BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Komunikasi Massa

a. Pengertian komunikasi Massa

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang.[16] Pengertian lain dari komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar dan heterogen melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Secara sederhana, komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa, yaitu surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Sedangkan yang dimaksud dengan massa dalam komunikasi massa adalah pembacasurat kabar, pembaca majalah, pendengar radio, penonton televisi yang memiliki sifat-sifat: banyak jumlahnya, saling tidak mengenal, heterogen, tidak diorganisasikan, tidak dikenal oleh si pengirim atau komunikator, serta tidak dapat memberikan umpan balik secara langsung.

[16] Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005) hlm. 188

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Karakteristik komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai karakteristik sebagai berikut :

1) Komunikasi massa berlangsung satu arah

Komunikasi ini berlangsung satu arah, ini berarti bahwa tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator. Dengan kata lain wartawan sebagai komunikator tidak mengetahui tanggapan para pembacanya terhadap pesan atau berita yang disiarkannya itu. Yang dimaksud dengan "tidak mengetahui" dalam keterangan diatas adalah tidak mengetahui pada waktu proses komunikasi itu berlangsung. Mungkin saja komunikator mengetahuinya juga, melalui rubric surat pembaca atau surat pendengar yang biasa terdapat dalam media surat kabar, majalah dan radio atau dengan jalan menelepon. Akan tetapi itu semua terjadi setelah komunikasi dilancarkan oleh komunikator.

Sebagai konsekuensi dari situasi komunikasi seperti itu, komunikator pada komunikasi massa harus melakukan perencanaan dan persiapan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikannya kepada komunikan harus komunikatif dalam arti kata dapat diterima secara inderawi dan secara rohani pada satu kali penyiaran. Dengan demikian pesan komunikasi selain harus jelas juga dapat dipahami maknanya seraya tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bertentangan dengan kebudayaan komunikan yang menjadi sasaran komunikasi.

2) Komunikator pada komunikasi Melembaga

Media massa sebagai komunikasi massa merupakan lembaga, yaitu institusi atau organisasi. Oleh karena itu komunikatornya harus melembaga. Hal ini bebeda dengan komunikator lainnya misalnya kiai atau dalang yang munculnya dalam suatu forum bertindak secara individual, atas nama dirinya sendiri sehingga ia mempunyai lebih banyak kebebasan.

Komunikator pada komunikasi massa misalnya wartawan surat kabar dalam menyebarluaskan pesan komunikasinya bertindak atas nama lembaga, sejalan dengan kebijaksanaan surat kabar dan televisi yang diwakilinya. Ia tidak mempunyai kebebasan individual. Sebagai konsekuensi dari sifat komunikator yang melembaga itu, peranannya dalam proses komunikasi ditunjang oleh orang lain. Misalnya, wajah dan penyiar televisi tak mungkin dapat dilihat dan didengar jika tidak ditunjang oleh pekerjaan pengarah acara, juru kamera, juru suara dan sebagainya.

3) Pesan pada Komunikasi Bersifat Umum

Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kepentingan umum. Media massa tidak menyebarkan sesuatu pesan yang tidak menyangkut kepentingan umum.

4) Media komunikasi Massa Menimbulkan Keserempakan

Ciri lain dari media massa adalah kemampuannya untuk menimbulkan keserempakn pada pihak khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan. Poster dan papan pengumuman adalah media komunikasi, tetapi bukan media media komunikasi massa sebab tidak mengandung ciri keserempakan, karena pesan yang disampaikan melalui poster atau papan pengumuman kepada khalayak tidak diterima oleh mereka denagn melihat poster atau papan pengumuman itu secara bersama-sama tetapi secara bergantian. Sedangkan televisi adalah media komunikasi massa disebabkan ciri keserempakkan yang dikandungnya. Pesan yang disebarkan dalam bentuk pidato, pidato presiden misalnya akan diterima oleh masyarakat secara serempak bersama-sama pada saat presiden berbicara dalam jumlah jutaan.

5) Komunikan Komunikasi Massa bersifat Heterogen

Yang dimaksud dengan komunikan heterogen adalah dalam keberadaannya secara terpencar-pencar, dimana satu sama lainnya tidak saling mengenal dan tidak memiliki kontak pribadi, masing-masing berbeda dalam berbagai hal : jenis

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelamin, usia, agama, ideology, pekerjaan, pendidikan, pengalaman, kebudayaan, pengalaman hidup, dan sebagainya.

2. Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa

a) Pengertian Televisi

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa yunani) yang berarti jauh, dan *visi* (Videre-bahasa latin) yang berarti penglihatan. Dengan demikian televisi diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi di suatu tempat (studio televisi) dan dapat dilihat dari tempat lain melalui sebuah perangkat penerima (televisi set).

Istilah television (televisi dalam bahasa Inggris) baru dicetuskan pada tanggal 25 Agustus 1900 di kota Paris, yang saat itu kota tersebut berlangsung pertemuan para ahli bidang elektronik dari berbagai negara.

Dengan demikian kata televisi disini diartikan dengan televisi siaran yang dapat dilakukan melalui transmissi atau pancaran dan dapat juga di salurkan melalui kabel (televisi kabel) dalam sistem transmissi atau pancaran gambar dan suara yang dihasilkan oleh kamera elektronik diubah menjadi gelombang elektromagnetik dan selanjutnya di transmissikan melalui pemancar gelombang elektromagnetik ini diterima oleh sistem antena yang menyalurkan ke pesawat penerima (televisi) pada televisi gelombang elektromagnetik itu diubah kembali menjadi gambar dan suara yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat kita nikmati di layar televisi. Sedang pada televisi kabel, gelombang elektromagnetik itu disalurkan melalui kabel ke pesawat penerima.

Kehadiran televisi di Indonesia bersamaan dengan dilangsungkannya peristiwa akbar oleh raga Asian Games di tahun 1962. Penyiaran televisi lahir bersamaan dengan didirikannya TVRI (televisi Republik Indonesia) oleh presiden Soekarno. Pada tahun ini tepatnya tanggal 17 Agustus 1962 mengudaralah siaran pertama TVRI yang bisa hanya menjangkau wilayah Jakarta. Dengan adanya kehadiran Satelit Palapa untuk pertama kalinya di tahun 1976, TVRI bisa diterima hampir seluruh tanah air. Siaran pembangunan, hiburan dan pendidikan mudah diterima masyarakat. TVRI mulai menerima iklan lebar-lebar dipenghujung 1980, karena diduga kehadiran iklan terutama untuk kalangan masyarakat pedesaan, memicu pola konsumerisme. Maka, pada 1981, tayang iklan di TVRI dihentikan tidak tersedianya sumber daya manusia yang memadai, juga membuat TVRI mengambil beberapa karyawan RRI (Radio Rakyat Indonesia) untuk menbidaninya. Para karyawan radio itu dianggap mampu mengatasi masalah. Tak heran apabila pada saat itu bintang-bintang TVRI yang muncul sebelumnya adalah para bintang radio. Dari penyiar hingga artisnya, TVRI banyak memakai jasa RRI. Banyak penyiar TVRI yang pada mulanya adalah penyiar radio atau merangkap sebagai penyiar radio dan televisi, seperti Sam Amir,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Max Sopacoa, Willy Randonuwu, Hastin Atas Asih dan masih banyak lagi. Hal yang sama kemudian terulang, ketika banyak presenter muda yang berlatar belakang radio seperti Indi Barend, Arie Dagink, Desta dan lainnya.

Setelah sekian lama TVRI memonopoli bidang siaran sejak 1963, akhirnya muncul televisi swasta pertama kali yaitu RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia). Televisi memiliki grup Bimantara pimpinan Bambang Trihatmojo, mulai beroprasi sejak april 1989 dan diresmikan pada tanggal 24 Agustus 1989 tepatnya pada hari lahir TVRI ke-28. Di Surabaya pada 1990 berdiri SCTV (Surya Citra Televisi) yang merupakan adik kandung RCTI. SCTV membuka cabang di Denpasar. Setelah itu mulai banyak bermunculan televisi swasta lainnya seperti TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) yang diresmikan pada 23 Januari 1991. Televisi milik Siti Hardiyanti Rukmana ini sejak awal dibolehkan siaran secara nasional, alasannya karena TPI bukan semata-mata komersial, melainkan pendidikan. Pada tahun 1993 pemerintah mengeluarkan izin membolehkan televisi swasta bersiaran nasional. Alasannya untuk pemerataan informasi, atau yang lebih pasti, demi meningkatkan perolehan iklan. Di awal 1993 lahir pula AN-TV, menyusul berikutnya INDOSIAR yang resmi siaran pada awal 1995. Setelah itu muncul beberapa televisi swasta yaitu Metro TV, TRANS TV, TV-7, LATIVI, GLOBAL TV dan TRANS 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Televisi Sebagai Media Massa

Yang dimaksud dengan media massa adalah saluran atau media yang dipergunakan untuk mengadakan komunikasi dengan massa, media massa disini berarti media massa modern seperti : Radio, Televisi, dan Film. Sedangkan dalam penelitian ini media massa yang digunakan adalah media massa modern yaitu televisi.

