

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma media massa. Dalam menjalankan paradigmanya, media massa mempunyai tiga peran, yaitu: pertama, sebagai institusi pencerahan masyarakat; kedua, media massa menjadi media informasi; ketiga, media massa berperan sebagai media hiburan (Bungin, 2008: 85-86).

Televisi sebagai bagian dari media massa elektronik tentu harus memiliki peran layaknya sebuah media massa. Namun, perkembangan dunia pertelevisian yang sangat pesat saat ini apakah benar-benar mampu melakukan peran media di atas seperti yang seharusnya. Ridho dalam Kusumastuti (2010:35) mengatakan bahwa potret Indonesia tampak tercoreng di televisi kita. Indonesia tergambar sebagai bangsa yang seakan bangsanya tidak lagi berbudaya, bahkan tidak beradab. Dipenuhi orang-orang pemaarah, orang-orang yang mudah mencela, mudah menyalahkan, bahkan siap merusak dan menghancurkan. Pada era demokrasi dan kebebasan ini, semakin sulit ditemukan dalam berita TV soal keberadaan orang Indonesia yang baik, yang mendahulukan nilai keluhuran, kemanusiaan, gotong royong, kekeluargaan dan mudah mufakat. Seakan hal-hal positif dari bangsa ini hilang tersapu oleh realitas pilihan yang dikonstruksi oleh stasiun TV.

Saat ini ada sepuluh televisi swasta nasional yang dimiliki oleh Indonesia. Salah satunya adalah TV One. Televisi yang resmi mengudara tanggal 14 Februari 2008 ini memiliki visi mencerdaskan semua lapisan masyarakat yang pada akhirnya memajukan bangsa dengan misi menjadi stasiun TV berita dan olahraga nomor satu; menayangkan program *news* dan *sport* yang secara progresif mendidik pemirsa untuk berpikiran maju, positif dan cerdas; serta memilih program *news* dan *sport* yang informatif dan inovatif dalam penyajian dan kemasan ([www.tvonenews.tv](http://www.tvonenews.tv)).

Untuk mencapai visi dan misinya tersebut, TV One menghadirkan sebuah program unggulan yang bernama *Indonesia Lawyers Club* (ILC). Program *talkshow* yang dikemas secara interaktif dan apik ini ditujukan untuk memberikan pembelajaran hukum bagi para pemirsanya. *Indonesia Lawyers Club* (ILC) selalu menghadirkan narasumber-narasumber utama dan melihat sebuah isu dari berbagai perspektif ([www.tvonenews.tv](http://www.tvonenews.tv)).

Namun, dalam perjalanannya, program *Indonesia Lawyers Club* ternyata tidak seunggul yang diharapkan. Program yang tayang setiap hari Selasa pukul 19.30 WIB ini mendapatkan 2 (dua) kali peringatan dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat karena melanggar P3 (Pedoman Perilaku Siaran) dan SPS (Standar Program Siaran). Walaupun tujuan program *Indonesia Lawyers Club* adalah untuk memberikan pembelajaran hokum bagi para pemirsanya, namun ada begitu banyak hal yang perlu dipahami oleh audien agar tidak terbawa dampak negatif dari program *Indonesia Lawyers Club*.

Program *Indonesia Lawyers Club* sebagai bagian dari media massa juga harus melaksanakan 3 (tiga) peran yang harus dijalankan oleh media massa seperti yang dijelaskan oleh Bungin di atas. Program *Indonesia Lawyers Club* juga harus memberikan pencerahan bagi masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi agar masyarakat menjadi masyarakat cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju. Namun, ternyata program *Indonesia Lawyers Club* yang selalu menghadirkan tema-tema tentang isu yang sedang hangat diperbincangkan di negara ini dengan menghadirkan narasumber-narasumber yang handal di bidangnya, tetap memunculkan perspektif yang berbeda dari penontonnya.

Program yang tayang selama kurang lebih dua setengah jam ini, selalu memunculkan perdebatan-perdebatan dan memunculkan konflik di antara narasumber maupun dengan presenternya. Dan tak jarang perdebatan yang dilakukan berjam-jam tersebut pada akhirnya tidak memberikan kesimpulan yang benar-benar mampu menyelesaikan permasalahan yang ada. Program *Indonesia Lawyers Club* seakan hanya berusaha merebut minat menonton audien dengan menghadirkan program ini pada *prime time* dan menghadirkan konflik-konflik dengan mengundang narasumber yang terkenal dengan komentar-komentar “pedas”.

Namun, mirisnya justru dalam hal inilah program *Indonesia Lawyers Club* merebut kesuksesannya. Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Andalas Padang, mahasiswa mengakui bahwa mereka menonton program *Indonesia Lawyers Club* karena ingin melihat benturan-benturan kepentingan atau konflik yang terjadi dalam program *Indonesia Lawyers*

*Club*. Bahkan, ada juga mengatakan bahwa konflik dan kata-kata pedas yang dilontarkan para narasumber pada program *Indonesia Lawyers Club* dianggap menjadi lelucon dan menjadi hiburan bagi mereka saat menontonnya. Dengan kata lain, tujuan program *Indonesia Lawyers Club* ini ditayangkan pada akhirnya tidak sesuai dengan yang terjadi pada mahasiswa.

