

JURNAL KOMUNIKASI

Volume 1, Nomor 1, Oktober 2006

ISSN 1907-848X

Halaman 1 - 96

DAFTAR ISI

Editorial

Cultural Capital Apparatus: Relasi Kuasa Bisnis dan Media dalam Globalisasi

Muzayin Nazaruddin

(1 - 14)

Dari Teks ke Ekonomi Politik: *Critical Discourse Analysis* dalam Kajian Media

Anang Hermawan

(15 - 30)

New Propaganda Model: Pertarungan Wacana Politik dalam Bisnis Media

Puji Hariyanti

(31 - 40)

"Ada Kuis di Tengah Gempa":

Membangun Epistemologi Liputan Bencana di Media

Iwan Awaluddin Yusuf

(41 - 52)

Kontroversi Regulasi Penyiaran di Indonesia

Masduki

(53 - 64)

Komodifikasi Budaya dalam Tayangan Televisi

Muhammad Zamroni

(65 - 74)

Televisi dan Konstruksi Identitas Nasional

Pitra Narendra

(75 - 84)

Peran PRO dalam Aktivitas *Branding* Universitas

Abdul Rohman

(85 - 96)

Televisi dan Konstruksi Identitas Nasional

*Pitra Narendra*⁷

Abstract

Television is often viewed as necessary for the protection of national identity. This view is based on the notion of television as a powerful agent of acculturation. Moreover, television, with its simultaneous broadcasting, can create a sense of togetherness among its viewer, which is required for the maintenance of a sense of nationalism. However, television is now frequently accused of jeopardizing the national identity of a nation because of the growing tendency of commercialization in the television industry.

Keywords:

Television, identity, nationalism

Pendahuluan

Membicarakan persoalan identitas nasional sebuah bangsa seperti Indonesia bukanlah hal yang mudah. Tidak mudah karena pertanyaan mengenai identitas sebuah bangsa pada dasarnya bukan merupakan pertanyaan yang dapat dijawab oleh satu individu saja, melainkan harus dijawab oleh seluruh anggota komunitas yang bernama bangsa tersebut. Terlebih lagi menanyakan persoalan identitas kepada sebuah masyarakat yang plural seperti Indonesia dengan puluhan suku bangsa, puluhan bahasa daerah, enam agama yang resmi diakui, puluhan aliran kepercayaan, dan ditambah lagi dengan kesenjangan antar kelas sosial yang tajam, semakin menyulitkan “penentuan” sebuah identitas.

Namun demikian, persoalan tentang budaya dan identitas nasional merupakan hal yang penting bagi sebuah bangsa. Sebuah bangsa selalu memiliki keinginan untuk mendefinisikan identitas nasional yang mereka. Pendefinisian identitas ini penting bagi kelangsungan sejarah dari eksistensi bangsa itu. Dahulu, para pendiri Indonesia, misalnya Soekarno, disibukkan dengan tugas mencari landasan ideologi kebangsaan yang dapat diterima oleh seluruh golongan di dalam masyarakat Indonesia yang plural. Tugas tersebut dilandasi sebuah keinginan untuk memberikan legitimasi yang tak terputus bagi hadirnya sebuah bangsa yang bernama Indonesia sejak masa lampau, masa kini, hingga masa yang akan datang.

Kini, keinginan untuk mendefinisikan diri sebagai bangsa semakin mendapatkan tantangan dan urgensinya di era globalisasi. Berkat jasa teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, rakyat Indonesia memasuki sebuah era global yang menghubungkannya dengan bangsa-bangsa dan budaya-budaya lain di dunia. Berbagai produk-produk informasi dan budaya “asing” semakin mudah diperoleh dan murah dikonsumsi. Rakyat Indonesia pun kini menjadi semakin paham akan perkembangan peristiwa-peristiwa penting yang terjadi di belahan bumi yang lain, berkat hadirnya media massa.

⁷ Penulis adalah Koordinator Program dan Peneliti pada Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP) dan Asisten Peneliti pada Pusat Studi Sosial Asia Tenggara (PSSAT), Universitas Gadjah Mada.

Di sisi lain, media massa di Indonesia, sebagai perwujudan dari teknologi informasi dan komunikasi, dianggap tidak memainkan peranan yang dikehendaki oleh masyarakat. Media massa sering kali dituduh tidak peduli dengan nasib budaya bangsa dan cenderung “kebablasan” sejak dibukanya keran deregulasi industri pers dan penyiaran di Indonesia. Kebebasan yang dinikmati media dan juga ketatnya persaingan di antara industri media telah membuat media massa cenderung mengutamakan kepentingannya sendiri dan mengabaikan peran pelayanan publiknya.

