif dalam Bersepeda: Studi Banding Atas Sego Segawe (Sepeda Kanggo Sekolah Lan Nyambut Gawé) dan JLFR (Jogja Last Friday Ride) di Kota Yogyakarta <i>Mohamad Jamal Thorik.</i>	281
Dibalik Kekuatan Ideologi dan Kepentingan <i>Hendris.</i>	309

PENGANTAR REDAKSI

Assalamualaikum wr.wb.

Dinamika permasalahan umat Islam teramat luas dan menarik untuk dikaji, terkait dengan kelembagaan Islam yang masih eksis selama ini. Peran berbagai macam lembaga tersebut nampak dari upaya yang dilakukannya dalam menyelesaikan berbagai macam permasalahan sosial yang muncul saat ini, misalnya adanya permasalahan AIDS, kepemimpinan dalam konteks kekinian, isu kekerasan yang muncul dalam sistem pendidikan dan lainnya. Permasalahan tersebut akan dibahas di beberapa artikel Jurnal Sosiologi Reflektif Volume 9 Nomor 2, April 2015.

Achmad Zainal Arifin menulis tentang *Transmitting Charisma: Re-reading Weber through the Traditional Islamic Leader in Modern Java*. Artikel ini mencoba untuk menelaah kembali pandangan seorang tokoh klasik sosiologi, Max Weber, berkenaan dengan teori kepemimpinan beliau, lebih khusus lagi pandangan tentang karisma. Dalam hal ini, Weber berpandangan bahwa proses modernisasi, khususnya proses rasionalisasi yang tidak lagi bisa dibendung pengaruhnya, akan menyebabkan otoritas kharismatik akan berubah, terutama ke arah model legal-rasional. Keyakinan bahwa kualitas kharismatis, yang biasanya direpresentasikan oleh kekuatan supranatural, yang dalam pandangan Weber akan tererosi oleh proses modernisasi, justru semakin terinstitusionalisasi dalam dunia pesantren dan bahkan diyakini bisa ditransmisikan melalui institusi-institusi yang ada.

Henri Puteranto menganalisis tentang Strategi Pengorganisasian Lembaga Kesehatan Nahdlatul Ulama (LKNU) dalam Pengelolaan Program HIV/AIDS. Penulis menjelaskan problematika pengelolaan program HIV/AIDS muncul ketika suatu organisasi sosial keagamaan menjalankan program ini. Organisasi keagamaan dituntut untuk mampu menjalankan program secara efektif. Namun demikian, dalam

implementasinya akan berhadapan dengan “*body of knowledge*” dari program HIV/AIDS. Menurutnya Lembaga Kesehatan Nahdlatul Ulama sebagai organisasi sosial keagamaan mampu menjawab isu-isu sensitif di program HIV/AIDS untuk mengurangi stigma dan diskriminasi, membangun legitimasi organisasi dan mengelola manajemen pengetahuan secara efektif.

Artikel Respon Masyarakat Desa Sitimulyo Terhadap Pengelolaan Tempat Pembuangan Akhir Sampah (TPA) Piyungan Bantul Yogyakarta ditulis oleh Sulistyaningsih. Penulis menjelaskan bahwa persoalan sampah, terutama persoalan sampah rumah tangga merupakan persoalan penting yang harus segera disikapi secara bijak. Selama ini pengelolaan sampah rumah dilakukan dengan *system sanitary landfill* yaitu sampah harus diolah, dipadatkan dan ditimbun setiap hari. Hal ini sesuai dengan Perda No 3 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Sejenis Sampah Rumah Tangga. Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut: *Pertama*, Pengelolaan TPA Piyungan yang berlokasi di Desa Sitimulyo sejak tahun 1995 sampai sekarang telah menimbulkan respon yang bervariasi dari masyarakat Desa Sitimulyo. Ada masyarakat yang merespon pro (setuju) terhadap pengelolaan TPA tersebut, namun ada juga yang kontra (tidak setuju) terhadap TPA. Perbedaan respon yang ada disebabkan karena ada masyarakat yang diuntungkan dan dirugikan adanya TPA di Desa Sitimulyo. *Kedua*, Kebijakan pemerintah Desa Sitimulyo terhadap pengelolaan TPA di Desa Sitimulyo lebih mengikuti aspirasi masyarakat.

Suliadi menulis Resistensi Petani Terhadap Pertambangan Pasir Besi di Karangwuni Kulon Progo. Tulisan ini menjelaskan perubahan sikap politik petani dalam menanggapi ekspansi kapitalisme pertambangan tidak lebih sebagai kompromi politik petani dalam merespon ekspansi tersebut. Menurutnya apa yang sesungguhnya hendak ditolak adalah cara-cara yang ditempuh para pemodal/perusahaan dan negara dalam melakukan ekspansi yang bias kapitalis yang hanya menciptakan masyarakat petani menjadi tersingkir terhadap akses sumber daya yang ada.

Nurhadi menulis artikel tentang Identifikasi Rumah Tangga Rawan Bencana Gempa Bumi di Wilayah Kabupaten Bantul-Di Yogyakarta. Faktanya, terdapat perbedaan daya tahan menyebabkan adanya perbedaan dampak bagi setiap rumah tangga yang mengalami bencana. Dampak bencana di daerah rawan bencana Bantul dapat dikategorikan sebagai berikut : (1) orang yang paling kaya menderita

paling sedikit bencana karena kemampuannya mengurangi dampak bencana dengan memperkuat rumahnya dan menggunakan asset yang dimilikinya, (2) penderitaan yang dialami, menjadikan orang miskin mampu mengurangi dampak dari kejadian bencana di masa depan untuk keberlangsungan hidupnya dengan memaksimalkan modal social sehingga meminimalkan biaya untuk membangun rumah dan (3) kelompok bertahan hidup yang paling rentan terhadap peristiwa bencana karena kekayaannya sudah habis untuk biaya rekonstruksi dan ketidakmampuannya mengurangi biaya buruh.

