|  |  |
| --- | --- |
|  | LAPORAN AKHIR PENELITIANUniversitas Muhammadiyah JakartaTahun Usulan 2021 {Dua Ribu Dua Puluh Satu}, Tahun Pelaksanaan 2022 {Dua Ribu Dua Puluh Dua} |

1. Judul *\*)*

|  |
| --- |
| **RISET BROADCASTING/PENYIARAN: Peran Media Penyiaran dalam Memperkuat Ideologi Pancasila di Era Pandemi Covid-19** |

1. Topik *\*)*

|  |
| --- |
| Broadcasting/Penyiaran |

1. Bidang Ilmu *\*)*

|  |
| --- |
| Sosial Budaya dan Kemanusiaan |

1. Identitas Peneliti *\*)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Peran** | **Nama** | **Sinta ID / NIM** | **Fakultas** | **Bidang Studi** |
| Ketua Pengusul | Dr. Fal. Harmonis, M.Si. | 6038926/0329036401 | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Ilmu Komunikasi (Konsentrasi Penyiaran/ Broadcasting) |
| Anggota Dosen 1 | Amin Shabana., S.Sos., M.Si | 6026121/0311047803 | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Ilmu Komunikasi (Konsentrasi Penyiaran/ Broadcasting) |
| Anggota Dosen 2 | Drs. Makroen Sanjaya, M.Sos | 0315106503 | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Ilmu Komunikasi (Konsentrasi Penyiaran/ Broadcasting) |
| Anggota Mhs  | Nandi Junaedi Rizki Aly | 2019140132 | Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Ilmu Komunikasi (Konsentrasi Penyiaran) |

1. Pengesahan Usulan Proposal *\*)*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tanggal Pengajuan** | **Tanggal Persetujuan** | **Nama Pimpinan Pemberi Persetujuan** | **Jabatan** | **Nama Lembaga/Fakultas** |
| 12 Mei 2022 |  | Dr. Evi Satispi, M.Si. | Dekan | Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta |

1. Riwayat Penelitian Ketua Pengusul *\*)*

**Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Tahun** | **Judul Penelitian** | **Pendanaan** |
|  |  |  | Sumber | Jumlah |
| 01 | 2015 | Survei Anugerah Komunikasi Indonesia (AKI 2015) | Kominfo |  |
| 02 | 2015 | Strategi Transformasi Pengalihan Kewenangan Pengelolaan Pendidikan Menengah dari Pemerintah Daerah Kab/Kota kepada Pemerintah Daerah Provinsi | Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI |  |
| 03 | 2015 | Kepemimpinan, Budaya Organisasi, Sistim Pengendalian Manajemen dan Kinerja (Studi Empiris Pada Perguruan Tinggi Muhamadiyah di Indonesia) | Dikti | Rp. 100.000.000 |
| 04 | 2016 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 05 | 2016 | Persepsi Mahasiswa Pascasarjana FISIP-UMJ terhadap Citra Politik Dalam Negeri Pemerintahan Jokowi JK, Tahun 2016 | FISIP UMJ | Rp. 4.000.000 |
| 06 | 2016 | Survei Anugerah Komunikasi Indonesia (AKI 2016) | Kementerian Komunikasi dan Informatika RI |  |
| 07 | 2017 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 08 | 2018 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 09 | 2019 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 10 | 2020 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 11 | 2021 | Survei Indeks Kualitas Program Siaran Televisi Indonesia | APBN |  |
| 12 | 2021 | Jurnalistik Penyiaran di Era Covid 19 | FISIP UMJ | Rp. 5.000.000 |
| 13 | 2021 | PR Politik Pimpinan Cabang Muhammadiyah | UMJ | Rp. 7.500.000 |
| 14 | 2022 | Penguatan nilai-nilai Pancasila pada Program Penyiaran  | Mandiri |  |
| 15 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**RINGKASAN**

Memperkuat ideologi sebuah Negara bangsa, khususnya dikalangan generasi millenial (anak-anak muda), menjadi sebuah keniscayaan (keharusan). Hal ini disebabkan karena ideologi merupakan *way of life* yang hidup dan berkembang dalam kehidupan dunia yang bersifat dinamis ataupun selalu mengalami perubahan. Dan jika tidak diperkuat, maka tidak tertutup kemungkinan ideologi yang diyakini kebenarannya tersebut akan ketinggalan zaman. Serta ditinggalkan oleh generasi setelah para pendiri ideologi kembali ke haribaan Tuhan Yang Maha Esa (wafat).

Dalam konteks di atas, kajian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang gendre program siaran dan peran dari media penyiaran, khususnya televisi nasional, dalam memperkuat ideologi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) Pancasila pada masa pandemic covid -19.

Teori utama yang digunakan dalam kajian ini adalah teori komunikasi massa, penyiaran, dan program, serta nilai-nilai Pancasila. Mengingat bahwa tujuan dari penelitian ini hanya untuk mengetahui, selanjutnya dideskripsikan dan dianalisis tentang gendre program dan peran dari media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19, maka metode yang dipergunakan adalah metode kualitatif. Dalam metode kualitatif, tahapan yang dilalui mulai dari mencari masalah yang akan diteliti, menentukan fokus, membuat tujuan, penentuan informan, teknik pengumpulan data, pelaksanaan dan diakhiri dengan evaluasi dan pembuatan laporan.

Adapun teknik pengumpulan data yang pergunakan guna mendapatkan data yang diperlukan dalam kajian ini adalah teknik pengumpulan data melalui observasi sederhana dengan cara menonton tayangan program televisi nasional. Dan dokumen yang berkaitan dengan kandungan program siaran lembaga penyiaran televisi nasional, khususnya yang berkenaan dengan berita dan hiburan, di era pandemic covid 19 dipahami dari sudut pandang nilai-nilai yang terkandung pada ideologi Negara Pancasila yang diperoleh melalui media *online*. Serta dilengkapi wawancara dengan informan ataupun sumber informasi yang dinyatakan memiliki kompetensi (kepakaran) dibidang media penyiaran dan ideologi negara.

Sementara luaran dari penelitian ini dikelompokkan ke dalam luaran yang bersifat wajib dalam bentuk pemaparan di seminar nasional dan prosiding nasional ataupun internasional. Dan luaran dalam bentuk sosialisasi dari hasil kajian yang dilakukan oleh tim peneliti yang dilakukan sepanjang tahun 2022. Luaran dari kajian ini akan ada di laporan akhir penelitian yang diserahkan kepada pihak LPPM UMJ.

*Kata kunci: Penyiaran, Program, Peran, Ideologi, dan Covid-19.*

**Pendahuluan**

Kajian yang berkenaan dengan komunikasi massa, lebih khusus lagi tentang media massa penyiaran (*broadcasting*) mencakup banyak aspek. Aspek konten, teknologi dan regulasi serta relasi media penyiaran dengan politik, ekonomi dan sosial budaya di Indonesia. Juga termasuk yang tidak kalah penting adalah kajian yang berkenaan dengan seputar substansi dan efek dari kehadiran media penyiaran televisi dengan visi, misi, dan programnya, seperti menjalankan fungsi dan peran sebagai media informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat.

Hal ini dapat dicermati ataupun dipahami melalui berbagai tulisan yang dihasilkan oleh *scholar* (pakar) yang mengkaji media, khususnya tentang media penyiaran dalam berbagai aspeknya, seperti Husnul Khatimah (2018) dengan judul Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. Emilsyah Nur (2021) mengenai Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. Qudratullah (2016) tentang Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. Rosyidi (2021) Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-I9. Dan Yuliza (2018) berkenaan dengan Peran Media Massa Dalam Perubahan Sosial Budaya Masyarakat.

Maknanya, sudah terdapat banyak aspek dari media penyiaran yang dikaji oleh para pakar ataupun peneliti yang konsen dengan penyiaran. Namun demikian yang fokus pada kajian yang berkenaan dengan program penyiaran dan ideologi Pancasila, apalagi jika dikaitkan dengan kajian yang berkenaan dengan konteks tertentu, seperti pandemic covid-19. Tegasnya, kajian tentang peran dari media penyiaran, melalui kandungan berbagai program yang didiseminasikan kepada masyarakat pemirsanya dalam konteks memperkuat ideolog Negara Pancasila pada masa pandemic covid-19. Masih belum ditemukan.

Diilhami oleh banyak aspek yang dapat digali dan dikaji seputar media penyiaran televisi khususnya, dan media komunikasi massa pada umumnya, maka kajian ini difokuskan pada pertanyaan yang berkenaan dengan salah satu aspek yang belum mendapat perhatian serius dan sangat perlu untuk dikaji berkenaan dengan peran media penyiaran televisi dalam konteks ideologi Negara Pancasila. Tepatnya, bidang kajian yang berkenaan dengan Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19. Artinya, di era pandemic covid-19 seperti apa atau bagaimana peran dari media penyiaran televisi guna memperkuat ideologi Negara Pancasila di bumi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI)?

Untuk itu, kajian ini diberi judul dengan “Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19”. Judul tersebut mengandung dua makna besar, yaitu peran media penyiaran dan penguatan ideologi, yakni ideologi Pancasila, melalui kandungan program yang didiseminasikan media penyiaran pada masa tertentu, yakni pada masa terjadi pandemic covid-19 di Indonesia.

Kajian ini perlu dilakukan mengingat bahwa dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila, sejatinya semua unsur ataupun *stakeholder* harus mengambil peran. Setiap pelaku ataupun pemangku kepentingan (tanpa terkecuali) pembangunan dalam berbagai bidangnya, baik bidang politik, ekonomi, maupun sosial budaya mempunyai kewajiban untuk mengambil peran yang terkait dengan memperkuat ideologi Negara Pancasila, sebab tanpa peran yang dilakukan oleh para pelaku pembangunan disegala bidangnya tersebut, akan berdampak pada kuat dan melemahnya ideologi negara Pancasila.

Pada akhirnya, jika yang terjadi adalah melemahnya ideologi Negara Pancasila, maka yang dirugikan juga selain masyarakat pada umumnya juga para pelaku pembangunan disegala bidang. Tidak terkecuali media media penyiaran televisi. Untuk itu, melalui kajian yang dilakukan diperoleh informasi yang berkenaan dengan peran dari media penyiaran guna memperkuat ideologi negara Pancasila pada masa pandemic covid-19.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**State Of Art**

Kekinian ataupun *current issues* dari kajian yang berkenaan dengan peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19 ini dapat dipahami dari berbagai aspek. Salah satu dari aspek dan diasumsikan sebagai yang terpenting sekaligus menjadi fokus dari kajian ini ialah yang berkenaan dengan dipersandingkan pada judul “*diksi*” atau kata peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila dengan di era pandemic covid-19.

Sepanjang kajian yang pernah dilakukan oleh para pakar ataupun peneliti, setidaknya sampai kajian ini dilakukan, belum dijumpai secara khusus hasil kajian yang berkenaan dengan peran media penyiaran dalam memperkuat ideolog Negara Pancasila. Khususnya lagi yang dipersanding antara peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila dengan di era pandemic covid-19.

Kajian yang terjadi ataupun yang pernah dilakukan oleh para pakar ataupun peneliti, pada umumnya dijumpai kajian yang berkenaan dengan seputar peran media secara umum, seperti dalam bentuk buku dan jurnal yang ditulis oleh *scholar* (pakar) yang mengkaji media, khususnya tentang media penyiaran dalam berbagai aspeknya, seperti Husnul Khatimah (2018) dengan judul Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. Emilsyah Nur (2021) mengenai Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. Qudratullah (2016) tentang Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. Rosyidi (2021) Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-I9. Dan Yuliza (2018) berkenaan dengan Peran Media Massa Dalam Perubahan Sosial Budaya Masyarakat.

Memperhatikan hal di atas, Nampak dengan sangat jelas bahwa kajian tentang peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila dengan di era pandemic covid-19, sangat penting untuk dilaksanakan ataupun dilakukan guna memperkaya khazanah keilmuan dibidang komunikasi massa, media massa pada umumnya dan penyiaran pada aspek program pada khususnya.

**Hakekat Komunikasi Massa**

Bila definisi komunikasi massa yang diberikan Potter menekankan pada karakter audiens, maka Dominick (2005:11) mendefinisikannya dengan menekankan pada institusi media. Menurut Dominick (dalam Heychael dan Sarwono, 2015; 1.8) komunikasi massa merupakan proses yang sangat kompleks yang dilakukan dengan menggunakan mesin untuk memproduksi dan menyebarkan pesan yang ditujukan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan terpencar.

Ketika kita membicarakan komunikasi massa, menurut Heychael dan Sarwono (2014; 1.8) maka kita juga membutuhkan media massa (2015; 1.11). Media massa adalah saluran (*channel*) yang digunakan dalam komunikasi massa. Definisi media massa tidak saja mencakup perlengkapan mekanik yang mentransmisikan dan dapat juga menyimpan informasi (kamera tv, radio, mikrofon, percetakan), tetapi juga meliputi institusi yang menggunakan peralatan mekanis itu untuk mentransmisikan pesan. Ketika kita membicarakan media televisi, radio, suratkabar, majalah, musik, dan film, kita juga menunjuk pada pekerja media, kebijakan, organisasi dan teknologi yang memproduksi dan mendistribusikan komunikasi massa (2015; 1.12).

Sedangkan menurut Hadi (2021), kata komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris dan kependekan dari kata mass media *communication* (Komunikasi yang menggunakan media massa). Media yang dimaksud adalah media yang dihasilkan oleh teknologi modern, contohnya seperti media radio, televisi, film dan surat kabar.

Makna yang sama dapat juga dijumpai pada pendapat Bittner (as cited in Rakhmat, 2019; 235) “*Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people*” (Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang).

Definisi komunikasi juga dapat dijumpai pada Sobur (2014, p.409) yang menyatakan bahwa komunikasi massa adalah proses dimana para komunikator professional menggunakan media secara cepat dan periodik menyebarluaskan pesan untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau memacu perubahan di antara hadirin yang beragam.

Komunikasi Massa menurut Nurudin (2013) adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata media of mass communication (media komunikasi massa). Media massa apa? Media massa (atau saluran) yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, gamelan, dan lain- lain, Jadi, di sini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa.

Menurut Ardianto dkk (2014) media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yakni media massa cetak dan media elektronik. Media cetak yang dapat memenuhi kriteria sebagai media massa adalah surat kabar dan majalah. Sedangkan media elektronik yang memenuhi criteria media massa adalah radio siaran, televisi, film, media on-line (internet). Media massa merupakan salah satu komponen atau saran yang memungkinkan berlangsungnya proses yang dimaksud.

Sedangkan menurut Hafid Cangara (2008), media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi.