Tulisan ini akan menyoroiti hubungan antara media massa, khususnya televisi, dengan identitas nasional. Sebagaimana akan dipaparkan di bawah, media massa selalu diasumsikan memiliki pengaruh yang penting terhadap kebudayaan nasional. Tidak berjalannya peran media tersebut akan berpengaruh pula terhadap pembentukan identitas nasional suatu bangsa. Dengan memeriksa hubungan di antara televisi, identitas, dan nasionalisme, tulisan ini bermaksud untuk memberikan landasan bagi perdebatan di seputar hubungan ketiga hal tersebut.

Media dan Identitas

Identitas secara sederhana dapat diartikan sebagai sebuah konsep yang menempatkan manusia sebagai individu memahami dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya. Konsep yang dipegang oleh individu mengenai dirinya sendiri dapat disebut sebagai identitas diri (*self-identity*), sedangkan harapan dan pendapat dari orang lain tentang diri individu tersebut membangun identitas sosialnya (*social identity*) (Barker, 2000: 165). Dengan demikian, identitas seorang individu bukanlah semata-mata berupa kualitas personal yang dimilikinya melainkan merupakan bentukan sosial.

Pada hakikatnya, identitas sulit didefinisikan karena ia merupakan hasil konstruksi sosial yang dapat saja berbeda maknanya antara individu yang satu dengan lain, antara masyarakat yang satu dengan lain dan antara masa lampau, masa kini dan masa depan. Pemahaman identitas sebagai sesuatu yang sulit didefinisikan ini mengacu cara pandang anti-esensialisme dalam memandang identitas, yakni cara pandang yang menolak adanya sebuah identitas yang tetap (*fixed*) dan berlaku universal (Barker, 2000: 381).

Cara pandang anti-esensialisme seringkali diperlawankan dengan cara pandang esensialisme, yakni cara pandang yang melihat bahwa identitas merupakan sebuah entitas yang tetap (Barker, 2000: 384). Contoh cara pandang esensialisme di dalam memandang identitas terdapat pada pandangan yang menyatakan bahwa kebudayaan “Indonesia” merupakan bagian dari kebudayaan “timur” yang berbeda secara diametris dengan kebudayaan “barat”. Pandangan seperti ini mengasumsikan adanya kebudayaan “timur” atau “Indonesia” yang asli dan belum terkontaminasi oleh kebudayaan “barat”. Padahal, sejak ratusan tahun yang lalu, Indonesia telah mendapatkan pengaruh kebudayaan asing, yakni kebudayaan Gujarat (India), Persia, Arab, Cina, dan belakangan, Eropa.

Berlawanan dengan pandangan di atas, cara pandang anti-esensialisme melihat bahwa identitas merupakan hasil dari proses konstruksi sosial dan tidak dapat eksis di luar representasi budaya dan akulturasi (Barker, 2000: 165). Ini berarti bahwa identitas tidak dapat hadir tanpa melalui peran bahasa dan wacana yang bertindak sebagai sebuah sistem representasi dalam suatu masyarakat. Melalui sistem representasi yang dikenal oleh dirinya

sendiri dan orang lain inilah manusia dapat mengekspresikan identitasnya. Sistem representasi tersebut tidak dibuat sendiri oleh individu melainkan sudah tersedia di dalam masyarakat dalam bentuk bahasa, nilai, dan cara pandang hidup. Individu hanya mempelajarinya di dalam sebuah proses akulturasi.

Sedangkan yang dimaksud dengan akulturasi adalah seperangkat proses sosial yang mana melaluinya kita belajar untuk melakukan sesuatu dalam kebudayaan, termasuk di dalamnya kemahiran bahasa, nilai dan norma (Barker, 2000: 381). Sebagai sebuah proses sosial, akulturasi tentu melibatkan berbagai macam lembaga sosial yang dimiliki oleh suatu masyarakat, misalnya keluarga, sekolah, agama, pemerintahan, militer dan media massa. Melalui lembaga-lembaga inilah seorang individu belajar akan cara pandang yang dimiliki oleh masyarakatnya.

