

# Jurnal Komunikasi

Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan Dalam Bisnis Keluarga  
(Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa  
Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)

*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti*

Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer

*Yuliana Rakhmawati*

“*Arranged Married*” Dalam Budaya Patriarkhi (Studi Kasus Komunikasi  
Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)

*Rivial Haq Arroisi Dewi Quraisyin*

*Transferable Skill* Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual  
Melalui Bengkel Kerja Komunikasi

*Farida Nurul R, Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari*

Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu  
Atap dengan Beda Atap

*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo*

Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar  
Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan

*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti*

Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu  
2014 (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)

*Angga Satrya Putra, Surokim*

Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur (Analisis Semiotik Karikatur Clekit  
“Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-  
Januari 2015)

*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan*

Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita

*Analisa, Netty Dyah Kurniasari*

# Jurnal Komunikasi

ISSN 1978-4597

Vol. IX. No. 2, September 2015

**Penanggung Jawab**  
Surokim

**Ketua Penyunting**  
Netty Dyah Kurniasari

**Sekretaris Penyunting**  
Imam Sofyan  
Teguh H. Rachmad

**Penyunting Pelaksana**  
Yuliana Rahmawati  
Dewi Quraisyin  
Dessy trisilowaty  
Syamsul Ariffin

**Penyunting Ahli**  
Sasa Djuarsa Sandjaja  
Pawito  
Prahastiwi Utari

**Administrasi**  
Syamsul Gunawan  
Achmad Fauzi

**Alamat Redaksi :**  
Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang PO. BOX 02  
Bangkalan 69162  
Telp. 031-30123390  
Fax. 031-3011506  
Email :  
[jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

**Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga** (Studi Fenomenologi mengenai Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga di Jakarta)  
*Firda Firdaus Abdi, Hanny Hafiar, Evi Novianti* (105-118)

**Kastrasi Frekuensi Publik: Media Literacy Era Budaya Populer**  
*Yuliana Rahmawati* (119-130)

**“Arranged Married” Dalam Budaya Patriarkhi** (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep)  
*Rivial Haq Arroisi, Dewi Quraisyin* (131-140)

**Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi**  
*Farida N.R., Surokim, Netty Dyah K, Nikmah Suryandari* (141-158)

**Study Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap**  
*Rendi Limantara, Mochtar W. Oetomo* (159-168)

**Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan**  
*Alfan Roziqi, Dinara Maya Julijanti* (169-176)

**Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014** (Analisis Deskriptif Game Online Mas Garuda)  
*Angga Satrya Putra, Surokim* (177-188)

**Kritik Sosial Politik Dalam Karikatur** (Analisis Semiotik Karikatur Clekit “Program 100 Hari Jokowi” pada Surat Kabar Jawa Pos Edisi Oktober-Januari 2015)  
*Nurul Itiqomah, Imam Sofyan* (189-202)

**Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita**  
*Analisa, Netty Dyah Kurniasari* (203-219)

Jurnal Komunikasi adalah media untuk pengembangan disiplin ilmu komunikasi. memfokuskan kajiannya pada hasil studi di bidang komunikasi yang dilakukan melalui berbagai ragam sudut pandang. Redaksi menerima naskah, baik berupa ringkasan hasil penelitian maupun kajian yang relevan dengan misi jurnal. Redaksi dapat mengubah naskah sepanjang tidak mengubah makna keseluruhannya, Naskah yang dimuat dalam jurnal komunikasi sepenuhnya merupakan pendapat dan tanggung jawab penulis dan tidak selalu segaris atau mencerminkan pendapat redaksi.

## PENGANTAR

Jurnal Ilmu Komunikasi edisi September 2015 ini secara garis besar menyajikan artikel dalam dua konteks yaitu komunikasi antar pribadi dan komunikasi massa.

Kajian tentang komunikasi antar pribadi ditulis oleh beberapa penulis. Artikel pertama ditulis oleh Firda Firdaus dkk dari Program Studi Ilmu Hubungan Masyarakat FIKOM Universitas Padjajaran dengan judul ‘Perilaku Komunikasi Etnis Tionghoa Peranakan dalam Bisnis Keluarga (Studi Fenomenologi). Makna peranakan yang dimaknai oleh para informan yang ber-etnis Tionghoa Peranakan terbagi menjadi dua, yaitu makna afirmatif dan makna negatif. Makna afirmatifnya adalah peranakan sebagai sebuah kebanggaan, serta makna negatif yang tercipta adalah peranakan sebagai sebuah beban identitas dan sosial. Perbedaan makna terjadi di antara informan sesuai dengan pengalaman mereka masing-masing sedari kecil sebagai etnis Tionghoa peranakan selama bersosialisasi dengan keluarga dan lingkungannya.

Artikel selanjutnya berjudul ‘Arranged Married’ dalam Budaya Patriarki (Studi Kasus Komunikasi Budaya Pada Pernikahan Di Desa Ambunten, Kabupaten Sumenep) ditulis oleh rivial Haq Arroisi dan Dewi Quraisyin. Kesimpulan penelitian ini adalah penelitian *arranged married* (pernikahan yang diatur atau perijodohan) masih saja dilakukan di Madura sampai saat ini karena perijodohan yang dilakukan oleh orang tuanya.