Media massa menurut Biagi (2010) dapat mempengaruhi cara anda menggunakan suara dan cara anda membelanjakan uang. Terkadang media massa memengaruhi apa yang anda makan, bicarakan, kerjakan, pelajari, dan beristirahat.

Hikmat dalam bukunya Etika & Hukum Pers (2011; 71) mengemukakan definisi komunikasi massa atau *mass communication* ialah komunikasi melalui media massa modern yang meliputi surat kabar, majalah, siaran radio, dan televisi, bahkan internet. Komunikasi massa menyampaikan informasi, gagasan, dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media massa. (2011:71).

Berkenaan dengan jenis media, Nurani (2016), selain dilihat dari jenis media massa, baik yang konvensional, analog maupun digital, juga dalam bentuk *print* atau media cetak (seperti koran dan majalah, media audio atau dengar (seperti radio), dan media audio visual atau pandang dengar (seperti televisi).

Jika dibuat dalam rumus yang sederhana, maka dapat dinyatakan bahwa pada dasarnya komunikasi massa ialah proses penyampaian (bersifat satu arah, seperti *news* atau penyampaian berita di televisi oleh seorang penyampai berita) ataupun pertukaran pesan (bersifat interaktif ataupun Tanya jawab, seperti pada acara dialog dengan mengundang pemirsa televisi pada program tertentu) dengan menggunakan media massa, baik yang bersifat tercetak (*print*), audio atau menggunakan pendengaran (radio) ataupun dengar dan lihat (televisi). Dengan sebuah tujuan atau motiv tertentu, baik yang bersifat politik, ekonomi, maupun sosial budaya.

Disebut mass media (Nur, 2021) karena adanya *character* yang melekat atau dimiliki oleh media itu sendiri. Media massa merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak umum, dalam jumlah yang banyak, dan melalui media cetak atau elektronik, serta dengan bentuk komunikasi tersebut, informasi yang disebarkan dapat menjangkau berbagai unsur lapisan masyarakat. Menurut Latif (2020) media massa merupakan sumber kekuatan alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti.

Dalam konteks penanganan covid-19, menurut Nur (2021) peran media sangat penting, hal ini dikarenakan media berpotensi sangat membantu dalam upaya untuk menekan angka penular virus Covid-19, karena dapat membantu mengubah pola pikir masyarakat serta perilaku masyarakat. Selain itu pula, peran media dapat membantu masyarakat untuk berpartisipasi dalam penanganan virus Covid-19.

Media massa menurut Khatimah (2018) merupakan sarana komunikasi massa yang berperan sebagai komunikator serta *agen of change* yakni pelopor perubahan dalam lingkungan publik yang dapat mempengaruhi khalayak melalui pesan berupa informasi,
hiburan, pendidikan maupun pesan-pesan lainnya dan dapat dijangkau masyarakat
secara luas. Dewasa ini, di era globalisasi yang semakin cepat, peran media massa
dalam kehidupan manusia sehari-hari tidak dapat dihindari lagi.

Mengingat bahwa posisi media massa dalam kehidupan masyarakat begitu penting maka kesuksesan media massa dalam menjalankan perannya sebagai komunikator dapat dilihat dari semakin berkembangnya media massa, bertahannya media massa hingga saat ini, dan semakin bertambahnya stasiun, perusahaan hingga *website* dan program yang disuguhkan oleh pengelola media cetak dan media elektronik.

Menurut McQuail (dalam Khatimah, 2018; 129-130) terdapat 6 (enam) perspektif dalam melihat peran media massa dalam kehidupan sosial, terutama dalam masyarakat modern, antara lain:

1. Melihat media massa sebagai *window on event and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana, atau media merupakan sarana informasi untuk mengetahui berbagai peristiwa.
2. Media sering dianggap sebagai *a mirror of event in socity and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia, yang merefleksikan apa adanya, karenanya para pengelola media sering merasa tidak bersalah jika media penuh dengan kekerasan, konflik, pornografi dan berbagai keburukan lain.
3. Memandang media massa sebagai filter, atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Televisi senantiasa memilih isu, informasi atau bentuk content yang lain berdasarkan standar para pengelolanya.
4. Media massa sering dipandang sebagai *guide*, penunjuk jalan atau *interpreter*, yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian, atau alternatif yang beragam.
5. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan tejadinya tanggapan dan umpan balik.
6. Media massa sebagai *interlocutor*, yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangnya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi interaktif.

Perspektif dalam melihat peran media menurut McQuail (dalam Khatimah, 2018; 130-131) di atas, pada dasarnya ingin menunjukan bahwa peran media dalam kehidupan sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan atau pelepas ketegangan, melainkan isi dan informasi yang disajikan mempunyai peran yang signifikan dalam proses sosial. Peran yang signifikan bahwa media massa berperan mempengaruhi masyarakat melalui beberapa konten, salah satunya adalah pendidikan.

Dalam konteks pendidikan, media massa mencoba memberikan pencerahan, mencerdaskan dan meluaskan wawasan pendengar, penonton dan pembacanya. Misalnya dalam pendidikan konteks politik, media massa memberikan pendidikan politik; menyadarkan khalayak akan hak dan kewajiban sebagai warga Negara, dan juga bisa lebih mengenal pemimpin atau calon presiden dan calon wakil presiden melalui debat yang disiarkan.

Peran media dalam kehidupan sehari-hari menurut Khatimah (2018) yakni sebagai komunikator serta *agen of change* dan sarana interaksi. Media memiliki peran yang sangat penting sehingga posisi media masapun menjadi penting dalam masyarakat. Sebagai bentuk dari pentingnya media dapat dilihat dari pengaruh yang dirasakan oleh khalayak, mulai dari aspek kognitif, afektif, hingga konatif dari media massa dan dampak positif negative dari media sosial.

Media massa menurut pendapat Burhan Bungin (dalam Yuliza, 2018; 5-6) merupakan institusi atau lembaga yang berperan sebagai *agen of change* yaitu sebagai lembaga pelopor perubahan. Ini adalah *paradigm* utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan sebagai:

1. Institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dan menjadi masyarakat yang maju.
2. Media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Informasi yang banyak dimiliki oleh masyarakat menjadikan masyarakat sebagai masyarakat dunia yang dapat berpatisipasi dengan berbagai kemampuannya.
3. Media hiburan. Sebagai agen of change, media massa juga menjadi institusi budaya Sebagai pelopor perubahan media juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Agar
perkembangan budaya bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah sehingga media berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

Media sebagai salah satu faktor yang membentuk masyarakat sebagai agen perubahan, sebagai bentuk kekuatan yang memberikan kemudahan kepada setiap individu untuk dapat menyampaikan pesan terhadap orang lain, karena media massa menurut Rosyidi (2021) berperan sebagai agen yang menyebarkan ilmu pengetahuan, informasi, dan kebudayaan, media sebagai pembantu untuk mengubah persepsi dan menata kehidupan yang lebih baik, media merupakan alat untuk mengetahui informasi baru, pada zaman ini, media bisa mempengaruhi keberadaan manusia dan bisa mengatur keberadaan masyarakat secara sosial, pengaruh adanya media massa, segala hal apapun tentang perkembangan COVID-19 berperan sangat cepat, baik hal positif ataupun negative.

Secara umum peranan media massa menurut Qudratullah (2016) dapat dilihat pada dua sisi yang berbeda. Media massa dapat berperan positif dalam berbagai aspek kehidupan manusia, tetapi juga dapat berperan negatif dalam kehidupan manusia. Mengutip pendapat Abdul Halik lagi, Qudratullah (2016) menyatakan bahwa Media menjalankan peranan dalam kehidupan sosial dengan melakukan hal-hal berikut: Penyebar informasi yang objektif dan edukatif, Melakukan kontrol sosial yang konstruktif dan Menyalurkan aspirasi rakyat dan memperluas komunikasi dan partisipasi masyarakat.

Hasanuddin et.al (2015) Peran media massa dalam peningkatan partisipasi pemilih pemula pada pilkada 2013 di Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo yaitu sebagai *Pemberi Informasi* yaitu media massa memiliki peran yang sangat penting pada peningkatan partisipasi pemilih pemula di karnakan posisinya sebagai pemberi informasi yang banyak di butuhkan masyarakat untuk mendapatkan informasi yang terkait dengan pilkada 2013 di Kabupaten Wajo, media massa juga membantu masyarakat terkhususnya pemilih pemula untuk mempelajari cara berpartisipasi dengan benar pada pilkada. *Memperluas pengetahuan* yaitu media massa pada pilkada 2013 di Kabupaten Wajo berperan serta untuk membantu masyarakat dan pemilih pemula memperluas wawasan dan pengetahuannya mengenai pemilihan umum sehingga menimbulkan kesadaran masyarakat dan pemilih pemula mengenai fungsinya sebagai warga negara yang memiliki kewajiban untuk berpartisipasi dalam pemilihan umum.

*Alat komunikasi* media massa menjadi salah satu alat komunikasi massa yang berfungsi membantu memperluas pengetahuan dan memberikan informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan pilkada 2013 di Kabupaten Wajo.

**Hakekat Penyiaran**

Menurut Utama (2018), penyiaran berasal dari kata siaran yang berarti pesan atau rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran. Sedangkan Penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Broadcasting secara harfiah adalah proses pengiriman sinyal/pesan ke berbagai lokasi secara bersamaan baik melalui satelit, radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan lain sebagainya.

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan sebutan atau terminologi broadcasting menurut Djamal (2013) adalah keseluruhan dari proses untuk mendiseminasikan pesan ataupun program siaran yang diawali dengan penelitian (riset), selanjutnya mempersiapkan materi produksi, kemudian memproduksi materi yang sudah dipersiapkan, penyiapan bahan siaran, selanjutnya mempromosikan dan pemancar luasan kepada penerima siaran (pendengar/pemirsa) di suatu tempat tertentu.

Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, Pasal 1 angka 1 bahwa definisi dari penyiaran adalah “kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lain untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran”.

Berkenaan dengan peran penyiaran secara khusus, Utama (2018) mengatakan bahwa peran media massa bagi masyarakat sangat vital. khususnya media penyiaran. Sebagai media audio dan audio-visual, radio dan televisi memiliki peran aktif dalam menyampaikan berbagai macam informasi. Dan dengan berbagai kelebihannya dibandingkan media cetak, televisi dan radio mampu memberi sajian program yang lebih informatif, kreatif dan edukatif, baik itu karya artistik maupun jurnalistik. Karena itu, media penyiaran telah menjadi komoditas masyarakat dunia.

**Hakekat Program**

Berdasarkan definisi menurut Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, Pasal 1 angka 1 bahwa definisi dari penyiaran adalah “kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancar dan/atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik yang merambat melalui udara, kabel, dan atau media lain untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran”, Morisson (2013), berpendapat bahwa terdapat 5 (lima) syarat untuk terjadinya kegiatan pemancar luasan penyiaran yaitu: Tersedia spektrum frekuensi radio. Sarana pemancaran/transmisi. Perangka penerima siaran (receiver). Ada siaran (program atau acara) dan Dapat diterima secara serentak/bersamaan.

Mengingat bahwa diantara prasyarat terjadi aktivitas penyiaran adalah tersedia siaran atau program, maka sudah menjadi keniscayaan dengan tanpa tersedia program siaran, aktivitas penyiaran yang akan dilakukan oleh lembaga penyiaran, seperti televisi dan radio, tidak akan berlangsung sebagaimana seharusnya. Bahkan dapat dinyatakan, sebuah lembaga penyiaran akan gulung tikar ataupun tidak beraktivitas (tutup). Konten ataupun Program yang dimaksudkan tersebut, baik yang bersifat *news* (berita) ataupun hiburan (seperti *variety show, infotainment* dan sinetron; VIS ataupun FTV; Film televisi), serta iklan.

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris yakni *programme* atau program yang berarti acara atau rencana. Menurut Morissan program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. (Morissan, 2008: 210).

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang didiseminasikan oleh stasiun penyiaran televisi. Program dapat diilustrasikan ataupun diumpamakan dengan sebuah produk atau barang (*goods*) ataupun layanan (*service*) yang diperjual belikan kepada pihak lain. Dalam konteks ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran televise, yaitu “Program yang baik akan mendapatkan penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan penonton”. Ini yang disebut dengan istilah “Rating kuantitatif”.

Dalam bisnis industri penyiaran, konten program siaran hiburan yang mempunyai daya tarik adalah yang utama memikat dan mengikat para penonton. Program hiburan adalah segala bentuk siaran yang bertujuan untuk menghibur audiens (pendengar dan penonton) dalam bentuk musik, lagu, cerita, dan permainan. Program yang termasuk dalam kategori hiburan adalah drama, permainan (game), musik dan pertunjukan serta infotainment dan variety show (Azwar, dan Hidayah. 2018).

Program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau segmen dari siaran lembaga penyiaran (radio ataupun televisi) secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan. Atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan satu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program siaran (Djamal & Fachruddin, 2013).

Program atau acara yang disajikan adalah factor yang membuat audien tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaan apakah itu radio atau televisi. Dalam buku Morissan mengatakan program dapat dianalogikan dengan produk atau barang atau pelayanan yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini adalah audien dan pemasang iklan (Morissan, 2009). Dengan demikian, program adalah produk yang diperlukan oleh orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Dalam konteks media penyiaran, baik radio maupun televisi, orang yang dimaksudkan adalah pendengar dan penonton ataupun pengakses. Dalam hal ini terdapat sebuah rumusan dalam dunia penyiaran yaitu “*Program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan pendengar atau penonton*”.

Program siaran selain menjadi faktor utama yang diperhatikan dalam operasional media penyiaran, tak jarang puga menjadi salah satu permasalahan besar bagi stasiun. Hal ini disebabkan karena media dihadapkan dengan berbagai persoalan baik internal stasiun sendiri maupun dukungan dari luar. Baik yang bersifat politik (seperti dari regulator penyiaran, eks pemerintah dan partai politik) ekonomi (seperti owner dan pengiklan) maupun sosial budaya (seperti lembaga swadaya masyarakat dan organisasi sosial kemasyarakatan lainnya). Padahal sumber income radio adalah berasal dari keberhasilan pelaksanaan program siaran.

Jika dikaji dari sisi pengertian, maka program siaran dapat didefinisikan sebagai satu bagian atau sub sistem dari sistem media penyiaran, baik radio ataupun televisi secara keseluruhan. Sehingga memberikan pengertian bahwa dalam siaran keseluruhan terdapat beberapa program yang diudarakan atau, dapat dikatakan bahwa siaran keseluruhan dalam suatu stasiun penyiaran tersusun dari beberapa program. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan khalayak atau publiknya. Dengan demikian menurut Aryawan dan Sey (2018), program memiliki pengertian yang sangat luas. Program atau acara yang disajikan adalah factor yang membuat khalayak tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan luaskan oleh stasiun penyiaran.