Fungsi dari media massa adalah :[17]

1. Pemberi informasi, maksudnya adalah pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar orang dapat mengerti dan bereaksi secara jelas terhadap kondisi internasional, lingkungan dan orang lain, dan agar dapat mengambil keputusan yang tepat.[18]
2. Seleksi berita atau informasi, yaitu menekankan pada seleksi, evaluasi dan interpretasi dari media massa. Peranan media massa adalah melakukan seleksi mengenai apa yang perlu dan apa yang tidak perlu disiarkan. Pemilihan dilakukan oleh editor, redaktur, dan pengelola media massa.[19]
3. Pendidikan, yaitu pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong pengembangan intelektual, pembentukan watak dan

[17] J.B. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung : PT Alumni, 1986) hlm. 44

[18] Onong Uchayana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan praktek* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2005) hlm. 27

[19] J.B. Wahyudi, *Media Komunikasi Massa Televisi* (Bandung : PT Alumni, 1986) hlm. 44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan keterampilan serta kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.

4. Hiburan, yaitu penyebarluasan sinyal, simbol, suara dan citra (image) dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik, komedi, olahraga, permainan, dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok dan individu.
5. Iklan, adalah pesan atau penawaran suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media.[20] Iklan juga bisa disebut sebagai suatu bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk menginterpretasikan kualitas produk tanpa jasa dan ide-ide berdasrkan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan dari fungsi media massa diatas, dapat dilihat bahwa televisi juga mempunyai fungsi seperti diatas, misalnya :

1. Informasi. Dengan berbagai tayangan yang ditampilkan televisi mampu memberi informasi tentang segala hal dari berbagai belahan dunia. Berita dari daerah mampu memberi informasi bagi orang-orang yang tinggal di ibukota.
2. Seleksi berita atau Informasi. Walaupun banyak sekali informasi yang bisa diambil dari televisi tetapi tidak semua bisa ditayangkan, perlu seleksi dan pengawasan sebelum sebuah berita di tayangkan.

[20] F. Rahmadi, *Public Relation dalam teori dan praktek* (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 1996) hlm. 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Pendidikan. Televisi mampu memberikan pengetahuan yang baru dan bermanfaat bagi penontonnya.
4. Hiburan. Televisi merupakan hiburan yang sangat murah dan praktis, karena bisa dinikmati di rumah dan kapan saja. Tayangan-tayangan yang ditampilkan dapat menghibur pemirsanya setelah seharian beraktifitas, seperti tayangan komedi, sinetron, dan sebagainya.
5. Iklan. Iklan yang dimuat di media massa mempunyai satu tujuan dan satu alasan yaitu untuk mempersuasi seseorang untuk membeli produk yang diiklankan tersebut. Televisi dianggap mempunyai daya tarik yang sangat kuat dibanding media massa yang lain. Karena selain mempunyai daya tarik berupa kata-kata, musik dan sound effect televisi juga memiliki unsur visual berupa gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang dalam pada penonton.

3. Media Televisi

Seorang ekonomon bernama Benjamin Olken pernah meneliti mengenai pengaruh televisi bagi masyarakat Indonesia dan menemukan bahwa semakin banyaknya channel baru yang muncul maka menonton televisi semakin lama dan tingkat partisipasinya sosial masyarakat juga semakin rendah. Artinya masyarakat lebih berminat untuk menonton televisi dibandingkan melakukan kegiatan sosial. Bisa dikatakan bahwa sesungguhnya media massa memiliki perana penting dan berhubungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

erat dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Bahwa media memang hanya dijadikan sebagai gambaran dari suatu keadaaan, maka bisa diambil hikmah yang positif.[21]

Media Televisi telah membawa dampak yang besar bagi manusia. Televisi menyampaikan berbagai informasi, pesan-pesan dengan sangat cepat ke khalayak pemerisa. Kelebihan televisi bersifat audio visual, Dan televisi dapat menyajikan siaran secara langsung pada waktu yang bersamaan. Pemerisa terpaksa menerima apa saja yang disajikan oleh televisi. Baik dalam bentuk berita, pendidikan, hiburan, maupun iklan. Banyaknya audien televisi menjadikannya sebagai medium dengan efek yang besar terhadap orang dan kultur dan juga terhadap media lain. Sekarang televisi adalah medium massa dominan untuk hiburan dan berita.

