

## FORMAT TAYANGAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA PENDIDIKAN KUALITAS BANGSA\*

Dedeh Fardiah\*\*

### Abstrak

*Televisi sebenarnya memiliki potensi yang amat besar dalam mendidik masyarakat, namun televisi memiliki tantangan yang amat besar pula dalam menjalankan fungsinya yang terkait dengan berbagai kepentingan di dalamnya. Sebagai solusinya perlu ada kajian yang mendalam mengenai hal ini. Salah satu cara adalah mengevaluasi format tayangan televisi yang selama ini sudah berjalan dengan melihat dari berbagai sudut pandang secara komprehensif. Upaya mengevaluasi kajian ini bisa dilakukan di antaranya melalui pendekatan analisis SWOT yang di dalamnya coba menggali seberapa jauh hal-hal yang berhubungan dengan televisi bisa ditelaah, diharapkan setelah dievaluasi akan ditemukan solusi yang mungkin bisa menjadi hal yang bermanfaat bagi semua pihak.*

*Penulis ingin mengkaji tentang : bagaimana memformat tayangan televisi sebagai media dalam meningkatkan pendidikan bangsa. Fokus permasalahan akan dilihat menurut pendekatan analisis SWOT yang secara rinci melihat kekuatan (**Strength**), kelemahan (**Weakness**), peluang (**Opportunity**), dan ancaman (**Threath**) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa.*

*Dari hasil analisis tentang format tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa dapat disimpulkan bahwa : format tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa memiliki kekuatan daya jangkau yang luas tak terbatas tanpa hambatan geografis dan sosiologis, menyedot perhatian pemirsa, dan mudah dicerna oleh masyarakat. Memiliki kelemahan khalayak acapkali tergiring oleh dampak negatif yang ditayangkan televisi sehingga terjebak dalam realitas yang tertayang di televisi. Memiliki peluang untuk dioptimalkan kekuatannya dan diminimalkan kelemahannya karena televisi banyak “dilirik” dari berbagai kalangan, baik bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, bahkan para*

---

\* Naskah Peserta Unggulan Lomba Karya Tulis Ilmiah (LKTI) Dosen TA 2004/2005

\*\* **Dedeh Fardiah, Dra., M.Si.**, adalah dosen tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba

*penanam modal, serta pemasang iklan, sehingga keterlibatan semua pihak ini akan mengoptimalkan fungsi televisi sebagai media pendidikan, perangkat perundang-undangan pun telah dimiliki. Memiliki ancaman terjebak pada “pesan sponsor” pihak-pihak berkepentingan yang meraup untung lewat televisi, yang terkadang mengabaikan unsur-unsur pendidikan.*

*Kata kunci :*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pendidikan di Indonesia kini tengah menjadi sorotan dari berbagai kalangan. Fenomena yang terjadi di dunia pendidikan, terutama pendidikan formal saat ini adalah semakin tingginya biaya pendidikan. Hal ini amat memprihatinkan masyarakat karena disatu sisi pendidikan amat dibutuhkan, di sisi lain pendidikan semakin tidak terjangkau oleh kemampuan masyarakat pada umumnya. Untuk kalangan tertentu keadaan ini tidak menjadi persoalan, namun untuk kaum miskin yang berminat mengenyam pendidikan, hal tersebut menjadi persoalan karena pendidikan hanya merupakan angan-angan belaka, sehingga kembalilah mereka pada kemiskinan yang terus melilit sepanjang hidupnya dengan tingkat pendidikan amat minim.

Padahal, Pasal 31 Amandemen UUD 1945, ayat (1) menyatakan “Setiap warga negara berhak mendapat pendidikan, dan ayat (2) setiap warga negara wajib mengikuti pendidikan dasar dan pemerintah wajib membiayainya” janji pemerintah ini dikukuhkan lagi dalam undang-undang sistem pendidikan nasional yang disahkan DPR 11 Juni 2003, ditandatangani Presiden, 8 Juli 2003 (*Kompas*, 5 Agustus 2004).