Sri Roviana menguraikan tentang proses Pendidikan Politik Koalisi Perempuan Yogyakarta Wilayah Yogyakarta 2000-2008. Penulis mejelkaskan bahwa perempuan Indonesia termarginalkan dalam proses pengambilan keputusan politik. Berbagai macam organisasi perempuan menyadari pentingnya pendidikan politik bagi perempuan, salah satunya organisasi KPI. Penulis menyimpulkan terhadap program yang dijalankan oleh KPI selama ini menunjukkan bahwa KPI Yogyakarta merupakan embrio dari gerakan sosial baru, akan tetapi pertumbuhan gerakan ini perlu menyingkirkan kelemahan yang muncul di tengah jalan: kesulitan membangun ideologi bersama, representasi politik yang ditunjukkan oleh organisasi elit, tidak adanya konsolidasi yang berbasiskan organisasi, ketergantungan kepada donor dan ketidakmandirian dan pembiayaan sukarela untuk menyelenggarakan pendidikan politik bagi perempuan.

Rahmat Edi Irawan menulis artikel tentang Sikap Penonton dalam Program Televisi Indonesia Saat Ini. Menurutnya saat ini mulai terjadinya pergeseran penonton pasif ke penonton aktif di industri televisi Indonesia. Jika pada masa lalu, banyaknya hambatan, seperti rezim pemerintahan yang represif, tidak adanya pilihan program dan stasiun televisi serta belum adanya regulasi dan regulator menyebabkan lamanya penonton televisi di Indonesia bersikap pasif. Sementara saat ini, pemberdayaan penonton melalui berbagai media dan upaya yang dilakukan KPI menyebabkan kondisinya sudah berubah, penonton mulai aktif bersikap. Hal itu ditunjukkan dengan meningkatkan sikap kritis mereka, dengan banyaknya melakukan pengaduan atas tayangan yang melanggar regulasi baik melalui KPI atau media massa lainnya.

Yani Tri Wijayanti, Asep Suryana, Mien Hidayat, Dan Funny Mustikasari menganalisis tentang Pengaruh Kepuasan Komunikasi terhadap Kinerja Pendidik IPDN Jatinangor. Hasil penelitian menunjukkan Komunikasi organisasi berpengaruh pada efektivitas

organisasi, salah satunya terkait kinerja. Terpenuhinya kebutuhan informasi dan komunikasi di dalam organisasi menimbulkan kepuasan komunikasi yang dapat meningkatkan kinerja dari karyawan, dalam tulisan ini adalah pendidik di IPDN Jatinangor. Ketika interaksi sosial yang meliputi kontak sosial dan komunikasi dalam organisasi berjalan dengan baik, maka hubungan antar anggota organisasi terkait dengan pekerjaan akan berjalan dengan baik, dan kinerja para anggota organisasi dapat meningkat dan tujuan organisasi dapat tercapai.

Sosiologi Kaum Sufi: Sebuah Model Studi Integratif-Interkonektif ditulis oleh Dudung Abdurahman. Penulis menjelaskan Kaum Sufi merupakan realitas sosial yang berbasiskan keagamaan pada komunitas-komunitas tarekat. Tarekat sendiri adalah salah satu bentuk implementasi keislaman yang bercorak esoterik, yang secara sosiologis biasa menampilkan aktivitasnya yang terstruktur dalam kelompok guru dan murid. Hubungan antara keduanya terjalin dalam sistem sosial yang konsisten terhadap moralitas dan spiritualitas masyarakat. Karena itu dinamika sosial Kaum Sufi dalam gerakan-gerakan tarekat itu selalu bercirikan : *pertama*, pengembangan doktrin sufi melalui sistem ritual berfungsi memperkuat solidaritas sosial para penganut tarekat. *Kedua*, peranan Kaum Sufi dalam bentuk hubungan dan partisipasi sosial di tengah kemajemukan masyarakat pada umumnya menampilkan model gerakan sosial yang unik, khususnya sumbangan mereka terhadap pembinaan spiritual dan moralitas publik di tengah-tengah perubahan sosial. *Ketiga*, tipologi gerakan sosial Kaum Sufi pada umumnya bersifat *inklusifme-pragmatis; eksklusifme-fundamentalis; dan fundamentalisme-pragmatis*.

Adib Sofia menulis artikel yang berjudul Hegemoni Kriteria Estetik: Tinjauan Sosiologi Sastra atas *Cerpen Pilihan Kompas* dan *Cerpen Kompas Pilihan*. Hegemoni merupakan konsep yang dikenalkan Gramsci untuk menganalisis bentuk-bentuk praktik politik, budaya dan ideologi. Pendekatan mendasarnya adanya hubungan yang kompleks dan non mekanik antara budaya dan politik. Gramsci mempertanyakan bentuk kebudayaan manakah yang menjadi budaya massa yang diproduksi kontemporer. *Cerpen Kompas Pilihan* (Cerita Pendek Pilihan *Kompas*) dan *Cerpen Pilihan Kompas* (Cerita Pendek Pilihan *Kompas*) merupakan kumpulan cerita pendek terbaik yang dimuat di harian *Kompas*, salah satu penerbit terkemuka. Mereka mempublikasikan secara periodik sejak tahun 1970 dan menjadi salah satu produk dari masyarakat.

Muh. Syamsuddin menjelaskan tentang Pendidikan Damai:

sebagai Upaya Mencegah Budaya Anarkisme Pendidikan. Penulis menegaskan bahwa kekerasan merupakan bentuk hegemonik dalam segala aspek kehidupan politik, ekonomi, sosial, hukum dan budaya. Termasuk dalam pendidikan dilakukan melalui proses dehumanisasi dari substansi dan metode pembelajaran. Metode pengajaran yang berlangsung selama ini dilakukan dengan pendekatan pedagogi atau seorang guru, menjadi figur yang sempurna (mengetahui tentang banyak hal) dan siswa hanyalah obyek. Tindakan ini disebut kekerasan pendidikan. Kekerasan ini dapat merusak kepribadian.

Islam dan Pekerjaan Sosial dianalisis oleh Zulkipli Lessy. Menurut Teologi Islam dan lima pilar Islam memiliki sejarah dan peran penting dalam pengembangan praktik pekerjaan sosial dan masyarakat Muslim. Beberapa efeknya dikaji dengan menggunakan review literatur dan melalui komparasi diantara masyarakat Muslim dan beberapa kelompok agama yang mengikutinya serta menguji teologi Muslim Shi'i dan Muslim Sunni. Konsep utama dari Islam, misalnya : syahadat, sholat, puasa, zakat dan haji seharusnya dijalankan oleh pekerja sosial Muslim dalam praktiknya dalam masyarakat Muslim.