Media massa adalah salah satu agen akulturasi yang penting di dalam masyarakat modern. Hampir setiap waktu dalam hidupnya, manusia modern berinteraksi dengan media massa. Mulai dari berita dalam surat kabar pagi, program musik di radio, tayangan sinetron di televisi, hingga film tengah malam. Semua jenis media massa tersebut hadir, seringkali tanpa disadari dan tanpa dapat ditolak, di dalam kehidupan manusia modern. Oleh sebab itu tidaklah aneh apabila manusia modern menjadi tergantung kepada media massa sebagai sumber informasinya yang utama. Tanpa kehadiran media massa, manusia modern akan sulit memahami peristiwa-peristiwa di lingkungan sosialnya yang terjadi di luar jangkauan personalnya. Sebaliknya, berkat kehadiran media massa, manusia modern dapat belajar mengenai segala macam hal yang ada di dalam lingkungan sosialnya.

Di antara berbagai jenis media massa yang ada, televisi merupakan medium akulturasi yang sangat kuat. Ini terjadi karena interaksi manusia modern dengan televisi berlangsung sangat intens. Banyaknya waktu yang dihabiskan manusia modern untuk menonton televisi adalah lebih besar daripada total waktu yang dihabiskan untuk kegiatan waktu senggang lainnya. Bahkan waktu yang dihabiskan individu untuk menonton televisi berada pada tingkat yang sama dengan waktu yang dipergunakan untuk bekerja dan tidur (Abercrombie, 1996: 3).

Dengan tingkat pajanan (*exposure*) terhadap audiens yang cukup tinggi, televisi menjadi agen akulturasi yang penting. Menurut Gerbner (McQuail, 2000: 110), televisi bertanggungjawab atas proses kultivasi dan akulturasi yang penting dalam masyarakat. Manusia secara sistematis terekspos pada tontonan yang selektif tentang masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Tontonan televisi yang telah terseleksi tersebut selanjutnya akan cenderung membentuk kepercayaan dan nilai dari mereka yang menyaksikannya.

Dari pernyataan Gerbner di atas dapat disimpulkan bahwa televisi, sebagai sebuah agen akulturasi, tidaklah bebas nilai dan bertindak objektif. Sebaliknya, televisi justru sarat dengan nilai dan pandangan sosial dari masyarakat yang menghidupinya. Nilai dan pandangan sosial ini tercermin dari tontonannya yang selektif. Karena sarat dengan nilai dan pandangan sosial masyarakatnya inilah televisi menjadi sebuah agen akulturasi budaya yang sangat penting.

Pendapat Gerbner di atas dikuatkan oleh pandangan Stuart Hall yang menyatakan selalu terdapat sebuah makna yang dominan atau makna yang lebih disukai (*preferred meanings*) di dalam tayangan televisi (Hall, 1980). Selanjutnya, dapat pula dikatakan bahwa

apabila terdapat sebuah makna dominan maka terdapat pula makna-makna lain yang dikecilkan, ditenggelamkan atau disembunyikan. Dengan demikian, dapat pula dikatakan bahwa tayangan televisi bersifat ideologis karena lebih menyukai satu cara pandang yang dominan terhadap dunia.

Pengertian dari ideologi di sini tidak harus sama persis dengan pengertian ideologi dalam terminologi marxis, yakni sebagai kesadaran palsu dan pendistorsi realitas. Sebaliknya, ideologi di sini harus dipahami dalam pandangan Althusserian, yakni sebuah cara bagi individu untuk memahami realitas sosial di sekelilingnya (Lechte, 1994: 40). Ideologi di sini adalah sebuah sistem representasi, seperti halnya bahasa, yang dapat dipergunakan untuk memberikan makna atau memperhalus kontradiksi-kontradiksi sosial yang muncul sehingga dapat diterima oleh individu.

Dengan mengacu pada pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa ideologi memberikan jalan bagi individu untuk memahami dunianya serta posisinya di dalam dunia tersebut. Apabila pengertian dari identitas adalah sebuah konsep bahwa manusia sebagai individu memahami dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, maka di sini dapat dilihat sebuah kemiripan dengan fungsi dari ideologi di atas. Dengan demikian dapat pula dikatakan bahwa fungsi ideologi bagi seorang individu adalah menyediakan sebuah identitas diri sehingga ia dapat memahami dirinya sendiri dan juga posisinya di dalam dunia sosial.