Namun, dalam konteks negara yang sedang mengalami krisis multidimensional, keterbatasan dan ketidakmampuan pemerintah mengakibatkan tuntutan undang-undang tersebut di atas sulit dilaksanakan, sehingga pemerintah tidak bisa mengatasi masalah pendidikan yang sudah semakin parah.

Keadaan ini tidak mungkin dibiarkan. Sudah selayaknya pemerintah turun tangan dan mencari upaya pemecahannya agar lingkaran kemiskinan pengetahuan tidak terus berputar hanya pada masyarakat kelas bawah. Padahal, seluruh masyarakat selama ini meyakini bahwa sekolah merupakan sarana untuk menggapai kehidupan yang lebih layak.

Pemerintah tidak mungkin berjuang sendiri, oleh karena itu konsep pendidikan untuk semua (*Education for All*) yang dicetuskan di Jomtien, Bangkok, Thailand 1990, dapat menjadi rujukan bahwa pendidikan merupakan tanggung jawab pemerintah, masyarakat, dan orang tua (*Kompas*, 5 Agustus 2004).

Di tengah-tengah pendidikan formal mengalami dilema, ada hal yang tidak kalah penting bahwa pendidikan sebenarnya tidak hanya bisa dilakukan secara formal melalui lembaga pendidikan. Banyak orang yang berhasil, sukses, dan memiliki keterampilan, misalnya, ternyata merupakan hasil otodidak banyak belajar dari buku, belajar dari pengalaman, ditempa oleh lingkungan, bahkan belajar dari media massa.

Media massa, misalnya, sudah sejak lama dipercaya orang sebagai media yang juga dapat memberikan pendidikan kepada masyarakat. Jika kita lihat dari salah satu fungsinya, selain memberikan informasi, hiburan, dan persuasi, media massa juga harus mengandung unsur pendidikan, baik itu media cetak seperti : surat kabar, majalah, buku, atau juga media elektronik seperti : radio, televisi, film, bahkan juga internet.

Televisi sebagai salah satu media massa memiliki potensi besar sebagai media yang dapat digunakan untuk mendidik masyarakat, karena media komunikasi massa ini tengah digandrungi masyarakat. *Joseph Straubhaar & Robert La Rose* dalam bukunya *Media Now* menyatakan :

*The average person spend 2600 hours per year watching TV or listening to Radio. That's 325 eight-hourdays, a full time job. We spend another 900 hours with other media, including newspapers, books, magazines, music, film, home video, video games, and the internet; that's about hours of media use more time than we spend on anything else, including working or sleeping" (Straubhaar & La Rose, 2004 : 3).*

Di Indonesia, berdasarkan survei *AcNielsen* di tahun 1999, menunjukkan bahwa 61 sampai 91% masyarakat Indonesia suka menonton televisi, hasil ini lebih lanjut dijelaskan bahwa “Hampir 8 dari 10 orang dewasa di kota-kota besar menonton televisi setiap hari dan 4 dari 10 orang mendengarkan radio” (*Media Indonesia*, 16 Nopember 1999).

Hal ini menunjukkan bahwa menonton televisi merupakan “aktivitas utama” masyarakat yang seakan tak bisa ditinggalkan. Realitas ini sebuah

bukti bahwa televisi memiliki kekuatan menghipnotis pemirsa, sehingga seolah-olah televisi telah mengalienasi seseorang dalam *agenda settingnya*.

Dengan adanya televisi, peranan sekolah untuk melibatkan rakyat kebanyakan dalam proses kebudayaan menjadi sangat relatif, karena opini masyarakat bukan lagi dibentuk oleh guru sekolah, melainkan oleh tayangan televisi yang ternyata jauh lebih mengesankan.

Televisi selalu berusaha meraih khalayak seluas mungkin demi iklan, karenanya program-program siaran yang ditampilkan pun yang sekiranya menarik minat khalayak luas dan televisi cenderung mengabaikan program-program yang sebenarnya penting, seperti program pendidikan.