Achmad Maulani menulis tentang Pesantren dan Islam Indonesia: Kajian atas Pembaruan dan Peran Sosial Transformatif. Penulis menegaskan Pesantren dan Nahdlatul Ulama (NU) dipahami sebagai pelopor utama Islam di Indonesia. Bukan hanya karena kelembagaan tradisionalnya sebagai rujukan dalam Islam, akan tetapi karena pengembangan pendidikan Islam yang menonjol serta pengembangan wacana keislaman. Perkembangannya akhir-akhir ini, kedua lembaga tersebut berkontribusi penting dalam membangun dialog antara nilai islam dan budaya lokal.

Artikel terakhir dalam kajian jurnal ini ditulis oleh Mohamad Jamal Thorik dalam tugas akhirnya yang berjudul Aksi Kolektif dalam Bersepeda: Studi Banding atas Sego Segawe (*Sepeda Kanggo Sekolah Lan Nyambut Gawe*) dan JLFR (*Jogja Last Friday Ride*) di Kota Yogyakarta. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan perbedaan antara Sego Segawe dan JLFR pada pola sosialisasi yang dibagi menjadi 5 mekanisme sosialisasi : 1) imitasi: Sego Segawe menggunakan keteladanan Walikota dan Pegawai Balaikota, sedangkan JLFR menggunakan keteladanan komunitas sepeda; 2) instruksi: Sego Segawe menggunakan Surat Edaran (SE) sebagai himbauan bersepeda, namun aspek instruksi tidak terdapat pada JLFR; 3) desiminasi: Sego Segawe kurang memaksimalkan sarana komunikasi, sementara JLFR menggunakan sarana *social media* dengan

intens; 4) motivasi: Sego Segawe menunjukkan dukungan melalui *reward* kepada pelajar sebagai duta sepeda, sedangkan JLFR menggalang dana untuk pesepeda korban kecelakaan; 5) penataran, Sego Segawe mengalami inkonsistensi pada pelaksanaan kampanye secara parsial, sedangkan JLFR melaksanakan kampanye secara rutin.

Demikian gambaran secara umum jurnal yang akan sidang pembaca nikmati edisi ini. Semoga apa yang tertuang dalam kajian ini memberikan sumbangan yang berarti dan menjadi sumber pengetahuan baru. Selamat membaca. *Wallahu a'lam bi shawab.*

Wassalamualaikum wr. wb

Redaksi

SIKAP PENONTON DALAM PROGRAM TELEVISI INDONESIA SAAT INI

Rahmat Edi Irawan

Dosen Jurusan Marketing Communication, Universitas Binus, Jakarta
Alamat Email : reirawan@yahoo.co.id

Abstract

The study in this paper is motivated increasing reports or complaints against television delivered to the Indonesian Broadcasting Commission (KPI). This paper aims to look at how the shift from a passive audience or spectators into active audience or spectators give feedback on television shows that they receive, which is now starting to look also at the television audience in Indonesia. Methodology or study in this paper uses literature, to see how the exercise of some theories of mass communication, particularly with regard to the impact of television on the audience. Conclusions or the results of the study for this paper is to begin the shift to a passive audience active audience in the television industry in Indonesia today. If in the past, many obstacles, such as a repressive regime, not the choice of programs and television stations as well as the lack of regulation and the regulator has ever television audience in Indonesia passive. While today, empowering the audience various media and efforts made KPI caused his condition has changed, the audience began to be active. It was indicated by increasing their critical stance, with the number of impressions made complaints on violation of regulations either through KPIs or other mass media.

Key Words: Mass Media, Empowering, Active Audience, and Era Television Industry

Intisari

Kajian dalam tulisan ini dilatarbelakangi meningkatnya laporan atau pengaduan masyarakat terhadap tayangan televisi yang disampaikan kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Tulisan ini bertujuan untuk melihat bagaimana pergeseran

dari khalayak atau penonton yang pasif menjadi khalayak atau penonton yang aktif memberikan masukan terhadap tayangan televisi yang mereka terima, yang kini mulai terlihat juga pada penonton televisi di Indonesia. Metodologi atau kajian dalam tulisan ini menggunakan studi pustaka, untuk melihat bagaimana dijalankannya beberapa teori komunikasi massa, terutama yang berkaitan dengan dampak tayangan televisi pada penonton. Simpulan atau hasil dari kajian untuk tulisan ini adalah mulai terjadinya pergeseran penonton pasif ke penonton aktif di industri televisi Indonesia saat ini. Jika pada masa lalu, banyaknya hambatan, seperti rezim pemerintahan yang represif, tidak adanya pilihan program dan stasiun televisi serta belum adanya regulasi dan regulator menyebabkan lamanya penonton televisi di Indonesia bersikap pasif. Sementara saat ini, pemberdayaan penonton melalui berbagai media dan upaya yang dilakukan KPI menyebabkan kondisinya sudah berubah, penonton mulai aktif bersikap. Hal itu ditunjukkan dengan meningkatkan sikap kritis mereka, dengan banyaknya melakukan pengaduan atas tayangan yang melanggar regulasi baik melalui KPI atau media massa lainnya.

Kata Kunci: Media Massa, Pemberdayaan, Penonton Aktif dan Era Industri Televisi

Pendahuluan

Meningkatnya pengaduan atau laporan masyarakat menunjukkan mulai kritisnya masyarakat terhadap sajian program yang ditayangkan stasiun televisi. Masyarakat atau penonton televisi Indonesia mulai merasa tidak nyaman, jika ada tayangan atau program televisi yang dianggap menyimpang baik secara agama, budaya, adat istiadat atau norma kehidupan lainnya. Mereka menganggap apa yang ditampilkan televisi akan punya dampak yang tidak baik bagi mereka atau sesama penonton televisi lainnya, sehingga mereka merasa wajib untuk mengajukan keberatan atas tayangan televisi tersebut. Meningkatnya pengaduan masyarakat tersebut juga menunjukkan bahwa sekarang masyarakat mulai tidak diam atas tayangan yang diberikan stasiun televisi terhadap mereka.