Media dan Nasionalisme

Nasionalisme, menurut James Kellas, adalah sebuah ideologi sekaligus juga sebentar perilaku (*behaviour*). Sebagai sebuah ideologi, nasionalisme membangun kesadaran individu akan bangsa untuk memberikan seperangkat sikap dan juga rencana tindakan. Ini sesuai dengan fungsi ideologi yang telah dikemukakan di atas, yakni memberikan individu sebuah identitas (kesadaran akan bangsa) dan juga seperangkat sikap dan tindakan untuk dapat memahami lingkungan sosialnya. Sedangkan sebagai sebuah bentuk perilaku politis, nasionalisme dihubungkan erat dengan etnosentrisme dan patriotisme. Perilaku nasionalis didasarkan pada perasaan menjadi bagian dari sebuah komunitas yang berupa bangsa (Kellas, 1998: 4).

Perasaan menjadi bagian dari sebuah komunitas yang bernama bangsa ini merupakan salah satu prasyarat dari nasionalisme yang penting. Bangsa sendiri dapat dipahami sebagai sebuah komunitas politik yang terbayang (*imagined political community*) yang dibayangkan secara terbatas dan berdaulat. Komunitas ini disebut terbayang karena anggota sebuah bangsa terkecil pun tidak akan pernah kenal dengan sebagian besar dari sesamanya, bertemu dengan mereka, atau bahkan mendengar tentang mereka, namun demikian di dalam benak mereka hidup imaji tentang kebersamaan mereka. Lebih lanjut, Anderson juga menyatakan bahwa bangsa dibayangkan sebagai komunitas karena, terlepas dari ketidakadilan dan eksploitasi yang ada, bangsa selalu dipahami sebagai kesetiakawanan yang mendalam (Anderson, 1983: 15-6).

Dari definisi bangsa yang diberikan oleh Anderson di atas, dapat diajukan sebuah pertanyaan. Bagaimana mungkin sebuah komunitas terbayang dapat hadir walau anggota-anggotanya belum pernah saling kenal, bahkan bertemu? Bagaimana mungkin sebuah bentuk kesetiakawanan dapat hadir di antara anggota-anggotanya? Jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut terletak pada peran yang dimainkan media massa dalam kehidupan manusia modern.

Salah satu hal yang menjadi ciri manusia modern adalah ketercerabutannya dari akar-akar budaya tradisionalnya. Ikatan-ikatan primordial, yang sebelumnya menjadi dasar yang utama hubungan antar manusia, mulai ditinggalkan dan digantikan dengan jenis ikatan-ikatan baru yang sifatnya lebih cair dan terbuka, misalnya profesi, ideologi, dan sebagainya. Nilai-nilai lama yang sebelumnya selalu dijadikan acuan oleh manusia di dalam memaknai dunianya mulai luntur. Sebagai gantinya, manusia modern lebih banyak memakai media massa sebagai sumber informasi dan sekaligus 'jendela' untuk memahami dunianya.

Melalui media massa, individu modern memaknai segala peristiwa yang terjadi, bahkan peristiwa yang terjadi di tempat yang tidak terjangkau melalui kontak personal. Sebaliknya, pada masyarakat modern, kejadian yang terjadi pada tempat yang jauh semakin mempengaruhi kejadian pada tempat yang dekat dan juga pada diri manusia yang paling dalam (Giddens, 1991: 4). Peristiwa kematian Putri Diana pada tahun 1997 telah menciptakan gelombang kesedihan pada umat manusia, tidak hanya di Inggris saja melainkan juga di Indonesia, sebuah negara yang terletak ribuan kilometer dari Inggris. Kematian Diana yang tragis masuk ke dalam *headline* berita surat kabar dan menjadi berita utama di tayangan berita televisi di Indonesia selama beberapa hari.

Menurut Giddens (1991: 4), pengalaman yang termediasi, sejak pertama kali munculnya tulisan, telah lama mampu mempengaruhi identitas diri (*self-identity*) individu dan dasar organisasi dari hubungan sosial. Lebih lanjut, ia mengatakan bahwa seiring dengan berkembangnya komunikasi massa, terutama komunikasi elektronik, akan terjadi saling pengaruh antara pengembangan diri (*self-development*) dan sistem sosial akan semakin sering terjadi.