Tulisan selanjutnya ditulis oleh Rendi Limantara dan Mochtar W. Oetomo dengan judul ‘Studi Komparasi Komunikasi Interpersonal Pada Keluarga Poligami Satu Atap dengan Beda Atap’. Iklim komunikasi yang terjadi dalam komunikasi interpersonal kedua keluarga pelaku perkawinan poligami ini tidak sama yang didasarkan perbedaan waktu untuk bertemu/bersama. Konflik yang terjadi diantara keluarga pelaku perkawinan poligami dalam segi komunikasi interpersonal satu dengan yang lainnya adalah sifatnya tidak mengancam.

Masih tentang Komunikasi Antar Pribadi, tulisan selanjutnya ditulis oleh Alfian Roziqi dan Dinara Maya Julijanti dengan judul ‘Komunikasi Non Verbal Guru Pada Murid Tunarungu Sekolah Dasar Luar Biasa Negeri Desa Keleyan Kecamatan Socah Kab. Bangkalan’. Dari hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa Pada kelas 1 dan 6 komunikasi non verbalnya hampir tidak ada perbedaan. Kedua kelas ini sama – sama terdapat bahasa tubuh yang meliputi isyarat tangan, gerak kepala dan ekspresi wajah.

Tulisan terakhir tentang Komunikasi Antar Pribadi berjudul ‘Negosiasi Identitas Penarik Becak Wanita’ yang ditulis oleh Analisa dan Netty Dyah Kurniasari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas terbentuk di dalam masyarakat karena adanya

interaksi dan komunikasi. Dan pengalaman serta latar belakang budaya yang berbeda mempengaruhi terbentuknya sebuah identitas. Sedangkan, kajian tentang komunikasi massa berjumlah tiga buah. Artikel pertama ditulis oleh Yuliana Rakhmawati dengan judul Kastrasi Frekuensi Publik: *Media Literacy* Era Budaya Populer. Tulisan ini mencoba menguraikan rangkaian hubungan dalam komunikasi massa (media, pemilik dan public). Kesimpulannya adalah dalam konteks Indonesia, hubungan tripartit (media, pemilik dan publik) berlangsung dengan potret yang timpang. Publik dalam hal ini ditempatkan sebagai konsumen bukan sebagai mitra. Budaya populer (tayangan-tayangan sinetron, *reality show*, *infotainment*, berita kriminal) sebagai produk dari media didistribusikan kepada publik bukan dengan mengedepankan kebutuhan publik akan tetapi lebih dominan membawa kepentingan pemilik.

Tulisan selanjutnya tentang ‘Propaganda Politik Partai Gerindra Dalam Game Mas Garuda Pada Pemilu 2014’. Artikel tulisan angga Satrya Putra dan Surokim tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa kampanye politik yang dilakukan oleh Partai Gerindra melalui Game MAS GARUDA adalah upaya dalam membangun kepercayaan kepada masyarakat pemilih.

Nurul Istiqomah dan Imam Sofyan memperkaya kajian komunikasi massa dengan tulisan yang berjudul ‘Kritik Sosial Politik dalam Karikatur’ mengupas Analisis Isi Karikatur Clekit ‘Program 100 Hari Jokowi’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Karikatur “100 Hari Pemerintahan Jokowi” menyampaikan sebuah penggambaran atas realitas sosial dimasyarakat serta kondisi perpolitikan dalam masa awal pemerintahan Jokowi yang dinilai kurang tegas dan kurang dapat memenuhi harapan rakyat Indonesia seperti yang telah dijanjikan Jokowi pada masa kampanyenya lalu.

Sebagai pamungkas jurnal Komunikasi edisi September ini menghadirkan tulisan Farida Nurul dkk dengan judul ‘Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual’. Tulisan tersebut mencoba menghasilkan sebuah model komunikasi pembelajaran transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bengkel kerja komunikasi yang sesuai untuk prodi ilmu komunikasi adalah model laboratorium kultural. Yaitu model yang memberikan keleluasaan kepada mahasiswa untuk mengelola baik menentukan jenis program, manajemen dan perekrutan anggota. Model ini diterapkan melalui model komunikasi Laswell.

## KASTRASI FREKUENSI PUBLIK: *MEDIA LITERACY* ERA BUDAYA POPULER

**Yuliana Rakhmawati**

*Program Studi Ilmu Komunikasi  
Univesitas Trunojoyo Madura  
[yuliana.rakhmawati@outlook.com](mailto:yuliana.rakhmawati@outlook.com)*

### ***Abstract***

*Civilization change is a necessity. Culture as one formers also experienced dynamic civilization. Changes in form and content (content ) takes place not in a vacuum but in a variety of contextual quadrants. The era of modernity with the development of industry and capitalism climate has led to one part in cultural homogenization. Public spaces which in essence is a classless into an entity that has a value of commodities. Shift function of public spaces including public frequency in packs of popular culture has been a challenge for the creation of the public who have media literacy skills. With media literacy, public to understand what has been done for the public media and to the public .*

*Keywords : public frequency , media literacy, cultural homogeneity, Castration*

### **PENDAHULUAN**

“*Frankly, my dear, I don't give a damn*” cuplikan *quote* dari film *Gone with the wind* yang diadopsi dari novel dengan judul yang sama karya Margaret Mitchell dapat menjadi ilustrasi bagi kegundahan sebagian publik dalam mengikuti perkembangan isi media massa terutama televisi di Indonesia. Widjaja (2010) mengutip hasil penelitian Rob Allyn –CEO Marget House, sebuah rumah produksi film dan TV internasional- dalam laman *viva menyebutkan* bahwa televisi Indonesia sekarang ini semakin kurang relevan dengan kondisi realita publiknya. Survei Indeks Kualitas Program

Televisi dilakukan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) bersama sembilan Perguruan Tinggi Negeri, di sembilan kota besar di Indonesia menunjukkan kategori berita memiliki indeks kualitas yang lebih tinggi dari *variety show* dan sinetron, meski pun masih tetap di bawah standar kualitas yang ditetapkan oleh KPI.