Televisi hanya sebagai alat seperti alat elektronik lainnya, dengan hadirnya televisi yang merupakan alat, maka impian khalayak untuk dapat melihat sesuatu dari jarak jauh telah menjadi kenyataan, meskipun sampai saat ini masih tetap menjadi impian, karena belum merata dalam kepemilikan keseluruh lapisan masyarakat, khususnya di Negara berkembang di Indonesia. Bagaimanapun juga televisi masih tetap saja merupakan alat yang baru dalam perjalanan sejarah peradapan masyarakat.

[21] Adi badjuri, *Jurnalistik Televisi*,(Yogyakarta : Garaha Ilmu, 2010) hlm. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Televisi sebagai suatu alat yang merupakan bagian dari suatu system yang besar, sehingga televisi merupakan kotak hitam yang ajaib, apabila gelombang elektromagnetik dari suatu pemancar televisi, berhubungan langsung dengan televisi yang telah ditekan tombolnya, maka dengan serta merta akan beruba kearah fungsi sebenarnya, dimana dapat menikmati acara yang ditayangkan dari stasiun penyiaran yang bersangkutan.

Televisi sebagai suatu alat dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi, dengan menggunakan bayanggan gambar dan suara, demikian halnya dengan video dan film. Pengertian ini sangat penting untuk dipahami bagi yang berkerja dibidang penyiaran televisi. Perkembangan televisi yang begitu cepat sejalan dengan perkembangan teknologi elektronik, telah menjadi fenomena besar di abad ini, perannya yang amat besar dalam membentuk pola dan pendapat umum, termasuk pendapat umum untuk menangani produk-produk dan peranan yang amat besar dalam membentuk perilaku dan pola berfikir.[22]

Televisi tidak bisa dilepaskan dari pola hiburan masyarakat. Walaupun tidak seluruh mata acara televisi tidak berisi hiburan, tetapi mencakup seluruh produk terpakai atau barang konsumsi sebagai produk massal dan *fashionable* yang fomasinya terstandarisasi dan penyebaran dan penggunaannya bersifat luas, lebih lagi televisi juga memuat informasi-informasi dan pendidikan. Televisi dalam hubungannya

[22] Darwanto Satro Subrato, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta : Duta Wacana University Prees, 1994) hlm. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pola relaksi masyarakat secara teoritis mencakup tiga aspek, pertama media relaksi yaitu fasilitas yang memungkinkan warga masyarakat mendapatkan produk budaya massa, yang memiliki fungsi satisfaksi, kedua produsen media relaksi, yaitu individu atau institusi yang menciptakan, atau sebagai fasilitator, atau melakukan pendisribusian produk budaya, dan ketiga konsumen yang menggunakan produk kebudayaan untuk tujuan psikologis atau sosial.

Saat ini memang banyak orang membutuhkan televisi, tidak jarang hampir setiap rumah memiliki televisi. Televisi menjadi kebutuhan kedua bagi masyarakat, dapat terbukti hampir setiap malam mulai anak kecil hingga orang dewasa menghabiskan waktunya untuk melihat televisi. Tayanganya mulai dari berita, film komedi hingga hiburan. Banyaknya penikmat televisi sehingga bermunculan media-media atau televisi lokal di suatu daerah.