Dari pernyataan Giddens di atas, dapat dilihat bahwa media massa, terutama media elektronik, memiliki pengaruh bagi pembentukan diri (baca: identitas) individu. Hal yang sama dikemukakan oleh Anderson ketika membicarakan asal mula nasionalisme. Paham nasionalisme hadir ketika di dalam benak individu mulai muncul kesadaran dan identitas sebagai sebuah bangsa. Kesadaran ini mulai muncul seiring dengan hadirnya era kapitalisme cetak (Anderson, 1983: 49).

Era kapitalisme cetak ditandai dengan proses mekanisasi produksi dan juga komodifikasi buku-buku dan berbagai surat kabar. Proses ini telah mengakibatkan semakin mudahnya publik mengakses material-material cetak tersebut. Selain itu, era kapitalisme cetak juga telah memungkinkan bahasa sehari-hari (*vernacular language*) menjadi sebuah bahasa yang resmi dan tersebar di dalam komunitasnya, dan kemudian menyediakan kondisi-kondisi yang memungkinkan lahirnya sebuah kesadaran kebangsaan (Anderson, 1983: 47).

Selain memungkinkan bahasa sehari-hari menjadi bahasa resmi sebuah bangsa, kapitalisme cetak juga memungkinkan lahirnya sebuah kesadaran waktu yang sama di antara sesama anggota komunitas (Anderson, 1983: 30). Ini berarti bahwa media massa dapat menciptakan sebuah kebersamaan di antara sesama pembacanya ketika menyajikan secara serentak sebuah peristiwa. Peristiwa gempa bumi di Yogyakarta segera menumbuhkan rasa kesetiakawanan seluruh rakyat Indonesia, bahkan sampai di pelosok-pelosok daerah. Walaupun terpisah jarak yang jauh dan tidak ada kontak personal yang terjadi di antara orang Yogyakarta dengan, misalnya, orang di Papua, namun telah terjadi sebuah kontak 'imajiner' melalui media massa. Pada saat yang sama, peristiwa yang ditayangkan melalui televisi tersebut juga semakin meneguhkan perasaan kebersamaan sebagai sesama orang Indonesia.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa media massa memiliki peran yang penting di dalam menumbuhkan kesadaran kebangsaan dengan cara menyediakan medium bagi tumbuhnya perasaan kebersamaan di antara warga negara. Bahkan ketika semangat nasionalisme mulai tumbuh di kalangan elit yang terdidik, media massa masih menjalankan peran yang amat penting, yakni mendiseminasikan kesadaran kebangsaan kepada seluruh rakyat. Hal inilah yang dilakukan oleh segelintir elit lokal berpendidikan Belanda ketika mendirikan surat kabar-surat kabar pertama yang berhaluan nasionalis (Adam, 1995).

Peran media massa sebagai alat untuk menyebarkan dan memelihara paham nasionalisme ini akan terus berlanjut hingga ketika Republik Indonesia memperoleh kemerdekaannya. Bahkan kehadiran stasiun televisi Indonesia yang pertama, yakni TVRI, juga dilandasi oleh kepentingan pemeliharaan kesadaran kebangsaan tersebut.

Televisi dan Nation-Building di Indonesia

Masyarakat Indonesia telah mengenal televisi sejak tahun 1962. Pada waktu itu, acara yang pertama kali ditayangkan adalah perlombaan olahraga antar negara se-Asia, yakni Asian Games, yang diselenggarakan di Jakarta (Wahyuni, 2000: 33). Peliputan pesta olahraga oleh televisi ini memiliki peran penting bagi Presiden Indonesia kala itu, Soekarno, yang sedang memainkan peranannya dalam dunia internasional. Menurutnya, dengan memuat acara ini ke dalam televisi akan membuat Indonesia dilihat oleh dunia (Sen, 2000: 109).

Kehadiran TVRI, sebagai stasiun televisi pertama di Indonesia, juga tidak dapat dilepaskan dari kepentingan penguasa pada waktu itu. Kelahiran TVRI pada tahun 1963 bersamaan dengan masa Demokrasi Terpimpin. Konflik yang dipicu Soekarno dengan negara-negara 'imperialisme' barat dan kemudian diikuti dengan ajakan 'Ganyang Malaysia' membutuhkan sarana hegemoni baru disamping RRI yang setia menyiarkan pidato-pidato kenegaran presiden. Kelahiran TVRI bukannya merupakan suatu kebutuhan yang muncul dari masyarakat untuk mendapatkan informasi melainkan lebih dilandasi oleh alasan politis.