Sejarah televisi di Indonesia dimulai dengan diresmikannya Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tahun 1962 oleh presiden Soekarno. Pendirian media publik tersebut pada awalnya adalah untuk peliputan kejuaraan dan pertandingan selama berlangsungnya Asian Games IV

dimana Indonesia menjadi tuan rumah. Dua puluh tujuh tahun setelahnya atau tepatnya pada tahun 1989 dunia pertelevisian Indonesia semakin marak dengan dikeluarkannya izin operasional bagi stasiun televisi swasta. Berturut-turut RCTI, SCTV, TPI (sekarang sudah berganti nama menjadi MNCTV) mengudara tahun 1991, ANTV (1993), Indosiar (1995), Metro TV, Trans TV, TV7 (saat ini berubah menjadi Trans7 pasca diakuisi oleh PT. Televisi Transformasi Indonesia), Global TV, Lativi (yang sekarang berubah menjadi TV One sejak 2008).

Diakui bahwa televisi masih menjadi distributor budaya populer paling banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia. Fakta ini diungkap oleh lembaga penyelenggara survei kepemirsaaan TV atau TV Audience Measurement (TAM)-Nielsen- dengan raihan penetrasi sebesar 95% di Jawa dan 97% di luar Jawa. Survei yang dilakukan pada tahun 2014 pada sembilan kota besar di Indonesia ini mendapatkan temuan intensitas menonton televisi rata-rata masyarakat adalah 5 jam 1 menit untuk publik di pulau Jawa dan 5 jam 12 menit di luar Jawa. Formasi acara yang sering ditonton oleh masyarakat di pulau Jawa adalah tayangan sepakbola, sedangkan masyarakat di luar pulau Jawa cenderung melihat tayangan film, series dan konten anak-anak.

Ragam tayangan yang didistribusikan oleh televisi Indonesia menurut penulis belum mencerminkan pola edukasi oleh media. Publik dewasa ini dihadapkan pada tayangan-tayangan *hyperealitas*. Menurut Jean Baudrillard (1926-2007) hiperrealitas

merujuk pada identifikasi tahap dalam pengembangan budaya ditandai dengan munculnya media massa yang dibingkai dalam transisi budaya drama borjuis yang dimediasi oleh televisi dan komputer. Hiperrealitas adalah prekursor dari realitas virtual (Smith, 2010: 95). Dalam konsep hiperrealitas juga mengarah pada bentuk sebuah paradigma (Tiffin, 2001), hipervisi (Ahuja, 2001), manusia virtual (Thalman, 2001) dan kehidupan artifisial (Shimohara, 2001).

Budaya barat (*western cultures*) mengenali budaya dalam dua pemahaman; budaya tradisional disebut "*high culture*" dan budaya massa yang diproduksi secara massal kepada publik (Guins, 2005). Terminologi kedua juga sering disebut sebagai budaya populer (*popular culture*). Produk budaya populer dalam hal ini salah satunya adalah tayangan televisi dalam konteks tertentu dapat direlatifkan sebagai bentuk *forecasting* masyarakat (publik) nya. Apakah memang televisi Indonesia dapat menjadi media *looking glass self* bagi penikmatnya?

Formasi budaya populer yang secara massal didistribusikan melalui televisi Indonesia bukanlah menjadi sesuatu yang mengkhawatirkan apabila masyarakat (publik) dapat mengenali hak dan kapasitasnya sebagai konsumen media secara cerdas. Sebagai konsumen media, publik berhak mendapatkan pengetahuan dan wawasan (*insight*) tentang produk dari media. Kemampuan publik untuk dapat mengenali secara kritis pesan-pesan

media dan bertindak dengan membedakan reaksi emosional dan rasional secara tepat menjadikan ketrampilan literasi media menjadi sebuah keharusan bagi publik. Dengan bekal kemampuan ini diharapkan tercipta publik media yang secara aktif memiliki komitmen untuk mengembangkan ekspektasi yang tinggi akan muatan media termasuk akan kredibilitas sumber. Memahami bahwa konten media bukan hanya sebagai teks *arbitrer* melainkan wawasan yang dapat masuk dan memberi pengaruh kepada budaya publik.

### Budaya Populer dan Homogenisasi Budaya

Penikmat kanal televisi berlangganan HBO pasti mengenali serial drama televisi fantasi Amerika “Game of Thrones” yang merupakan adaptasi dari novel George R.R Martin *Song of Ice and Fire*. Sampai dengan saat ini serial ini telah memasuki musim tayang keenam. Pemirsa serial yang mengisahkan 7 *great house* (keluarga besar) di benua fiksi Westeros dan Essos dilengkapi dengan narasi persekongkolan, pengkhianatan, intrik tidak berkesudahan, peperangan hingga percintaan terlarang yang menuntut penonton untuk selalu mengikuti episode demi episode.



sumber : crooksandilars.com



sumber : abovethelaw.com

Tayangan tersebut bukan hanya bisa dinikmati di negara asalnya (Amerika Serikat) melainkan di semua televisi dunia yang merilis jaringan kerjasama dengan Home Box Office (HBO). Hal ini mengindikasikan muatan (*content*) dalam serial budaya populer tersebut juga secara langsung akan dikonsumsi oleh pemirsanya apapun latar belakang etnisitas, afiliasi keyakinan, politik dan *genealogy* budayanya. Bagaimana potret homogenisasi budaya yang terjadi di Indonesia?.

