



the 8th International Workshop on Islamic Development

Proceedings Abstracts

Workshop Antarbangsa
Pembangunan Berteraskan Islam
(WAPI)

Medan, June 11, 2015

Organised by:
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU)
and Collaboration with:
Islamic Development Management (ISDEV)
Universiti Sains Malaysia (USM)



the 8th International Workshop on Islamic Development

Proceedings Abstracts

Workshop Antarbangsa Pembangunan
Berteraskan Islam
(WAPI)

Medan, June 11, 2015

Editor:

Azuar Juliandi, Saprihal Manurung, Irvan,
Nurjannah, Hasrian Rudi Setiawan



UMSU PRESS

THE 8TH INTERNATIONAL WORKSHOP ON ISLAMIC DEVELOPMENT (WORKSHOP ANTARBANGSA PEMBANGUNAN BERTERASKAN ISLAM): PROCEEDINGS.

Copyright © 2015 by UMSU PRESS.

All right reserved. This book, or parts thereof, may not be reproduced in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or any information storage and retrieval system no known or to be invented, without written permission from the publisher.

Editor: Azuar Juliandi, Saprihal Manurung, Irvan, Nurjannah, Hasrian Rudi Setiawan.

Cover Design: Zulfadli

Published by UMSU PRESS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan, 20238
Telp. 061-6638296, Fax. 061-6638296
Email: umsupress@gmail.com
<http://umsupress.com>

ISBN: 9786027199583

TABEL OF CONTENTS

Preface	iii
Table of Contents.....	iv
Daily Schedule.....	v
Detailed Schedule	vi
Islamic Development.....	1
Islamic Banking & Finance	13
Islamic Methodology.....	17
Islamic Technology	25
Zakat and Wakaf.....	30
Islamic Management.....	37
Islamic Human Development	45
Islamic Education	52
Islamic Politic.....	60
Islamic Business	65
Islamic Law	70

**PROGRAM TELEVISI SEHAT DAN ISLAMI
(RISET KONTEN TELEVISI DALAM UPAYA PEMBANGUNAN MASYARAKAT INDONESIA)**

Mazdalifah & Rahmanita Ginting

Communication Studies, USU; Postgraduate Communication Studies, UMSU

Email: mazdalifah_jalil@yahoo.co.id; rahmanitha@yahoo.com

Abstrak

Pembangunan masyarakat di satu negara melibatkan banyak aspek, agar berhasil dan membawa perubahan ke arah yang lebih baik. Pembangunan tersebut meliputi pembangunan fisik dan pembangunan non fisik. Pemerintah harus menyusun strategi komunikasi yang efektif, salah satunya dengan menerapkan strategi berdasarkan media. Strategi berdasarkan media maksudnya strategi dengan menggunakan media (televsisi, radio, surat kabar, film, internet, media rakyat) dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat. Media berperan sebagai pemberi informasi, pendidikan dan pemberi hiburan kepada masyarakat. Pesan-pesan dalam media disusun sedemikian rupa agar dapat menggugah dan menggerakkan masyarakat ikut serta dalam pembangunan. Televisi adalah media yang banyak dikonsumsi dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Televisi diharapkan dapat menyampaikan pesan pembangunan yang informatif, mendidik dan menghibur. Televisi sebagai media dalam pembangunan harus sehat dan Islami. Realita menunjukkan bahwa tayangan televisi banyak memuat tayangan yang tidak sehat dan tidak Islami, khususnya tayangan sinetron yang mempunyai banyak penggemar. Hasil riset menunjukkan bahwa program sinetron banyak mengangkat konten seksual, kekerasan, dan bermuatan mistik, horor dan supranatural. Tayangan-tayangan tersebut apabila ditonton oleh masyarakat secara terus menerus dikhawatirkan akan dapat merusak pandangan, sikap dan perilaku dan akhirnya dapat menghambat proses pembangunan. Temuan riset konten televisi diharapkan dapat menjadi masukan dan menjadi bahan untuk membuat program televisi yang sehat dan Islami.

Kata kunci: *televisi, sehat, Islami, dan pembangunan.*

PROGRAM TELEVISI SEHAT DAN ISLAMI
(Riset Konten Televisi dalam Upaya Pembangunan Masyarakat Indonesia)

Mazdalifah, Ph.D dan Rahmanita Ginting, Ph.D.

Communication Studies, USU; Postgraduate Communication Studies,
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
rahmanita_ginting@umsu.ac.id; rahmanitha@yahoo.com
mazdalifah_jalil@yahoo.co.id

Abstrak

Pembangunan masyarakat di satu negara melibatkan banyak aspek, agar berhasil dan membawa perubahan ke arah yang lebih baik. Pembangunan tersebut meliputi pembangunan fisik dan pembangunan non fisik. Pemerintah harus menyusun strategi komunikasi yang efektif, salah satunya dengan menerapkan strategi berdasarkan media. Strategi berdasarkan media maksudnya strategi dengan menggunakan media (televisi, radio, surat kabar, film, internet, media rakyat) dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat. Media berperan sebagai pemberi informasi, pendidikan dan pemberi hiburan kepada masyarakat. Pesan-pesan dalam media disusun sedemikian rupa agar dapat menggugah dan menggerakkan masyarakat ikut serta dalam pembangunan. Televisi adalah media yang banyak dikonsumsi dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Televisi diharapkan dapat menyampaikan pesan pembangunan yang informatif, mendidik dan menghibur. Televisi sebagai media dalam pembangunan harus sehat dan Islami. Realita menunjukkan bahwa tayangan televisi banyak memuat tayangan yang tidak sehat dan tidak Islami, khususnya tayangan sinetron yang mempunyai banyak penggemar. Hasil riset menunjukkan bahwa program sinetron banyak mengangkat konten seksual, kekerasan, dan bermuatan mistik, horor dan supranatural. Tayangan-tayangan tersebut apabila ditonton oleh masyarakat secara terus menerus dikhawatirkan akan dapat merusak pandangan, sikap dan perilaku dan akhirnya dapat menghambat proses pembangunan. Temuan riset konten televisi diharapkan dapat menjadi masukan dan menjadi bahan untuk membuat program televisi yang sehat dan Islami.

Keywords: Televisi, Sehat, Islami, dan Pembangunan.

PROGRAM TELEVISI SEHAT DAN ISLAMI

(Riset Konten Televisi dalam Upaya Pembangunan Masyarakat Indonesia)

Mazdalifah, Ph.D dan Rahmanita Ginting, Ph.D.