Begitu banyak masyarakat yang suka dengan televisi, sehingga dengan perkembangan jaman televisi semakin banyak peminatnya dan semakin beragam program yang ditayangkan televisi lokal maupun nasional. Sekarang banyak bermunculan televisi *channel* yaitu televisi yang berlangganan tayanganya juga beragam mulai budaya hingga pendidikan. Namun hanya sebagai masyarakat saja yang sudah mengunakan televisi *channel*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Televisi Lokal

Kehadiran televisi lokal di berbagai daerah dapat dijadikan indikator telah menyebarnya sumber daya penyiaran. Asosiasi televisi lokal Indonesia sebuah organisasi tempat bergabungnya televisi lokal yang berdiri pada 26 Juli 2002 hingga saat ini telah menghimpun sebanyak 263 industri lokal anggotanya tersebar diseluruh Indonesia.[23]

Ditambah lagi keberadaan televisi lokal lainya yang belum terdata. Televisi lokal sudah beroperasi namun banyak yang masih kurang dengan masalah internalnya, dari persoalan buruknya manejemen baik manejemen sumber daya alam maupun keungan hingga persoalan yang paling sulit mendapat share iklan. Banyaknya masalah yang dihadapi industry televisi lokal menutut perhatian dan upaya untuk mengatasinya. hal ini bukan menjadi tangggunga jawab regulator penyiar melainkan juga menjadi tanggung jawab pengelola televisi lokal sediri.

Televisi lokal harus dilakukan upaya antara lain : Televisi lokal harus mampu menciptakan keunikkan dari program siaran yang dikelola, jika hal itu dapat dilakukan maka televisi lokal akan dapat menarik masyarakat dan televisi lokal akan menjadi tuan rumah didaerahya sendiri. Pada era otonomi daerah peran media massa dalam undang-undang nomor 22 Tahun 1999 yang telah direvisi menjadi undang-undang nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah lebih menitik beratkan pada partisipasi dan kontol masyarakat serta pemberdaya

[23] http//www.atvli.com/index.php/home/profil/4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

institusi lokal. Salah satu upaya yang harus dilakukan demi kesuksesan otonomin daerah adalah mengoptimalkan peran institusi lokal non pemerintah, seperti media massa.

Televisi lokal merupakan salah satu kebangaan masyarakat daerah, sehingga perlu untuk mempertahankan keberadaan televisi lokal. Televisi lokal yang hadir dengan spirit otonomi daerah sangat dirasakan dampaknya kehadiranya sebagai warna baru dunia penyiaran tanah air. Selama ini berbagai daerah kurang optimal diangkat dalam wujud audio visual. Sehingga kehadiran media lokal menjadi solusi penting untuk perkembangan masyarakat daerah, tayangan yang disajikan media lokal dikemas dengan kelokalanya yang kental. Televisi lokal selalu berusaha mempersembahkan yang terbaik bagi masyarakat dengan keaktifan lokal yang berbeda-beda. Tayangan yang disajikan televisi lokal yaitu sosial, budaya, peristiwa, ekonomi, dan unsur kedaerahan, tentu akan menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh lapisan masyarakat demi optimalisasi terbangunya daerah termasuk harapan atas peluang pembukan lapangan pekerjaan baru bagi daerah.

Televisi lokal di Jawa Timur dan beberapa daerah lain, telah membuktikan bahwa dengan mengusung nilai-nilai lokal maka akan dapat membendung nilai dari luar. bahwa, nilai yang terkandung dalam media massa maka akan dapat mempengaruhi nilai, dan pada akhirnya identitas masyarakat yang menjadi konsumennya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Beberapa hal yang secara jelas dapat dirasakan adalah penggunaan bahasa daerah dalam penyampaian berita dan beberapa pengantar acara dalam tayangan Televisi lokal. Secara langsung maupun tidak hal ini dapat membangkitkan kembali kesadaran akan kebanggaan menggunakan bahasa daerah dari pada bahasa asing. Hingga pada akhirnya melestarikan budaya melalui tayangan budaya lokal menjadi salah satu peranan yang telah dilakukan oleh televisi swasta.

a) Siaran Televisi Lokal

Sebelum mengetahui tentang jangkauan siaran terlebih dulu memahami lembaga penyiaran. Lembaga penyiar terbagi menjadi lembaga penyiaran publik, swasta, komunitas dan lain-lain. Menurut ketentuan umum UU 32 / 2002 lembaga penyiaran adalah penyelenggaran penyiaran, baik lembaga publik, swasta, komunitas dan berlanggan.

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun televisi swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio dan televisi. Bersifat komersial karena stasiun swasta didirikan dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang sebagai besar dari penayangan iklan dan usaha lainya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

Stasiun swasta diselenggarakan melalui sistem satelit secara analog atau digital. Stasiun swasta dapat melaksanakan siaran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menggunakan saluran multipleksing dalam hal ini terdapat ketentuan bahwa dalam menyelenggarakan penyiaran multipleksing stasiun swasta hanya dapat menyiarkan dengan menggunakan satu *channel*, namun mampu menampilkan lebih dari satu program pada saat yang bersamaan.