Fenomena menarik ini sudah terjadi sejak tahun 2012 lalu. KPI sebagai lembaga independen yang bertugas untuk memantau tayangan

televisi di Indonesia ini menyampaikan terjadinya peningkatan laporan atau pengaduan masyarakat tentang siaran televisi. Sepanjang tahun 2012, seperti yang tertera dalam Newsletter KPI pada akhir tahun 2012, mereka menerima 7.147 pengaduan masyarakat tentang televisi, atau meningkat 50% dibanding dengan periode yang sama tahun lalu. Pengaduan itu diterima KPI melalui pesan pendek atau SMS (5.331 pengaduan), surat elektronik atau email (1.165 pengaduan), telepon (110 pengaduan) dan surat (56 pengaduan). Dari semua jumlah pengaduan dan laporan tersebut, KPI sudah melakukan tindakan dengan mengeluarkan 18 imbauan, 17 peringatan, 43 sanksi administratif, 5 sanksi penghentian program sementara dan 1 sanksi penghentian program secara tetap terhadap berbagai pelanggaran yang dilakukan oleh berbagai stasiun televisi

Mulai kritisnya penonton televisi tentu bisa mengubah pandangan yang selama ini beredar, bahwa penonton televisi di Indonesia hanyalah obyek dari perkembangan industri televisi di Indonesia dewasa ini. Sejak era televisi swasta pada dekade 80-an. Para pemilik atau pengelola stasiun televisi memang membutuhkan jumlah penonton sebanyak-banyaknya untuk meningkatkan rating mereka. Rating tinggi pada sebuah program atau secara keseluruhan di sebuah stasiun televisi, akan memudahkan mereka untuk mendapatkan iklan sebanyak-banyaknya atau iklan yang dibandrol dengan harga yang tinggi. Dengan banyaknya pemasukan dari iklan tersebut, maka biaya produksi dan biaya operasional stasiun televisi tersebut dapat tertutupi. Bahkan, mereka bisa mendulang keuntungan yang berlipat.

Sayangnya, target untuk mendapatkan penonton sebanyak-banyaknya itu tidak selalu diikuti dengan jalan memberikan tayangan yang terbaik bagi penontonya. Tidak jarang, stasiun televisi mengindahkan atau melanggar norma agama, budaya, adat istiadat atau norma kehidupan lainnya, hanya demi mengejar rating tinggi. Belum lagi, banyak stasiun televisi yang lebih suka jalan pintas untuk merebut penonton, dengan jalan *copy paste* atau menjiplak program lain yang sejenis, yang dianggap sukses penayangannya. Tindakan stasiun televisi tersebut jelas tidak mengindahkan penonton televisi yang sebenarnya menjadi target mereka. Penonton televisi dianggap hanya sebagai obyek, yang dipaksa untuk menerima apapun yang disodorkan oleh televisi. Lebih parahnya lagi, pemilik atau pengelola stasiun televisi lebih sering mendengarkan apa yang diinginkan oleh pemasang iklan, yang secara langsung menjadi sumber pemasukan uang bagi mereka,

tentang tayangan stasiun televisi yang bersangkutan. Tindakan ini, jelas pada akhirnya, semakin memarjinalkan penonton televisi Indonesia. Dibutuhkan secara kuantitas jumlahnya, namun tidak didengarkan kualitas apa yang diinginkannya.

Tidak kritisnya penonton televisi selama ini, juga kian memperlemah posisi tawar penonton di era industri televisi dewasa ini. Pihak pemilik dan pengelola stasiun televisi terus melakukan hal yang sama, sehingga merugikan dan berdampak buruk terhadap penonton televisi itu sendiri. Beruntung, kondisi tersebut sedikit berubah dengan kehadiran KPI pada tahun 2003, yang bertugas mengontrol penyiaran di Indonesia, termasuk apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh semua institusi atau pelaku penyiaran, termasuk para pemilik dan pengelola stasiun televisi. Sejak kehadiran lembaga independen tersebut, para penonton punya tempat pengaduan formal, sekaligus disuarakan hak-haknya sebagai penonton, yang harusnya tidak dirugikan atau dikesampingkan stasiun televisi. Posisi tawar mereka, kini mulai meningkat dalam industri televisi, tidak lagi termarjinalkan, namun mulai mendekati posisi pemilik atau pengelola stasiun televisi dan pemasang iklan, yang selama ini sangat kuat dalam industri televisi di Indonesia. Tentu saja, laporan KPI seperti yang tertera dalam bagian awal tulisan ini, menjadi suatu hal yang makin menarik dalam perkembangan industri televisi. Setidaknya, kesan bahwa penonton adalah pihak yang pasif atau hanya diam saja menerima apa yang disajikan oleh stasiun televisi mulai terkikis. Dengan demikian, pemilik atau pengelola stasiun televisi akan selalu berpikir ulang tentang apa yang akan mereka tayangkan. Artinya, posisi tawar penonton televisi di Indonesia sudah jauh lebih meningkat. Para penonton tersebut perlu, bahkan harus didengar oleh pemilik dan pengelola stasiun televisi, jika program atau stasiun televisinya tetap ingin dilihat atau ditonton penonton televisi Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini bagaimana perubahan sikap penonton Indonesia menyikapi berbagai program yang disajikan stasiun televisi di Indonesia saat ini?. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, untuk mendapatkan gambaran adanya fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi pada beberapa program televisi, studi pustaka dan dokumentasi, seperti data pengaduan masyarakat mengenai tayangan televisi yang diterima KPI, serta data rating dan *share* program-program di televisi Indonesia.

Posisi Penonton Televisi dalam Kajian Teoritik Komunikasi Massa.

Posisi penonton dalam kajian teoritik komunikasi massa bukanlah hal yang baru. Sejak media massa pertama kali diperkenalkan sebagai salah satu saluran komunikasi, maka masalah manfaat dan dampak media, langsung menjadi kajian yang menarik untuk diikuti. Di satu sisi, jelas media massa, apapun jenis dan modelnya, bermanfaat bagi masyarakat, terutama pengguna atau konsumen media itu sendiri. Tetapi, tidak dapat dipungkiri pula, media massa dari yang tradisional hingga di era modern seperti sekarang ini, juga punya dampak negatif dalam kehidupan masyarakat, terutama pengguna atau konsumen media itu sendiri. Tentu saja termasuk media televisi, yang pertama kali mengudara dengan liputan *olimpic games* di Jerman pada tahun, televisi sudah memberikan manfaat dan dampak bagi pengguna atau konsumennya.