Communication Studies, USU; Postgraduate Communication Studies, UMSU

mazdalifah_jalil@yahoo.co.id; rahmanitha@yahoo.com

Latar Belakang

Pembangunan masyarakat di satu negara melibatkan banyak aspek, agar berhasil dan membawa perubahan ke arah yang lebih baik. Pembangunan tersebut meliputi pembangunan fisik dan pembangunan non fisik. Pemerintah harus menyusun strategi komunikasi yang efektif, salah satunya dengan menerapkan strategi berdasarkan media. Strategi berdasarkan media maksudnya strategi dengan menggunakan media (televisi, radio, surat kabar, film, internet, media rakyat) dalam menyampaikan pesan-pesan pembangunan kepada masyarakat. Media berperan sebagai pemberi informasi, pendidikan dan pemberi hiburan kepada masyarakat. Pesan-pesan dalam media disusun sedemikian rupa agar dapat menggugah dan menggerakkan masyarakat ikut serta dalam pembangunan. Televisi adalah media yang banyak dikonsumsi dan digemari oleh masyarakat Indonesia. Televisi diharapkan dapat menyampaikan pesan pembangunan yang informatif, mendidik dan menghibur. Televisi sebagai media dalam pembangunan harus sehat dan Islami.

Tontonan yang disajikan melalui layar kaca saat ini semakin beragam. Tontonan tersebut dikemas dalam beragam program acara televisi yang diharapkan pihak pengelola televisi bisa diminati pemirsa televisi. Sebagai pemirsa adalah sebuah keharusan untuk memilih deretan program televisi yang tentunya yang dinilai patut dan layak untuk disimak. Khususnya, tontonan yang Islami dan memiliki identitas masyarakat timur yang sangat menjaga norma-norma kesusilaan dan kesopanan.

Saat ini, Indonesia memiliki sebelas stasiun televisi nasional, puluhan televisi berbayar, dan ratusan televisi lokal. Televisi tersebut memiliki banyak program televisi dengan durasi dan jam tayang yang beragam dan "berlomba" menarik pemirsa dengan konten yang tersaji dalam aneka program televisi-nya. Televisi mengalami perkembangan yang sangat pesat, namun peningkatan kuantitas stasiun televisi tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas siaran televisi.

Televisi merupakan media audio visual yang sangat populer di Indonesia. Menurut riset Lembaga survei Nielsen, di Indonesiasepanjang kuartal I 2011 untuk semua stasiun televisi di 10 kotabesar, jumlah pemirsa televisi adalah 6,8 juta orang. Dari jumlah itu yang paling banyak adalah menonton sinetron (1,4 juta orang). Selainsinetron, program khusus seperti penganugerahan musik menjadiacara yang paling banyak ditonton pemirsa televisi. Program-program lain yang banyak ditonton juga merupakan programhiburan seperti komedi, kuis, games, talk show dan music (Kontan, 2011). Industri televisi adalah sebuah komunitas bisnis dari orang-orang dan perusahaan yang menciptakan, mengontrol, menyebarkan dan menyiarkan program-program televisi (Vinet, 2005:101)

Tinjauan Pustaka

TVRI SUMUT merupakan lembaga penyiaran yang memenuhi syarat sebagai lembaga penyiaran publik. TV publik pada intinya adalah TV yang berorientasi kepada kepentingan khalayaknya untuk memenuhi 1) hak untuk mendapatkan informasi (right to know), 2) hak untuk menyatakan pendapat (right to express). Kedua hak publik ini menjadi landasan setiap proses pembentukan pendapat publik (public opinion) (Mufid, 2005 : 52).

Sementara itu Eric Barendt (dalam Eka Wenats) menyatakan syarat penyiaran publik diantaranya adalah media yang: 1) tersedia (*available*) secara “general-geographic”, 2) memiliki *concern* terhadap identitas dan kultur nasional, 3) bersifat independen, baik dari kepentingan negara maupun kepentingan komersil, 4) memiliki imparialitas program, 5) memiliki ragam variasi program, dan 6) pembiayaannya dibebankan kepada pengguna media. Definisi tersebut mengandaikan bahwa penyiaran publik dibangun didasarkan pada kepentingan, aspirasi, gagasan publik yang dibuat berdasarkan swadaya dan swamandiri dari masyarakat atau publik pengguna dan pemetik manfaat penyiaran publik. Oleh karena itu, ketika penyiaran publik dibangun bersama atas partisipasi publik, maka fungsi dan nilai kegunaan penyiaran publik tentunya ditujukan bagi berbagai kepentingan dan aspirasi publik

Biasanya, saat hari-hari libur keagamaan, durasi program acara bernuansa Islami pun lebih marak bermunculan. Misalnya, saat peringatan Maulid, Isra Miraj, dan hari raya Idul Fitri dan Adha. Durasi siaran acara atau program-program bernuansa Islami bakal semakin bertambah takkala Ramadhan tiba dan memang umumnya mampu menyedot perhatian. Simak saja, dalam sebuah data yang dipaparkan Mulkan (2012) bahwasanya Nielsen - lembaga riset media pernah menyebutkan bahwa jumlah penonton pada saat santap sahur, pukul 03.00-05.00 WIB, meningkat 12 kali lipat dan pada saat berbuka puasa meningkat 35 persen. Jika dilihat dari usia pemirsa, pada waktu sahur, jumlah penonton anak (usia 5-14 tahun) meningkat 22 kali lipat atau sekitar 2.200 persen. Sedangkan, pada saat berbuka puasa, jumlah pemirsa anak-anak meningkat 50 persen.

KPI sebagai lembaga independen banyak menerima berbagai macam aduan dari masyarakat terhadap tayangan program televisi. Baik berupa aduan melalui surat, sms, ataupun jejaring sosial. Kesalahan dalam kaidah jurnalistik adalah salah satu jumlah aduan terbanyak yaitu 32,342 atau 74,3 % pada tahun 2012. Menurut data dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, pada 2014 ini mereka mendapat 13.805 aduan masyarakat terkait tayangan televisi Indonesia. KPI meresponnya dengan menegur dan memberikan sanksi kepada program atau lembaga penyiaran yang dinilai melanggar.

Catatan KPI selama 2014 juga menunjukkan lembaga penyiaran yang paling banyak mendapatkan sanksi adalah RCTI (26 sanksi), Trans TV (25 sanksi), SCTV (23 sanksi), ANTV (19 sanksi) dan Trans 7 (19 sanksi). Sedangkan untuk lembaga penyiaran yang paling banyak mendapatkan aduan dari masyarakat adalah Trans TV (4.936 aduan), SCTV (2.127 aduan), RCTI (2.033 aduan), Trans 7 (1.933 aduan) dan ANTV (1.490 aduan) (Komisi Penyiaran Indonesia, 2014). Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat, menerima sekitar 40.000 pengaduan masyarakat yang mengeluhkan isi siaran televisi sepanjang 2014

Sejalan dengan gagasan tentang khalayak aktif ini, secara sederhana Stuart Hall (1981) membuat tiga kategori kemungkinan resepsi publik atas televisi yang merepresentasikan sifat *ludic*. Pertama, resepsi yang bersifat *dominant-hegemonic*, yaitu ketika publik cenderung mengikuti begitu saja konstruksi yang ditawarkan media. Kedua, resepsi yang bersifat *negotiated* yang terjadi manakala publik bersifat skeptis terhadap

tawaran konstruksi media. Sedangkan yang ketiga adalah *oppositional* yang terjadi ketika publik memberikan penolakan atau bahkan perlawanan terhadap konstruksi atas realitas yang ditampilkan media. Terkait dengan tiga kategori resepsi yang disodorkan Hall di atas, dengan demikian dapat dikatakan bahwa potensi kultural yang dimiliki oleh publik ketika dihadapkan pada realitas disfungsi media pada dasarnya terletak pada kemungkinan untuk melakukan negosiasi, penolakan atau bahkan perlawanan terhadap tampilan konstruksi yang ditawarkan media. Walaupun demikian, kreativitas dan kekhasan proses resepsi publik atas tampilan konstruksi media sangatlah tergantung dan dipengaruhi oleh kekhasan preferensi nilai yang dimiliki oleh tiap orang. Dieter Baacke (dalam Sasangka, 2010) mengemukakan definitif tidaknya potensi publik dalam melakukan negosiasi maupun perlawanan atau sebaliknya mengamini konstruksi disfungsi media pada dasarnya akan ditentukan tinggi rendahnya *media consciousness* (kesadaran bermedia) sebagai bagian dari preferensi kultural yang mereka miliki.