Dengan redaksi yang sedikit berbeda namun memiliki substansi makna yang relative sama, program dapat juga diberi definisi sebagai “segala hal yang di tampilkan oleh stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan penonton”. Program yang disajikan adalah faktor yang membuat penonton tertarik untuk tetap mengikuti siaran yang di pancarkan oleh stasiun penyiaran. Program dapat di samakan sebagai produk atau barang atau pelayanan yang di jual kepada penonton dan kepada para pemasang iklan.

Dengan demikian dapat dibuat sebuah pemahaman ataupun persepsi bahwa program adalah produk yang di butuhkan oleh orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. Untuk itu, program dapat diilustrasikan dengan seperti halnya produk atau barang dagangan bahwa semakin baik program yang disajikan, maka akan semakin banyak pula penonton yang tertarik.

Menurut Morisan (2009), program dapat disamakan atau dianalogikan seperti produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual kepada pihak lain. Dalam hal ini adalah auidien dan pemasang iklan. Dengan demikian program adalah produk yang menjadi kebutuhan seseorang sehingga mereka mau untuk mengikutinya. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih banyak dan besar, sedangkan program yang kurang baik besar kemungkinan tidak akan mendapatkan audien atau penonton.

Pada setiap stasiun televisi pasti memiliki program siaran yang berbeda beda. Tergantung dari kebutuhan pembuat program. Namun secara umum program siaran televisi terbagi menjadi dua bagian, yaitu program hiburan yang biasa di sebut program entertainment dan program informasi atau biasa di sebut juga sebagai program berita (news). Program informasi adalah program yang berkaitan dengan aktualitas dan fakta yang terjadi lapangan. Adapun program hiburan adalah program yang bertujuan untung memberi hiburan kepada penonton, program hiburan ini berupa tayangan yang tidak membutuhkan aktualitas dan fakta seperti halnya program informasi. Latief dan Utud. 2015; dan 2017; 233).

Format Program Televisi

Hiburan

Informasi

Soft News

Hard News

Nondrama

Drama

Current affair

Documenter

Feature

Infotainment

Talk show

Straight news

On the sport

Reporting

Interview on air

Sport

Sinetron

Film

Kartun

Musik

Permainan

Reality show

Variety show

Pertunjukan

Lawak

Repackaging, dan

Talksow

Gambar bagan format program televisi

Sumber: Latief dan Utud. 2017.

Jika ditarik benang hijaunya, maka program siaran dapat disebut sebagai konten ataupun kandungan yang menjadi satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dari perangkat dan aktivitas penyiaran. Selain itu, program juga merupakan salah satu unsur ataupun bagian terpenting dari media penyiaran yang berisi pesan atau rangkaian pesan dalam berbagai bentuk. Program yang dimaksudkan, baik dalam bentuk suara dan gambar atau yang berbentuk suara, gambar, suara dan gambar atau yang berbentuk grafis atau karakter, baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang disiarkan oleh lembaga penyiaran kepada khalayak pendengar ataupun pemirsanya.

Program siaran yang berkualitas sejatinya, tidak hanya mampu mengakomodir kebutuhan atau keinginan dari para pendengar dan pemasang iklan dengan selera yang berbeda-beda sehingga merasa tertarik untuk mendengarkan program yang didiseminasikan. Melainkan lebih jauh dari itu, yaitu juga sejatinya mengindahkan ataupun mematuhi segala peraturan perundang-undangan yang berlaku di sebuah negara bangsa dan ikut berpartisipasi secara aktif dalam proses pembangunan bangsa dalam segala bidang. Lebih-lebih lagi yang berkenaan dengan ideologi Negara bangsa, yakni Pancasila dalam konteks Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Melalui program siaran yang berkualitas dapat dijadikan sebagai keunggulan untuk memenangkan persaingan dan menjadi daya tarik untuk mempertahankan dan mendapatkan pemasang iklan sebagai sumber pendapatan perusahaan.

**Ideologi Pancasila**

Pancasila adalah pandangan hidup (*way of life*) bangsa Indonesia yang telah dimurnikan dan dipadatkan menjadi dasar falsafah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Pandangan hidup yaitu pandangan dunia atau *way of life*, yaitu bagaimana cara masyarakat sebuah Negara bangsa menjalani kehidupan. Sebagai falsafah hidup atau pandangan hidup (Febriansyah, 2017), Pancasila mengandung wawasan dengan hakekat, asal, tujuan, nilai, dan arti dunia seisinya, khususnya manusia dan kehidupannya, baik secara perorangan, sebagai makhluk individu, sebagai bagian dari suatu masyarakat secara keseluruhan, makhluk sosial.

Secara etimologis, menurut tingkatnya, kata “Pancasila” berasal dari bahasa Sansekerta, India (bahasa kasta Brahmana). Menurut Prof. Muhammad Yamin (Kaelan, dalam Kirom, 2011), dalam bahasa Sansekerta perkataan ”Pancasila” ada dua macam arti, yaitu: Panca yang berarti ‘lima’, sedangkan, syiila berkaitan dengan peraturan tingkah laku yang penting/ baik. Dengan demikian bermakna bahwa Pancasila memiliki prinsip-prinsip moral dan etika.

Dipahami dari persepktif atau sudut pandang sejarah, menurut Semadi (2019), Pancasila merupakan dasar falsafah Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) yang secara resmi disahkan langsung oleh Panitia Persiapan Kemerdekaan Indonesia (PPKI), pada tanggal 18 Agustus 1945 dan tercantum di dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.

Pancasila mempunyai pengertian secara umum sebagai pandangan dunia (*way of life*), pandangan hidup (*weltanschauung*), pegangan hidup (*weldbeschauung*), petunjuk hidup (*wereld en levens beschouwing*). Dalam hal ini, Pancasila diperuntukkan sebagai petunjuk hidup yang harus diamalkan dalam kehidupan sehari-hari (Kaelan, 1993: 67).

Dengan kata lain, menurut Kirom (2011), Pancasila dijadikan sebagai petunjuk arah ataupun panduan bagi semua kegiatan dan aktivitas hidup dan kehidupan dalam segala bidang, baik politik, pendidikan, agama, budaya, sosial, maupun ekonomi. Ini bermakna bahwa semua tingkah laku dan tindak tanduk perbuatan manusia Indonesia harus dijiwai dan merupakan pancaran dari semua sila Pancasila.

Rato (2017) menyebutkan dengan ungkapan bahwa Pancasila merupakan sebuah ideologi yang hidup dan dapat diketahui dari tiga indikator. Indikator tersebut adalah adaptif-aktif, responsive, dan aplikatif.

Perumusan sila pertama bukan hanya sebatas ‘Tuhan’ yang dikenal dalam setiap agama yang diakui eksistensinya di Indonesia melainkan lebih penting dari itu, yaitu seluruh konsep ke-Tuhan-an anggota masyarakat Indonesia bernafaskan pada sebuah keyakinan dan kepercayaan.

Dalam Damaitu (2018) semangat kebhinekaan tunggal ika harus menjadi sebuah semangat kebangsaan yang memberikan penghargaan atas keberagaman dan anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa kepada bangsa Indonesia. Penggunaan istilah bhineka tunggal ika lebih tepat untuk menggambarkan semangat ke-Indonesia-an jika dibandingkan dengan istilah multikulturalisme maupun pluralisme. Baik multikulturalisme maupun pluralis lebih menonjolkan pada aspek bahwa perbedaan adalah sebuah kekuatan mayoritas, diktator mayoritas, untuk memenangkan sebuah kontestasi politik.

Nilai yang terkandung di dalam sila kedua dari Pancasila adalah nilai kemanusiaan yang adil dan beradab. Nilai ini memberikan makna bahwa setiap manusia harus mampu bersikap, berpikir, dan berlaku adil dengan cara-cara yang beradab (Damaitu & Saptarini, 2017), baik terhadap dirinya sendiri dan keluarganya, dan lebih-lebih lagi jika berkaitan dengan kepentingan masyarakat (orang lain). Pada lambang burung Garuda Pancasila, nilai kemanusiaan yang adil dan beradab yang dilambangkan dengan rantai yang terdiri dari gelang persegi dan bundar yang tidak terputus.

Nilai yang terkandung di dalam sila ketiga dari Pancasila adalah nilai Persatuan Indonesia. Nilai ini akan mempunyai pemaknaan yang berbeda jika hanya disebut dengan nilai persatuan. Maka akan menjadi sebuah perebutan kekuasaan antara persatuan kelompok yang mempunyai kekuatan lebih atau mayoritas. Bahkan akan sangat mungkin terjadi persatuan antara kelompok masyarakat yang paling dekat dengan penguasa untuk melanggengkan kekuasaan ini (Damaitu, 2018). Akan terjadi dictator masyoritas dan tirani minoritas. Atau disebut juga dengan istilah “Oligarki”.

Nilai keempat yang tertuang di dalam sila keempat adalah kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/perwakilan. Nilai inipun bukan hanya sebatas nilai kerakyatan atau nilai demokrasi saja melain juga mempunyai nilai yang lebih mendalam dengan memunculkan karakter bangsa Indonesia, yaitu bercirikan demokrasi musyawarah untuk mencapai hasil mufakat. Dalam Islam disebut dengan istilah “*Syaawir hum fil amr*”.

Agar menjadi sebuah ideologi yang hidup diperlukan sebuah penguatan terhadap nilai-nilai yang terkandung pada Pancasila dalam segala bidang pembangunan Negara bangsa (Anggoro dan Damaitu, 2021) seperti pembangunan dibidang ideologi Pancasila melalui berbagai program yang didiseminasikan kepada pendengar ataupun pemirsanya. Dengan tiga indicator, yakni ***adaptif-aktif, responsif, dan aplikatif***. Semua indikator harus melihat dan mensikapi peluang-peluang yang selalu muncul dalam setiap perkembangan zaman termasuk di era generasi milenial saat ini.

Dalam hal ini, Marbawi (2018), mengungkapkan, terdapat empat hal yang perlu diperhatikan guna membangun watak keabadian Pancasila, yaitu: 1) menurunkan turunan dari Pancasila yang bersifat teoritik ke dalam semua aspek kehidupan umat manusia, baik yang bersifat politik, ekonomi, maupun sosial budaya; 2) pengembangan konsensus terhadap nilai-nilai Pancasila; 3) membangun *framing* atau kerangka berfikir yang bersifat baru terhadap Pancasila sebagai sebuah ideologi; dan 4) merumuskan pelaksanaan Nilai-Nilai Pancasila secara murni dan konsekuen.

Manakala berkenaan dengan penguatan ideologi Pancasila, menurut Marbawi (2018) mesti dilakukan secara simultan ataupun STM (Sistematis, Terstruktur dan Masif) melalui jalur pendidikan sehingga pendidikan di Indonesia tidak tercerabut dari akar budayanya.

Pakar yang lain, seperti Alfiatun (2020), berpendapat bahwa solusi yang dapat dilakukan untuk menguatkan kembali Ideologi Pancasila di kalangan peserta didik adalah dengan menunjukkan sikap yang bersifat positif terhadap Pancasila yang dapat ditunjukkan melalui berbagai perilaku seperti: a. Menerima Pancasila sebagai dasar dan ideologi negara. b. Berusaha untuk mempelajari agar memahami secara utuh dan menyeluruh tentang makna substantive ataupun hakiki dari Pancasila, nilai-nilai Pancasila dan kedudukan Pancasila sebagai dasar negara. c. Mempertahankan Pancasila agar tetap lestari. d. Menolak segala bentuk ideologi, paham, ajaran yang bertentangan dengan makna substantive dari Pancasila. e. Menetapkan Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. f. Kesetiaan terhadap bangsa dan negara.

Menurut Riadi, dan Dewi (2021), Ideologi Pancasila sebagai ideologi terbuka telah melalui perjalanan yang amat panjang dalam revolusi di bumi Indonesia khususnya dan dunia pada umumnya. Membuktikan bahwa sebagai sebuah ideologi, Pancasila dapat mengikuti perkembangan zaman. Eksistensi ideologi Pancasila di era revolusi industri 4.0 ini memerlukan penguatan ideologi Pancasila dengan cara *membumikan* ideologi Pancasila di bumi Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI).

Sementara itu, ahli yang lain, seperti Fadilah (2019) melihat dari sudut pandang kaitan penguatan ideologi Pancasila dengan menghadapi revolusi industri 4.0, berpendapat bahwa penguatan ideologi Pancasila dalam menghadapi revolusi industri 4.0 ialah (1) Membumikan Pancasila dalam perkembangan revolusi 4.0. dengan cara, meningkatkan Pemahaman Pancasila, mengurangi eksklusivisme sosial, mengurangi kesenjangan sosial, meningkatkan wawasan Pancasila bagi penyelenggara Negara serta menjadikan Pancasila sebagai keteladanan dalam menghadapi revolusi industri 4.0, (2) Penguatan Pancasila dalam menghadapi revolusi industri 4.0 adalah dengan meningkatkan Sumber daya manusia Indonesia yang unggul sesuai dengan nilai-nilai Pancasila, (3) Mempertahankan eksistensi Pancasila sebagai Ideologi Negara Indonesia.

Patimah at.al. (2021) penanaman dan pembiasaan nilai-nilai pancasila di masyarakat adalah hal yang harus dilaksanakan oleh semua kalangan, khususnya akademisi. Perkembangan zaman menuntut akademisi untuk selalu peka dan peduli terhadap implementasi dari nilai-nilai pancasila di kalangan anggota masyarakat. Klinik pancasila menjadi sebuah solusi dalam penanaman nilai-nilai pancasila, klinik Pancasila dapat dijadikan sebagai wahana bagi semua pihak guna bersama-sama membumikan Pancasila dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara.

Sebelumnya Patimah at.al. (2021) menyatakan bahwa penguatan ideologi pancasila di kalangan mahasiswa dan masyarakat dapat dilakukan dengan berbagai cara. Pertama tingkat pengetahuan dan pemahaman Ideologi Pancasila. Kedua, menunjukkan sikap positif terhadap Pancasila yang dapat ditunjukkan dengan beberapa perilaku.