Tarik ulur posisi tawar atau kekuatan penonton televisi menghadapi kehadiran televisi, secara sosiologis, bisa dijelaskan melalui Teori Pilihan Rasional yang dikemukakan James S. Coleman. Coleman menyatakan bahwa tindakan perseorangan mengarah pada suatu tujuan dan tujuan itu ditentukan oleh nilai atau pilihan. Dengan lebih dalam, Coleman menyimpulkan bahwa perhatian seseorang terhadap sumber daya yang dikendalikan orang lain, menyebabkan keduanya terlibat dalam tindakan saling membutuhkan. Dalam perkembangan masyarakat modern, Coleman mengakui bahwa bagian terbesar hak dan sumber daya itu kedaulatannya terletak di tangan aktor kolektif atau yang kini disebut sebagai korporat.¹ Jika dilihat dari pendapat Coleman dan mengkaitkannya dengan dampak kehadiran media televisi, dengan jelas bahwa posisi tawar penonton televisi di manapun, adalah terkait erat dengan kemampuan *audience* atau penonton tersebut untuk menerima atau menolak apa yang barangkali disajikan aktor yang sudah sangat kuat dalam industri televisi, yaitu pemilik dan pengelola stasiun televisi.

Pada masa awal pemanfaatannya, kehadiran televisi menunjukkan dominasi atau tingkat superioritas yang amat besar pada penontonnya. Seperti dikemukakan Warner J. Severin, W dan James W. Tankard Jr; melalui bukunya "*Teori Komunikasi Massa, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*" yang terbit pada tahun 2008, menyatakan bahwa media massa, punya pengaruh dan dampak absolut yang diterima

¹ George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosilogi Modern*, (Penerbit Kencana, Jakarta: 2004), hlm. 392-398

pemakainya. Apapun yang diberikan media massa, akan diterima dan berpengaruh sesuai dengan pesan yang disampaikan oleh penguasa, pemilik atau pengelola media massa tersebut. Pengguna media adalah konsumen yang pasif, yang tinggal menerima saja pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut. Secara umum, kajian teori yang berpendapat demikian diwakili oleh teori peluru (*bullet theory*), teori jarum suntik (*hypodermic needle theory*) dan teori sabuk transmisi (*transmission belt theory*). Ketiga teori ini memang berpandangan naif dan sederhana, yang mempredikasi dampak pesan-pesan komunikasi massa yang kuat dan kurang lebih universal pada semua anggota audiensi yang kebetulan terekspos pada pesan-pesan tersebut.

Jika dilihat secara lebih mendalam, ketiga teori di atas berpandangan bahwa, manfaat dan dampak yang diakibatkan penggunaan media massa termasuk televisi, akan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh mereka yang menyampaikan pesan melalui media massa tersebut. Biagi, mengemukakan bahwa ketiga teori tersebut memang menganggap pengguna media massa atau penerima pesan tidak berdaya terhadap manfaat atau dampak yang ditimbulkan akibat dari pesan yang disampaikan melalui media massa tersebut. Bahkan, dikatakan naif dan sederhana, karena dalam pandangan ketiga teori di atas, tidak ada perbedaan manfaat dan dampak yang diakibatkan penggunaan media tersebut. Padahal, meski mendapat terpaan yang sama, konsumen pengguna media massa akan memberikan umpan balik atau *feedback* yang berbeda ketika menerima pesan yang disampaikan melalui media massa.²

Gambaran dari ketiga teori komunikasi massa tradisional tersebut memang banyak ditemukan di dunia menjelang, selama, dan tidak lama setelah berakhirnya Perang Dunia II, dimana pesan dari penguasa yang disampaikan melalui media massa harus diterima atau dijalankan semua masyarakat atau konsumen dari media massa tersebut. Artinya, media massa hanya merupakan alat propaganda dari penguasa atau pemerintah yang berkuasa, yang memiliki atau mengendalikan media massa ketika itu. Sementara di Indonesia, kondisi yang juga hampir sama kita temukan pada masa Orde Baru atau era industri televisi ketika belum ada lembaga independen yang mengaturnya, KPI. Pada masa itu, penguasa, pemilik atau pengelola stasiun televisi sering menganggap penonton mereka adalah makhluk yang pasif, yang hanya menerima saja

2 Shirley Biagi, *Media Impact*, (Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2010), hlm. 10

apa yang disajikan oleh stasiun televisi. Mereka menganggap pesan yang mereka sampaikan melalui media massa akan diterima oleh penonton atau masyarakat, dan akan mengakibatkan dampak seperti yang mereka kemukakan dalam pesan yang disampaikan tayangan televisi tersebut.

Dari teori yang menganggap khalayak atau pengguna media massa sebagai sesuatu yang pasif, kemudian beralih kepada teori yang menekankan bahwa penonton atau konsumen media massa tersebut tidaklah diam. Mereka sebenarnya aktif memberikan umpan balik terhadap apa yang diberikan oleh media massa. Generasi teori ini diwakili oleh teori model dampak terbatas (*limited effects model*), manfaat dan gratifikasi (*uses and gratification*) serta manfaat dan efek (*uses and effect*). Ketiga teori ini pada prinsipnya menganggap bahwa khalayak atau pengguna media tidaklah pasif ketika menerima pesan yang disampaikan melalui media massa. Ada respon atau tanggapan terhadap pesan yang diterima, sehingga menjadi umpan balik yang bermanfaat bagi media massa untuk mengembangkan diri mereka.³

Lebih lanjut Baran mengemukakan pada *limited effects model*, penekanan dampak pesan pada khalayak adalah masih terbatas, pada orang tertentu dan dengan pengaruh tertentu pula. Artinya, manfaat dan dampak dari kehadiran media sudah ada, meski masih terbatas atau sedikit. Meski demikian, penggunaan teori ini sudah mematahkan bahwa dampak kehadiran media massa adalah sama, seperti yang selama ini dikemukakan teori-teori yang beranggapan bahwa khalayak adalah sesuatu yang pasif sifatnya. Sementara pada *uses and gratification*, sudah semakin terlihat jelas adanya manfaat dan dampak dari kehadiran media massa bagi khalayak atau pengguna media massa. Bahkan, teori ini mulai menegaskan bahwa penonton akan memberikan penghargaan terhadap media massa, jika pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut punya nilai yang positif bagi mereka. Terakhir, pada *uses and effects*, sebagai varian pengembangan dari *uses and gratification*, ditekankan bahwa penggunaan media massa atau pesan yang disampaikan melalui media massa akan punya efek atau dampak tertentu terhadap konsumen media atau mereka yang terkena terpaan pesan dari media massa tersebut.⁴

Gambaran dari ketiga teori komunikasi massa yang lebih modern ini banyak kita temukan pada masyarakat sekarang, terutama

3 Stanley J Baran, *Teori Komunikasi Massa, Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*, (Penerbit Salemba Humanika, Jakarta, 2010), hlm. 288-290