Acara TV bisa dikelompokkan dalam 3 kategori: Aman, Hati-hati, dan Tidak Aman untuk anak. Acara yang 'Aman': tidak banyak mengandung adegan kekerasan, seks, dan mistis. Acara ini aman karena kekuatan ceritanya yang sederhana dan mudah dipahami. Anak-anak boleh menonton tanpa didampingi. Acara yang 'Hati-hati': isi acara mengandung kekerasan, seks dan mistis namun tidak berlebihan. Tema cerita dan jalan cerita mungkin agak kurang cocok untuk anak usia SD sehingga harus didampingi ketika menonton. Acara yang "Tidak Aman": isi acara banyak mengandung adegan kekerasan, seks, dan mistis yang berlebihan dan terbuka. Daya tarik yang utama ada pada adegan-adegan tersebut. Sebaiknya anak-anak tidak menonton acara ini.

Kebutuhan akan media televisi yang ideal dimana unsur sehat sesuai dengan nilai-nilai luhur agama dan budaya merupakan kebutuhan yang tidak bisa ditawar lagi. Nilai-nilai luhur tersebut berisikan nilai kebaikan seperti: saling kerjasama, tolong menolong, kejujuran, cinta kasih, dan sebagainya. Nilai-nilai semacam ini sama dengan nilai-nilai Islami yang menjunjung kebaikan dan membawa kemaslahatan bagi umat manusia. Efek penyebarluasan informasi televisi begitu tinggi. Dyer, seorang pakar komunikasi mengatakan bahwa televisi sebagai media audio-visual mampu merebut 94 % saluran masuknya pesan-pesan atau informasi kedalam jiwa manusia lewat mata dan telinga. Televisi mampu membuat orang pada umumnya mengingat 50 % dari apa yang mereka lihat dan dengar dalam sebuah tayangan walaupun hanya sekali tayang. Atau secara umum orang akan ingat 85 % dari apa yang mereka lihat di televisi setelah tiga jam kemudian dan 65 % setelah tiga hari kemudian (Abu Sa'id, 2005).

Metodologi

Riset penonton diperlukan untuk mengetahui pendapat penonton terhadap konten yang ada di televisi dalam hal ini adalah TVRI SUMUT. Pendapat ini akan sangat membantu TVRI SUMUT untuk mengembangkan program acaranya menjadi lebih baik. Riset ini dilakukan di enam wilayah Propinsi Sumatera Utara: Medan, Binjai, Langkat, Deli Serdang, Serdang Badagai, dan Tebing Tinggi.

TVRI Sumut dalam pengamatan tim peneliti menampilkan beraneka ragam konten dalam penyiarannya. Program acara seperti musik daerah, lagu-lagu, ataupun acara bincang-bincang banyak ditayangkan oleh TVRI Sumut. Propinsi Sumatera Utara merupakan propinsi yang masyarakatnya terdiri dari beragam etnis. Etnis Batak yang terdiri dari batak Karo, Simalungun, Toba, Mandailing, menempati posisi mayoritas. Disamping itu adapula etnis

Melayu, Jawa, Padang, Aceh, Nias, dan lain sebagainya. Keragaman etnis ini menyatu selaras dalam kehidupan masyarakat yang tersebar di beberapa kabupaten dan kotamadya.

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui profil penonton TVRI SUMUT di enam wilayah Provinsi Sumatera Utara (Medan, Binjai, Langkat, Deli Serdang, Serdang Bedagai dan Tebing Tinggi).
2. Mengetahui pendapat penonton TVRI SUMUT di enam wilayah Propinsi Sumatera Utara (Medan, Binjai, Langkat, Deli Serdang, Serdang Bedagai dan Tebing Tinggi) tentang program televisi yang sehat dan Islami.

Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak TVRI khususnya TVRI SUMUT, terutama bagian perencanaan program di daerah guna mengembangkan program televisi dan program siaran yang berisi konten yang sehat dan Islami.
2. Menjadi kajian dalam rangka mengembangkan riset (penelitian) tentang program televisi dalam konteks pembangunan masyarakat Sumatera Utara.

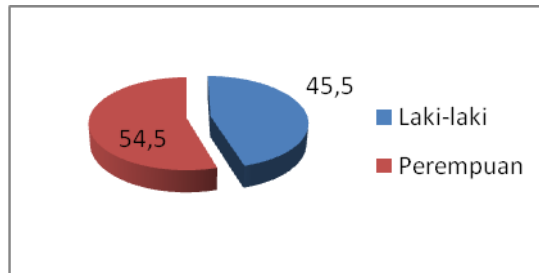
Metodologi

1. Lokasi penelitian: Propinsi Sumatera Utara di enam wilayah (Medan, Binjai, Langkat, Deli Serdang, Serdang Bedagai, dan Tebing Tinggi).
2. Metode penelitian menggunakan metode survei.
3. Populasi: berjumlah 5.927.785. orang
4. Jumlah Sampel: 400 orang dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95 % dan sampling error +/- 5 %
5. Teknik penarikan sampling menggunakan teknik Multistage Random Sampling. Teknik dipakai karena menjanjikan sampel yang representatif dari populasi yang kompleks dan heterogen. Tahap pertama memilih kecamatan, setelah itu memilih kelurahan, kemudian RW dan akhirnya memilih RT sebagai kluster terkecil. Responden yang terpilih di tingkat RT harus memenuhi kriteria tertentu: di atas 17 tahun, menonton TVRI dan bertempat tinggal di enam wilayah penelitian.
6. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan Focus Group Discussion (FGD)
7. Metode Analisis data menggunakan tabel tunggal dan diperkaya dengan uraian yang diperoleh dari hasil FGD.
8. Pelaksanaan penelitian: Agustus – Oktober 2014.