Jika disederhanakan, maka masing-masing nilai dari lima (5) sila yang dibreakdown ke dalam 45 butir tersebut terlihat seperti dalam bentuk tabel 1:

**Tabel. 1**

**Breakdown 45 Butir Pancasila**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Sila** | **Narasi** | **Butir** |
| 1 | Ketuhanan Yang Maha Esa | 1. Manusia Indonesia percaya dan takwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing menurut dasar kemanusiaan yang adil dan beradab.
2. Mengembangkan sikap hormat menghormati dan bekerjasama antara pemeluk agama serta dengan penganut kepercayaan yang berbeda-beda terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
3. Membina kerukunan hidup di antara sesama umat beragama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.
4. Agama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa adalah masalah yang menyangkut hubungan pribadi manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa.
5. Mengembangkan sikap saling menghormati kebebasan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing.
6. Tidak memaksakan suatu agama dan kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa kepada orang lain.
 |
| 2 | Kemanusiaan yang adil dan beradab | 1. Mengakui dan memperlakukan manusia sesuai dengan harkat dan martabatnya sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa.
2. Mengakui persamaan derajat, persamaan hak, dan kewajiban asasi setiap manusia, tanpa membeda-bedakan suku, keturunan, agama, kepercayaan, jenis kelamin, kedudukan sosial, warna kulit dan sebagainya.
3. Mengembangkan sikap saling mencintai sesama manusia.
4. Mengembangkan sikap saling tenggang rasa dan tepa selira.
5. Mengembangkan sikap tidak semena-mena terhadap orang lain.
6. Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan.
7. Gemar melakukan kegiatan kemanusiaan.
8. Berani membela kebenaran dan keadilan.
9. Bangsa Indonesia merasa dirinya sebagai bagian dari seluruh umat manusia.
10. Mengembangkan sikap hormat menghormati dan bekerjasama dengan bangsa lain.
 |
| 3 | Persatuan Indonesia | 1. Mampu menempatkan persatuan, kesatuan, serta kepentingan dan keselamatan bangsa dan negara sebagai kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi dan golongan.
2. Sanggup dan rela berkorban untuk kepentingan negara dan bangsa apabila diperlukan.
3. Mengembangkan rasa cinta kepada tanah air dan bangsa.
4. Mengembangkan rasa kebanggaan berkebangsaan dan bertanah air Indonesia.
5. Memelihara ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial.
6. Mengembangkan persatuan Indonesia atas dasar Bhinneka Tunggal Ika.
7. Memajukan pergaulan demi persatuan dan kesatuan bangsa.
 |
| 4 | Kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan/ perwakilan | 1. Sebagai warga negara dan warga masyarakat, setiap manusia Indonesia mempunyai kedudukan, hak, dan kewajiban yang sama.
2. Tidak boleh memaksakan kehendak kepada orang lain.
3. Mengutamakan musyawarah dalam mengambil keputusan untuk kepentingan bersama.
4. Musyawarah untuk mencapai mufakat diliputi oleh semangat kekeluargaan.
5. Menghormati dan menjunjung tinggi setiap keputusan yang dicapai sebagai hasil musyawarah.
6. Dengan iktikad baik dan rasa tanggung jawab menerima dan melaksanakan hasil keputusan musyawarah.
7. Di dalam musyawarah diutamakan kepentingan bersama di atas kepentingan pribadi dan golongan.
8. Musyawarah dilakukan dengan akal sehat dan sesuai dengan hati nurani yang luhur.
9. Keputusan yang diambil harus dapat dipertanggungjawabkan secara moral kepada Tuhan Yang Maha Esa, menjunjung tinggi harkat dan martabat manusia, nilai-nilai kebenaran dan keadilan mengutamakan persatuan dan kesatuan demi kepentingan bersama.
10. Memberikan kepercayaan kepada wakil-wakil yang dipercayai untuk melaksanakan pemusyawaratan.
 |
| 5 | Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia | 1. Mengembangkan perbuatan yang luhur, yang mencerminkan sikap dan suasana kekeluargaan dan kegotongroyongan.
2. Mengembangkan sikap adil terhadap sesama.
3. Menjaga keseimbangan antara hak dan kewajiban.
4. Menghormati hak orang lain.
5. Suka memberi pertolongan kepada orang lain agar dapat berdiri sendiri.
6. Tidak menggunakan hak milik untuk usaha-usaha yang bersifat pemerasan terhadap orang lain.
7. Tidak menggunakan hak milik untuk hal-hal yang bersifat pemborosan dan gaya hidup mewah.
8. Tidak menggunakan hak milik untuk bertentangan dengan atau merugikan kepentingan umum.
9. Suka bekerja keras.
10. Suka menghargai hasil karya orang lain yang bermanfaat bagi kemajuan dan kesejahteraan bersama.
11. Suka melakukan kegiatan dalam rangka mewujudkan kemajuan yang merata dan berkeadilan sosial.
 |

**Sumber**: <https://jakarta45.wordpress.com/45-butir-pancasila-2003/>. Diakses tgl 31 Agustus 2022. Jam 11.20 WIB. Tap MPR no I/MPR/2003.

**METODE PENELITIAN**

Tidak jauh berbeda dengan studi yang berkenaan dengan pendekatan penelitian yang bersifat variatif mengikut pendapat yang dikemukakan oleh para pakar. Hal yang sama juga berlaku pada metode. Artinya, terdapat juga sifat variatif atau keaneka ragaman pendapat para pakar berkenaan dengan metode penelitian. Minimal terdapat dua kelompok besar tentang metode penelitian, yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif (Cresswell, 2014). Dalam konteks kajian ini, yaitu kajian yang berkenaan dengan Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19, metode yang dipergunakan ialah metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif dipergunakan disebabkan karena data ataupun informasi yang akan dikaji berkenaan pesan dan makna ataupun yang dimaksudkan oleh pesan yang terdapat pada program yang didiseminasikan oleh media penyiaran, serta bukan tentang kuantitas atau seberapa banyak pesan ataupun kandungan pesan yang didiseminasikan oleh masing-masing program media penyiaran di era pandemic covid-19 di daerahnya.

Dalam konteks kajian ini, yakni kajian yang berkenaan dengan seputar Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19, teknik yang dipergunakan dalam rangka memperoleh data yang berkenaan dengan tujuan penelitian ialah teknik observasi sederhana dengan cara menonton program yang ditayangkan oleh media penyiaran televise nasional. Dan dokumen dengan cara mengumpulkan dan menganalisa informasi ataupun data yang berkenaan dengan Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila di era pandemic covid-19 yang diperoleh melalui media online. Serta wawancara dengan informan yang dinyatakan mempunyai kompetensi dibidang media penyiaran pada umumnya dan Peran media penyiaran dalam memperkuat ideologi Negara Pancasila pada khususnya.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

1. Program siaran lembaga penyiaran televisi nasional di Indonesia

Merujuk kepada data yang dipublis oleh Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) berdasarkan hasil riset (penelitian) tentang kualitas program siaran televisi di Indonesia yang dilakukan dengan cara bekerjasama dengan 12 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) se Indonesia, khususnya pada tahun 2022, bahwa di Indonesia terdapat 16 televisi yang bersiaran secara nasional.

Televisi nasional yang dimaksudkan tersebut adalah TVRI, RCTI, SCTV, TVOne, Indosiar, ANTV, Metro TV, TransTV, Trans7, GTV, MNCTV, KompasTV, iNews, NetTV, CNN Indonesia dan RTV. Masing-masing televisi nasional tersebut mendiseminasikan berbagai macam program dengan gendre dan karakteristik serta terminologi ataupun sebutannya masing-masing, seperti dapat dipahami melalui table 2 berikut:

