

BAB I

PENDAHULUAN

Televisi kini bukan lagi menjadi barang sekunder apalagi mewah. Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, televisi telah berubah menjadi kebutuhan pokok manusia. Hal ini terjadi manakala televisi itu sendiri diproduksi dalam jumlah massal dan didistribusikan dengan harga yang murah. Di sisi lain, televisi pun sudah masuk dalam jaringan bisnis besar yang menjanjikan keuntungan sehingga muncul berbagai stasiun televisi dengan menawarkan beragam program acara. Program acara-program acara tersebut ditujukan kepada khalayak dengan asumsi, ketika khalayak meminati stasiun televisi dengan program acara yang disiarkannya maka akan ada banyak produsen barang dan jasa mengiklankan produk di stasiun televisi tersebut. Pada gilirannya, stasiun televisi beserta program acaranya mendapatkan keuntungan dari pemasangan iklan selain keuntungan-keuntungan lain yang didapat dari usaha yang berbeda.

Dengan munculnya banyak stasiun televisi dengan beragam acara yang mereka tawarkan membuat khalayak memiliki peluang untuk memilih stasiun televisi atau program acara yang mereka minati untuk ditonton. Sehubungan dengan hal ini, Hofmann mengemukakan lima peran penting televisi dalam masyarakat. *Pertama*, televisi sebagai pengatur agenda. Televisi menyediakan begitu banyak tema untuk dibicarakan masyarakat pada saat yang sama menciptakan opini publik. *Kedua*, televisi sebagai pengatur jadwal harian. Televisi dideskripsikan sebagai penyita waktu masyarakat pada waktu-waktu tertentu. *Ketiga*, televisi dipercaya sebagai sebetuk komunikasi antarpribadi yang berlangsung secara tidak langsung. *Keempat*, televisi digunakan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan khalayak (1999: 59-64). Atau dengan kata lain televisi memiliki kegunaan dan keuntungan tertentu sehingga masyarakat ingin mengambil kegunaan dan keuntungan bagi dirinya sendiri.

Di sisi kegunaan televisi ini, Hofmann menyatakan dua bentuk kegunaan yang dapat ditemui yakni kegunaan ritual dan kegunaan instrumental. Acara televisi menyerupai suatu upacara keagamaan ketika pada hari dan jam tertentu orang mengikuti ibadah ritual tersebut. Dengan mengikuti ibadah itu orang tersebut mendapatkan kepuasan. Dan bila tidak mengikuti ibadahnya, orang merasa memiliki kekurangan. Pada tataran ini, menonton televisi merupakan sebuah “ritus” yang harus dijalankan oleh para penonton secara teratur. Pemirsa dengan leluasa memilih stasiun televisi dan program acara yang akan ditontonnya. Ritualitas ini, ditentukan sepenuhnya oleh pemirsa dan bukan oleh televisi. Ini merupakan penjelasan terhadap kegunaan ritual.

Kegunaan kedua yakni kegunaan instrumental. Di sini, pemirsa menikmati acara televisi untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu dalam dirinya. Tujuan tersebut dapat saja untuk menghabiskan waktu, menikmati acara yang menarik, mengobati rasa kesepian, belajar sesuatu yang baru, melarikan diri dari masalah hidup atau untuk sekedar bersantai.

Dari keempat pandangan peran televisi bagi masyarakat di atas, terlihat jelas pandangan pertama hingga pandangan ketiga tergambar kepasifan khalayak menghadapi gempuran televisi. Televisi memiliki kekuatan untuk mengatur khalayak dengan cara tertentu. Sedangkan pada pendekatan kegunaan dan keuntungan, pemirsa bersifat aktif mencari stasiun televisi dan program acara yang dianggap sesuai dengan kebutuhan mereka sendiri. Pemirsa mempergunakan televisi untuk memperoleh sesuatu yang mereka rasakan sebagai keuntungan.

Dengan melihat pendekatan terakhir di atas nampak jelas bahwa sebenarnya masyarakat penikmat televisi aktif dalam memilih dan menyeleksi media dan acara media. Khalayak memilih stasiun televisi dan program acara berdasarkan suka atau tidak suka. Suka dan tidak suka itu berhubungan dengan alasan khalayak untuk memilih. Alasan memilih tersebut berhubungan dengan kebutuhan yang ingin dipenuhi khalayak lewat menonton televisi. Teori peluru yang menyatakan bahwa

pengguna media bersifat pasif terbantahkan. Pemirsa televisi secara aktif memilih apa yang dibutuhkan dan diinginkan.

Sedangkan menurut Robert K. Avery, dalam karya tulisnya yang berjudul "*Communication and the Media*" (Wahyudi, 1994: 3), proses seleksi yang dibuat khalayak terhadap isi media dapat dilihat dalam tiga perspektif. Pertama, *selective attention* yakni individu hanya akan memperhatikan isi pesan yang memang menarik baginya. Kedua, *selective perception* yakni individu hanya akan mengartikan isi pesan sesuai dengan kemampuannya. Dan ketiga, *selective retention* merupakan hak individu untuk mengingat isi pesan yang memang ingin ia ingat. Ketiga bentuk seleksi ini merupakan hak otoriter khalayak media.

Di wilayah Desa Tanah Putih Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang, saat ini, ada enam televisi nasional dan televisi lokal yang disiarkan dan dapat diterima secara jelas oleh pemirsa dengan menggunakan antena biasa yakni *TVRI (Kupang)*, *RCTI*, *TransTV*, *Trans7*, *Indosiar* dan *Global TV*. Stasiun-stasiun televisi ini menyiarkan program acara-program acaranya mulai dari subuh hingga jauh malam. Ada kekhasan tersendiri dari acara-acara yang disiarkan namun tidak sedikit yang memiliki kemiripan. Dengan kehadiran stasiun televisi-stasiun televisi dan program acara-program acara bawaannya ini, membuat pemirsa di Desa Tanah Putih memiliki kesempatan yang cukup banyak untuk memilih stasiun televisi dan program acara yang disukainya.

Dan penikmat televisi yang paling banyak adalah ibu rumah tangga. Hal ini wajar karena ibu rumah tangga biasanya menghabiskan waktunya di rumah. Mereka dapat menyelesaikan pekerjaannya sambil menonton televisi. Mereka dapat saja menunda pekerjaan mereka untuk menonton televisi. Atau mereka juga dapat menyelesaikan pekerjaan mereka dan menggunakan waktu luangnya untuk menikmati sajian televisi. Hal ini tidak heran karena hampir semua rumah tangga di Desa Tanah Putih telah memiliki televisi sendiri.

Tentu saja, motif atau kepuasan akan kebutuhan yang ingin para ibu rumah tangga di Desa Tanah Putih di televisi mendorong mereka untuk menentukan stasiun

televisi mana yang akan mereka pilih nantinya. Asumsinya adalah kebutuhan sebagai alasan tertentu mendorong orang memilih tindakan tertentu agar kebutuhan tersebut terpenuhi.