Fenomena semacam ini terjadi di beberapa negara lain. *Edward R. Murrow* dalam sebuah pertemuan para direktur berita radio dan televisi, mengingatkan bahwa ketidakseimbangan ini, pada akhirnya, akan merugikan semua pihak sebagai sebuah bangsa, karena TV yang menjadi penyebab kemerosotan bangsa, semua acara dari jam 8-11 malam adalah acara hiburan, tidak menyuguhkan apa-apa kecuali aneka hiburan itu, TV hanya menayangkan acara-acara bermakna pada jam-jam sepi, selebihnya yang ada hanya hiburan yang akan menjauhkan masyarakat dari kenyataan sesungguhnya (Rivers, 2003 : 336).

Burhan menyebutnya gejala ini merupakan wujud dominasi kepentingan kapitalisme untuk merefleksikan kepentingan masyarakat secara luas sehingga,

*“Visi kapitalisme menjadi model produksi televisi dengan dalih revitalisasi institutional, padahal dalih ini hanya sebagai langkah ambil untung dalam model produk kapitalis. Maka sebagai alasan liberalisasi pemberitaan dan informasi televisi terkadang tidak lagi mempertimbangkan moral sebagai pengontrol langkah mereka. Maka kita pahami bahwa mengapa model pemberitaan televisi kapitalis begitu mengabaikan kepentingan masyarakat, karena dominasi aksi ambil untung menjadi kiblat mereka dalam setiap langkah dan model produksi yang mereka terapkan” (Bungin, 2003 :211).*

Apa jadinya jika hal ini terus dibiarkan. Di saat pendidikan formal semakin tidak terjangkau oleh masyarakat, media massa yang semestinya memberikan alternatif sebagai media pendidikan nonformal justru menawarkan sesuatu yang kurang mendukung bagi terciptanya bangsa yang cerdas, yang berakibat makin menurunnya kualitas bangsa.

Televisi sebenarnya memiliki potensi yang amat besar dalam mendidik masyarakat, namun televisi memiliki tantangan yang amat besar pula dalam menjalankan fungsinya yang terkait dengan berbagai kepentingan di dalamnya. Lalu bagaimana solusinya? Perlu ada kajian yang mendalam mengenai hal ini. Salah satu cara adalah mengevaluasi format tayangan televisi yang selama ini sudah berjalan dengan melihat dari berbagai sudut pandang secara komprehensif. Upaya mengevaluasi kajian ini bisa dilakukan di antaranya, melalui pendekatan analisis SWOT yang mencoba menggali seberapa jauh hal-hal yang berhubungan dengan televisi bisa ditelaah. Diharapkan setelah dievaluasi akan ditemukan solusi yang mungkin bisa menjadi hal yang bermanfaat bagi semua pihak.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah penulis uraikan pada latar belakang masalah, penulis ingin mengkaji tentang : “Bagaimana memformat tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa?”

Fokus permasalahan akan dilihat menurut pendekatan analisis SWOT yang secara rinci terjabarkan dalam beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

- (1) Apa kekuatan (*strength*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa?
- (2) Apa kelemahan (*Weakness*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa?
- (3) Apa peluang (*Opportunity*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa?
- (4) Apa ancaman (*Threath*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penulisan

Tujuan :

- (1) Untuk mengkaji kekuatan (*Strenght*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa.
- (2) Untuk mengkaji kelemahan (*Weakness*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa.

- (3) Untuk mengkaji peluang (*Opportunity*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa.
- (4) Untuk mengkaji ancaman (*Threat*) format tayangan televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa.