**Tabel 2.**

**Gendre program siaran televisi nasional Indonesia pada masa Pandemi Covid-19**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Stasiun TV** | **Program Acara** | **Keterangan** |
| 01 | TVRISumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_TVRI>. Diakses, tgl 27.09.2022. Jam 10.49. WIB | Anak-anak | Anak Indonesia |
| Ayo Ke Museum |
| Buah Hatiku Sayang |
| [Mademoiselle Zazie](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Mademoiselle_Zazie&action=edit&redlink=1) [[en](https://en.wikipedia.org/wiki/Mademoiselle_Zazie)] |
| Mari Meggambar |
| Paula & Friends |
| Berita | Dunia dalam berita |
| Info terkini |
| Klik Indonesia (Pagi, siang, petang dan Malam) |
| Gelar wicara berita | Forum fristian |
| Indonesia Bicara |
| Marcell Bicara Hukum |
| Majalah Berita | Inspirasi Tani |
| Jelajah negeri |
| Lekon tani |
| Laporan Internasional |
| [Night On The Street](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Night_On_The_Street&action=edit&redlink=1) |
| Reportase Weekend (impor dari [VOA Indonesia](https://id.wikipedia.org/wiki/Voice_of_America_Indonesia)) |
| Saba desa |
| [Sketsa Netizen](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Sketsa_Netizen&action=edit&redlink=1) |
| Tapal batas |
| Teknotani |
| Topik sepekan |
| Dokumenter | Bangga buatan Indonesia |
| [Discover Channel](https://id.wikipedia.org/wiki/Discovery_Channel_%28blok_pemrograman_TV_Indonesia%29) |
| Inspirasi Indonesia |
| Jejak langkah |
| Jendela dunia |
| Paten |
| Pesona Indonesia |
| Rumah pada masanya |
| Drama | Orang kantoran |
| [Guest House: Losmen Reborn](https://id.wikipedia.org/wiki/Guest_House%3A_Losmen_Reborn) |
| Gelar Wicara | Bersama perempuan |
| Halo dokter |
| Kongkow on the air |
| Sobat milenial |
| Komedi | Canda of the day |
| Komedi bikin happy |
| PT Bule |
| Musik | Bakat orang muda |
| Bunga khatulistiwa |
| Flash back |
| D’Teras |
| Musik Indonesia (Kenangan masa, Jazz corner, Keroncong lestari, Irama gambus |
| Rumah musik Indonesia |
| Acara Permainan | 5X5 |
| Olah Raga; Artikel Utama: TVRI Sport | iYoga |
| Olahraga Tradisional |
| Oto Screen |
| Rumah Bulutangkis |
| Spirit |
| TVRI Sport (Pagi dan Malam) |
| Coppa Italia |
| Supercopa Italia |
| Hobi dan Gaya Hidup | Dapur Devina |
| Religi | Jejak Islam |
| Kajian Islam |
| Mimbar Agama (Katolik, Kristen, Hindu, Buddha dan Konghucu) |
| Serambi Islam |
| Ramadhan | Jelang Beduk |
| Jelang Sahur |
| Muhasabah |
| 02 | RCTISumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_RCTI>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 14.14. WIB | Layar Drama | Tukang ojek pengkolan |
| Dunia terbalik |
| Cinta Alesha |
| Premen pensiun |
| Ikatan cinta |
| Amanah wali |
| Berita | Delik |
| Sergap  |
| Seputar iNews (sebelumnya seputar Indonesia); Seputar iNews pagi, siang, sekilas iNews, breaking iNews, seputar iNews daerah |
| Acara pencarian bakat | Hafiz Indonesia |
| Idola cilik |
| Indonesian idol |
| Indonesian Idol Junior (mutasi dari MNCTV) |
| Indonesia's Got Talent (mutasi dari Indosiar dan SCTV) |
| Junior MasterChef Indonesia |
| Master chef Indonesia |
| Miss Indonesia |
| The Indonesian next big star |
| X Factor Indonesia |
| Animasi | Bima-S |
| Doraemon |
| Kiko (bersama MNCTV) |
| Infotainment | Go spot |
| Silet |
| Barista |
| Film | Box Office Movie (Indonesia dan Platinum) |
| Film keluarga |
| Saturday Movie Special |
| Sunday Movie Special |
| Religi | Assalamu’alaikum ustaz |
| Mukjizat Itu Nyata |
| Penyegaran rohani |
| Acara realitas | Hati sang bidadari |
| Bapau Asli Indonesia |
| Acara varietas | Dahsyatnya 2022 |
| Majalah berita | Tranding banget loh |
| Hobi dan gaya hidup | Rudy & sahabat |
| Acara permainan | The Singing Bee Indonesia |
| Acara penghargaan | Anugerah music Indonesia |
| Dahsyatnya Awards |
| Indonesian Drama Series Awards |
| Indonesian movie actors Awards |
| Indonesian Music Awards (bekerjasama dengan LangitMusik) |
| Indonesian Television Awards (bersama GTV) |
| Silet awards |
| TikTok Awards Indonesia (bekerjasama dengan TikTok) |
| Acara special | I Love RCTI (konser musik bulanan) |
| Mega konser |
| Olahraga dan hak siar (sebagai RCTI Sports) | Lisensi dari Champions TV, IEG, Nex Parabola dan Vidio (mulai 2020) |
| SEA Games 2021 (bersama MNCTV, GTV, iNews, dan web-app RCTI+) |
| AFC (hanya menayangkan tim nasional dan perwakilan klub dari Indonesia, bersama MNCTV, iNews, dan web-app RCTI+) |
| Pertarungan tinju perwakilan dari Indonesia seperti Daud Yordan, Ongen Saknosiwi, dan lainnya (bersama iNews dan web-app Vision+ serta RCTI+) |
| Lisensi dari beIN Sports |
| Lisensi dari SPOTV |
| 03 | SCTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_SCTV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 16.59. WIB. | Berita | Buser |
| Liputan 6 |
| Berita Daerah (untuk pemirsa di luar Jabodetabek dan Banten) |
| Keagamaan | Barakallah |
| Solusi |
| 30 Hari 30 Juz (selama bulan Ramadan) |
| Mutiara Hati (selama bulan Ramadan) |
| Mengetuk Pintu Hati (selama bulan Ramadan) |
| Infotainmen | Bestie |
| Halo selebriti |
| Hot shot |
| Status Selebritis |
| Film televisi (FTV) | Sinema malam |
| Sinema dini hari |
| FTV Pagi Spesial |
| FTV pagi |
| FTV siang |
| FTV Primetime |
| TV Movie (musiman) |
| Serial televisi | Love Story the Series |
| Cinta 2 pilihan |
| Cinta setelah cinta |
| Takdir Cinta yang Kupilih |
| Gelar wicara | Point of View |
| Musik | Inbox |
| Karnaval SCTV |
| Hobi dan gaya hidup | Indonesian Simple |
| Olahraga | Lisensi dari Vidio, Champions TV dan Nex Parabola |
| Lisensi dari Mola  |
| Acara penghargaan | SCTV Awards |
| Liputan 6 Awards |
| Infotainment Awards |
| SCTV Music Awards |
| Kontes kecantikan | Puteri Indonesia (2007, 2019—sekarang) |
| 04 | TVOneSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_tvOne>. Diakses, tgl 27.09.2022. Jam 10.39. WIB | NewsOne | Kabar TVOne (Breaking News tvOne, Kabar Pagi, Kabar Arena, Sidik Jari, Kabar Siang, Kabar Pasar, Ragam Perkara, Kabar Petang Pilihan, Kabar Petang, Kabar Utama (tayang bervariasi), Kabar hari ini, Kabar dunia, dan Kabar terkini. |
| Apa Kabar Indonesia (Apa Kabar Indonesia Pagi, dan Apa Kabar Indonesia Malam |
| RealityOne | Cover Story One |
| Menyingkap Tabir |
| Manusia Nusantara |
| Telusur |
| Fakta |
| ReligiOne | Damai Indonesiaku |
| Rumah Mamah Dedeh |
| Ngopi (Ngobrol Perihal Iman) |
| InfoOne | Indonesia Plus |
| Spotakuler |
| Spektakuler |
| TalkshowOne | Coffee Break |
| Dua Sisi |
| E-Talkshow |
| Indonesia Business Forum |
| Hidup Sehat |
| Perempuan Bicara |
| Catatan Demokrasi |
| SportOne | Best World Boxing |
| Foodball Vaganza |
| Live World Boxing |
| One Prix |
| FilmOne | Film Spesial |
| Siaran Lokal | DocumentaryOne |
| Damai Indonesiaku Daerah |
| Kabar Sumatra (khusus wilayah Sumatra Utara) |
| Belanja Rumah | Relai tayangan AB Shop |
| 05 | MNCTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_MNCTV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 16.53. WIB. | Animasi | Kiko (tayangan ulang, bersama RCTI) |
| Shaun the Sheep (sebelumnya di RTV) |
| Upin & Ipin |
| Zak Storm (tayangan ulang, bersama GTV) |
| Alvin and the Chipmunks |
| Mechamato |
| Film | Blockbuster |
| Berita | Lintas iNews (Pagi, siang, malam dan daerah). |
| Infotainment | Seleb On News |
| Mom & Kids |
| Pencarian bakat | I Can See Your Voice Indonesia |
| Kontes dangdut Indonesia |
| Rising Star Dangdut |
| Religi | Bimbingan rohani (Kristen dan Katolik, Hindi, Buddha) |
| Cahaya Ramadan (hanya selama bulan Ramadan) |
| Siraman Qolbu bersama Mamah Dedeh |
| Mamah Dedeh: Tanya Mamah Yuk |
| Rahasia Batin bersama Ustadz Dhanu |
| Sinetron | Petualangan Aladin & Si Lahab |
| Putri Duyung dan 1001 Keajaiban (tayangan ulang) |
| Dendam sampai mati |
| Suparman Reborn (tayangan ulang) |
| Acara realitas | Uang Kaget Lagi (sebelumnya ditayangkan di RCTI dan GTV) |
| Bedah Rumah Lagi (sebelumnya ditayangkan di RCTI dan GTV) |
| Uang kaget lagi untuk semua |
| Hobi dan gaya hidup | Simple Rudy |
| Dapur gebor |
| Acara permainan | Family 100 (sebelumnya ditayangkan di antv, Indosiar, TV7, tvOne, dan GTV) |
| Program spesial | Kilau Raya (ulang tahun MNCTV) |
| Road to Kilau Raya (konser musik bulanan) |
| Mom & Kids awards |
| Anugerah Dangdut Indonesia |
| Ambyar awards |
| Olah raga | Pesta Olahraga Asia Tenggara (2019 dan 2021, bersama RCTI, GTV, iNews, dan web-app RCTI+) |
| FFI (musim 2015 hingga sekarang) |
| AFC (hanya menayangkan tim nasional dan perwakilan klub, bersama RCTI, GTV, iNews, dan web-app RCTI+) |
| AFF (musim 2015 hingga sekarang) |
| Piala Gubernur (Jawa Timur (2013 hingga sekarang, pada tahun 2013 diproduksi oleh RCTI (juga tayang bersama), lalu pada 2020 ditayangkan dan diproduksi secara eksklusif) dan Kalimantan Timur (hanya 2018) |
| BWF (2022-2025, Bersama iNews) |
| Lisensi dari beIN Sports |
| Lisensi Dari Mola  |
| 06 | MetroTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_MetroTV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 11.15 WIB. | Berita | Headline news |
| Breaking news |
| Metro pagi primetime (Morning update dan weather |
| Editorial Media Indonesia mulai tanggal 1 Maret 2022 berubah jam tayang menjadi pukul 07:05 WIB tayang setiap Senin-Sabtu |
| Selamat Pagi Indonesia mulai tanggal 1 Maret, berubah jam tayang menjadi pukul 08:30 WIB, mulai tanggal 1 September 2021 tayang setiap Senin-Jumat |
| Metro Xin Wen |
| Metro siang (Sport Corner, dunia terkini, Fact Check, At large, Metropedia dan Cerita Internasional) |
| Newsline |
| Zona bisnis |
| Metro hari ini |
| Primetime News (Prime Soundbite, Prime video, Prime & Viral) |
| Top News (Top of the top, top of the week, top fictures, top fictures of the week)  |
| Metro malam (Hot issue media Indonesia) |
| Metro this week |
| President's Corner (bersama BNTV) |
| World News setiap Senin-Jum'at jam 00:05 WIB (bersama Metro Globe Network) |
| Sisi Metropolitan tayang mulai Senin, 1 November 2021 mulai pukul 15:30 WIB setiap Senin - Jum'at |
| Live event |
| Features | Taste Hunter |
| Talkshow dan Current Affairs | Indonesia town hall |
| Kick Andy (bersama Metro Globe Network) |
| Metro iCare |
| Unlock with Billy Boen |
| Hot Room |
| Susi cek ombak |
| Go Healthy |
| Do it |
| 15 Minutes (bersama Metro Globe Network) |
| Khazanah Islam |
| Sirah nabawiyah |
| Dakwah On The Spot tayang setiap Minggu pukul 04:00 WIB |
| Memahami Islam bersama Muhammad Quraish Shihab setiap Sabtu mulai pukul 14:05 WIB |
| Showbiz mulai tayang tanggal 4 September 2021, setiap Sabtu dan Minggu mulai pukul 08:05 WIB |
| Kontroversi tayang mulai Kamis, 7 Oktober 2021 mulai pukul 22:05 WIB setiap hari Kamis |
| Tanya dr. Richard tayang mulai Minggu, 31 Oktober 2021 mulai pukul 15:30 WIB setiap hari Minggu |
| Juragan Jaman Now tayang mulai Sabtu, 12 Februari 2022 mulai pukul 19:05 WIB setiap hari Sabtu |
| Gaspoll bersama Ustadz Das'ad Latif tayang mulai Sabtu, 5 Maret 2022 mulai pukul 22:05 WIB setiap hari Sabtu |
| Super Women tayang mulai pukul 22:05 WIB setiap hari Kamis di pekan ketiga |
| Dokumenter | Melawan Lupa (bersama Magna Channel) |
| Journey (bersama Metro Globe Network) |
| Melihat Indonesia |
| Realitas |
| Face 2 face |
| Newsline untuk Indonesia tayang mulai Jumat, 4 Juni 2021 setiap Jumat pukul 14:30 WIB (bersama Magna Channel, hanya untuk Indonesia saja) |
| The Legend yang mulai tayang pada Sabtu, 5 Juni 2021 setiap Sabtu pukul 19:30 WIB, Mulai tanggal 10 September 2021 tayang setiap hari Jumat mulai pukul 22:05 WIB (bersama Magna Channel) |
| Authentic Indonesia (bersama Metro Globe Network) |
| Olah raga | Metro sport |
| Soccer Time |
| Infomercial | Agung sedayu group |
| Wonderful Living |
| Livinvest |
| 07 | IndosiarSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_Indosiar>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 16.58. WIB | Berita | Fokus (Pagi, siang, malam, update dan kasus) |
| Patroli (Siang dan malam) |
| Berita daerah |
| Infotainment | Hot kiss |
| Best kiss |
| Kiss pagi |
| FTV | Kisah nyata |
| Pintu berkah |
| Suara hati isteri |
| Sinetron & Miniseri | Panggilan |
| Ajang pencarian bakat | Akademi sahur Indonesia |
| Bintang Pantura |
| D’Academy |
| Festival Ramadan |
| Liga Dangdut Indonesia |
| Pop academy |
| Komedi | Just For Laughs Gags |
| Acara varietas | Semangat Bhayangkara |
| Semarak Indosiar |
| Acara permainan | Kuis Jebreeet Indosiar (hanya menjelang dan selama HUT Indosiar) |
| Olah raga | Lisensi dari Telkom Indonesia (mulai 2017), MNC Media dan Kompas Gramedia (mulai 2020) |
| Lisensi dari Vidio, Champions TV dan Nex Parabola |
| 08 | Global TVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_GTV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 15.45. WIB | Film | Big movies |
| SpongeBob SquarePants (lisensi dari Nickelodeon, sebelumnya ditayangkan di Lativi) |
| Zak Storm (tayangan ulang, bersama MNCTV) |
| Animasi | e-Sport |
| Berita | Zak Storm (tayangan ulang, bersama MNCTV); Pagi, siang malam dan kilas iNews. |
| Infotainment | Obsesi |
| Keagamaan | Islam; Rindu Suara Adzan (hanya tayang selama bulan Ramadan) |
| Kristen; SuperYouth |
| Amazing drama | Mantan IPA & IPS |
| Anak Jalanan: A New Beginning |
| Pencarian bakat | The Voice Indonesia (mulai musim ketiga pada 2018-sekarang, sebelumnya ditayangkan di RCTI (musim kedua) dan Indosiar (musim pertama) |
| The Voice Kids Indonesia |
| Syair ramadan ((hanya tayang selama bulan Ramadan) |
| Majalah berita | Kisal Viral |
| Viral Check |
| Dokumenter drama | Kismis #Iiihhhseremmm |
| Belanja murah | M Shop |
| Acara permainan | Super Deal Indonesia |
| Program spesial | Amazing Comedy (konser musik dan komedi bulanan) |
| Amazing Concert (konser musik bulanan) |
| Amazing Magician (konser sulap dan musik bulanan) |
| Amazing (ulang tahun GTV) |
| Konser GTV Love (konser musik bulanan) |
| Indonesian Comedy Awards |
| Indonesian eSports Awards |
| Indonesian Television Awards (2021-sekarang, bersama RCTI) |
| Lotte Beasiswa Juara (kuis cerdas cermat tahunan) |
| Obsesi Awards |
| Video Content Creator Awards |
| 09 | TransTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_Trans_TV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 13.10 WIB. | Berita | Sebagai CNN Indonesia |
| Artikel Utama (CNN Indonesia) | CNN Indonesia Good morning  |
| CNN Indonesia News update |
| CNN Indonesia Tech news (ditayangkan di jam berbeda) |
| CNN Indonesia Connected (ditayangkan di jam berbeda) |
| Infotainment (sebagai insert) | Insert pagi |
| Insert siang |
| Insert today |
| Insert story |
| Insert investigasi |
| Film | Bioskop Trans TV (Bioskop Trans TV Spesial, Bioskop Trans TV Premiere, Film Indonesia spesial setiap bulan Agustus, sinema spesial, sinema spesial keluarga, sinema spesial liburan setiap liburan sekolah maupun liburan nasional) |
| Hobi dan gaya hidup | Bikin laper |
| Celebrity on Vacation |
| Dokter Traveler |
| Holaraga |
| Home Sweet Home |
| Ibu pintar |
| King of the Jungle |
| Kuali barbar |
| Masak masak |
| My Trip My Adventure |
| Tanah air beta |
| Majalah berita | Dunia Punya Cerita |
| I-Pedia |
| Acara realitas | Boys Don't Cry |
| Cerita di Balik Hijab |
| CLBK |
| Diary The Onsu |
| Keluarga sonfai |
| RinDu |
| Gelar wicara | Brownis |
| Heart to heart |
| Pagi-pagi ambyar |
| Rumpi (No secret) |
| Sweet daddy |
| Acara varietas | Ketawa itu berkah |
| Keagamaan | Islam itu indah |
| Acara permainan | Dream box Indonesia |
| Siapa mau jadi juara |
| Musik | Top chart |
| Komedi situasi | Semua cinta butuh duit |
| Acara spesial | HUT Trans Media (acara tahunan bersama Trans7, CNN Indonesia, dan CNBC Indonesia) |
| HUT Insert |
| Insert fashion awards |
| Grammy awards  |
| Konser Korean wave |
| 10 | Trans7<https://www.trans7.co.id/programs>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 13.20 WIB. | Berita | CNN Indonesia Hapening Now |
| Fact or fake |
| Redaksi CNN Indonesia siang |
| Redaksi CNN Indonesia siang special |
| Redaksi malam |
| Redaksi pagi |
| Reality show | Ada show |
| Dewan curhat |
| Diary Nay |
| Spesial program | Cuan boss |
| Anak sekolah |
| D’Cape |
| Adventure | Amazing trip |
| Detektif rasa |
| Hijab traveling |
| Jejak petualang weekend |
| Mancing mania |
| Petualangan liar |
| Children education & Entertain | Anak sultan |
| Animaniax |
| Bocah petualang |
| Gogobus |
| Juru masak cilik |
| LooLoo kids |
| Komedi | Bang bung |
| Cemplang cemplung |
| Konco ngakak |
| Oesman 77 |
| Opera Van java |
| Sahur segerr |
| Dokudrama | Kisah nyata |
| Dokumentary | Berbutu |
| Indonesiaku |
| Jejak anak negeri |
| Jejak petualang |
| Jejak sigundul |
| Rekonstruksi |
| Drama | FTV |
| FTV Didi kempot |
| Keluarga receh |
| Movievaganza |
| Ojol story |
| Rahasia Tuhan |
| Family | Bocah ngapak ya |
| Keluarga Uya |
| Modern moms |
| TV Magazine | CNN Indonesia good way |
| CNN Indonesia Showbiz news |
| Cooking in paradise |
| Talkshow | D’Ideas |
| Hitam putih |
| Ini baru empat mata |
| Religious | Do’a mustajab |
| Hikmah |
| Kisah para nabi (Nabi Muhammad, Nabi Musa, Nabi Sulaiman dan Nabi Yusuf) |
| Infotainment | Heits abis |
| Vaiety show | ILK |
| 11 | Kompas TVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_Kompas_TV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 10.54 WIB | Berita | Kompas (Pagi, siang, petang, malam, update dan sahur selama ramadhan) |
| Kilas Kompas |
| Kompas sepekan |
| Sapa Indonesia (Pagi, Pagi akhir pekan, siang, sore dan malam) |
| Breaking news |
| Laporan khusus |
| Berita utama |
| Pop news |
| Gelar perkara |
| Indonesia update |
| Berita lokal |
| Olah raga | Friendly Match |
| Kompas sport (Pagi, on the weekend dan malam) |
| Paial DFB |
| Acara realitas dan investigasi | Berkas Kompas |
| Bedah peristiwa |
| Aiman |
| Target |
| Majalah berita | News or Hoax |
| Dokumenter | Cerita militer |
| Explore Indonesia (Tayangan ulang) |
| Gelar wicara | Sapa Indonesia (Sapa daerah dan sehat di tengah pandemic) |
| Satu meja the forum |
| Ayo sehat |
| Bincang kita |
| Zona inspirasi |
| Rosi |
| Belanja Rumah | M Shop (bersama RCTI, MNCTV, GTV, iNews dan Jak TV) |
| Komedi | Stand Up Comedy Indonesia |
| Just for Laughs Gags (sebelumnya di RCTI, MNCTV, Indosiar, MetroTV dan Magna Channel) |
| Religi | Jejak Rasul (hanya tayang saat bulan Ramadan) |
| Kalam hati |
| Sahur Time (hanya tayang saat bulan Ramadan) |
| Kurma (Kuliah Ramadan) (jelang berbuka) |
| Hobi dan gaya hidup | Click (lisensi dari BBC News) |
| Cooking is fun |
| Food story |
| Jalan-jalan |
| Weekend yuk (Tayangan ulang) |
| Musik | Pesta Rakyat Simpedes (Konser Musik Bulanan) |
| 12 | INewsSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_iNews>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 16.03. WIB | Berita | iNews acara televisi (Pagi, siang, sore, malam, room, prime dan terkini) |
| Realita |
| Berita lokal |
| Majalah berita | Top files |
| Top Files on the Weekend |
| Top Hi-Lite |
| Bizz update |
| The Untold Story |
| Asal muasal |
| Di Luar Nalar (mutasi dari [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI)) |
| Monitor |
| Gelar wicara | Hotman Paris show |
| Ngobrol Bareng Gus Miftah |
| Speak After Lunch |
| Morning update |
| iBreak (hanya tersedia diluar Jabodetabek dan Banten) |
| Infotainment | Intens Reborn |
| iSeleb |
| Star up |
| [Silet](https://id.wikipedia.org/wiki/Silet_%28acara_televisi%29) (tayangan ulang, bersama [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI)) |
| Acara realitas | Modus |
| Indonesia Border |
| GPS |
| Police Story |
| Hobi dan gaya hidup | Nge-Meal (mutasi dari [GTV](https://id.wikipedia.org/wiki/GTV_%28Indonesia%29)) |
| Pedes endeus |
| Hiburan | [ReYunian](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=ReYunian&action=edit&redlink=1) |
| Olah raga | [Bola Voli Proliga](https://id.wikipedia.org/wiki/Proliga) (2017 hingga sekarang) (mulai 2020 tayang bersama web-app [RCTI+](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI%2B), pindah ke [O Channel](https://id.wikipedia.org/wiki/O_Channel) dan [Vidio](https://id.wikipedia.org/wiki/Vidio) mulai tahun 2022) |
| [Pesta Olahraga Asia Tenggara](https://id.wikipedia.org/wiki/Pesta_Olahraga_Asia_Tenggara) ([2019](https://id.wikipedia.org/wiki/Pesta_Olahraga_Asia_Tenggara_2019) dan [2021](https://id.wikipedia.org/wiki/Pesta_Olahraga_Asia_Tenggara_2021), bersama [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI), [MNCTV](https://id.wikipedia.org/wiki/MNCTV), [GTV](https://id.wikipedia.org/wiki/GTV_%28Indonesia%29), web-app [RCTI+](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI%2B), dan [TVRI](https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi_Republik_Indonesia)) |
| [AFC](https://id.wikipedia.org/wiki/Konfederasi_Sepak_Bola_Asia) (hingga 2024, bersama [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI), [MNCTV](https://id.wikipedia.org/wiki/MNCTV), dan web-app [RCTI+](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI%2B)) |
| Lisensi dari [Champions TV](https://id.wikipedia.org/wiki/Champions_TV), [IEG](https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia_Entertainment_Group), [Nex Parabola](https://id.wikipedia.org/wiki/Nex_Parabola) dan [Vidio](https://id.wikipedia.org/wiki/Vidio) (mulai 2020) |
| [ONE Championship](https://id.wikipedia.org/wiki/ONE_Championship) (siaran langsung dan tunda pada 2015-2017, kembali tayang hanya untuk siaran ulang pada 2020-sekarang) (siaran langsung dan tunda bersama [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI) (2015-17), [SCTV](https://id.wikipedia.org/wiki/SCTV) (hanya siaran tunda 2018-2022), [Vidio](https://id.wikipedia.org/wiki/Vidio) (2018-sekarang), [Netverse](https://id.wikipedia.org/wiki/Netverse) (2022-sekarang) dan [NET.](https://id.wikipedia.org/wiki/NET.) (hanya siaran tunda 2022-sekarang) serta siaran ulang (mulai 2020) bersama [GTV](https://id.wikipedia.org/wiki/GTV_%28Indonesia%29)) |
| Pertarungan tinju perwakilan dari Indonesia seperti [Daud Yordan](https://id.wikipedia.org/wiki/Daud_Yordan), [Ongen Saknosiwi](https://id.wikipedia.org/wiki/Ongen_Saknosiwi), dan lainnya (bersama [RCTI](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI) dan web-app [RCTI+](https://id.wikipedia.org/wiki/RCTI%2B)) |
| Lisensi dari [beIN Sports](https://id.wikipedia.org/wiki/BeIN_Sports) |
| Lisensi dari [SPOTV](https://id.wikipedia.org/wiki/SPOTV) (mulai 2022)  |
| Religi | Islam: Cahaya hati Indonesia |
| Kristen; Worship from home |
| 13 | NetTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_NET>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 13.10 WIB. | Berita | Fakta+62 |
| Jatanras |
| Infotainment | Hunting |
| Gelar wicara | Talkpod (hanya tayang di YouTube dan Netverse) |
| Tonight show (Tonight Show Premiere (hanya tayang di YouTube dan Netverse) |
| Majalah berita | Biar Viral |
| Di balik mitos |
| TikTok wow |
| Top spot |
| Hobi dan gaya hidup | Makan enak |
| Masak ini masak itu (Segera) |
| Musik | Musikpedia (segera) |
| Zona music |
| Film | NET. Sinema |
| Acara realitas | 86 |
| Siap bos!!! |
| Komedi | Tawa tawa santai (tayangan ulang) |
| Anak-anak | Catatan si bocil |
| Religi | Menjemput berkah |
| Lantunan Doa Anak (hanya tayang saat bulan Ramadan) |
| Olahraga. Artikel utama: Net. Sport | Lisensi dari Fight Sports (International boxing |
| ONE Championship (hanya siaran tunda, siaran langsung di Netverse, siaran ulang di Moji dan iNews, sebelumnya ditayangkan di RCTI dan SCTV) |
| Animasi/Anime/Kartun | Bite Choircar |
| Cells at work |
| Detective Conan (sebelumnya ditayangkan di Indosiar) |
| Hello Jadoo (lisensi dari Tooniverse, sebelumnya ditayangkan di SCTV) |
| Shinbi's House (lisensi dari Tooniverse) |
| Drama Korea (NET. Asia/NET. Drakor Platinum/NET. Drakor Saranghae) |  |
| Drama Turki (NET. Turkish) | Hercai |
| Kurulus Osman |
| Yemin |
| Drama Barat | Elementary (season 2) |
| Program spesial | American Music Awards |
| Billboard Music Awards |
| 14 | CNN IndonesiaSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/CNN_Indonesia>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 17.08. WIB. | Program berita | CNN Indonesia Breaking News |
| CNN Indonesia Update (jarang ditayangkan) |
| CNN Indonesia New Day |
| Sanggraloka |
| CNN Indonesia Today |
| World now |
| CNN Indonesia News Report |
| CNN Indonesia live |
| CNN Indonesia Newsroom |
| CNN Indonesia Newscast |
| The world tonight |
| Good Morning (bersama Trans TV) |
| CNN Indonesia News Update (bersama Trans TV) |
| CNN Indonesia Tech News (ditayangkan ulang pukul 01.30 WIB) Bersama Trans TV |
| CNN Indonesia Connected (ditayangkan ulang pukul 01.30 WIB) Bersama Trans TV |
| Redaksi Pagi (Bersama Trans 7) |
| Redaksi (Bersama Trans 7) |
| Redaksi Malam (Bersama Trans 7) |
| Program majalah berita | Berbuat baik |
| Program gelar wicara | Insight with Desi Anwar |
| Political Show (ditayangkan selama Pemilu 2024) |
| The Politican (ditayangkan selama Pemilu 2024) |
| Program documenter | Inside Indonesia |
| CNN Indonesia Heroes |
| Program spesial | Special interview |
| Special program |
| Indonesia forward |
| HUT Trans Media (acara tahunan bersama Trans TV, Trans7, dan CNBC Indonesia) |
| HUT CNN Indonesia (acara tahunan) |
| 15 | RTVSumber: <https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_acara_RTV>. Diakses tgl 27.09.2022. Jam 17.05. WIB | Berita dan gelar wicara | 10-2: Lihat, Lapor, Lacak |
| Catatan seputar investigasi |
| Lensa Indonesia (Pagi, siang, update dan malam) |
| Maestro Indonesia |
| Michael Tjandra Luar Biasa |
| Turn Back Crime |
| Lunite |
| Animasi |  |
| Tokusatsu | Power Rangers Samurai (sebelumnya ditayangkan di Indosiar) |
| Power Rangers Super Samurai (sebelumnya ditayangkan di Indosiar) (segera) |
| Power Rangers Super Dino Charge (sebelumnya ditayangkan di Indosiar) |
| Ultraman Trigger: New Generation Tiga |
| Sinetron, FTV dan Film | Mega keluarga |
| Mega Indonesia |
| Mega klasik Indonesia |
| Drama keluarga |
| Layar lebar Indonesia |
| Serial drama [Mandarin](https://id.wikipedia.org/wiki/Mandarin) | Journey to the West 2011 (Perjalanan Kera Sakti) |
| The Legend of Chinese Zodiac (Pendekar 12 Rasi Bintang) |
| Novoland: The Eagle Flag |
| Komedi | Komedi Puter Warga Wara Wiri |
| Canda empire |
| Hiburan dan realitas | Caca Marica |
| Fear Factor (sebelumnya disiarkan di Trans TV, RCTI & Trans7) |
| FYI |
| Master show |
| Serba unik |
| Unik enak |
| Dinasti Tambun |
| Luna main mata |
| Cetar (Cerita Rasa Artis) |
| Olah raga | Strongman Champions League |
| Monster Knockout |
| Permainan | Fear Factor |
| Majalah | Locker Room |
| Sportivi |
| Rohani | Islam |
| Dokumenter dan pendidikan | Satwa mania |
| Around the World |
| Color of Indonesia |
| Belajar di rumah aja |
| Semangat hidup |
| Spesial | Ulang Tahun RTV (Sahabat Tayo (2019), RTV 5 Makin Cakep: Hey Tayo (2019), RTV 6 Cakepan Dirumah (2020) dan RTV 7Agoan Kemenangan Negeri Rajawali (2021) |
|  |  |  |  |