Hasil dan Pembahasan

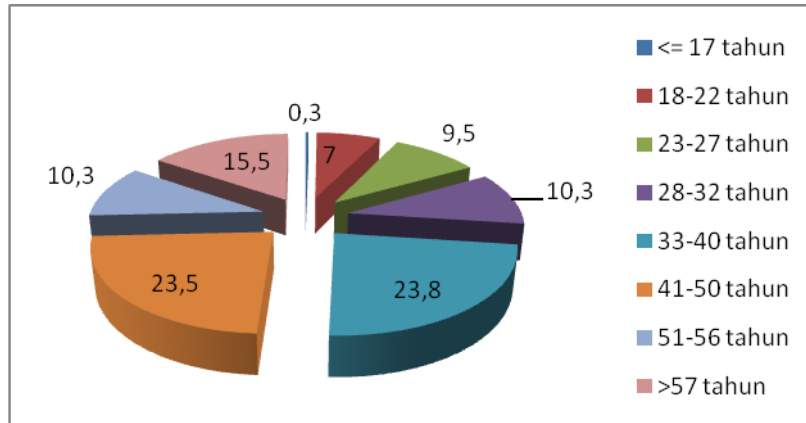
I. Profil Penonton

Chart 1: Jenis Kelamin



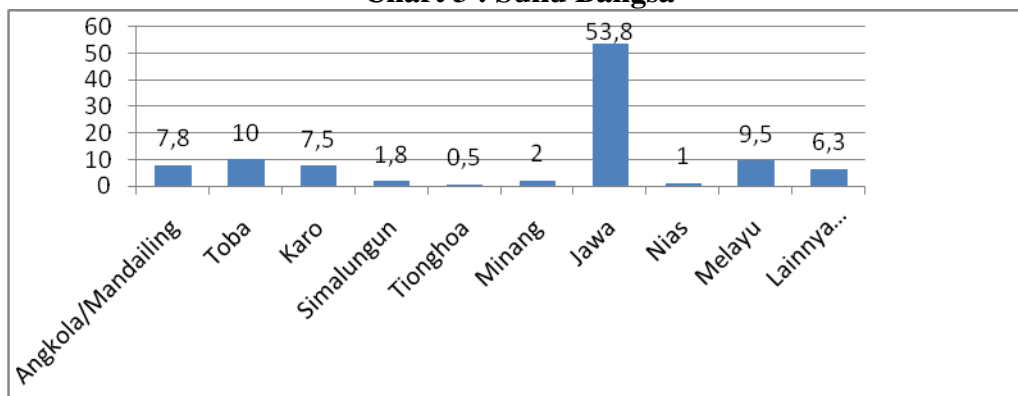
Kegiatan menonton televisi merupakan kegiatan yang amat disukai oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh sebab itu data tentang perbandingan jenis kelamin responden dapat dilihat pada chart 1. Jumlah responden laki-laki ada sebanyak 45,5% sedangkan perempuan sebanyak 54,5%. Hasil ini menunjukkan adanya keseimbangan perbandingan antara penonton jenis kelamin laki-laki dan penonton jenis kelamin perempuan.

Chart 2: Usia



Gambaran tentang usia responden penelitian ditampilkan pada chart 2. Data secara umum menunjukkan bahwa responden paling banyak berusia 33-40 tahun (23,8%) dan 41-50 tahun (23,5%). Hasil ini memberi kesimpulan bahwa responden umumnya berada pada usia produktif, yaitu usia dimana seseorang bekerja dan menghasilkan sejumlah pendapatan.

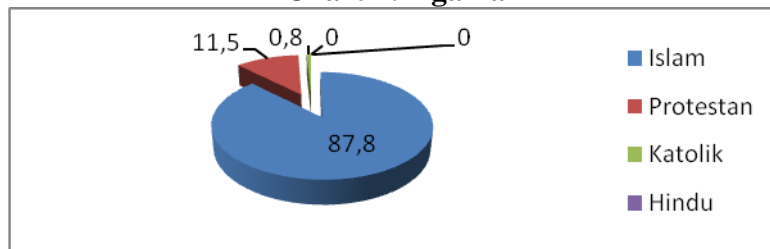
Chart 3 : Suku Bangsa



Profil responden berdasarkan suku bangsa memperlihatkan bahwa suku Jawa menduduki posisi paling tinggi 53,8 %. Hal ini sesuai dengan sejarah yang mencatat bahwa

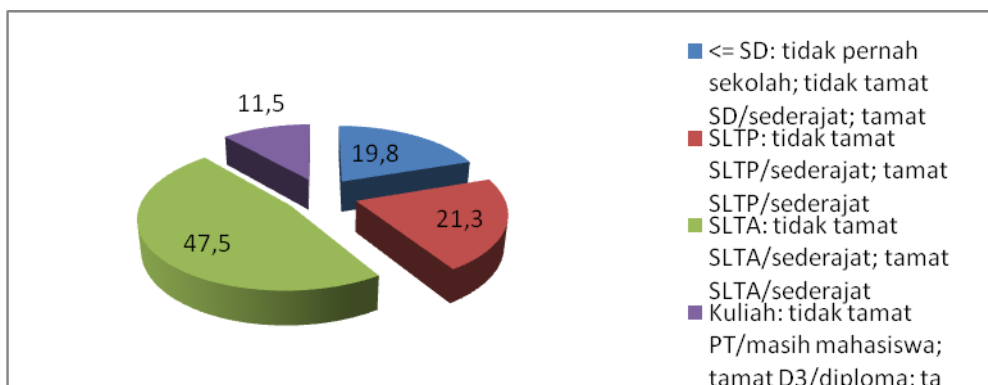
suku Jawa sudah sejak lama tinggal di tanah Sumatera yang dikenal dengan jaman Koeli Kontrak. Temuan ini juga membuktikan bahwa di Sumatera Utara masyarakatnya beragam.

Chart 4: Agama



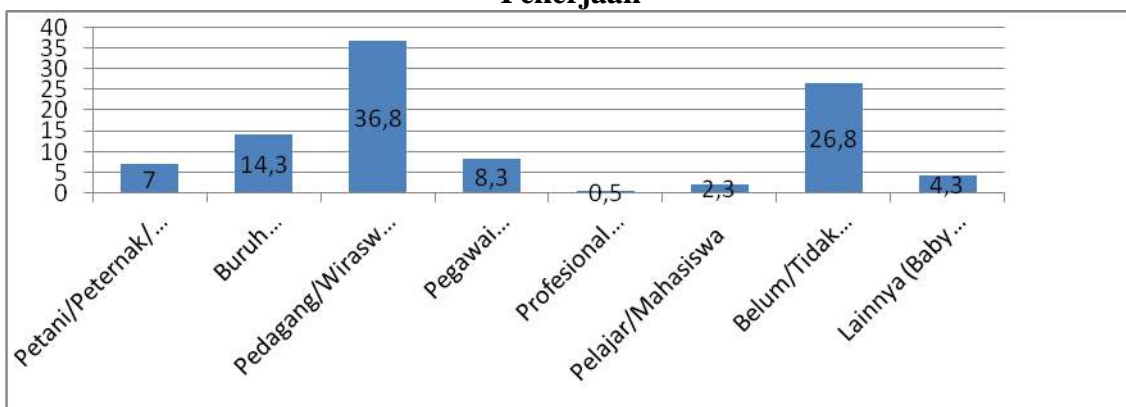
Selanjutnya informasi tentang agama responden dapat dilihat pada chart 4. Mayoritas responden sebanyak 87,8% memeluk agama Islam. Hasil ini sesuai dengan gambaran mayoritas agama yang dipeluk oleh masyarakat Indonesia.