Manfaat Penulisan :

- (1) Memberikan masukan pada masyarakat bahwa televisi merupakan salah satu media yang dapat dijadikan sebagai alternatif media pendidikan masyarakat.
- (2) Memberikan stimulan pada masyarakat untuk mengkritisi tayangan-tayangan televisi yang tidak sesuai dengan norma-norma sosial budaya bangsa Indonesia.
- (3) Mengoptimalkan peran televisi sebagai media pendidikan dalam meningkatkan kualitas bangsa dan meminimalkan dampaknya yang dapat meruntuhkan nilai-nilai kualitas bangsa.
- (4) Memberikan masukan pada organisasi media dalam mengkaji format seperti apa yang seharusnya dirujuk televisi untuk dapat mencerdaskan bangsa melalui tayangan-tayangannya yang sesuai dengan norma-norma sosial budaya bangsa Indonesia.
- (5) Memberikan masukan pada pemerintah agar dapat mengevaluasi segala bentuk tayangan di televisi sesuai dengan norma-norma sosial budaya bangsa Indonesia dan undang-undang yang berlaku.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1 Televisi Sebagai Media Massa**

Televisi merupakan perkembangan media audiovisual yang ditemukan oleh *Paul Nipkow* dari Jerman pada tahun 1884. Di negara-negara Eropa, Amerika, dan Negara maju lainnya, puluhan saluran TV tersedia dan dapat dipilih sekehendak hati. Mereka bersaing untuk menyajikan acara-acaranya yang terbaik agar dapat ditonton oleh masyarakat yang semuanya dilandasi perhitungan bisnis.

Suatu perkembangan sangat berarti bagi dunia televisi di Indonesia ialah dengan diizinkan pemancar televisi swasta untuk mengudara. Dengan demikian, pada tahun 1989 mulailah siaran RCTI yang kemudian diikuti pula oleh TPI dua tahun kemudian. Dewasa ini tak kurang dari 11 stasiun TV swasta nasional yang melakukan siaran yaitu : RCTI, SCTV,

TPI, AN-tv, Indosiar, Metro TV, Trans TV, Global TV, TV7, Lativi, di samping TVRI, yang mengudara, baik secara lokal di Jakarta maupun yang sudah bisa diterima secara nasional. Di Indonesia, kecenderungan televisi swasta sudah mulai mengarah kepada sistem Amerika, ini dimulai dari garapan-garapan sinetron, kuis, dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun TV tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan bisnis, yaitu untung dan rugi.

Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk itulah dalam menyampaikan pesan-pesannya juga mempunyai kekhususan.

Pada umumnya, isi program siaran di televisi meliputi acara sebagai berikut :

1. *News Reporting* (Laporan Berita)
2. *Talk Show*
3. *Call-in Show*
4. *Documentair*
5. *Magazine/Tabloid*
6. *Rural Program*
7. *Advertising*
8. *Education/Instructional*
9. *Art & Culture*
10. *Music*
11. *Srap Operas/Sinetron/Drama*
12. *TV Movies*
13. *Game Show/Kuis*
14. *Comedy/Situation Comedy dll* (muda, 2003:9).

Berbicara mengenai televisi tidak akan terlepas dari komunikasi massa karena televisi merupakan salah satu alat yang digunakan dalam menyampaikan komunikasi massa. Oleh karena itu karakteristik televisi tidak jauh berbeda dengan karakteristik komunikasi massa pada umumnya. Beberapa karakteristik tersebut, penulis coba rangkum dari pendapat Nurudin dalam bukunya *Komunikasi Massa* (2003:16-29) sebagai berikut :

1. Komunikator dalam komunikasi massa melembaga; bukan satu orang tetapi kumpulan orang-orang, artinya, gabungan berbagai macam unsur dan bekerja satu sama lain dalam sebuah lembaga.

2. Komunikasikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen, artinya berasal dari beragam pendidikan, umur, jenis kelamin, status sosial, ekonomi, jabatan, agama, atau bahkan kepercayaan yang tidak sama.
3. Pesannya bersifat umum; pesan-pesan dalam komunikasi massa itu tidak ditujukan kepada satu orang atau satu kelompok masyarakat tertentu sehingga khalayaknya plural, maka pesannya tidak bersifat khusus untuk golongan tertentu saja.
4. Komunikasinya berlangsung satu arah; kita tidak bisa langsung memberikan respon kepada komunikatornya, walaupun bisa sifatnya tertunda dan dalam kasus-kasus tertentu saja.
5. Komunikasi massa menimbulkan keserempakan; dalam waktu bersamaan isinya dapat diterima di seluruh pelosok dunia.
6. Komunikasi massa mengandalkan peralatan teknis; media massa sebagai alat utama dalam menyampaikan pesan kepada khalayaknya sangat membutuhkan bantuan peralatan teknis (TV misalnya membutuhkan pemancar)
7. Komunikasi massa dikontrol oleh *gatekeeper*; *gatekeeper* adalah orang yang sangat berperan dalam penyebaran informasi melalui media massa. *Gatekeeper* ini berfungsi sebagai orang yang ikut menambah atau mengurangi, menyederhanakan, mengemas agar semua informasi yang disampaikan lebih mudah diterima.