**Sumber**: Oktober. 2022. Hasil penelitian yang diolah dari berbagai sumber, khususnya dari

 web masing-masing lembaga penyiaran televisi nasional.

Merujuk kepada hasil kajian yang dilakukan oleh lembaga negara Independen dibidang penyiaran, yakni Komisi Penyiaran Indonesia Pusat/KPIP (Undang-undang Penyiaran No. 32 tahun 2002) dan didukung oleh *scholar* (sarjana) yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI) dan 12 Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Indonesia, yaitu Universitas Sumatera Utara (USU) Medan, Universitas Andalas (Unand) Padang Sumatera Barat, Universitas Pembanguan Nasional “Veteran” (UPNV) Jakarta, Universitas Padjajaran (Unpad) Bandung Jawa Barat, Universitas Diponegoro (Undip) Semarang Jawa Tengah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN) Jogya, Universitas Negeri Surabaya (Unesa) Jawa Timur, Universitas Udayana (Unud) Bali, Universitas Tanjungpura (Untan) Pontianak Kalimantan Barat, Universitas Lambung Mangkurat (Unlam) Banjarmasin Kalimantan Selatan dan Universitas Hasanuddin (Unhas) Makasar Sulawesi Selatan serta Universitas Pattimura (Unpati) Ambon Maluku, KPIP mengklasifikasikan berbagai program yang didiseminasikan ataupun dipancarluaskan oleh media penyiaran televisi nasional ke dalam 8 (delapan) gendre program, seperti yang dapat dipahami melalui tabel 3.

Tabel. 3

Nama Program di Televisi Nasional Indonesia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Nama Program** | **Keterangan** |
| 01 | Berita (News) | Program siaran faktual yang menayangkan informasi tentang berbagai aspek kehidupan seperti ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya, HAM, pendidikan, hukum, dan pertahanan. |
| 02 | Talk show | Program siaran dialog yang menayangkan narasumber dan dipandu oleh pembawa acara untuk membahas tema-tema tertentu |
| 03 | Variety show | Program siaran yang menayangkan keragaman isi siaran dalam satu tayangan |
| 04 | Infotainment | Program siaran faktual yang menayangkan informasi yang menghibur tentang kehidupan orang yang dikenal masyarakat seperti selebriti dan publik figur |
| 05 | Sinetron | Program siaran fiksi yang ditayangkan secara bersambung ataupun satu kali tayang dengan mengangkat tema-tema yang berkaitan dengan kehidupan keseharian masyarakat  |
| 06 | Religi | Program siaran yang berisi tentang ajaran serta pesan-pesan keagamaan |
| 07 | Anak-anak | Program siaran yang ditayangkan untuk khalayak penonton anak dengan menampilkan talent dan kehidupan anak |
| 08 | Wisata dan budaya | Program Siaran Wisata dan Budaya adalah Program siaran yang menayangkan informasi tentang wisata, rekreasi, dan keragaman budaya masyarakat |

Sumber: 2022. Hasil Riset KPI Pusat.

Terdapat berbagai ragam *gendre* program siaran yang dipancar luaskan oleh lembaga penyiaran televisi nasional. Program yang beraneka ragam tersebut, baik menurut sudut pandang (perspektif) lembaga penyiaran televisi nasional, maupun menurut versi Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP), jika dipahami secara kritis, maka pada dasarnya terdapat kesamaan antara perspektif lembaga penyiaran televisi nasional yang satu dengan lembaga penyiaran televisi yang lain serta dengan KPIP.