Chart 5: Pendidikan Terakhir



Gambaran tentang pendidikan responden ditampilkan pada chart 5. Hasil tabulasi memperlihatkan bahwasanya responden paling banyak berpendidikan tamat SLTA, tidak tamat SLTA atau pun yang sederajat SLTA, yaitu ada sebanyak 47,5%. Temuan ini menunjukkan bahwasanya tingkat pendidikan responden paling banyak di tingkat pendidikan menengah.

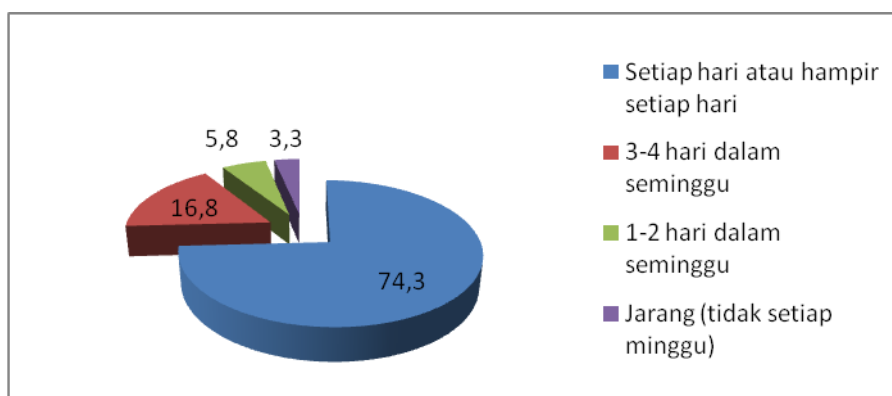
**Chart 6:
Pekerjaan**



Data selanjutnya memperlihatkan pekerjaan responden. Chart 7 menunjukkan bahwa sebagian responden 36,8%. Mempunyai pekerjaan sebagai pedagang./wiraswasta. Pekerjaan ini banyak diminati karena seseorang mempunyai kebebasan untuk mengatur jam kerja dan segala sesuatunya. Disamping itu pekerjaan sebagai pedagang/wiraswasta menghasilkan pendapatan yang cukup besar.

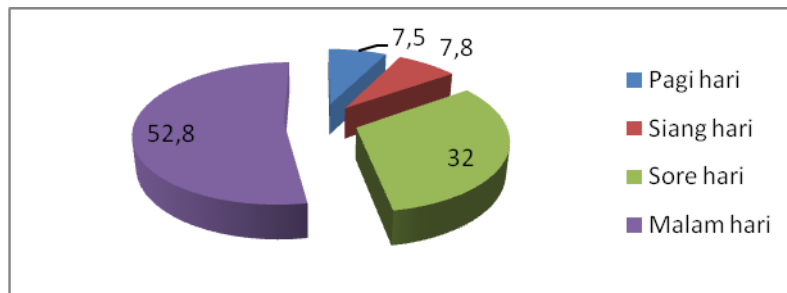
I. Konsumsi Televisi Secara Umum

**Chart 7
Frekuensi menonton televisi dalam seminggu terakhir**



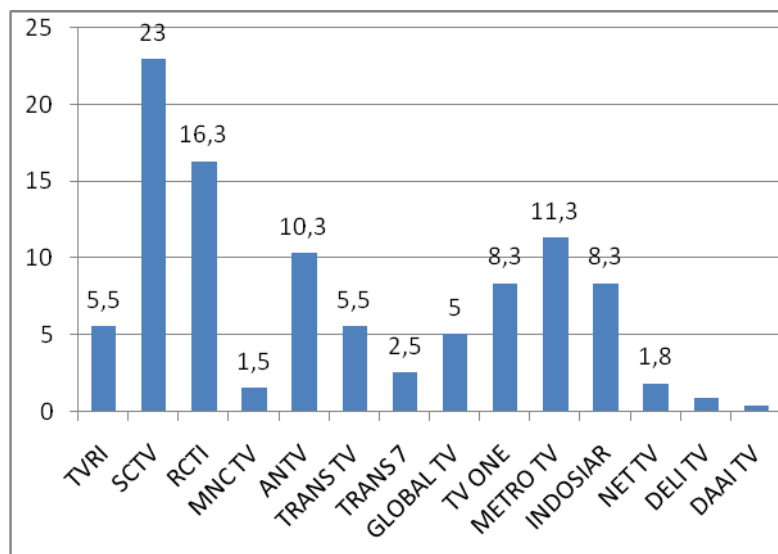
Untuk kategori frekuensi menonton televisi dalam seminggu terakhir, rata-rata responden hampir setiap hari menonton televisi, yaitu ada sebanyak 74,3%. Ini menunjukkan responden cukup dekat media televisi sebagai sumber informasi.

Chart 8
Waktu yang dipilih untuk menonton televisi dalam seminggu terakhir



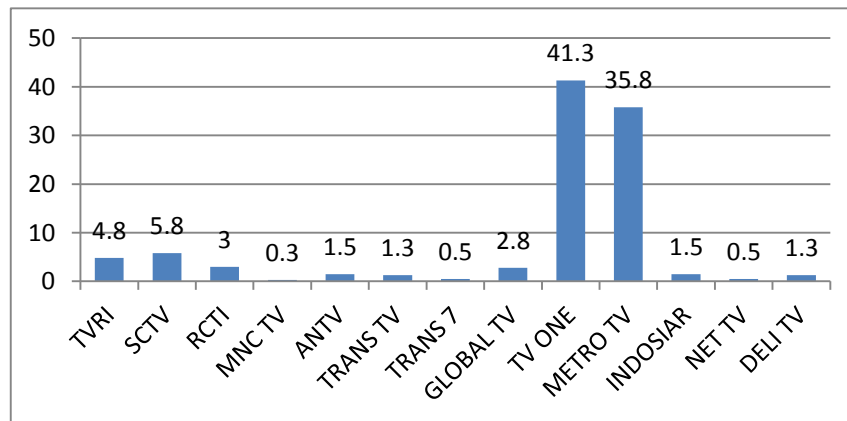
Untuk kategori waktu menonton, sebagian besar responden memilih waktu malam hari, ada sebanyak 52,8%. Kemudian sore hari sebanyak 32%. Hal ini menunjukkan waktu istirahat malam hari dimanfaatkan untuk mencari hiburan di televisi. Sedangkan pada pagi dan siang hari, waktu lebih banyak dimanfaatkan untuk bekerja atau pun melakukan pekerjaan rutin di rumah.