Teori lama yang pernah diungkapkan oleh *Onong Uchjana Effendy* tentang televisi tampaknya ada yang masih relevan untuk diungkapkan di sini di mana ada beberapa kelebihan televisi dapat dilihat dari beberapa aspek berikut :

#### Kelebihan Televisi :

1. Kemampuan menyajikan berbagai kebutuhan manusia baik hiburan, informasi, pendidikan dengan sangat memuaskan.
2. Penonton tidak perlu susah-susah untuk pergi ke tempat kejadian, dapat menikmatinya di rumah secara santai.
3. Televisi melakukan komunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah para penonton TV berhadapan langsung dengan penyiarannya atau berhadapan langsung dengan kejadian itu.



4. Mempunyai kemampuan untuk mempertunjukkan secara audio dan visual (dapat dilihat dan didengar) ataupun stasiun yang jaraknya jauh (Yulianita, 1995:63-65).

Selain pendapat klasik di atas *Skornis* dalam bukunya *Television and Society; An Incupest and Agenda* (1985) menjabarkan bahwa :

Televisi tampaknya mempunyai sifat istimewa. Ia merupakan gabungan dari media dengar dan gambar. Bisa bersifat *informative*, hiburan maupun pendidikan, bahkan gabungan dari ketiga unsur di atas. Dengan layar yang relatif kecil diletakkan di sudut ruangan rumah, televisi menciptakan suasana tertentu dimana pemirsanya duduk dengan santai tanpa kesengajaan untuk mengikutinya. Penyampaian isi atau pesan juga seolah-olah langsung antara komunikator (pembawa acara, pembawa berita, artis) dengan komunikan (pemirsa). Informasi yang disampaikan mudah dimengerti karena jelas terdengar secara audio dan terlihat jelas secara visual (Kuswandi, 1995:22).

## 2.2 Fungsi Pendidikan dalam Tayangan Televisi

Pada intinya, “fungsi komunikasi massa secara umum adalah informasi, pendidik, dan menghibur” (Nurudin, 2003:61).

Banyak hal yang membuktikan peranan media baik di dalam maupun di luar kelas sebagai alat pendidikan. Di tempat di mana sekolah dan guru langka jumlahnya, media membuktikan kemampuannya memikul sebagian besar tugas pendidikan, terutama di bidang pendidikan orang-orang dewasa dan pemberantasan buta huruf; tidak ada kesangsian mengenai potensi media sebagai pendidik. Buku-buku teks, radio, TV, film telah membuktikan hal tersebut. “Dalam suatu studi perbandingan yang dilakukan terhadap 393 siswa yang dididik melalui televisi dan siswa-siswa yang menerima cara pengajaran konvensional, ternyata tidak terdapat perbedaan dalam hal ujian akhir yang mereka tempuh. Bahkan terbukti 21 % siswa yang dididik lewat televisi memperoleh pendidikan lewat konvensional yang juga memperoleh nilai yang baik” (Depari, 1995 : 57).

Hal ini berarti televisi sebagai media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayak (*mass education*). “Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku kepada pemirsa (Ardianto, 2004:19).

## **2.3 Pendidikan dan Kualitas Bangsa**

Ditinjau dari prosesnya pendidikan adalah proses komunikasi yang melibatkan dua pihak secara langsung maupun tidak langsung. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan, “Pendidikan merupakan proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran, pelatihan; proses, cara perbuatan mendidik” (Balai Pustaka, 2001 : 263).