Maknanya, terdapat kesamaan istilah atau penyebutan *gendre* serta kandungan program antara masing-masing lembaga penyiaran televisi nasional, baik yang memiliki izin dengan dengan format izin siaran “*News*” atau berita, seperti antara TVOne dengan MetroTV, iNews, Kompas TV, dan CNN Indonesia. Contoh, berita, program berita, berita dan gelar wicara, artikel utama, serta kabar. Semua sebutan atau istilah yang digunakan oleh media televisi nasional tersebut memuat konten seputar fenomena, kejadian yang terjadi di masyarakat. Maupun antara yang memiliki izin siaran dengan format “Hiburan”, seperti RCTI, TransTV, SCTV, MNCTV, NetTV dan RTV. Contoh, Infotaiment, Majalah berita, Sinetron, dan Serial televisi.

Pointnya adalah, bahwa pada masa pandemic covid-19, lembaga penyiaran televisi nasional di Indonesia mendiseminasikan ataupun menyiarkan berbagai program kepada masyarakat pemirsa.

Program-program yang dimaksudkan tersebut antara lain terdiri dari program Berita atau *News*, Anak-anak, Gelar wicara berita, Majalah berita, Dokumenter, Pendidikan, Drama atau Sinetron, Komedi, Musik, Acara Permainan, Olah Raga atau *Sport*, Hobi dan Gaya Hidup, *Religi* atau Rohani (Keagamaan), *Reality* atau Realitas, Investigasi, Info, Talkshow dan *Current Affairs*, Film atau FTV, Siaran Lokal, Belanja Rumah, Majalah Berita, *Features*, *Infomercial*, *Infotainment*, Animasi/Anime/Kartun, Program Spesial, Acara Pencarian Bakat, Acara Penghargaan, dan Kontes Kecantikan.

1. Peran yang dilakukan oleh media penyiaran televisi nasional guna memperkuat nilai-nilai ideologi Negara Pancasila pada program yang disiarkan di era pandemic covid-19.

Ideologi sebuah negara bangsa dalam perjalan sejarahnya tidak bisa dipisahkan dari dinamika yang terjadi di negara bangsa yang bersangkutan. Artinya, ideologi akan mengalami apa yang disebut dengan “semakin kuat” ataupun “semakin lemah”, jika yang terjadi di negara bangsa yang bersangkutan dinamika ataupun aspek-aspek yang membuat ideologi menjadi kuat dan lemah. Ideologi akan semakin kuat jika setiap pemangku kepentingan (*stakeholder*) memahami secara utuh dan mengimplementasikan ideologi dalam konteks berbangsa dan bernegara. Sebaliknya, akan menjadi lemah, jika *stakeholder* tercerabut ataupun semakin tidak paham dengan makna subtantif, makna sesungguhnya, serta manfaat dari ideology yang dianut.

Untuk itu, sudah menjadi keniscayaan (keharusan) bagi *stakeholder* – setiap pemangku kepentingan – dibidang ideologi sebuah negara bangsa untuk mengambil peran dalam bentuk melakukan berbagai upaya sehingga ideologi negara bangsa tetap kuat dan semakin kokoh eksistensinya di tengah-tengah masyarakat. Salah satu diantara pemangku kepentingan yang mempunyai kewajiban untuk mengambil peran guna melakukan kerja-kerja yang berkenaan dengan seputar memperkuat ideologi negara bangsa adalah lembaga penyiaran. Tepatnya lembaga penyiaran televisi nasional dengan memuat kandungan ataupun *content* yang berkenaan dengan nilai-nilai yang terdapat pada lima (5) sila dari Pancasila yang dibreakdown kepada 45 butir pada program siaran.

Mengingat bahwa lembaga penyiaran televisi nasional sebagai salah satu *stakeholder* yang mempunyai kewajiban atau disebut juga dengan *moral obligation* (tanggungjawab moral) untuk membudayakan ataupun memperkuat ideologi Pancasila dengan lima (5) sila yang dirinci lagi menjadi 45 butir nilai, maka sejatinya lembaga penyiaran dalam setiap *gendre* program yang diseminasikan, mengandung ataupun memasukkan pesan-pesan yang berkenaan dengan seputar nilai-nilai yang terkandung pada ideologi Pancasila.

Artinya, lembaga penyiaran televisi nasional sejatinya (seharusnya) memainkan peran guna memperkuat ideologi Pancasila di era covid-19. Peran yang dilakukan tersebut dapat dipahami melalui terdapat atau tidaknya nilai-nilai yang terkandung pada lima (5) sila dari Pancasila yang dibreakdown menjadi 45 nilai pada *gendre* program siaran televisi nasional. Gendre yang dimaksudkan tersebut, baik *gendre* program News (berita) atau *Entertaince* (hiburan).

Berdasarkan hasil pengamatan terhadap tayang televisi nasional, seperti Trans7, gendre program *Variety show* dengan nama acara FYP (*For Your* Pagi), episiode “Lelaki Sukses”, dengan bintang tamu Varrel Bramasta yang memiliki Rumah seharga 20 Miliar di Sentul, Bogor Jawa Barat. Pencapaian di umur 20 Tahun, content (isi ataupun kandungan programnya) tentang sukses di usia muda di ukur dari sisi materi atau harta yang berlimpah ruah. Akan tetapi dalam episiode tersebut selain cerita tentang kekayaan, sang bintang tamu, yakni Varrel Bramasta juga menyatakan tentang kekuatan do’a guna mengatasi atau memperoleh solusi terhadap masalah yang sedang dihadapi, khususnya masalah keuangan dalam keluarga yang dihadapinya disebabkan karena orang kedua tuanya bercerai, dengan mengatakan bahwa:

 “ya itu, benar-benar, kalau dipikir-pikir maksudnya ya itulah mungkin kekuatan doa ya, aku asal ngomong, aku doanya spesifik, kayak, waktu itu setiap malam, aku ingat bangat Ya Allah, gimana caranya Varel dapat pekerjaan, dapat bayar duit dan bisa beli rumah, tiap hari tu, aku ulang-ulang begitu” (Trans7, rabu, 05 Oktober, 2022).

Maksudnya, Varrel menyampaikan kepada host, dalam hal ini Rafi Ahmad secara khusus, dan pemirsa atau penonton pada umumnya bahwa, jika seseorang sedang menghadapi berbagai masalah, seperti masalah keuangan, Insya Allah dengan berdoa secara khusus kepada Allah (Tuhan), masalah akan teratasi ataupun terselesaikan dengan sendirinya.

Pesannya, kita harus percaya dan harus sangat yakin kepada Allah swt atau Tuhan Yang Maha Esa, dan memohon pertolongan kepadaNya jika sedang menghadapi masalah, doanya harus khusus. Doa jangan bersifat umum atau disebut juga dengan doa “*sapu jagat*”. “*Rabbanaa Aatina fiddunya hasanah, wafilaakhirati hasanah, wa qinaa ‘azaabannaar*”. Ini namanya tidak spesifik atau tidak fokus kepada apa yang ingin diminta.

Memahami secara utuh tentang sebuah tayangan di Trans7, seperti pada gendre program variety show FYP, dalam kaitannya dengan peran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi nasional guna memperkuat ideologi Pancasila diperoleh sebuah pemahaman bahwa lembaga penyiaran nasional sudah melakukan peran guna memperkuat ideologi Pancasila melalui media penyiaran televisi meskipun dengan sebuah catatan penting bahwa peran yang mereka lakukan masih mencampur adukkan antara memperkuat ideologi Pancasila, khususnya nilai-nilai yang terdapat pada sila pertama pada Pancasila, yakni Nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, dengan menjadikan materi (uang dan harta benda) yang berlimpah ruah sebagai alat ukur guna mengukur keberhasilan ataupun sukses serta tidaknya seseorang di usia tertentu, secara khusus di usia muda.

Hal yang semakna, yakni masih belum dijadikan nilai-nilai ideologi Pancasila sebagai pedoman ataupun menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kandungan secara eksplisit yang sedjatinya terdapat pada program siaran lembaga penyiaran televisi nasional, juga dapat dipahami melalui pendapat yang diungkapkan oleh salah seorang petinggi lembaga penyiaran televisi nasional, yakni TVMU, Makroen Sandjaja, ketika ditanya tentang nilai-nilai Pancasila pada program yang akan mereka buat dan diseminasikan kepada pemirsa.

“Walaupun ketika kami membuat dan menyiarkan gendre program, baik berita ataupun hiburan, yang kami pikirkan adalah nilai bisnisnya. Apakah berita ataupun hiburan yang kami pancar luaskan kepada pemirsa, apakah yang menonton banyak atau sedikit. Kalau banyak terus ditayangkan dan jika sedikit maka program yang ditayangkan tersebut langsung dihentikan. Namun bukan berarti dalam setiap program yang ditayangkan tidak terdapat values atau nilai. Tegasnya, kami secara substantive atau makna sesungguhnya, selalu merujuk ataupun melihat apakah kandungan program yang kami tayangkan sesuai atau tidak dengan Pancasila, lebih-lebih lagi lima (5) sila dari Pancasila yang dibreakdow menjadi 45 butir” (Hasil wawancara, 18 September, 2022).

Pendapat yang tidak jauh berbeda dikemukakan juga oleh salah seorang petinggi NetTV, yaitu Nugroho Agung Prasetyo, yang berpendapat bahwa:

“Meskipun kami dalam setiap menayangkan program siaran televisi, tidak menyebut secara eksplisit, secara tegas, menyebut istilah ataupun sebutan 45 butir-butir yang terdapat pada lima (5) sila dari Pancasila, namun dalam setiap program terdapat pesan-pesan substantive ataupun arti yang sesungguhnya yang terkandung pada 45 butir selalu terdapat pada setiap program yang kami tayangkan. Hal ini disebabkan karena kami selalu merujuk kepada kode etik, khususnya kode etik jurnalistik. Kode etik turunan dari undang-undang yang merujuk kepada 5 (lima) sila dari Pancasila” (Hasil wawancara, 18 Oktober, 2022).

Maknanya, menurut Nugroho Agung Prasetyo bahwa:

“Dalam setiap program yang kami tayangkan melalui NetTV, kami selalu menyelipkan pesan-pesan yang terkait dengan lima sila yang terdapat pada Pancasila, seperti pada program berita, maupun non berita, seperti program *variety show*. Dengan kata lain, meskipun dalam setiap program yang ditayangkan tidak semua butir dari Pancasila terkandung di dalamnya, namun pesan pada program tidak lepas dari nilai-nilai Pancasila. Contoh program *Variety show* dengan nama tayangan “*Tonight show*” yang mengandung beberapa sub topic ataupun bagian tayangan. Pada program ini selalu dalam setiap tayangan kami selipkan pesan-pesan yang berkenaan dengan Pancasila, seperti toleransi, menghormati orang tua sendiri dengan “sapa orang tua” (Lanjutan hasil wawancara, 18 Oktober, 2022).

Salah seorang komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP), tepatnya Ketua KPIP Agung Suprio, berpendapat bahwa peran yang dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi nasional:

“Secara langsung sedikit media penyiaran televisi nasional yang menyiarkan pada program siarannya nilai-nilai yang berkenaan ideologi Pancasila, seperti khusus bicara tentang Pancasila, P4 tidak ada. Tapi secara tidak langsung ada, seperti tayangan sinetron. Meskipun berdasarkan hasil riset indeks kualitas program siaran televisi yang telah dilakukan selama delapan (8) tahun masih dinyatakan sebagai program siaran yang belum berkualitas, namun sedikit banyak pada program sinetron terdapat pembicaraan tentang ketuhanan, tobat ke Tuhan. Kecuali sinetron yang khusus mengajarkan tentang ateisme. Namun yang berada di jalan tengah, belum ada, seperti di medsos, bapak yang bagi rata sesuatu (roti) kepada anggota keluarganya. Ini bentuk nyata keadilan sosial, kata sang bapak. Ini yg belum ada di televisi” (Hasil wawancara, 18 Oktober, 2022).

Dalam konteks berita yang didiseminasikan oleh media penyiaran televisi nasional, menurut Agung Suprio:

“Sejauh ini sudah ada dalam berita yang disiarkan oleh media penyiaran televisi nasional nilai-nilai yang terdapat pada lima sila dari Pancasila, seperti kasus di Stadion Kanjuruhan, Malang Jawa Timur. Pada berita yang berkenaan dengan kasus yang terjadi di Stadion Kanjuruhan Malang sudah terdapat nilai-nilai ideologi Pancasila, khususnya yang berkenaan dengan nilai kemanusiaan, yakni nilai sila kedua dari Pancasila. Kemanusiaan yang adil dan beradab. Dan jika dalam pemberitaan terjadi pelanggaran, seperti yang pernah dilakukan oleh TVOne, ada kasus, seorang tokoh yang bilang bahwa minuman keras merupakan hal yang wajar. Ditegur oleh KPI” (Lanjutan hasil wawancara, 18 Oktober, 2022).

Memahami secara kritis tentang data yang diperoleh melalui dokumen dan observasi sederhana dengan cara menonton program yang ditayangkan oleh media televisi nasional serta wawancara dengan pelaku penyiaran dan ketua komisioner Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP), diperoleh sebuah pemahaman bahwa meskipun media penyiaran televisi nasional telah melakukan usaha guna memperkuat ideologi Pancasila melalui berbagai program. Pada program dengan *gendre news* (berita) dan *entertaince* (hiburan) dengan cara memasukkan ataupun “menselipkan” pesan-pesan dari 5 (lima) sila yang terdapat pada Pancasila ke dalam program berita dan hiburan yang disiarkan ataupun dipertontonkan kepada pemirsa. Namun usaha yang dilakukan tersebut jika dikritisi secara lebih dalam lagi dan menghasilkan sesuatu yang lebih baik, masih perlu lagi dilakukan secara massif.

Pihak media penyiaran televisi nasional, sejatinya mendiseminasikan ataupun mempertontonkan kepada pemirsa program-program siaran yang mengandung pesan-pesan yang berkenaan dengan nilai-nilai Pancasila dengan 5 (lima) sila yang dibreakdown menjadi 45 secara lebih kontinyu lagi dan kandungan program yang lebih mudah dipahami oleh pemirsa sebagai wujud dari pengejawantahan ataupun implementasi nilai-nilai yang terkandung pada lima (5) sila dari Pancasila.