Menurut Defleur dan Dennis (1985: 217), alasan politis yang digunakan penguasa untuk mengontrol televisi adalah adanya mitos kekuasaan yang melingkupi media siaran, yaitu televisi memiliki kekuatan untuk mempengaruhi tindakan dan opini publik. Alasan pengaturan televisi ini lebih bersifat ideologis karena media massa diyakini memiliki pengaruh yang kuat untuk memobilisasi masyarakat, terutama untuk tujuan-tujuan yang sesuai dengan kepentingan negara.

Pada era Orde Baru, peran TVRI tidak banyak mengalami perubahan dibandingkan dengan masa rezim sebelumnya. TVRI yang masuk ke dalam struktur birokrasi negara mau tidak mau telah menempatkan pengelola televisi tersebut sebagai aparat pemerintah. Paradigma normatif media penyiaran yang mana menempatkan media massa sebagai sebuah 'cermin' realitas atau masyarakat, berubah menjadi 'pembentuk' realitas itu sendiri. Paradigma pers yang memiliki tanggung jawab sosial berubah menjadi pers 'pembangunan', sesuai dengan paradigma yang dianut oleh rezim Orde Baru.

Pentingnya televisi bagi rezim Orde Baru dapat dilihat dari peran televisi di dalam pemeliharaan ideologi negara, yakni Pancasila. Fungsi pemeliharaan terhadap ideologi negara erat kaitannya dengan proyek pembangunan identitas nasional (nation-building) di dalam menghadapi 'bahaya' yang sering dibayangkan rezim Orde Baru mengancam bangsa. Bahaya ini dapat berasal dari dalam seperti halnya 'bahaya disintegrasi bangsa', misalnya bahaya

konflik horizontal (misalnya konflik SARA) maupun konflik vertikal (misalnya pemberontakan terhadap ideologi negara); dan dapat juga berupa bahaya yang berasal dari luar, misalnya serbuan budaya asing yang dapat membawa dampak pada memudarnya nilai-nilai lokal dan nasional.

Indonesia, yang batas teritorialnya yang meliputi wilayah bekas jajahan Belanda, memang memiliki tingkat keanekaragaman suku, ras, agama, dan bahasa yang cukup tinggi. Bentuk negara-bangsa yang terfragmentasi seperti Indonesia ini sangat rawan akan konflik dan disintegrasi. Untuk itulah perlu dihadirkan suatu paham nasionalisme yang selalu direproduksi secara terus menerus oleh para elit untuk mempertahankan integrasi nasional. Disinilah televisi berperan penting, yakni sebagai instrumen negara di dalam menjalankan proyek nation-building dan character-building bagi bangsa Indonesia.

Kehadiran satelit Palapa pada tahun 1976, kemudian diikuti Palapa B2 pada tahun 1983, membuktikan pentingnya peran televisi dalam proses nation-building yang sedang dijalankan oleh negara. Hasil-hasil pembangunan harus disiarkan sampai ke pelosok Indonesia. Dari sisi programming, kebijakan seperti Acara Terpadu (1983) dan aturan wajib relay membuat program-program produksi Jakarta semakin mewarnai siaran televisi daerah. Sebaliknya, program-program produksi lokal semakin berkurang, tertinggal hanya 15-20 persen (Sen, 2000: 110).

Kontrol penguasa terhadap programming acara televisi ini dilandasi tujuan untuk memelihara rasa nasionalisme di antara warga negara yang berbeda suku, ras, golongan dan agama. Sentralisasi programming akan menghasilkan program-program yang relatif homogen. Prinsip homogenitas inilah yang dipakai oleh orde baru untuk menerjemahkan nasionalisme. Homogenitas dalam hal programming ini dapat dicapai melalui penggunaan satelit Palapa untuk merelay siaran produksi TVRI pusat ke stasiun-stasiun TVRI di daerah (Sen, 2000: 110-1).

Bentuk dari hegemoni negara terhadap televisi swasta di dalam ranah programming dapat dilihat di dalam SK Menpen No. 111 tahun 1990. SK Menpen tersebut antara lain adanya kewajiban bagi program televisi untuk mendukung Undang-Undang Dasar 1945, ideologi negara Pancasila, dan menghindari isu-isu yang dapat menimbulkan konflik SARA. Semua program televisi juga harus mendukung program pembangunan nasional dan disampaikan dengan bahasa Indonesia yang 'baik dan benar'. Selain itu, programming siaran televisi harus menghindari 'segala kemungkinan untuk menjadi saluran bagi penyebaran ideologi atau budaya asing yang dapat melemahkan karakter nasional dan pertahanan nasional' (Sen, 2000: 119).