Tujuan pendidikan pada umumnya untuk meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai suatu hal sehingga menguasainya. Dalam hal ini pendidikan merupakan proses yang sifatnya evolusioner tidak serba instan, karena untuk membina suatu bangsa agar menjadi bangsa yang cerdas diperlukan waktu yang lama melalui pendidikan formal maupun informal.

Suatu bangsa memiliki kualitas apabila warga masyarakat atau warga negaranya memiliki “Pribadi yang baik, tingkah laku yang baik yang dapat dijadikan teladan dalam hidup bermasyarakat dan bernegara.” (Balai Pustaka, 2001 : 603).

Pendidikan tidak hanya dapat dilakukan secara formal melalui lembaga-lembaga pendidikan tetapi juga secara informal diantaranya melalui media massa, istilah ini kita kenal dengan sebutan pendidikan massa yang berarti bahwa, “kegiatan ini merupakan pendidikan yang berskala luas melalui : surat kabar, film, radio, TV, perpustakaan, dan museum dengan tujuan menyampaikan informasi dan mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku.” (Balai Pustaka, 2001 : 320).

Maka jelaslah bahwa pendidikan dapat dilakukan dimana saja, kapan saja melalui media apa saja yang outputnya adalah sumber daya manusia yang memiliki kualitas sehingga menjadi asset bangsa yang dapat diandalkan.

## **3. Pembahasan**

### **3.1 Kekuatan (*Strength*) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa**

Televisi mempunyai banyak kelebihan yang akan menjadi kekuatan. Kekuatan televisi adalah menguasai jarak dan ruang karena teknologi televisi telah menggunakan elektromagnetik. Sasaran untuk menjangkau massa

cukup besar. Nilai aktualitas terhadap suatu liputan atau pemberitaan sangat cepat. Daya rangsang seseorang terhadap media televisi cukup tinggi. Hal ini disebabkan oleh kekuatan suara dan gambar yang bergerak (ekspresif) sehingga pemirsa mudah menangkap isi pesannya.

Kemampuan televisi dalam menarik perhatian massa menunjukkan bahwa media tersebut telah menguasai khalayak secara geografis dan sosiologis. Media televisi pun pada akhirnya melahirkan istilah baru dalam pola peradaban manusia yang lebih dikenal dengan *mass culture* (kebudayaan massa). Manusia cenderung menjadi konsumen budaya massa melalui “kotak ajaib” yang menghasilkan suara dan gambar. Individu juga dihadapkan kepada realitas sosial yang tertayang di media massa. Evaluasi diri, mental, moral perilaku, wawasan, cita-cita, dan sebagainya, kesemuanya itu adalah dampak dari media televisi yang menampilkan realitas sosial.

Daya tarik media televisi semakin besar, sehingga pola-pola kehidupan rutinitas manusia sebelum muncul televisi berubah total, media televisi menjadi panutan baru (*news religious*) bagi kehidupan manusia.

Oleh karena itu, mendidik bangsa berkualitas bukan hanya tanggung jawab pendidik formal namun juga seluruh unsur lapisan masyarakat, termasuk di dalamnya organisasi media dalam hal ini televisi. Televisi berpotensi besar untuk mendidik masyarakat luas dengan kekuatan-kekuatannya sehingga memasukkan unsur-unsur pendidikan dalam setiap tayangan televisi amat memungkinkan.

### **3.2. Kelemahan (*Weakness*) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa.**

Kelemahan televisi sebagai media pendidikan, tidak sempurna seperti pendidikan formal, hal ini pernah diungkapkan oleh *Howard K. Smith*, “... rata-rata belajar tentang dunia sesudah meninggalkan sekolah adalah dari mass media walaupun proses yang diterima tidak sempurna tidak seperti mengikuti pendidikan formal” (Yulianita, 1995 : 26).

Sulit untuk merancang format acara dengan cara memindahkan pendidikan formal ke dalam sebuah tayangan karena televisi titik tekannya lebih kepada hiburan, sehingga apabila pendidikan formal dengan rancangan kurikulumnya dipindahkan ke televisi maka khalayak akan mengalami kejenuhan bahkan mungkin akan meninggalkan televisi.