Usaha yang dilakukan secara terus menerus dan mudah dipahami sebagai bentuk nyata dari implementasi nilai-nilai yang terkandung pada Pancasila perlu dilakukan mengingat bahwa masih terdapat pada gendre program siaran televisi nasional pesan yang mengandung nilai-nilai yang belum sejalan dengan semangat nilai-nilai yang terdapat pada lima (5) sila dari Pancasila yang dibreakdown menjadi 45 butir. Pada gendre program VIS (*Variety show, Infotainment* dan Sinetron) secara khusus.

Pada program gendre VIS masih dipertontonkan tayangan yang mengandung pesan yang belum sejalan dengan semangat yang terdapat pada 45 butir. Khususnya lima (5) sila dari Pancasila, serta lebih khusus lagi dengan sila pertama, Ketuhanan Yang Maha Esa. Sila kedua, Kemanusiaan yang adil dan beradap. Sila Ketiga, Persatuan Indonesia. Seperti yang dapat dilihat pada gendre program *Variety show* di ANTV, *Stand up Comedy* di Kompas TV, di GTV, Untung Ada Tora di INews, Tayangan Pagi-Pagi Pasti *Happy* di TransTV, Komedi Slapstick di ANTV, OVJ di Trans7.

Tayangan yang belum sejalan dapat pula dijumpai pada gendre program Infotainmen, seperti Program Obsesi di GTV, Halo Selebriti, Hot Shot dan Status Selebriti di SCTV, Kun Anta 2 di MNCTV.

Hal yang sama juga dapat ditonton melalui gendre program sinetron, seperti Sinetron “Cinta Yang Hilang” di RCTI, “Fatih di Kampong Jawara”, “Misteri Gunung Merapi” dan “Aku Ingin Pulang” serta “Kun Anta di MNCTV, “Angling Dharma” dan “Legenda Indonesia” serta “Penghuni Danau Rowo” di RTV, dan “Jodoh Wasiat Bapak” di ANTV, serta sinetron “Orang Ketiga” di SCTV.

Selain dilakukan diseminasi secara terus menerus gendre program penyiaran yang mengadung nilai-nilai ideologi Pancasila, terdapat juga usaha lain yang bisa dilakukan oleh media penyiaran televisi nasional dalam rangka memperkuat ideologi NKRI Pancasila, yaitu apa yang disebut oleh ketua Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP) Agung Suprio sebagai “jalan tengah”. Gendre program siaran televisi yang menyelipkan secara tegas atau transparan pesan nilai-nilai Pancasila pada setiap episiode, baik diletakkan di posisi tengah, diawal ataupun diakhir sebuah adegan dalam bentuk ungkapan *oral communication* atau bahasa lisan, seperti “*inilah bentuk nyata implementasi dari nilai-nilai Pancasila dalam bentuk sebuah perilaku*”.

Ungkapan “*inilah bentuk nyata implementasi dari nilai-nilai Pancasila dalam bentuk sebuah perilaku*”, sebagai contoh, diucapkan diakhir sebuah adegan *variety show, infotainment* ataupun sinetron serta gendre program yang lain oleh individu-individu yang diberi kepercayaan sebagai pemeran, khususnya sebagai pemeran utama, dalam sebuah tayangan.

Usaha lain yang dapat dilakukan oleh media penyiaran televisi nasional sebagai bentuk nyata dari peran yang dilakukan dalam memperkuat ideologi Pancasila adalah membuat dan ataupun menayangkan gendre program yang mempunyai *marketing values* – nilai jual – sekaligus dikemas dengan semenarik mungkin, memiliki *appeals* – daya tarik - sehingga memberi manfaat bagi lembaga penyiaran televisi nasional dan juga menjadi program siaran yang dapat dijadikan sebagai tontonan sekaligus tuntunan bagi pemirsa.

**KESIMPULAN**

Terdapat berbagai upaya yang dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi nasional dalam upaya mengimplementasikan peran yang sejatinya (seharusnya) dilakukan oleh media penyiaran televisi secara khusus dan media komunikasi massa pada umumnya guna memperkuat nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia.

Upaya yang dilakukan oleh lembaga penyiaran televisi nasional yang memiliki hak izin siaran sebagai media penyiaran televisi berita (*news*) dan hiburan (*entertaince*), dimaksudkan tersebut antara lain menjadikan nilai-nilai dasar dari 5 point. Selanjutnya dirinci menjadi 45 butir dari ideologi Pancasila. Ke dalam gendre program siaran, baik ke dalam program yang termasuk kategori gendre program berita ataupun gendre hiburan.

Pada program berita, nilai-nilai dasar dari ideologi Pancasila dapat dijumpai pada program berita, baik berita pagi, siang dan malam dengan berbagai judul beritanya. Contoh, pada berita malam dengan judul “43 Anak Tewas dalam Tragedi Kanjuruhan, KPPPA: 33 Laki-Laki dan 10 Perempuan”. (TVOne, Senin, 17 Oktober 2022 - 00:17 WIB).

Pada berita tersebut termuat pesan-pesan kemanusiaan, yang berbunyi bahwa KPPPA Kabupaten Malang, Dinkes Kabupaten Malang, Polres Malang, dan HIMPSI. Selain itu, tim Fakultas Psikologi dari Universitas Brawijaya, Universitas Muhammadiyah Malang, UIN Malang, Universitas Merdeka Malang, Yayasan Save The Children, Lembaga Kemaslahatan Keluarga Nahdlatul Ulama (LKK NU), Muhammadiyah Disaster Management Center (MDMC), serta organisasi kemanusiaan lainnya telah memberikan layanan dukungan psikologis kepada 119 korban, yang 51 di antaranya merupakan anak-anak ((Lanjutan, TVOne, Senin, 17 Oktober 2022 - 00:17 WIB).

Sedangkan pada gendre hiburan, nilai-nilai dasar dari ideologi Pancasila termuat pada program *Variety show,* seperti“*Tonight show*”. *Infotainment,* seperti Selebrita Pagi dan Hiets Abis. Dan Sinetron dengan judul Tukang Ojek Pengkolan dan Dunia Terbalik.

Selain itu juga dapat dijumpai pada program *Talk show,* seperti Program Talk Show Rossie episiode Pengadilan atas drama Ratna. Religi atau agama, seperti Damailah Indonesiaku ataupun Islam itu indah. Anak-anak, seperti Laptop Si Unyil dan Si Bolang. Dan Wisata budaya, seperti Program Cerita Indonesia.

Sungguhpun pada gendre program kategori berita (*news*) dan hiburan ataupun *entertaince* (seperti *variety show, infotainment* dan *sinetron*) sudah termuat dan didiseminasikan nilai-nilai ideologi Pancasila dengan lima (5) nilai dasar dan dibreakdown ke dalam 45 butirnya, namun sejujurnya harus diakui bahwa upaya yang dilakukan lembaga penyiaran televisi nasional masih sangat perlu untuk dilanjutkan dan diperbaiki, khususnya yang berkenaan dengan program yang termasuk dalam gendre program VIS (*Variety show, Infotainment* dan *Sinetron*).

Hal ini disebabkan karena pada gendre program VIS, masih dengan sangat mudah dijumpai kandungan program yang belum sejalan dengan semangat untuk memperkuat nilai-nilai yang terkandung pada lima sila dari Pancasila, seperti pada sinetron dan *infotainment* sebagai contoh kasus, masih dijumpai pada komunikasi *verbal* - narasi ataupun ungkapan – dan komunikasi *non verbal* – tampilan ataupun *acting* yang belum sejalan dengan nilai-nilai yang terdapat pada lima (5) sila dari Pancasila yang dibreakdown dalam 45 butir.

**DAFTAR PUSTAKA**

Al-Mubarakfuri, Syaikh Shafiyyurahman. 2018. *Sirah Nabawiyah* (Terjemahan Kathur Suhardi). Jakarta. Pustaka Al-Kautsar.

Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosa Rekatama

Creswell, John W. 2014. *Research Design; Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. London. Sage Publication, Inc.

Dominick, Joseph R. 2005. *The Dynamics of Mass Communication*. New
York, NY: McGraw-Hill.

Hadi, Ido Prijana at.al. 2021. *Komunikasi Massa*. CV. Penerbit Qiara Media - Pasuruan, Jawa Timur. Web: qiaramedia.wordpress.com.

Heychael, Muhammad dan Billy K. Sarwono, 2015. MODUL 1 *Hakikat Komunikasi Massa dan Era Informasi*. Universitas terbuka. Jakarta.

Hidajanto, Djamal. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media Grup.

Latief, Rusman, dan Ysiatie, Utud. 2015. Siaran Televisi Nondrama: Kreatif, Produktif, Publik Relation, dan Iklan. Jakarta. Prenada Media Group.

--------, 2017. *Menjadi Produser Televisi.* Jakarta: Kencana

Littlejohn, Stephen W. And Foss, Karen A. *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage Publications, Inc.

Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communiation*, Wadsworth Publication, New Jersey.

Nurani, S. (2016). Pengantar Ilmu komunikasi.Jogjakarta : Ar-Ruzz Media

Nurudin. (2013). Pengantar komunikasi massa. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.

Rakhmat, J. 2015. Psikologi komunikasi: Edisi revisi. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Sendjaja, S. Djuarsa, Ph, D., Drs. Tandiyo Pradekso, M. A., Dr. Turnomo Rahardjo, “*Teori Komunikasi*”

Senjaja, Sasa Djuarsa. 2003. *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka. Jakarta.

Sobur, A. (2014). Ensiklopedia komunikasi: J – O. Bandung: Simbiosa Rekatama Media

**Jurnal**

Alfiatun, Siti. 2020. Penguatan ideologi Pancasila di kalangan peserta didik MTsN I Pati. Jurnal Citizenship: Media Publikasi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Vol. 3, No. 1 Tahun 2020 | Hal. 21-28. <http://journal.uad.ac.id/index.php/Citizenship/article/view/17998/pdf_43>.

Anggono, Bayu Dwi dan Damaitu, Emanuel Raja. 2021. Penguatan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Pembangunan nasional Menuju Indonesia Emas. Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, Vol. 01, No. 01. <https://ejurnalpancasila.bpip.go.id/index.php/PJK/article/view/22/3>.

Aryawan, I Wayan dan Margaretha Diana Selvya Sey. 2018. Strategi Manajemen Program Siaran Radio Dalam Menarik Minat Pendengar Studi Di Radio Komunitas Dwijendra. <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/ilkom/article/download/631/575>.

Damaitu, E. R. 2018. Restrukturisasi Negara Kesatuan Republik Indonesia Berbasis Bhineka Tunggal Ika. Dewan Guru Besar-Kongres Sumpah Pemuda “Estafet Kepemimpinan Era Milenial.”Presented at the Universitas Gadjah Mada. Universitas Gadjah Mada

Damaitu, E. R., & Saptarini, A. 2017. *Moralitas Panacsila dalam Kesesatan Globalisasi. In Pancasila dalam Pusaran Globalisasi*. Yogyakarta: LKiS.

Dokhi, M., Theodora Hadumaon Siagian, Sukim, Ika Yuni Wulansari, Dwi Winanto Hadi, & Noorman Sambodo. 2016. Analisis Kearifan Lokal Ditinjau Dari Keragaman Budaya Tahun 2016. Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan (PDSPK) Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia

Fadilah, Nurul. 2019. Tantangan Dan Penguatan Ideologi Pancasila. Journal of Digital Education, Communication, and Arts Vol. 2, No. 2, September 2019, 66-78. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/DECA/article/view/1546/895>.

Febriansyah, Ferry Irawan. 2017. DiH Jurnal Ilmu Hukum Volume 13 Nomor 25. <http://jurnal.untag-sby.ac.id>.

Hasanuddin, Hardini, Muhammad Yusuf Badjido, Rudi Hardi. 2015. Peran Media Massa Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Pada Pilkada 2013 Di Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. Otoritas; Jurnal Ilmu Pemerintahan. Vol. V No. 1 April 2015. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/Otoritas/article/download/105/97>.

Juniawati. Urgensi Program Siaran Pada Lembaga Penyelenggara Penyiaran
<https://jurnaliainpontianak.or.id/index.php/alhikmah/article/download/321/271>.

Khatimah, Husnul. 2018. Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. Tasâmuh Volume 16, No. 1, Desember 2018 <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/download/548/258/873>.

Kirom, Syahrul. 2011. Filsafat Ilmu Dan Arah Pengembangan Pancasila: Relevansinya Dalam Mengatasi Persoalan Kebangsaan. Jurnal Filsafat Vol. 21, Nomor 2. <https://jurnal.ugm.ac.id/wisdom/article/view/3111>.

Marbawi, Mahnan. 2018. Penguatan Ideologi. Pancasila dalam Pendidikan. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/turast/article/view/68/68>. [Vol 6, No 2 (2018)](https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/turast/issue/view/11).

Nur, Emilsyah. 2021. Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online. Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa Vol. 2 No. 1 Juni 2021 Hal : 51 – 64. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/mkm/article/download/4198/1561>.

Patimah, Siti. at.al 2021. Penguatan Ideologi Pancasila Di Kalangan Mahasiswa Dan Masyarakat. IJOCE: Indonesia Journal of Civic Education. Volume 1, Nomor 2, Juni. <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/IJOCE/article/view/2398/1578>.

Qudratullah. 2016. Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. Jurnal Tabligh Edisi Desember 2016 :41 – 46. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/download/6024/5196>.

Rato, D. 2017. Pancasila Sebagai Ideologi yang Hidup. In A. Khanif, M. S.Buana, & M. K. Wardaya (Eds.). *Pancasila dalam Pusaran Globalisasi*.Yogyakarta: LKiS.

Riadi, Fadhilah Salsabila dan Dewi, Dinie Anggraeni. 2021. Eksistensi dan Penguatan Nilai-Nilai Ideologi Pancasila di Masyarakat pada Era Revolusi Industri 4.0. Antropocene: Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora, 1 (6) 2021 Hal 1-7. <https://journal.actual-insight.com/index.php/antropocene/article/view/206/140>.

Rosyidi. 2021. Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-I9. Hudan Lin Nas; Jurnal ilmu sosial dan humaniora. Volume: 2, no 1, Januari-Juni 2021. http://ejournal.idia.ac.id/index.php/hudanlinnaas/inde x. <https://ejournal.idia.ac.id/index.php/hudanlinnaas/article/download/388/239>.

IX, P. K. P. 2018. *Pancasila Dasar Negara*: Kursus Pancasila oleh Presiden Soekarno. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Utama, Herry Satria. 2018. Sistem Broadcasting Televisi (Teori dan Perangkat pendukung TV Broadcasting). <https://repository.unpak.ac.id/tukangna/repo/file/files-20180215143925.pdf>.

Yuliza. 2018. Peran Media Massa Dalam Perubahan Sosial Budaya Masyarakat. <https://ejurnal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/attabayyun/article/download/603/410/>.