Stasiun penyiaran lokal merupakan stasiun penyiaran dengan wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah atau kabupaten. Undang-undang penyiaran menyatakan, bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan dilokasi tertentu dalam wilayah Negara repubik Indonesia dengan wilayah jangkauan siaran terbatas pada lokasi tertentu. Disebut penyiaran lokal area lokasi sudah ditentukan dan jangkauan siaran terbatas. Perusahaan lokal tentu saja tidak perlu memasang iklan pada media masa yang memiliki daya jangkauan siaran yang meliputi sebagaian besar wilayah Negara karena tidak efektif membutuhkan biaya besar pemasangan iklan lebih efektif lagi dipasang di televisi lokal.[24]

b) Perkembangan Televisi Lokal

Definisi televisi lokal sendiri adalah stasiun penyiaran yang memiliki wilayah siaran terkecil yang mencakup satu wilayah kota atau kabupaten. Undang-undang penyiaran menyebutkan, bahwa stasiun penyiaran lokal dapat didirikan di lokasi tertentu dalam wilayah Republik Indonesia dengan jangkuan siaran terbatas pada

[24] Morissan, *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio dan Televisi* (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2009) hlm.105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lokasi tersebut. Berikut ini merupakan beberapa stasiun televisi lokal yang ada di berbagai daerah di Indonesia, antara lain:

1. Aceh : Aceh TV, TVRI Aceh, Koetaraja TV.
2. Medan : TV Medan, Deli Medan, DAAI Medan, Spacetoon Medan.
3. Bandung : TVRI Jawa Barat, Bandung TV, Depok TV, CB Channel, CT Channel, Garuda TV, IMTV, Green TV IPB, Jatiluhur TV, Megaswara TV.
4. Bali : TVRI Bali, Indo TV, Alam TV, Bali Music Channel, Dewata TV, Bali TV.

Untuk wilayah Surabaya sendiri juga terdapat beberapa stasiun televisi lokal seperti : TV 9 Surabaya (Tempo TV), TVRI Jawa Timur, Arek TV, JTV (Jawa Pos Televisi), SBO TV, Surabaya TV, MNTV (B-Channel), BBS TV, MHTV (Sindo TV), BCTV (Kompas TV). Walaupun stasiun televisi- televisi lokal memilik nama dan segmentasi pasar yang berbeda-beda, namun mereka tetap memilik satu kesamaan yaitu setiap stasiun televisi selalu memiliki sebuah program berita.

5. Televisi Sebagai Media Informasi

Televisi dapat menyiarkan informasi kepada khalayak. Khalayak yang menonton memerlukan informasi mengenai berbagai hal yaitu mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya. Acara-acara yang bersifat informatif seperti berita, dokumenter, wawancara, diskusi dan *features* dapat dimanfaatkan untuk menunjang pengetahuan bagi khalayak.

Televisi sebagai alat atau media massa elektronik yang dipergunakan oleh pemilik atau pemanfaat untuk memperoleh sejumlah informasi, hiburan, pendidikan dan sebagainya. Sesuai dengan Undang-Undang Penyiaran Nomor 24 Tahun 1997, Bab II Pasal 5 berbunyi "Penyiaran mempunyai fungsi sebagai media informasi dan penerangan, pendidikan dan hiburan, yang memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya serta pertahanan dan keamanan". Banyak acara yang disajikan oleh stasiun televisi di antaranya, mengenai sajian kebudayaan bangsa indonesia, sehingga hal ini dapat menarik minat penontonya untuk lebih mencintai kebudayaan bangsa sendiri, sebagai salah satu warisan bangsa yang yang perlu dilestarikan.