4 *Ibid*, hlm. 290-301

perkembangan media massa di Negara-negara liberal. Sejalan dengan penggunaan media massa yang makin massif, terutama konsumsi televisi, untungnya juga diikuti dengan kian sadarnya masyarakat pengguna media massa tersebut terhadap hak-hak mereka. Mereka tidak ingin dianggap sebagai makhluk pasif yang sekedar menerima pesan yang disampaikan oleh media massa tersebut. Mereka justru selalu memberikan reaksi atau tanggapan, sehingga media massa atau yang menyampaikan pesan tidak bisa seenaknya dalam menyampaikan pesan-pesan tersebut. Kondisi seperti ini yang sekarang juga mulai terjadi di Indonesia pasca tumbangannya kekuasaan Orde Baru. Khusus untuk televisi, eranya dimulai sejak makin dibukanya perizinan untuk televisi swasta, baik lokal maupun nasional dan ketika mulai adanya lembaga indenpenden pengawas institusi dan pelaku penyiaran KPI. Sejak masa tersebut, penonton televisi mulai melakukan reaksi, tanggapan atau sikap mereka terhadap berbagai tayangan televisi, yang dianggap memberikan manfaat atau dampak buruk bagi mereka.

Posisi Tawar Penonton Televisi Indonesia

Posisi tawar penonton televisi di Indonesia menjadi masalah penting untuk menghilangkan paradig bahwa penonton hanyalah obyek dari perkembangan industri televisi di Indonesia sekarang. Di bagian awal tulisan ini, sudah dijelaskan rendahnya posisi tawar penonton menyebabkan suara mereka jarang didengar pemilik dan pengelola stasiun televisi, meski jumlah penonton sangat diharapkan oleh mereka. Posisi tawar juga kian lemah, karena penonton televisi di Indonesia tidak bersikap kritis terhadap stasiun televeisi. Sejak kehadiran televisi di Indonesia, dengan mengudaranya Televisi Republik Indonesia (TVRI) pertama kali 50 tahun yang lalu, penonton televisi jarang memberikan kritik, masukan atau saran. Jika di masa Orde Baru memang banyak rambu-rambu dan kontrol dari pemerintah yang menyebabkan penonton selalu bersikap pasif dan tidak kritis, menerima saja bulat-bulat apa yang disajikan dalam tayangan televisi, TVRI ketika itu. Inilah awal yang mengakitatnya, posisi tawar penonton televisi di Indonesia menjadi sangat rendah.

Jika di masa Orde Baru, faktor pemerintah sebagai pemilik dan pengelola TVRI menyebabkan masyarakat takut memberikan kritik terhadap lembaga penyiaran yang dulu dianggap kepunyaan pemerintah tersebut, lain halnya yang terjadi di era awal mulai dikenalnya televisi swasta, pada dekade 80-an. Pada masa itu, selain masih adanya kontrol

penguasa Orde Baru yang masih dominan, termasuk di lembaga penyiaran swasta, tidak banyaknya pilihan penonton pada saluran televisi swasta, juga membuat penonton tidak kritis terhadap apa yang disajikan TVRI, RCTI, SCTV dan TPI ketika itu. Salah satu jenis tayangan yang masih sangat kuat dikontrol pemerintah ketika itu adalah program berita, yang menyebabkan tayangan informasi tidak bersikap kritis terhadap kebijakan pemerintah, tetapi hanya menjadi corong rezim Orde Baru ketika itu. Tetapi nyaris tidak banyak kritik terhadap sajian televisi ketika itu, karena masih rendahnya posisi tawar penonton televisi saat itu.

Beranjak ke masa berikutnya, ketika rezim Orde Baru tumbang pada tahun 1996 dan era televisi swasta yang makin berkembang, dengan hadirnya banyak stasiun televisi swasta baik nasional maupun lokal, ternyata penonton yang kritis terhadap acara atau sajian televisi juga belum banyak. Sebenarnya keinginan untuk mengkritisi tayangan atau program televisi, sudah bermunculan, namun belum banyak sampai ke permukaan. Faktor pemerintah yang mengontrol lembaga penyiaran seperti pada masa Orde Baru, atau keterbatasan pilihan penonton atas program atau stasiun televisi, memang sudah tidak ditemukan lagi. Masyarakat sudah bebas untuk menyampaikan kritiknya dan penonton juga sudah bebas memilih banyak alternatif tayangan. Hambatan yang ada pada masa itu adalah masih belum jelasnya regulasi di bidang penyiaran dan siapa yang akan menjadi wasit atau pengontrol dari regulasi penyiaran tersebut. Kondisi tersebut yang menyebabkan kritik terhadap program atau tayangan televisi belum muncul ke permukaan.

Memang harus diakui, tidak adanya regulasi penyiaran, menyebabkan mana yang boleh dan tidak boleh ada dalam tayangan yang disajikan pemilik atau pengelola stasiun televisi menjadi tidak jelas. Tentu tidak boleh, sebuah tayangan tidak boleh atau melanggar dan dihukum berdasarkan norma agama, budaya, adat istiadat dan norma tertentu lainnya yang berlaku hanya di sebagian masyarakat atau wilayah tertentu saja. Untuk itu diperlukan regulasi yang menjadi pegangan pemilik dan pengelola stasiun televisi serta juga menjadi pegangan bagi penonton dan masyarakat, untuk melihat apakah sebuah program dianggap bermasalah atau tidak. Seperti diutarakan Mufid, yang menyatakan bahwa kondisi itulah yang menyebabkan diperlukannya sebuah lembaga atau institusi independen yang bebas dari kepentingan pemerintah atau pemilik dan pengelola stasiun televisi, yang akan bertindak sebagai pengontrol atau wasit yang jujur dalam

menjalankan atau menegakkan regulasi penyiaran.⁵ Lewat lembaga atau institusi tersebutlah, dapat ditentukan apakah stasiun televisi melanggar regulasi penyiaran atau tidak, serta hukuman apa yang pantas dijatuhkan kepada mereka akibat melanggar regulasi penyiaran tersebut.