Chart 9
Stasiun televisi yang PALING sering ditonton dalam seminggu terakhir



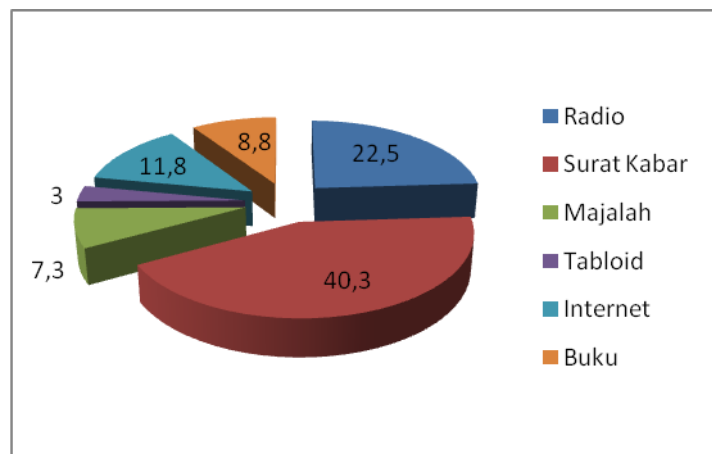
Untuk kategori stasiun televisi yang paling sering ditonton dalam seminggu terakhir, ditemukan hasil yang cukup bervariasi. Meskipun perbedaan persentasenya tidak terlalu besar namun dapat kita lihat bahwa SCTV merupakan stasiun televisi pilihan responden untuk ditonton, yaitu ada sebesar 23%. Kemudian di ikuti dengan RCTI sebesar 16,3 %. Kedua stasiun TV ini dipilih karena keduanya memiliki acara unggulan seperti sinetron yang membuat penonton menjadi tergantung dengan stasiun TV tersebut. Sementara itu TVRI hanya ditonton oleh 5,5% responden saja.

Chart 10
Stasiun televisi yang PALING sering ditonton pada saat Pilpres 2014



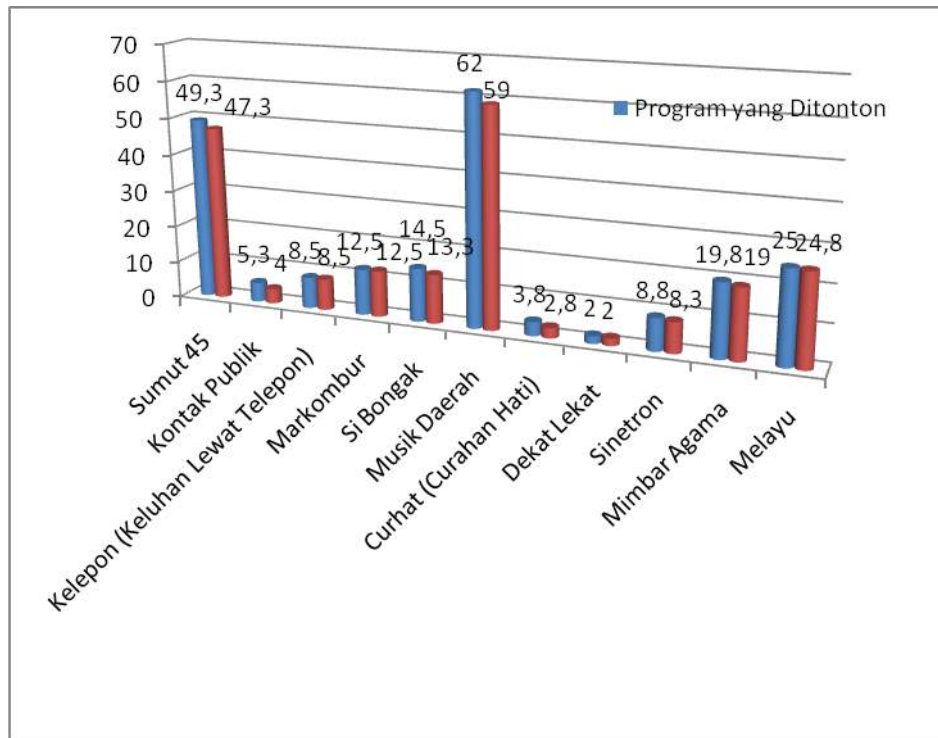
Untuk kategori acara Pilpres 2014, responden memilih dua stasiun televisi yang memang cukup gencar dalam pemberitaannya, yaitu TV One (41,3%) dan Metro TV (35,8%). Hal ini cukup wajar karena kedua televisi tersebut memang merupakan News TV (televisi dengan format berita). Sementara itu TVRI hanya di tonton oleh 4,8% responden.

Chart 11
Media selain Televisi yang Dikonsumsi dalam Waktu Seminggu Terakhir



Dari data hasil penelitian juga diketahui, bahwa selain TV, responden memilih surat kabar untuk memenuhi kebutuhan informasinya (40,3%). Kemudian di susul oleh radio (22,5%). Hal ini karena surat kabar memiliki beberapa keunggulan dibanding media lain, yaitu murah, informasi tersimpan, bisa dibaca kapan saja, ringan, lengkap dan akurat.

Chart 12
Program TVRI Sumut yang Ditonton dan Persentase Kesukaan terhadap Program



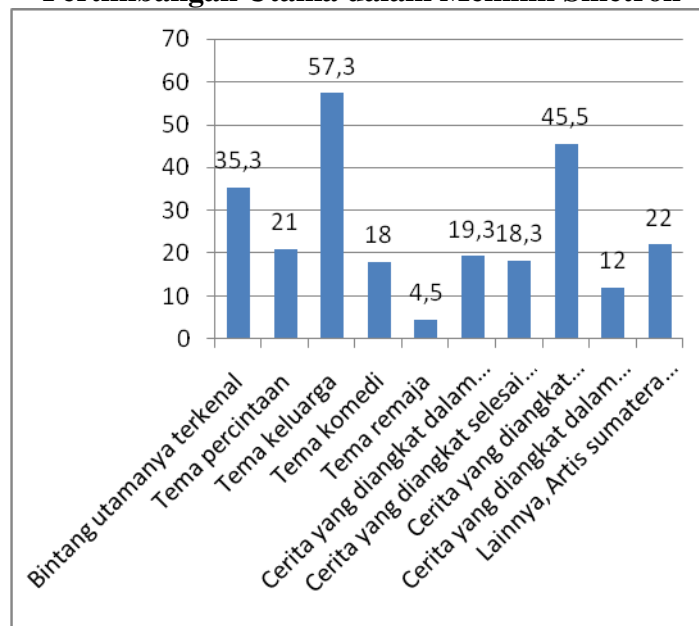
Acara *Musik Daerah* merupakan acara yang paling banyak ditonton dan disukai oleh responden, 62% responden menonton dan 59% menyatakan kesukaannya terhadap acara tersebut. *SUMUT 45* merupakan acara yang nomor dua yang banyak ditonton, dimana 49.3% responden menonton acara ini, dan 47.3% menyatakan kesukaannya. Program yang menempati posisi ketiga sebagai program yang paling banyak ditonton oleh masyarakat Sumatera Utara adalah program Musik Melayu. Dari data lapangan diketahui bahwa 25 % responden menonton program ini, dimana 24,8 % diantaranya menyukai program tersebut.

Selanjutnya, acara *Mimbar Agama* ditonton oleh 19.8% responden dan sebanyak 19% responden menyatakan kesukaannya terhadap acara rohani ini. Acara *Si Bongak* juga mendapat perhatian yang cukup baik. Acara ini ditonton oleh 14.5% responden dan 13.3% responden menyukainya.