Era budaya populer ditandai dengan *mainstream*akan tema-tema tertentu. Tokoh-tokoh “super”dimunculkan untuk memenuhi kebutuhan psikologis masyarakat moderen yang *hectic*. Narator cerita komik Brian Michael Bendis dengan Spiderman, *Buffy the Vampire Slayer* (Jenkins, 2007), *The Best Batman Story: The Dark Knight Returns*(Brooker, 2007), *The Best Serial Killer Novel: Red Dragon* (Turnbull, 2007);

*The Best Basketball Player: Michael Jordan* (McLaughlin,2007); *The Best Sneakers: The Nike Air Max Classic TW* (Gould,2007); *The Best Action Console Game: Grand Theft Auto:San Andreas* (Banks, 2007); *The Best Motorbike: The Ducati 916 Superbike* (Henderson,2007); *The Best Propaganda: Humphrey Jennings, The Silent Village* (1943) (Hartley,2007); *The Best Villain in Xena: WarriorPrincess: Alti* (Jones,2007); *The Best Pop Princess: Kylie Minogue* (Brennan, 2007); *The Best Disco Record: Sharon Redd: "Never Give You Up"* (Frith, 2007).

Homogenisasi budaya adalah konsekuensi dari globalisasi distribusi budaya populer dengan menafikan batas-batas geografis, *custom*, etnisitas, dan keyakinan. Konteks ini merujuk pada transformasi ruang dan waktu (Holton (2000); Holton

(2005). Konsep regional, nasional dan internasional melebur menjadi konstruksi sebuah wacana budaya baru yaitu budaya global. Budaya yang dikonsumsi oleh penikmat media massa menjelma menjadi budaya yang seragam (homogen). Ikon-ikon budaya populer hadir pada hampir semua kawasan di dunia; *Coca Cola, Nike, KFC, Justin Biebers* dan sebagainya.

Penulis mengamati terdapat pergeseran tema dalam tayangan televisi Indonesia. Pada era 80-90an wacana yang dikonstruksikan oleh media lebih menyorot kehidupan sehari-hari, menyisakan ruang untuk muatan anak-anak dengan kemasan yang membumi (*down to earth*). Memasuki tahun 2000an konstruksi yang *disetting* oleh media relatif lebih menekankan pada gambaran *hedonisme* dan budaya yang "mudah" dan *instant*.

**Tabel 1. Matriks Tayangan Televisi Indonesia tahun 1980-1990an dan 2000an**

Tahun	Judul Tayangan	Sinopsis	Televisi
1980-1990	Little House On The Praire(LHOTP)	Kisah petualangan keluarga kecil yang sederhana namun bahagia. Dibintangi oleh Michael London sebagai kepala keluarga petani dengan cerita-cerita yang menyentuh dan potret keluarga yang hangat.	TVRI
	dr. Quinn Medicine Woman	Perjuangan seorang relawan paramedis (dokter) untuk mengabdikan pada komunitas minoritas. Meskipun tidak bisa dilepaskan dari polesan-olesan human interest termasuk kisah cinta <a href="#">Michaela Quinn (Jane Seymour)</a> Byron Sully ( <a href="#">Joe Lando</a> )	TVRI
	Si Unyil	Dalam serial ini digambarkan potret masyarakat pinggir perkotaan dengan segala dinamikanya. Penggambaran yang bersahaja dari karakter tokoh-tokohnya dan membawa misi pendidikan yang positif.	TVRI
	Keluarga Cemara	Versi Indonesia dari serial LHOTP dibintangi oleh Novia Kolopaking dan Adi Kurdi pernah meraih penghargaan pada <a href="#">Festival Film Bandung untuk Sinetron Serial Terpuji</a>	RCTI dan TV7
	Tralala trilili dan Ci Luk Ba	Acara musik yang menayangkan klip-klip lagu anak-anak.	RCTI



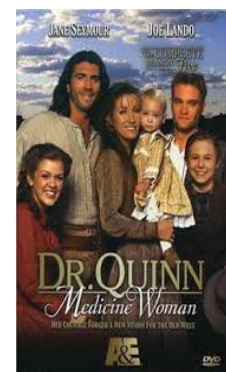
2000an	Infotainment (Silet, Halo Selebriti, Kiss, Intens, Starlite, Selebrita, Insert)	Tayangan tentang kehidupan pesohor terutama yang bergerak di dunia hiburan. Ranah domestik dan pribadi pesohor juga menjadi tema dalam tayangan yang berdurasi antara 25-45 menit ini.	RCTI, SCTV, Indosiar, ANTV, Trans dan Trans7, Global TV, MNCTV
	Serial Ganteng-ganteng Serigala	Serial saduran dari film bioskop box office Twilight ini menggambarkan kehidupan keluarga vampir dan siluman serigala dengan dominasi tema percintaan.	SCTV
	Benci Bilang Cinta	Benci Bilang Cinta merupakan <u>sinetron</u> bertemakan <u>drama</u> remaja yang diproduksi oleh Sinemart dengan Lagu pengiring dengan judul Benci Bilang Cinta oleh <u>Radja</u> . Saduran dari serial Korea Selatan Princess Hours.	Jaringan MNCTV
	Termehek-mehek	Reality show	Trans TV