Padaahal, pemberdayaan penonton televisi atau yang kini juga dikenal dengan *media literacy* adalah sebuah komponen penting dalam kehidupan masyarakat. Idealonya, media massa bisa mendorong masyarakat yang lebih cerdas, lebih dewasa, lebih kritis, lebih berpikiran terbuka, dan segala hal semacam itu. Intinya, media massa seharusnya menjadi sarana masyarakat untuk menjadi masyarakat yang lebih baik. Handayani dalam tulisannya “Selintas Pemikiran Mengenai Upaya Mengenalkan Literasi Media Kepada Masyarakat” pada “*Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*” menyangkan, bahwa yang terjadi selama ini di Indonesia adalah media massa menjadikan masyarakat yang lebih baik, bukan untuk kepentingan masyarakat sendiri, tetapi untuk industri atau kepentingan kapitalis. Masyarakat tampaknya lebih sering menjadi semata-mata komoditas yang dijual media massa untuk kepentingan profitnya. Seolah-olah, eksistensi masyarakat bagi media massa tidak lebih dari angka-angka yang menjadi simbol dari potensi keuntungan finansial dalam geliat persaingan industri media.⁶

Khusus untuk penonton televisi, sejak disahkannya UU Nomor 32 Tahun 2002 yang mengatur tentang regulasi dan pembentukan KPI pada tahun 2003, permasalahan aturan main dan lembaga yang mengontrol aturan main dalam industri penyiaran, termasuk stasiun televisi, tuntas sudah terselesaikan. Bahkan KPI sejak tahun 2004, sudah mengeluarkan detail regulasi penyiaran dalam bentuk Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS), yang menjadi acuan baku tentang mana yang boleh dan tidak boleh dalam materi tayangan stasiun televisi. P3SPS juga mengatur hukuman dari setiap detail pelanggaran yang dilakukan stasiun televisi dalam tayangannya. Hak itu saja, untuk melibatkan masyarakat bersikap kritis terhadap tayangan televisi yang mungkin merugikan mereka, KPI juga membuka layanan pengaduan masyarakat 24 jam, yang peningkatan jumlah pengaduannya ada tertera

5 Muhamad Mufid, *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*, (Penerbit Kencana, Jakarta: 2007), hlm.161-164

6 Handayani M, 2011. Selintas Pemikiran Mengenai Upaya Mengenalkan Literasi Media Kepada Masyarakat. *Wacana; Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. X (3). Terbitan Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), hlm. 14-18

di bagian awal tulisan ini. Jika dilihat kondisi sekarang, harusnya sikap kritis penonton televisi dalam menerima sajian televisi, harusnya memang meningkat. Tidak ada lagi faktor yang bisa menghambat sikap kritis masyarakat terhadap tayangan televisi. Satu-satunya faktor yang sekarang menjadi penentu ada tidaknya sikap kritis tersebut adalah kemauan dari masyarakat itu sendiri, peduli tidak mereka terhadap berbagai tayangan televisi yang ada sehari-hari di sekitar mereka. Jika mereka peduli, pasti mereka akan bersikap kritis, untuk memberikan tanggapan jika ada sebuah tayangan yang merugikan atau melanggar regulasi penyiaran yang berlaku.

Jika sikap kritis itu terus tumbuh dan berkembang, barangkali angka pengaduan penonton atas acara televisi lebih banyak dari 7.147 buah. Atau jika memang sikap kritis sudah menjadi bagian dari sikap penonton televisi di Indonesia akan banyak saran, usulan atau masukan bermutu yang baik untuk membenahi kualitas program atau tayangan televisi di Indonesia. Jika itu yang terjadi, jelas penonton bukan lagi menjadi obyek dari perkembangan industri televisi Indonesia saat ini. Penonton justru menjadi faktor penentu keberhasilan sebuah program atau tayangan televisi, atau keberhasilan stasiun televisi itu sendiri. Jika kondisi demikian yang terjadi, maka teori *uses and gratification* yang pertama kali dikemukakan oleh pakar komunikasi Elihu Katz pada tahun 1959, yang menjelaskan tentang “apa yang dilakukan media terhadap banyak orang, kiranya juga sudah terlihat. Pada saat itu, televisi punya manfaat yang baik dan dampak yang buruk bagi masyarakat, tetapi masyarakat sudah bisa bersikap kritis terhadap semua pesan yang diberikan televisi kepada mereka.

Sebenarnya selain pengaduan langsung kepada KPI sebagai saluran pengaduan resmi, sikap kritis masyarakat terhadap tayangan televisi juga bisa dilakukan lewat surat pembaca di media massa lainnya, baik cetak, elektronik maupun internet. Pengaduan lewat saluran non resmi ini juga terbukti cukup efektif untuk mamaksa pemilik dan pengelola stasiun televisi maupun KPI untuk membuka pelanggaran tayangan yang dilakukan stasiun televisi. Adanya surat pembaca di media massa lainnya, juga mendorong masyarakat atau penonton lainnya, untuk juga bersikap kritis terhadap berbagai sajian tayangan televisi yang mereka terima. Tentu saja, jika kondisi demikian yang terjadi, maka posisi tawar penonton televisi Indonesia akan kian kuat dan makin disegani pemilik atau pengelola stasiun televisi.

Namun, kenyataannya selama ini, banyaknya pengaduan baik melalui KPI atau muncul di surat pembaca media massa lainnya, belum banyak direspon dengan baik oleh pemilik atau pengelola stasiun televisi. Bahkan, beberapa anggota DPR meminta KPI tegas menghukum berat stasiun televisi yang sering mengabaikan imbauan atau hukuman ringan yang dijatuhkan akibat mereka kerap melakukan pelanggaran. Stasiun televisi yang acuh terhadap pelanggaran regulasi penyiaran yang mereka lakukan, memang masih membuktikan kekurangpekaan mereka terhadap dampak yang ditimbulkan dari tayangan televisi yang mereka sajikan. Sikap ini juga sekaligus menunjukkan masih tingginya posisi tawar stasiun televisi, baik terhadap KPI sebagai regulator, apalagi terhadap penonton televisi di Indonesia. Lalu, apa yang harus dilakukan penonton televisi untuk menghadapi kondisi demikian. Apakah mereka masih bisa meningkatkan posisi tawar mereka yang kelihatan masih rendah dibanding dengan superioritas pemilik dan pengelola stasiun televisi?