Acara bincang-bincang *Markombur* ditonton sebanyak 12.5% responden dan 12.5% responden juga menyatakan menyukai acara ini. Sinetron yang ditayangkan oleh TVRI SUMUT mendapat perhatian dari 8.8% responden dan sebanyak 8.3% responden menyukainya.

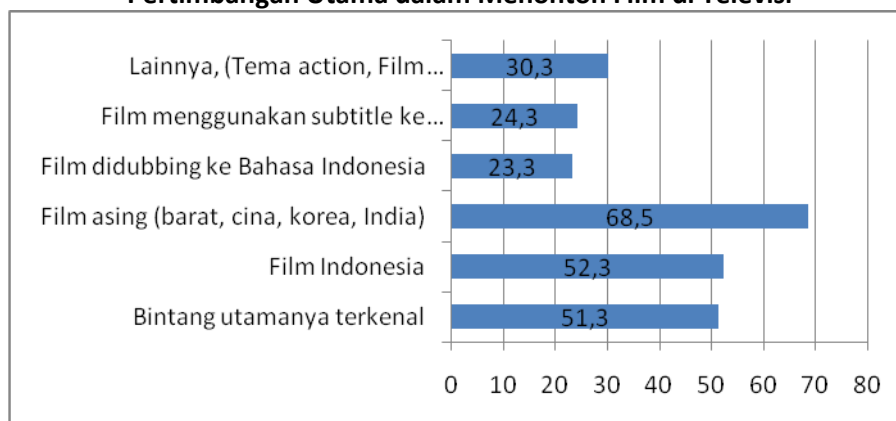
Acara yang menyerupai surat pembaca di surat kabar, yang bernama *Kelepon (Keluhan Lewat Telepon)* mendapat perhatian dari 8.5% responden, dan 8.5% responden menyukai acara ini. Tiga acara berikut ini mendapat perhatian kurang dari 6%, yaitu: *Kontak Publik* yang jumlah penontonnya hanya 5.3% dan 4% responden menyukainya. Berikutnya adalah acara *Curhat (Curahan Hati)*. Acara ini ditonton oleh 3.8% responden dan hanya 2.8% yang menyukainya. Terakhir, acara *Dekat Lekat* yang ditonton oleh 2% responden dan juga 2% yang menyukainya.

Chart 13
Pertimbangan Utama dalam Memilih Sinetron



Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas (23%) pertimbangan utama responden dalam memilih suatu sinetron yang ditonton adalah tema keluarga, kemudian sebanyak 18% memilih sinetron karena cerita yang diangkat memberikan solusi untuk persoalan sehari-hari, sedangkan 14% pertimbangan penonton dalam memilih sinetron karena bintang utamanya terkenal. Hal ini sejalan dengan hasil FGD, khalayak ingin supaya lebih ditingkatkan program dengan tema keluarga, motivasi dan konsultasi kesehatan.

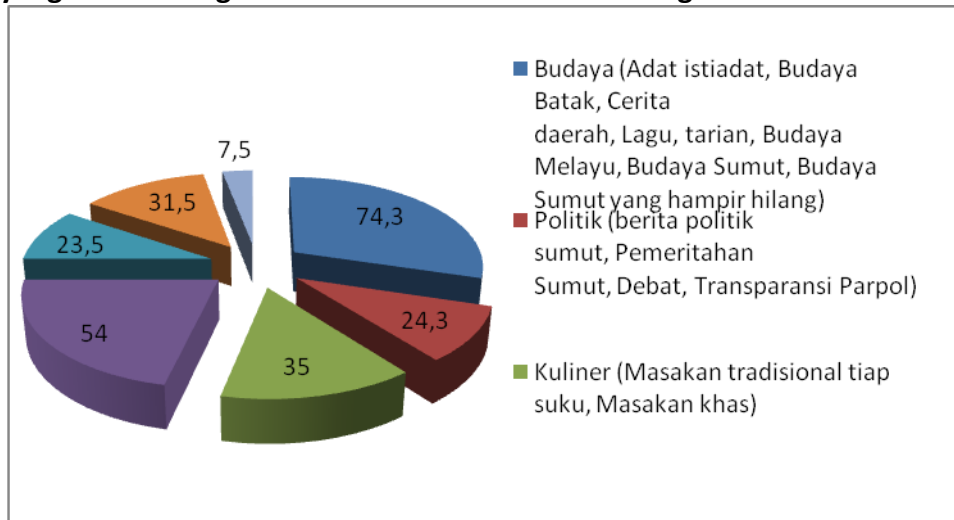
Chart 14
Pertimbangan Utama dalam Menonton Film di Televisi



Mayoritas responden (27%) pertimbangan utama dalam menonton film di televisi adalah film asing (film barat, Cina, Korea dan India). Menonton film Indonesia adalah pertimbangan kedua dalam menonton film di televisi. Responden (21%) juga mempertimbangkan bintang utamanya terkenal dalam menonton film di televisi. Hanya 9% responden saja yang mempertimbangkan film *didubbing* ke bahasa Indonesia dalam menonton film di televisi.

Chart 15

Tema yang Harus Diangkat Stasiun Televisi Berkaitan dengan Konten Sumatera Utara



Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa tema yang harus diangkat stasiun televisi berkaitan dengan konten Sumatera Utara adalah tema Budaya (Adat istiadat, Budaya Batak, Cerita daerah, Lagu, tarian, Budaya Melayu, Budaya Sumut, Budaya Sumut yang hampir hilang) (30%), tema Musik (alat musik tradisional, Lagu Batak, Lagu Melayu, Musik karo, Musik keroncong) (22%), tema Kuliner (Masakan tradisional tiap suku, Masakan khas) (14%), tema Informasi Kriminalitas (Patroli, Peredaran narkoba, berita kriminal terkini) (13%), Politik (berita politik sumut, Pemeritahan Sumut, Debat, Transparansi Parpol) (10%), tema Ekonomi (acara wirausaha, harga barang pokok, Lowongan kerja, Perdagangan, Taraf hidup di Medan) (9%), dan tema Lainnya (Keadilan hukum di SUMUT, Pendidikan, Agama, wisata, Gaya hidup orang Sumut, Artis-artis daerah) (3%). Dari hasil Focus Group Discussion diperoleh bahwa mayoritas penonton menyenangi tema budaya dan musik sebagai konten lokal Sumatera Utara yang diangkat dan ditingkatkan jam tayangnya. Faktor kedekatan tema suatu program dengan latar belakang penonton akan meningkatkan daya tarik penonton terhadap program disiarkan tersebut.

Pembahasan

Media baru sebagai perkembangan teknologi diciptakan sebagai alat atau aplikasi, tetapi penciptaan, pengembangan dan penggunaan media akan menghasilkan bentuk budaya baru serta budaya teknologi yang diadopsi konsumen media baru tersebut. Mereka bukan hanya mengadopsi aplikasi teknologinya, tetapi juga jargon-jargon yang menjadi simbol teknologi global itu. Ketika sebuah komunitas masyarakat tidak mampu menyesuaikan dengan komunitas budaya teknologi itu, maka sesungguhnya komunitas mereka telah tersingkir dalam pertarungan budaya di komunitasnya. Menurut Baran (dalam Ginting, 2015), media berpengaruh terhadap budaya khalayak dengan beragam cara. Maka tidak heran jika kehidupan masyarakat kita saat ini tidak bisa terpisahkan oleh kehadiran teknologi media komunikasi. Literasi media diperlukan akibat semakin gencarnya terpaan informasi dari berbagai media yang tidak diimbangi dengan kecakapan mengkonsumsinya, sehingga dibutuhkanlah pemahaman dalam mengkonsumsi media secara sehat.