Kini televisi sudah bukan barang yang mahal. Di setiap keluarga pasti memilik kotak ajaib ini, bahkan tidak hanya satu, dalam satu rumahpun bisa terdapat lebih dari satu televisi, di desa dan di kota televisi sudah menjadi konsumsi sehari-hari. Keanekaragaman acara stasiun televisi memungkinkan setiap orang memilih siaran apa yang di senangi. Sebagaimana fungsi televisi secara umum menurut undang-undang penyiaran,[25] yakni sebagai berikut :

[25] Rusman, Deni Kurniawan, Cepi Riyana, *Pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi (mengembangkan profesionalitas guru)* (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2012) hlm. 198

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Media informasi dan penerangan
2) Media pendidikan dan hiburan
3) Media untuk memperkuat ideologi, politik, ekonomi, sosial budaya
4) Media pertahanan dan keamanan

B. Kajian Teori Determinisme

1. Asumsi Dasar

Determinisme adalah pemikiran yang menganggap suatu hal sebagai hal yang terpenting, pokok, atau sangat menentukan. Ada beberapa *determinisme* sebagai proses sosial dantaranya *deteminisme* informasi dan tekhnologi. *Determinisme* informasi merupakan keharusan yang mau tidak mau pasti akan datang dengan sendirinya melanda. Karena informasi adalah kebutuhan yang akan menginduksi bidang-bidang lain. Dengan kata lain, ketergantungan masyarakat terhadap informasi sangat tinggi dalam bahasa teknik komunikasi disebut *masyarakat informatif.*

Dalam *determinisme* teknologi mempunyai asumsi bahwa yang terpenting dalam pembangunan adalah teknologi. Teknologi dianggap mampu meningkatkan efesiensi dalam proses produksi, sehingga manusia memperoleh kemudahan-kemudahan dalam mencapai atau mendapatkan yang diinginkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Isi Teori

Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk keberadaan manusia itu sendiri.[26] McLuhan berpikir bahwa budaya masyarakat dibentuk oleh bagaimana cara mereka berkomunikasi. bagaimana suatu pesan disampaikan dan akan diterima oleh komunikan tergantung dari medianya sehingga ia mengambil kesimpulan bahwa " *The Medium is the message*", yang artinya media adalah pesan itu sendiri.

Inti teori determinisme yaitu penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi merupakan faktor yang mengubah kebudayaan manusia. McLuhan memetakan sejarah peradaban kehidupan manusia ke dalam empat periode.

Pertama, the tribal age. Menurut McLuhan, pada era ini dikenal dengan nama era purba atau era suku zaman dahulu, manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada era ini hanya mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya dimana telinga adalah "raja", atau dalam istilah lama orang mengenal paham *"hearing is believing"*, dan kemampuan visual manusia belum banyak diandalkan dalam komunikasi. Sehingga, era primitif ini tergusur dengan ditemukannya alfabet atau huruf.

Kedua, the age of literacy. Semenjak ditemukannya alfabet atau huruf, maka cara manusia berkomunikasi banyak berubah. Indera

[26] Nurudin. *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2003) hlm. 174

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penglihatan kemudian menjadi dominan di era ini, mengalahkan indera pendengaran. Manusia berkomunikasi tidak lagi mengandalkan tuturan, tapi lebih kepada tulisan.

Ketiga, the print age. Era ini dimulai sejak ditemukannya mesin cetak yang menjadikan alfabet semakin menyebarluas ke penjuru dunia. Kekuatan kata-kata melalui mesin cetak tersebut semakin merajalela. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia lebih bebas lagi untuk berkomunikasi.

Keempat, the electronic age. Era ini juga menandai ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi. Telegram, telpon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, dan internet. Manusia kemudian menjadi hidup di dalam apa yang disebut sebagai *global village*. Media massa pada era ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan saja, di mana saja, dan seketika itu juga.

Media juga mempunyai kemampuan-kemampuan penyebarluasan informasi, akhirnya media dapat mempunyai akibat yang sangat luas atas kehidupan manusia. Terdapat mitos bahwa teknologi (informasi) merupakan keharusan yang mau tidak mau pasti datang dengan sendirinya melanda dunia sehingga siapa yang tidak menerapkannya akan rugi.[27]

[27] Alwi Dahlan, *Pembangunan Teknologi Informasi Menuju Masyarakat Informasi Indonesia* (makalah: September 1991)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alfin Toffler menyebut abad XXI nanti (bahkan sudah terjadi di negara maju pada abad XX ini) sebagai "abad informasi". Masyarakat tidak akan mampu menolak kebutuhan informasi. Informasi merupakan kebutuhan yang akan menginduksi bidang-bidang lain. Dengan kata lain, ketergantungan masyarakat abad XXI terhadap informasi akan sangat tinggi. Dalam bahasa teknik ilmu komunikasi. Masyarakat abad XXI disebut "masyarakat informasi (*information society*)". Dalam situasi seperti itu muncul pameo: *information is power!*.[28]

[28] Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997) hlm. 20-21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id