Sebenarnya bukan hal yang sulit untuk menjawab pertanyaan tersebut di atas. Jika melihat beberapa paragraph awal tulisan ini sebenarnya kita sudah mendapatkan jawaban dari pertanyaan itu. Kita sudah mengetahui bahwa stasiun televisi membutuhkan jumlah penonton yang banyak untuk menaikkan rating mereka, sehingga dengan rating tinggi memudahkan mereka mendapatkan iklan dengan harga yang tinggi. Jumlah penonton yang banyak, harusnya menjadi senjata bagi penonton untuk melawan hegemoni pemilik atau pengelola stasiun televisi. Keharusan stasiun televisi mendapatkan jumlah penonton terbanyak, harus dilihat sebagai peluang penonton untuk memberikan pelajaran kepada stasiun televisi yang terbukti kerap melanggar regulasi penyiaran pada program-programnya. Caranya adalah dengan tidak menonton program atau penampilan artis tertentu yang dianggap terbukti kerap melanggar regulasi penyiaran. Jika itu dilakukan secara efektif, dalam arti kata seruan atau tindakan untuk tidak menonton program atau penampilan artis yang dianggap kerap melanggar regulasi penyiaran, dilakukan banyak penonton, jelas akan menurunkan rating penonton pada program atau stasiun televisi tersebut. Jika kondisi itu dilakukan secara terus menerus tentu akan berdampak pada kemampuan program atau stasiun televisi tersebut mendatangkan iklan atau sumber pemasukan bagi mereka. Pada akhirnya, cara seperti ini, jelas akan memberikan perlawanan yang memadai pada stasiun televisi yang masih kerap melakukan

pelanggaran terhadap regulasi penyiaran.

Salah satu penyebab masih tidak patuhnya stasiun televisi terhadap regulasi penyiaran dan masih tingginya posisi tawar pemilik atau pengelola stasiun televisi, karena belum adanya tindakan penonton yang mengganggu kelancaran bisnis mereka selama ini. Tidak menonton program atau penampilan artis tertentu yang kerap melanggar regulasi penyiaran, jelas berimplikasi terhadap bisnis televisi. Karena itu, boikot terhadap program atau artis yang kerap melanggar regulasi penyiaran, sudah saatnya dipikirkan untuk diwujudkan. Pemilik atau pengelola stasiun televisi selama ini beranggapan, meski banyak protes terhadap tayangan televisi yang mereka sajikan, kenyataannya program atau artis tertentu yang kerap melanggar regulasi penyiaran masih tetap ditonton dan ditunggu kemunculannya di televisinya, bahkan rating mereka masih sangat tinggi. Selama kondisi tersebut masih terjadi, banyak pemilik atau pengelola stasiun televisi yang tutup mata terhadap pelanggaran maupun kehadiran artis yang kerap melakukan pelanggaran terhadap regulasi penyiaran. Sebab rating program dan artis tersebut masih tetap tinggi dan menjanjikan pemasukan iklan yang besar bagi mereka. Tidak heran, jika selama ini posisi tawar tetap masih rendah dalam industri televisi sekarang ini.

Penutup

Posisi tawar penonton televisi di Indonesia jelas ditentukan oleh penonton televisi Indonesia itu sendiri. Artinya, jika posisi tawar penonton televisi Indonesia itu ingin ditingkatkan, maka harus ada tindakan atau sikap yang dilakukan oleh penonton televisi Indonesia itu sendiri untuk mengkritisi sajian atau tayangan televisi yang hadir setiap hari di sekitar mereka. Secara kajian teoritis, sikap pasif penonton atau menerima apa saja sajian atau tayangan yang ada di televisi, seperti dalam teori peluru (*bullet theory*), teori jarum suntik (*hypodermic needle theory*) dan teori sabuk transmisi (*transmission belt theory*), tidak lagi relevan untuk dijalankan. Selain tidak adanya lagi kontrol penguasa politik atas media massa, banyaknya pilihan program atau stasiun televisi, sudah adanya regulasi penyiaran dan lembaga independen yang menjadi wasit dalam penegakan regulasi penyiaran tersebut, menjadikan sikap kritis penonton terhadap tayangan televisi sudah tidak ada hambatan lagi.

Satu-satunya yang dibutuhkan sekarang adalah mau tidaknya atau peduli tidaknya penonton atau masyarakat terhadap tayangan

televisi yang ada di sekitar mereka atau menumbuhkan sikap aktif penonton televisi. Secara kajian teoritis sikap aktif penonton terhadap tayangan televisi ini diwakili oleh teori model dampak terbatas (*limited effects model*), manfaat dan gratifikasi (*uses and gratification*) serta manfaat dan efek (*uses and effect*). Ketiga teori ini pada prinsipnya menganggap bahwa khalayak atau pengguna media tidaklah pasif ketika menerima pesan yang disampaikan melalui media massa. Posisi tawar melalui sikap kritis tersebut masih dapat ditingkatkan dengan menyampaikan keluhan, kritik dan saran terhadap sajian televisi, baik melalui KPI sebagai saluran resmi maupun ke surat pembaca di berbagai media massa. Dengan demikian, makin terbuka dan makin banyak penonton yang kian peduli terhadap sajian tayangan televisi. Bahkan, jika stasiun televisi masih melakukan pelanggaran terhadap regulasi penyiaran dalam program-programnya, penonton dapat melakukan sikap boikot dengan tidak menonton program atau artis yang kerap melakukan pelanggaran regulasi penyiaran tersebut. Kehilangan penonton, apalagi dalam jumlah besar dan lama, jelas akan berdampak pada bisnis televisi yang mengandalkan penonton yang banyak untuk menaikkan rating dan mendapatkan iklan.

Kesimpulannya, posisi tawar penonton televisi Indonesia masih dapat ditingkatkan, tentu saja melalui tindakan dan sikap kritis penonton itu sendiri. Penonton televisi Indonesia sudah seharusnya tidak lagi menjadi obyek dari perkembangan industri televisi Indonesia saat ini. Bersama dengan elemen lainnya, seperti pemilik dan pengelola stasiun televisi atau pemasang iklan, penonton televisi harusnya sederajat, sehingga menimbulkan sinergi positif untuk menghasilkan tayangan terbaik untuk kemajuan positif industri televisi Indonesia di masa mendatang.

Daftar Bacaan

- Handayani, M.(2011). Selintas Pemikiran Mengenai Upaya Mengenalkan Literasi Media Kepada Masyarakat. *Wacana; Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. X (3). Terbitan Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama).
- Baran, Stanley J.(2010).Teori Komunikasi Massa, Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Biagi, Shirley; *Media Impact*, Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.

- Mufid, Muhamad.(2007).*Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Severin, Werner J & James W. Tankard Jr.(2008). *Teori Komunikasi Massa, Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*, Jakarta: Penerbit Kencana.
- Ritzer, George & Douglas J. Goodman. (2004). *Teori Sosilogi Modern*, Jakarta: Penerbit Kencana.

Sumber Lain

- Buku Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS) Tahun 2012.
Bulletin KPI