Paradigma penguasa Orde Baru dalam memandang keberadaan televisi ini tetap tidak berubah untuk beberapa tahun kemudian, sebagaimana terlihat di dalam pasal-pasal Undang-Undang Penyiaran No. 24 tahun 1997. Dalam Undang-Undang tersebut, peran televisi tidak banyak mengalami perubahan yang berarti seperti terlihat pada pasal 7 yang menyatakan fungsi media penyiaran sebagai alat pengembangan ideologi nasional (Wahyuni, 2000: 153).

Datangnya era Reformasi membawa pula angin kebebasan berpendapat dan berekspresi yang tercermin di dalam deregulasi industri pers dan media. Namun sayangnya kebebasan tersebut tidak diikuti dengan tanggung jawab sosial yang memadai sehingga media massa terjebak di dalam persoalan-persoalan pragmatis. Dalam bidang penyiaran, kepentingan modal semakin memperlihatkan kekuatannya setelah pembubaran Departemen Penerangan

dan penghapusan kewajiban merelay berita-berita produksi TVRI. Kuatnya pengaruh logika modal tersebut dapat dilihat dari digunakannya sistem rating sebagai satu-satunya standar bagi produksi program acara televisi.

Banyak stasiun televisi swasta yang beramai-ramai menggenjot perolehan angka rating program acara mereka hanya untuk mendapatkan lebih banyak pemasukan dari para pemasang iklan. Mereka melakukannya dengan cara membuat acara agar tampil semenarik mungkin dan sesuai dengan selera yang berkembang di pasar. Kondisi ini semakin diperparah dengan ketatnya persaingan yang terjadi di antara sesama stasiun televisi swasta. Saat ini, stasiun televisi swasta yang bersiaran nasional di Indonesia berjumlah 9 stasiun, jumlah yang sangat besar apabila dibandingkan dengan Amerika Serikat yang hanya memiliki 3 stasiun televisi nasional.

Perubahan pengelolaan televisi yang sebelumnya state-oriented dan sekarang berubah menjadi profit-oriented ini mengakibatkan perubahan yang besar di dalam hal programming acara televisi. Jika sebelumnya acara televisi lebih banyak bermuatan normatif-ideologis, maka saat ini acara televisi lebih banyak berisi muatan hiburan. Pemilihan acara yang lebih banyak menghibur ini sesuai dengan fungsi imperatif ekonomi stasiun televisi, yakni untuk memperoleh penonton sebanyak-banyaknya. Akibatnya, tayangan televisi saat ini cenderung mengalami pendangkalan, bahkan berpotensi merusak.

Di dalam forum diskusi panel "Rekonstruksi Budaya: Upaya Membangun Karakter Bangsa" pada awal September 2004, B. Herry Priyono menuduh media massa telah menggunakan dalih kebebasan berekspresi yang dinikmatinya sejak masa reformasi dan menggunakannya untuk "membungkus persaingan menanggung laba tanpa memikirkan dampak pemberitaan terhadap peradaban" (Kompas, 9 September 2004). Priyono menyebutkan bahwa tayangan televisi yang sarat dengan kekerasan dan mengeksploitasi seksualitas merupakan cerminan budaya Indonesia, yang menurutnya "kampungan". Di dalam forum tersebut, Priyono juga menyatakan bahwa media massa-lah yang telah mengakibatkan selera publik cenderung seperti itu.

Apa yang dituduhkan oleh Priyono di atas bukanlah sebuah hal yang baru. Sebelumnya, televisi Indonesia sudah banyak dicecar dan dicerca oleh masyarakat karena sarat dengan kekerasan, mengeksploitasi seksualitas dan memperlakukan akal sehat dengan menayangkan acara "mistik" yang berkenaan dengan hantu dan alam gaib. Namun demikian, Priyono juga mengatakan sesuatu yang sangat relevan di sini, yakni terhambatnya upaya membangun karakter bangsa karena media massa lebih asyik menanggung untung dengan tayangan-tayangan yang dianggap "kampungan" seperti di atas.