Sumber : diolah dari berbagai sumber

Tema serial yang diangkat pada dekade 80-90an lebih bervariasi mulai dari kehidupan keluarga, persahabatan, inspirasi tentang kehidupan sedangkan era 2000an tema yang diusung dominan tentang percintaan dan kekayaan. Jam tayang juga mengalami pergeseran, serial tahun 80-90an ditayangkan sekali dalam seminggu sedangkan serial dewasa ini setiap hari (kejar tayang). Para pemain (talent) adalah para seniman senior dan punya jam terbang serta untuk serial 80-90an, sedangkan sekarang pemain para pendatang baru. Jalan cerita serial 80-90an lebih orisinil dengan konteks ke-Indonesiaan sedangkan serial-serial terbaru lebih kepada cerita-cerita saduran.



sumber : vidio.com



sumber : afkari.net



sumber : visionvideo.com



sumber : kapanlagi.com

Pergeseran konvergensi media dalam hal teknologi dan muatan (*content*) bukan hanya terjadi pada negara-negara sedang berkembang (*developing countries*) melainkan juga terjadi pada negara-negara sudah berkembang (*developed countries*). Sebagai perbandingan, era televisi di Amerika (sebagai rujukan kajian tentang budaya populer) mengalami ledakan sejak tahun 1940an. Dimana pada tahun tersebut, televisi bukan menjadi barang mewah bagi sebagian besar masyarakat Amerika. Dampak tayangan televisi pada saat itu yang bergeser dengan muatan-muatan budaya populer yang lebih dominan.

Produk media massa bukan hanya

dalam bentuk tayangan budaya populer, jurnalisme moderen yang lahir pada era abad 19an pun menjadi salah satu trend peleburan dari jurnalisme kuning (*yellow journalism*) dan era media kotor (*muckracking*). Media memberi dampak pada pengambilan keputusan atas kebijakan publik (*public policy*) (Reddy, 2006). Di Indonesia beberapa media massa sekarang ini dimiliki oleh jaringan konglomerasi yang mempunyai ideologi dan afiliasi kepada kepentingan tertentu. Berita (*news*) yang idealnya berbasis pada prinsip dan etika jurnalistik bergeser menjadi menjadi alat (*tools*) untuk menggiring opini publik. Pada akhirnya berita hanya akan menjadi produk *budaya populer* seperti tayangan-tayangan pada media arus utama lainnya.

Menurut VanderVeen (2010) solusi untuk memadukan dua kepentingan antara peran jurnalis profesional --dengan norma-norma profesional-- dan kepentingan demokrasi adalah dengan menginisiasi bentuk jurnalisme baru dengan melibatkan khalayak. Dekade sekarang konsep ini sering disebut sebagai jurnalisme warga (*citizen or grassroots journalism*)- selanjutnya disebut JW. Jurnalisme yang menuntut kontribusi dan peran aktif khalayak (publik) untuk turut serta sebagai produser media. Dalam JW, khalayak diberikan akses untuk mengekspresikan pengalaman mereka untuk memastikan bahwa semua khalayak mempunyai hak “suara”. Mekanisme jurnalisme seperti yang ditawarkan dalam JW diharapkan dapat memecah (*desentralisasi*) akses kepada produksi dan distribusi

teks di ruang publik.

Pers –dengan jurnalisme didalamnya- sebagai bagian dari industri media memiliki kebebasan akan tetapi bukan bentuk kebebasan absolut. Selalu ada batasan (*boundaries*) dengan diskusi yang realistis terkait dengan regulatornya (Cowen, 1989). Diperlukan formulasi kebebasan pers dan media dengan batasan-batasannya, sebuah derajat kebebasan dimana pemilik (*proprietors*), penyunting (*editors*), wartawan (*journalists*) dapat mengawal kepentingan publik dengan menyajikan fakta dan opini.

### **Frekuensi Publik adalah hak publik**

Budaya populer didominasi oleh gambar visual (*images*), terutama oleh gambar televisi (*television images*). Media mengalami perubahan sangat drastis memasuki era 1980an dimana televisi berubah menjadi semacam media refleksi diri dan ironis (Schneck, 2001). Televisi menjadi media superior pada masyarakat posmoderen yang dapat dilihat dalam hubungannya dengan peningkatan atas produksi dan konsumsi budaya populer. Holdsworth (2008) menuliskan karakteristik media televisi bersifat tidak bertahan (*transience*), sekejap (*ephemerality*), mudah dilupakan (*forgetability*). Dalam penelitian Holdsworth tersebut secara psikologis ditemukan bahwa terdapat korelasi antara *habit* menonton televisi dengan memori. Beberapa penelitian tentang dampak tayangan televisi terhadap perilaku remaja (Anderson, 2003); Honig (1983). Chong

(2009) melakukan penelitian tentang dampak tayangan budaya populer terhadap tingkat perceraian (kehidupan domestik) di Brazil.