Membangun kesadaran dan pengendalian publik dalam penggunaan media, karena merupakan upaya mengajak publik untuk memiliki kemampuan supaya secara kontiniu

menyikapi dampak informasi yang diterimanya dengan caramelakukan penafsiran secara hati-hati, bertingkat dan komprehensif serta menggunakannya secara bijak terhadap isu yang relevan dengannya. Sejatinya, hal yang paling penting dijadikan acuan dan menjadi harapan adalah segenap materi itu semua tidak sekedar menjadi tontonan dan menghibur, tapi bisa menjadi tuntunan dan mencerahkan. Mulkan (2012) juga menambahkan, televisi juga bisa memberikan pencerahan. Caranya, televisi menyajikan tayangan yang sehat dan Islami. Tayangan seperti ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta pebahan sikap dan perilaku ke arah yang lebih baik.

Realita menunjukkan bahwa tayangan televisi banyak memuat tayangan yang tidak sehat dan tidak Islami, khususnya tayangan sinetron yang mempunyai banyak penggemar. Hasil riset menunjukkan bahwa program sinetron banyak mengangkat konten seksual, kekerasan, dan bermuatan mistik, horor dan supranatural. Tayangan-tayangan tersebut apabila ditonton oleh masyarakat secara terus menerus dikhawatirkan akan dapat merusak pandangan, sikap dan perilaku dan akhirnya dapat menghambat proses pembangunan.

Secara langsung maupun tidak langsung televisi pasti memberikan pengaruh besar terhadap perubahan kehidupan masyarakat. Idealisme tentang media massa adalah pengandaian yang dinormatiskan pada fungsi dan perannya untuk mewujudkan negara dan masyarakat yang kuat. Media diinginkan untuk menjadi watch dog atas praktek pemerintah dan jalannya pemerintahan. Pada kesempatan yang sama media mestilah mengungkap aspirasi publik berkenaan dengan *benefitloss* yang dialami sebagai dampak dari berbagai kebijakan dalam pengelolaan negara. Media haruslah bekerja dengan prinsip-prinsip imparialitas-obyektif, faktualitas dan aktualitas sebagai etos utama dalam kinerjanya. Dan diatas semua itu, media diangankan ada di posisi sentral dalam usaha mewujudkan perbaikan, pemberdayaan dan penguatan sosial, ekonomi, politik, hukum dan terutama kultural (Darmawan, 2010: 21).

Tayangan televisi di TVRI SUMUT dari hasil penelitian ini menunjukkan tayangan yang sehat dan mempunyai nilai Islami. Unsur kekerasan, mistik, konsumerisme dan pornografi tidak begitu banyak jika dibandingkan dengan tayangan televisi swasta. Selain sehat tayangan TVRI SUMUT bisa dikatakan sudah memuat tayangan Islami, khususnya pada hari jumat dan hari-hari yang berkaitan dengan perayaan hari besar Islam. Selain itu pada bulan Ramadhan hampir semua tayangan televisi termasuk tayangan TVRI bernuansa Islami, dimana acara banyak berisikan nilai-nilai Islam dalam bentuk ceramah, talk show, film, hiburan dan sebagainya.

Kesimpulan

Tayangan yang sehat dan mengandung nilai Islami perlu dipupuk dan dikembangkan. Ini karena, media televisi mempunyai pengaruh besar dalam membentuk karakter masyarakat, utamanya generasi muda. Tayangan ini dalam konteks pembangunan Indonesia diharapkan dapat mendorong dan melancarkan proses pembangunan. Tayangan sehat dan Islami diharapkan dapat berperan dalam mendorong suksesnya pembangunan fisik maupun non fisik di satu negara.

Daftar Pustaka

- Buckingham, D., & Domaille, K. (2002). *Where Are We Going and How Can We Get There? General Finding From The UNESCO Youth Media Education Survey 2001*. London: Institute of Education University of London.
- Darmawan, Joseph P., (2010). Literasi Media Idealisme Penguatan Publik atas Media. Dalam Darmawan, Joseph P, dkk. *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Tifa Foundation.
- Eka Wenats. *Penyiaran Publik dan Public Sphere*.
<http://ekawenats.blogspot.com/2006/04/penyiaran-publik-dan-public-sphere.html>.
- Ginting, Rahmanita. (2015). *Peran Literasi Media dalam Era Komunitas ASEAN*. Prosiding Conference on Communication and New Media Studies. Peran dan Kontribusi Kajian Komunikasi dalam Era Komunitas ASEAN. Jakarta: Universitas Multimedia Nusantara
- Iriantara, Y. (2009). *Literasi Media*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Abu Sa'id Al Khudri. (2005). *Syahwat Televisi: Menggugat Tayangan Vulgar*. Bandung: Mujahid Press.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2014). *Dinamika Penyiaran Indonesia 2014: Peran Serta Masyarakat Menguat*. Diunduh dari: <http://www.kpi.go.id/index.php/lihat-terkini/38-dalam-negeri/32445-dinamika-penyiaran-indonesia-2014-peran-serta-masyarakat-menguat>
- Kontan. (2011). Survei Nielsen: Ternyata jumlah penonton sinetron di kuartal I 2011 naik 55%. 3 Mei 2011. Diunduh dari: <http://industri.kontan.co.id/news/duh-ternyata-jumlah-penonton-sinetron-di-kuartal-i-2011-naik-55-1>
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2009). *Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) & Standar Program Siaran (SPS)*. Jakarta : Komisi Penyiaran Indonesia
- Livingstone, Sonia. (2003). *The changing nature and uses of media literacy*. London: London School of Economics and Political Science. Diunduh dari:
http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/Media@lseEWP4_july03.pdf
- Muhamad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, Jakarta: Prenada Media, 2005.
- Mulkan, Dede. (2012). *Cerdas Nonton Televisi*. Arsad. Bandung.
- Newcomb, Horace, (2005). The Development of Television Studies, in *A Companion to Television*. Edited by Janet Wasko. Oxford: Blackwell Publishing.
- Sasangka, D. Danarka. (2010). Literasi Media sebagai Sebuah Gerakan Kultural. Dalam Darmawan, Joseph P, dkk. *Ketika Ibu Rumah Tangga Membaca Televisi*. Yogyakarta: Tifa Foundation.
- Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.
- Vinet, Mark. 2005. *Entertainment Industry: The Business of Music, Books, Movies, TV, Radio, Internet, Video Games, Theater, Fashion, Sports, Art, Merchandising, Copyright, Trademarks & Contract*. Canada: Wadem Publishing.



umsu PRESS