Kelemahan yang lain adalah karena televisi seolah-olah menghipnotis pemirsanya, bisa jadi masyarakat akan tergiring secara psikologis untuk mempercayai apa pun yang ditayangkan televisi. Acapkali pemirsa menganggap segala sesuatu itu sebagai sebuah kebenaran dan akan menjadi stimulan negatif yang akan terinternalisasi dalam diri penontonnya.

Para ahli jiwa pernah meneliti dan berkesimpulan bahwa televisi sesungguhnya “pabrik mimpi” yang secara nasional melibatkan pemirsa. Dalam mimpi kita terlihat secara emosional, segala sesuatu bisa terjadi di luar kontrol kesadaran kita, dan kita terbawa dan menyaksikan sesuatu yang mungkin tidak terjadi dalam kejadian sehari-hari. Persis demikianlah televisi, sebuah pabrik mimpi yang indah-indah dan di luar kesadaran dan kemauan kita (*Pikiran Rakyat*, 6 Juli 2000).

### **3.3 Peluang (*opportunity*) Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa.**

Televisi, memiliki kekuatan luar biasa dalam menarik perhatian khalayak pemirsa yang luas tak terbatas, menyebabkan televisi mudah untuk mempersatukan khalayak yang luas tak terbatas tersebut tanpa hambatan-hambatan geografis dan sosiologis. Oleh karena itu, televisi berpeluang untuk mendapatkan perhatian dari berbagai kalangan, baik kalangan politik, ekonomi, pendidik, agamawan, budayawan, dan lain-lain untuk mengapresiasi bidangnya melalui tayangan televisi.

Dalam aspek bisnis, bahkan televisi telah menjadi sebuah industri informasi yang banyak dilirik oleh kalangan investor, penanam modal, pemasang iklan sebagai sebuah media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan informasi apa pun.

### **3.4 Ancaman Televisi sebagai Media Pendidikan Kualitas Bangsa.**

Televisi seringkali terjebak pada tuntutan pemilik modal yang mencari keuntungan melalui bisnis sehingga pertimbangan untung rugi amat diperhitungkan. Keadaan ini berakibat format-format acara televisi terjebak pada pola-pola seragam yang tidak jarang mengabaikan nilai-nilai dan norma-norma pendidikan yang dapat diadopsi oleh masyarakat.

*Media watch* mencatat bahwa selama ini atas nama mekanisme pasar, pilihan format isi pertelevisian tak pernah lepas dari pertimbangan “Tuntutan Khalayak” menurut perspektif pengelola. Berbagai program acara dibuat

hanya untuk melayani kelompok budaya mayoritas yang potensial menguntungkan, sementara kelompok minoritas tersisihkan dari dunia simbolik televisi.

Media massa kontemporer tidak saja menjadi media masyarakat yang merefleksi kepentingan masyarakat secara luas, namun terpenting adalah media massa menjadi bagian dari institusi kapitalistik yang menyuarakan kepentingan pemilik kapital tertentu. Dengan demikian, selain media massa memiliki visi untuk mencerdaskan masyarakat umum juga pencerahan yang dilakukan media massa terkadang sangat tendensius dan memihak para pemilik modal (Burhan, 2003 : 142).

Mencermati hal ini tampaknya kesalahan lebih merupakan suatu sistem ketika kepentingan modal besar mendominasi lembaga media yang berakibat menghasilkan suatu siaran yang membodohkan, dalam hal ini konsekuensi untuk menjalankan undang-undang yang berlaku perlu adanya kesadaran yang kuat dari pengelola media televisi dan partisipasi semua pihak baik itu masyarakat, pemerintah, maupun pemilik modal.

### **3.5 Interpretasi Hasil Analisis**

Mengemas pendidikan formal sekolah dalam paket acara televisi sulit dilakukan karena media televisi proses komunikasinya searah, walaupun ada timbal balik sifatnya tidak langsung dan membutuhkan waktu. Oleh karena itu, membahas konsep pendidikan dalam mata acara televisi memang banyak tantangan karena cakupan materi acara sangat kompleks dan perlu banyak referensi untuk melengkapi kesempurnaan paket pendidikan dalam acara televisi.