Mauliani dalam Kusumastuti (2010:48-49) mengatakan bahwa sebagai media audio visual, televisi mampu merebut 94% saluran masuknya pesan-pesan atau informasi ke dalam jiwa mahasiswa yaitu lewat mata dan telinga. Televisi dapat membuat mahasiswa pada umumnya mengingat 50% dari apa yang mereka lihat dan dengar walaupun hanya dengan sekali ditayangkan. Secara umum orang akan mengingat 85% dari apa yang mereka lihat di televisi setelah 3 jam kemudian, dan 65 % setelah 3 hari kemudian. Bukan hanya perilaku mahasiswa tersebut yang dipengaruhi oleh televisi melainkan gaya komunikasi mereka. Mulai dari pesan-pesan yang ditukarkan, pilihan kata yang mereka gunakan saat berkomunikasi, semua itu juga dipengaruhi oleh televisi.

Berdasarkan fenomena di atas, terlihat secara umum pengaruh televisi terhadap daya ingat mahasiswa mengenai suatu informasi sangatlah besar, di mana daya ingat itu nantinya akan mempengaruhi bagaimana mahasiswa dapat memahami informasi yang mereka terima dari televisi hingga akhirnya juga mempengaruhi perilaku mahasiswa. Namun, yang menjadi pertanyaan adalah apakah mahasiswa sudah memiliki literasi media untuk mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan agar tidak terkena imbas negatif dari

perkembangan teknologi media, khususnya televisi. Sehingga dibutuhkan suatu kemampuan yang dinamakan literasi media (*media literacy*).

Potter dalam Ardianto (2009:216) menyebutkan literasi media adalah suatu kumpulan perspektif yang mana kita secara aktif mengungkap diri kita sendiri pada media untuk menafsirkan pemaknaan pesan-pesan yang kita terima. Kita membangun perspektif kita dari struktur pengetahuan. Membangun struktur pengetahuan kita, memerlukan alat dan *raw material* (bahan dasar). Alat-alat ini adalah keterampilan kita. *The raw material* adalah informasi dari media dan dari dunia nyata. Aktif menggunakan media bertujuan bahwa kita sadar tentang pesan dan secara cepat saling berinteraksi dengan media-media itu.

Dengan adanya literasi media, mahasiswa Universitas Andalas Padang dapat membentengi diri dari segala macam dampak negatif dari berbagai program siaran televisi, khususnya program *Indonesia Lawyers Club*. Karena dalam media massa tidak ada jaminan bahwa semua program siaran baik untuk ditonton oleh masyarakat. Kemampuan diri sendirilah yang sangat berperan penting dalam memberikan jalan dan pemikiran yang baik untuk memilah sisi positif yang perlu diambil dan sisi negative untuk dibuang serta mampu menganalisis hal-hal yang perlu untuk diperbaiki.

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisis tingkat literasi media televisi mahasiswa Universitas Andalas karena Universitas Andalas merupakan universitas terbesar di Sumatera Barat dengan latar belakang mahasiswa yang beraneka ragam dari berbagai aspek baik itu secara ekonomi, budaya, agama, dan sebagainya. Maka diangkat dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Hubungan**

## **Tingkat Literasi Media Televisi terhadap Pemilihan Program *Indonesia Lawyers Club* (Kasus pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang).**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang penulis rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat literasi media televisi mahasiswa Universitas Andalas Padang?
2. Bagaimana pemilihan program *Indonesia Lawyers Club* yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Andalas Padang?
3. Bagaimana hubungan tingkat literasi media televisi mahasiswa Universitas Andalas Padang terhadap pemilihan program *Indonesia Lawyers Club*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi tingkat literasi media televisi mahasiswa Universitas Andalas Padang.
2. Untuk mengidentifikasi pemilihan program *Indonesia Lawyers Club* yang dilakukan mahasiswa Universitas Andalas Padang.
3. Untuk mengetahui hubungan tingkat literasi media televisi terhadap pemilihan program *Indonesia Lawyers Club* pada mahasiswa Universitas Andalas Padang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat:

1. Sebagai bahan kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai hal-hal yang berpengaruh dalam kajian literasi media, sekaligus dapat memperkaya topik kajian Ilmu Komunikasi bidang komunikasi massa.
2. Memberikan gambaran tentang tingkat literasi media televisi yang berkaitan dengan pemilihan program *Indonesia Lawyers Club (ILC)* dari perspektif penontonnya.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat:

1. Memberikan gambaran perlunya literasi media pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga semua pihak perlu untuk menggalangkan kampanye *media literacy*.
2. Meningkatkan pemahaman tentang literasi media televisi dengan membandingkan berbagai program yang disuguhkan oleh media khususnya televisi.