Kedangkalan budaya dari generasi pascareformasi kembali dituduhkan dalam seminar "Meletakkan Posisi Kebudayaan dalam Proses Menjadi Indonesia" pada awal bulan Juni lalu. Di dalam seminar tersebut, kembali peran media massa, utamanya televisi dan radio, disoroti karena menggunakan bahasa asing secara tidak proporsional sehingga menjuruskan budaya Indonesia menjadi budaya gado-gado (*mestizo culture*) yang tidak karuan (Kompas, 31 Juli 2006). Media massa rupanya dianggap sebagai agen dari budaya global yang telah mengakibatkan identitas budaya Indonesia menjadi kabur, terancam, dan mengalami disorientasi.

Penutup

Media massa, khususnya televisi, memiliki pengaruh yang cukup besar di dalam proses akulturasi budaya. Melalui proses tersebut, televisi mereproduksi nilai dan pandangan hidup yang ada di dalam masyarakat. Salah satu nilai yang diwariskan dan direproduksi melalui media massa adalah nasionalisme. Nasionalisme merupakan salah satu bagian dari identitas diri individu yang penting. Nasionalisme memungkinkan individu untuk membayangkan dirinya sebagai bagian dari sebuah komunitas yang dinamakan bangsa.

Saat ini, keberlangsungan reproduksi paham nasionalisme di Indonesia dianggap mulai terancam. Hal ini terjadi karena media massa khususnya televisi, sebagai salah satu agen akulturasi yang penting, lebih banyak menayangkan muatan hiburan yang dianggap dangkal dan eksploitatif. Selain itu, televisi juga dianggap sebagai agen dari budaya global yang telah merusak budaya nasional dan mengakibatkan kaburnya identitas nasional Indonesia.

Pandangan di atas memiliki bukti-bukti empiris mengenai kedangkalan siaran televisi dan serbuan budaya asing yang sulit dibantahkan. Namun demikian, dari fakta tersebut tidak dapat serta merta disimpulkan bahwa ancaman terhadap identitas nasional adalah akibat dari ulah televisi semata. Identitas, sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, adalah merupakan hasil dari konstruksi sosial. Ini berarti bahwa identitas pun akan berubah seiring dengan perubahan yang terjadi di dalam masyarakat.

Di sisi lain, saat ini banyak muncul tayangan-tayangan televisi yang bernuasa religius. Tayangan ini dapat dilihat sebagai *counter* terhadap tayangan-tayangan bernuasa asing yang lebih dulu ada; atau, tayangan ini dapat pula dilihat sebagai bagian dari proses komodifikasi agama yang dilakukan oleh industri televisi, sekedar untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Namun demikian, kedua jenis tayangan tersebut, baik tayangan yang bernuansa asing maupun bernuasa lokal-sektarian, sama-sama dapat menjadi sebuah ancaman bagi identitas nasional yang sudah dibentuk oleh para pendiri negara ini sejak awal zaman bangkitnya kedarasan nasionalisme Indonesia.

Daftar Pustaka

- Abercrombie, Nicholas. 1996. *Television and Society*. Cambridge: Blackwall Publishing.
- Adam, Ahmat. 1995. *Sejarah Awal Pers dan Kebangkitan Kesadaran Keindonesiaan*. Jakarta: Hasta Mitra, Pustaka Utan Kayu, KITLV.
- Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities*. London: Verso.
- Bagun, Rikard. "Identitas Budaya Terancam". *Kompas*, 31 Juli 2006.
- Barker, Chris. 2000. *Cultural Studies*. London: Sage Publications.
- DeFleur, Melvin dan Everette E. Dennis. 1985. *Understanding Mass Communication*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity*. Stanford: Stanford University Press.
- Hall, Stuart. 1980. *Encoding/Decoding*. Dalam Stuart Hall, dkk (eds.). 1980. *Culture, Media, and Language*. London: Hutchinson.
- Kellas, James G. 1998. *The Politics of Nationalism and Ethnicity*. New York: St. Martin's Press

- Lechte, John. 1994. *Fifty Key Contemporary Thinkers*. London: Routledge.
- McQuail, Dennis. 2000. *McQuail's Mass Communication Theory*. Edisi ke-4. London: Sage Publications.
- "Media Massa Hambat Rekonstruksi Kebudayaan", *Kompas*, 9 September 2004.
- Sen, Krishna dan David T. Hill. 2000. *Media, Culture, and Politics in Indonesia*. Melbourne: Oxford University Press.
- Wahyuni, Hermin Indah. 2000. *Televisi dan Intervensi Negara*. Yogyakarta: Media Pressindo.