Hal yang memungkinkan adalah mengemas pendidikan etika dan penegasan moral dalam materi acara televisi, misalnya paket sinetron yang mengandung pesan moral. Hal ini menuntut tanggung jawab moral serta profesionalisme para perancang acara untuk merumuskan cara yang baik dan bermanfaat bagi pemirsa.

Semua itu harus didukung oleh berbagai pihak, baik itu masyarakat, pemerintah, pengelola media, bahkan konglomerasi media. Pada hakekatnya masyarakat harus kritis terhadap tayangan televisi, pemerintah harus jeli dalam memantau televisi, pengelola media dan investor media harus memiliki hati nurani dalam menyampaikan pesan pendidikan pada format tayangan televisi.

## **4. Kesimpulan dan Saran**

### **4.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis tentang format tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa dapat disimpulkan bahwa :

- (1) Memformat tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa berpotensi memiliki kekuatan daya jangkau yang luas tak terbatas tanpa hambatan geografis dan sosiologis, menyedot perhatian pemirsa, dan mudah dicerna oleh masyarakat.
- (2) Memformat tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa memiliki kelemahan adanya dampak negatif yang akan menyebabkan penonton terjebak dalam realitas yang tertayang di televisi.
- (3) Memformat tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa memiliki peluang banyak mendapat perhatian berbagai kalangan sehingga keterlibatan semua pihak akan mengoptimalkan fungsi televisi sebagai media pendidikan.
- (4) Memformat tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa memiliki ancaman terjebak pada “pesan sponsor” pihak-pihak berkepentingan yang meraup untung lewat televisi, yang terkadang mengabaikan unsur-unsur pendidikan.

### **4.2 Saran**

- (1) Semua pihak harus turut terlibat secara partisipatif dalam memantau format tayangan televisi sebagai media pendidikan kualitas bangsa.
- (2) Pihak pemerintah hendaknya terus memantau pelaksanaan undang-undang yang telah ditetapkan dan memberlakukan sanksinya.
- (3) Pihak pengelola media hendaknya memformat tayangannya secara bertanggung jawab dengan mengindahkan norma-norma yang berlaku pada bangsa Indonesia.
- (4) Pihak investor media hendaknya turut pula sadar dan bertanggung jawab dalam mendukung terciptanya tayangan televisi yang mengandung unsur pendidikan.
- (5) Pihak masyarakat hendaknya ikut serta memantau tayangan televisi agar tetap pada rambu-rambu yang telah ditetapkan.

-----

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinya. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Balai Pustaka. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Pornomedia; Konstruksi Sosial Teknologi Telematika dan Perayaan Seks di Media Massa*. Jakarta : Prenada Media.
- Depari, Eduard & Collins MacAndrews. 1995. *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Kuswandi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa; Sebuah Analisis Media Televisi*. Jakarta : Rineka Cipta.
- L. Rivers, William, Jay W. Jensen dan Theodore Peterson. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. edisi kedua. Jakarta : Kencana.
- Muda, Deddy Iskandar. 2003. *Jurnalistik Televisi; Menjadi Reporter Profesional*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Nurrudin. 2003. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- Palapah, M.O. dan Atang Syamsudin. 1983. *Studi Ilmu Komunikasi*. Fakultas Publisistik Unpad.
- Straubhaar, Joseph & Robert LaRose. 2004. *Media Now; Understanding Media, Culture and Technology*. four edition. Wadsworth, Thomson Learning Inc.
- Yulianita, Neni. 1995. *Diktat Pengantar Media Massa*. Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba.

### Sumber Lain :

1. *Media Indonesia*, 16 Nopember 1999
2. *Kompas*, 5 Agustus 2004
3. *Media Watch*, edisi 28 Januari 2003
4. *Pikiran Rakyat*, 6 Juli 2000