Negara yang mempunyai kepedulian kepada publik media tidak harus menjadi sebuah entitas yang otoriter terhadap bentuk dan isi media. Dalam pergaulan internasional, beberapa negara sudah memertifikasi regulasi tentang televisi yang pro-publik. Undang-undang tentang televisi (*Children Television Act*) yang mengatur tentang bentuk dan muatan program TV yang bermanfaat untuk perkembangan anak-anak (Jordan, 2008); (Lazar, 1994); (Kunkel, 1998). Dalam regulasi tersebut ditekankan pada beberapa poin kewajiban media dalam menyelenggarakan siaran pro-publik (terutama anak-anak); *pertama* melakukan inisiasi informasi publik kepada orang tua tentang program pendidikan oleh stasiun televisi, *kedua* melayani kebutuhan pendidikan dalam bentuk tayangan dengan durasi dan jam tayang sesuai pedoman yang ditentukan.

Otoritas dalam membuat regulasi alokasi frekuensi dimiliki oleh negara. Frekuensi adalah jumlah getaran gelombang elektrik per detik pada gelombang elektromagnetik (KBBI, 2014). Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002 dalam mukadimahnyanya menuliskan bahwa frekuensi merupakan sumber daya alam terbatas dan kekayaan nasional yang harus dijaga dan dilindungi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Gelombang frekuensi

di dunia ini diatur oleh *International Telecommunication Union* (ITU) lembaga di bawah PBB yang mengatur tentang alokasi frekuensi setiap negara, termasuk Indonesia. Oleh pemerintah Indonesia spektrum frekuensi diregulasikan penggunaannya sesuai dengan kepentingan berbagai bidang, mulai dari siaran radio dan televisi, *provider* telepon, penerbangan (*aviation*), militer, hingga satelit. Komite Penyiaran Indonesia dibentuk oleh pemerintah Indonesia untuk bermitra dengan Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemeninfo) dalam alokasi frekuensi untuk lembaga penyiaran (*broadcasting*). Industri media dalam konteks ini hanya menggunakan hak guna pakai (menyewa) frekuensi kepada negara. Frekuensi adalah domain negara bukan untuk konsumsi privatisasi. Penggunaan frekuensi oleh media juga diregulasi oleh negara agar tidak terjadi penyalahgunaan yang merugikan publik itu sendiri.

Di Indonesia, dalam prakteknya fungsi frekuensi publik belum sepenuhnya dipenuhi oleh pelaku usaha media (terutama penyiaran televisi). Sifat media televisi yang *khas* membuat tuntutan publik atas kinerjanya menjadi lebih besar dibandingkan dengan lembaga penyiaran elektronik lainnya seperti radio. Penghapusan Departemen Penerangan dan Lembaga Sensor Film (LSF) secara tidak langsung membawa efek terhadap kontrol atas tanggung jawab media kepada publik terutama dalam penyediaan muatan isi (*content*) yang berkualitas.

Beberapa penyalahgunaan frekuensi

yang dicatat oleh laman *frekuensi milik publik*: siaran terus berjalan meski izin frekuensi tidak diperpanjang, jual beli frekuensi, tayangan tv yang isinya untuk kepentingan pribadi, tayangan tv dengan muatan kekerasan, kebohongan, membahas masalah pribadi, melecehkan perempuan, atau pornografi, melanggar P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran) yang dibuat KPI.

### **Media Literacy: penangkal *catastrophe* media**

Era konvergensi media di satu sisi merupakan hal positif dimana tidak terdapat diskriminasi akses pada informasi. Akan tetapi di sisi lain, bagi publik yang belum mengenal atau memahami bahwa dalam setiap pesan media terdapat fungsi manifest dan laten maka publik hanya akan menjadi konsumen media yang pasif. Dampak dari ketidakhadiran kontribusi publik dalam menentukan agenda media menjadikan media menjadi sebuah bencana (*catastrophe*). Kemampuan publik yang perlu dikembangkan dalam hal ini adalah penguatan dalam memahami pesan media (literasi).

Literasi media dalam pola konsumsi budaya populer adalah sebuah keharusan. Publik perlu mengembangkan kemampuan literasi-nya menjadi sebuah posisi tawar (*power*) dalam hal menuntut diberikannya tayangan media massa yang berkualitas. Literasi di tangan publik yang kuat mampu menjadi media penguatan khalayak dalam peranan terhadap agenda media, isi

tayangan dan regulasi yang terkait dengan media (Williams, 2007).

Tujuan dari literasi media adalah memberikan publik kontrol lebih daripada sekedar interpretasi atas teks media (Potter, 1998). Literasi media bukanlah sebuah kategorisasi melainkan rangkaian kesatuan. Pengetahuan dan ketrampilan dalam literasi media perlu dipelajari dan dikembangkan. Dengan pendekatan multidimensi perangkat pembelajaran dapat dimulai sejak usia dini. Literasi media dapat dimasukkan dalam kurikulum pendidikan.

Andrew Burn dan James Durran (2007) bersama dengan kolega-kolega pemerhati literasi media melakukan riset tentang kurikulum pendidikan dasar dengan memasukkan muatan-muatan literasi media. Setiap tingkatan kelas (*grade*) diberikan stimulus untuk menjadi faham media dengan bentuk eksperimen dan permainan-permainan sederhana. Literasi dikenalkan kepada anak usia pendidikan dasar bukan hanya untuk membekali akan ketrampilan menilai sebuah tayangan akan tetapi juga agar supaya anak mampu mengembangkan diri dengan melatih kemampuan memilah dan memilih teks media yang dikonsumsi.

Literasi media bukan hanya berhenti menjadi pengetahuan melainkan sebuah perangkat dari praktek sosial meskipun dengan mediasi teks. Setiap individu memiliki literasi akan beberapa domain dalam kehidupannya salah satunya adalah domain media. Literasi dipraktekkan dalam bentuk pola oleh lembaga-lembaga sosial, budaya, relasi kuasa dengan tujuan dan genealogi

situasi tertentu . literasi adalah sesuatu yang dinamis dapat berubah dengan proses pembelajaran (formal maupun informal) dan penalaran (MacKey, 2002).

Untuk konteks Indonesia, pendidikan literasi media sampai dengan saat ini belum menjadi mata pelajaran khusus dalam kurikulum pendidikan dasar. Meskipun pada level pendidikan tinggi sudah dijadikan sebagai bagian dari kurikulum. Beberapa universitas yang telah melakukan inisiasi program ini diantaranya adalah departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU, program studi Ilmu Komunikasi UTM, London School of Public Relation.

## PENUTUP

Media massa sebagai sebuah sistem melakukan rasionalisasi tujuan dan ideologi adalah hal yang wajar. Dalam rangkaian proses komunikasi massa –dengan media massa tentunya- melibatkan aktor, pemilik dan publikmenunjukkan pola-pola simbiosis. Interaksi yang terjadi diantara ketiga entitas tersebut berlangsung secara dinamis bersamaan dengan perkembangan sub sistemnya terutama teknologi informasi dan komunikasi. Idealnya dalam sebuah hubungan mutualisme sifat hubungan yang berlangsung adalah egaliter dan positif.

Dalam konteks Indonesia, hubungan tripartit (media, pemilik dan publik)

berlangsung dengan potret yang timpang. Publik dalam hal ini ditempatkan sebagai konsumen bukan sebagai mitra. Budaya populer (tayangan-tayangan sinetron, *reality show*, *infotainment*, berita kriminal) sebagai produk dari media didistribusikan kepada publik bukan dengan mengedepankan kebutuhan publik akan tetapi lebih dominan membawa kepentingan pemilik.

Televisi pada hakekatnya adalah media massa yang seharusnya tetap berada pada ranah “ruang publik”. Dimana informasi dan akses dipertukarkan dengan menjunjung martabat khalayak diatas kepentingan kapitalisme *an sich*. Kewajiban media dalam hal ini televisi bukan hanya menjalankan fungsi informatif, persuasif, *entertainment* melainkan juga membawa fungsi sebagai media edukatif. Usaha mencerdaskan khalayak dan publiknya dengan memberikan kemasan dan isi (*content*) media yang berwawasan lingkungan dan membangun pola pembelajaran yang positif. Publik adalah orang tua dan media adalah anak maka melekat padanya fungsi *filial duty*. Sebuah kewajiban (*duty*) dari anak untuk memberikan hal-hal yang positif dan membangun sebagai pertanggungjawaban kepada orang tua yang sudah memberi kontribusi dan ikut membesarkannya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahuja, Narendra; Sanghoon Sull. 2001. HyperVision. Dalam Tiffin, John (ed). *Hyperreality Paradigm For The Third Millenium*. New York. Routledge.
- Anderson, Craig A; et.al. 2003. *The Influence of Media Violence on Youth*. Psychological Science in the Public Interest, Vol. 4, No. 3 (Dec., 2003), pp. 81-110. Sage Publications, Inc. on behalf of the Association for Psychological Science.
- Banks, John. 2007. The Best Action Console Game: Grand Theft Auto: San Andreas dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Brennan, Marc. 2007. The Best Pop Princess: Kylie Minogue dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Brooke, Will. 2007. The Best Batman Story: The Dark Knight Returns dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Burn, Andrew; James Durrant. 2007. *Media Literacy in Schools : Practice, Production and Progression*. London. Paul Chapman Publishing.
- Cowen, Zelman. 1989. *The Responsibility Of The Media*. BMJ: British Medical Journal, Vol. 298, No. 6686 (Jun. 3, 1989), pp. 1508-1511 Published by: BMJ.
- Chong, Alberto; Eliana La Ferrara . 2009. *Television and Divorce: Evidence from Brazilian "Novelas"*. Journal of the European Economic Association, Vol. 7, No. 2/3, Proceedings of the Twenty-Third Annual Congress of the European Economic Association (Apr. - May, 2009), pp. 458-468. On behalf of Wiley European Economic Association.
- Frith, Simon. 2007. The Best Disco Record: Sharon Redd: "Never Give You Up" dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Gould, Claire. 2007. The Best Sneakers: The Nike Air Max Classic TW dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Guins, Raiford; Omayra Zaragoza Cruz. 2005. *Popular Culture : A Reader*. London. Sage.
- Hartley, John. 2007. The Best Propaganda: Humphrey Jennings, The Silent Village (1943) dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Henderson, Margaret. 2007. The Best Motorbike: The Ducati 916 Superbike dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.

- Holdsworth, Amy. 2008. *Resurrections*: Television and Memory. *Cinema Journal*, Vol. 47, No. 3 (Spring, 2008), pp. 137-144. University of Texas Press on behalf of the Society for Cinema & Media Studies.
- Holton, Robert J. 2000. "Globalization's Cultural Consequences", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 570, pp. 140-152.
- 2005. *Making Globalization*. Hampshire. Palgrave Macmillan.
- Honig, Alice Sterling. 1983. *Television and Young Children*. *Young Children*, Vol. 38, No. 4 (May 1983), pp. 63-76. National Association for the Education of Young Children.
- Jenkins, Henry. 2007. Best Contemporary Mainstream Superhero Comics Writer: Brian Michael Bendis dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Jones, Sara Gwenllian. 2007. The Best Villain in Xena: Warrior Princess: Alti dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Jordan, Amy B. 2008. *Children's Media Policy* dalam *The Future of Children*, Vol. 18, No. 1, Children and Electronic Media (Spring, 2008), pp. 235-253. Princeton University.
- KBBI Daring Edisi III dari <http://www.kbbi.web.id>
- Kunkel, Dale. 1998. *Policy Battles over Defining Children's Educational Television* dalam *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 557, Children and Television (May, 1998), pp. 39-53. Sage Publications, Inc. in association with the American Academy of Political and Social Science.
- Lazar, Bonnie A. 1994. *Under the Influence: An Analysis of Children's Television Regulation*. Dalam *Social Work*, Vol. 39, No. 1 (January 1994), pp. 67-74. Oxford University Press.
- Mackey, Margaret. 2002. *Literacies Across Media, Playing the text*. London. Routledge.
- McLaughlin, Thomas. 2007. The Best Basketball Player: Michael Jordan dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Potter, W. James. 1998. *Media Literacy*. California. Sage Publications, Inc.
- Reddy, G. Gopal. 2006. *Media and Public Policy*. *The Indian Journal of Political Science*, Vol. 67, No. 2 (APR.- JUNE, 2006), pp. 295-302. Indian Political Science Association.
- Schneck, Peter. 2001. *Image Fictions: Literature, Television, and the End(s) of Irony*.

- Amerikastudien / American Studies, Vol. 46, No. 3, Popular Culture (2001), pp. 409-428. Universitätsverlag WINTER Gm.
- Shimohara, Katsunori. 2001. *Artificial Life in HyperReality*. Dalam Tiffin, John (ed). *Hyperreality Paradigm For The Third Millenium*. New York. Routledge.
- Smith, Richard G. 2010. *The Baudrillard Dictionary*. Edinburg University Press.
- Tiffin, John. 2001. The HyperReality Paradigm dalam Tiffin, John (ed). *Hyperreality Paradigm For The Third Millenium*. New York. Routledge.
- Thalmann, Nadia Magnenat; Prem Kalra; Laurent Mocozet. 2001. Virtual Humans. dalam Tiffin, John (ed). *Hyperreality Paradigm For The Third Millenium*. New York. Routledge.
- Turnbull, Sue. 2007. The Best Serial Killer Novel: Red Dragon dalam Alan McKee (ed). 2007. *Beautiful Things in Popular Culture*. Blackwell Publishing.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*.
- VanderVeen, Zach. 2010. *What Makes Media Public? Dealing with the "Current Economic Crisis"*. The Journal of Speculative Philosophy, Vol. 24, No. 2 (2010), pp. 171-191  
Published by: Penn State University Press.
- Widjaya, Ismoko. 2010. *Acara Televisi Dinilai Semakin Kurang Relevan*. Dari [http://nasional.news.viva.co.id/news/read/155304\\_acara\\_televisi\\_dinilai\\_semakin\\_kurang\\_relevan](http://nasional.news.viva.co.id/news/read/155304_acara_televisi_dinilai_semakin_kurang_relevan) diakses pada Februari 2015.
- Williams, Bronwyn T; Amy A.Zenger. 2007. *Popular Culture and Representations of literacy*. New York. Routledge.

Laman situs:

[www.frekuensimilikpublik.org](http://www.frekuensimilikpublik.org)



## PEDOMAN PENULISAN

1. Artikel merupakan kajian teoritis, konsep dasar, hasil penelitian dan atau pembahasan mengenai fenomena komunikasi.
2. Artikel ditulis dengan Bahasa Indonesia sepanjang 10-20 halaman kuarto, spasi 2, huruf Times New Roman.
3. Format penulisan artikel:
  - Judul.
  - Nama Penulis (tanpa gelar).
  - Nama lembaga dan alamat tempat bekerja.
  - Abstrak dalam bahasa Inggris (tidak lebih dari 200 kata) dilengkapi dengan kata kunci (dicetak miring)
  - I. Pendahuluan (latar belakang, perumusan masalah, metode, dan landasan teori).  
Masing-masing tidak dinyatakan lewat sub-sub judul.
  - II. Pembahasan (sub judul sesuai dengan topik bahasan)
  - III. Penutup (simpulan dan saran)
  - Daftar Pustaka (berisi pustaka yang dirujuk dalam uraian saja)
  - Lampiran
4. Daftar Pustaka ditulis secara konsisten dengan susunan sebagai berikut:  
Pengarang. Tahun terbit. Judul. Kota Terbit: Penerbit.  
Cttoh:  
Griffin, Michael. 2002. A Fisrt Look at Communication Theories. London: Sage Pub.
5. Artikel dapat dikirim dalam bentuk *soft copy* (CD) dalam format *doc.* atau *rtf.*
6. Artikel yang diterima redaksi dan tidak layak muat tidak dikembalikan.
7. Artikel dikirim ke alamat redaksi:  
Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo. P.O. BOX 2 Raya Telang-Kemal, Bangkalan 69162 atau dikirim via email ke: [jurnalikomutm@gmail.com](mailto:jurnalikomutm@gmail.com)

Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang Po. Box 2 Bangkalan 69162  
Telp. 031-3012390/Fax. 031-3011506  
Email : Jurnal.komunikasi@yahoo.com

