

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Berkembangnya berbagai paham ideologi di masyarakat memberi pengaruh besar terhadap studi media karena kehadiran media tidak bisa dilepaskan dari lingkungan sosiokulturalnya. Media berada di tengah realitas sosial yang sarat dengan beragam pertautan kepentingan (politis maupun ideologis) yang beragam. Dalam posisinya sebagai institusi komunikasi massa dan penyalur informasi publik, media ditengarai ikut menentukan jalannya proses perubahan politik, sosial, ekonomi, dan budaya.

Di tengah fungsinya yang kian menguat itulah beragam kelompok politik berkepentingan untuk mengakses atau berambisi mengendalikan media. Tak berlebihan, jika media kemudian dilihat sebagai *fourth estate* (pilar kekuasaan keempat disamping eksekutif, legislatif, dan yudikatif) yang menentukan efektivitas kerja urat nadi kekuasaan, bahkan mati-hidupnya demokrasi.

Dalam konteks fungsi, media massa saat ini tidak lagi sekedar menjalankan fungsi konvensional sebagai sarana informasi, pendidikan, dan hiburan, namun media massa teridentifikasi juga melakukan fungsi yang kian meluas dan indepth, seperti fungsi: pengawasan (*surveillance*), penafsiran (*interpretation*), pertalian (*linkage*), penyebaran nilai-nilai (*transmission of value*), sumber dan pengendali informasi dominan, pemasok budaya pop (*mode dan gaya hidup*), aktor bisnis dalam industri jasa yang terus berkembang (menciptakan lapangan kerja, melakukan perputaran barang dan jasa, menghidupkan industri/pemasok lain, dan membangun norma-norma yang merelasikan kepentingan media dengan institusi sosial lainnya), sumber kekuatan sosial, dan alat kontrol politik (Ardinto dan Q-Anees, 2007: 14-17; Habibie, 2018: 81-82). Sebagai institusi sosial yang rutinitas kerjanya memproduksi berita, media ditengarai memiliki kepentingan untuk melihat masalah dengan interpretasi, konstruksi atau framing tertentu.

Habermas menyebut realitas ini sebagai ‘polarisasi ruang sosial,’ dimana ruang sosial (realitas faktual) menjadi semacam panggung sosial (realitas artifisial), yang telah terserap (tereprerentasi) ke dalam dunia simbolik (Santoso, 2015: 2). Laverbvre juga menyebut ruang sosial yang diciptakan media melalui produksi sosial seringkali dijadikan sebagai alat kontrol dan dominasi kekuasaan. Dalam *The Production of Space* (2000: 26).

Lefebvre mengungkapkan bahwa ruang sosial terbentuk oleh aktivitas manusia; sementara manusia dan aktivitasnya itu kemudian kembali dibentuk oleh ruang sosial. Artinya, ruang sosial tercipta dari cara kehidupan sosial kita (*lived space*), dan kehidupan sosial kita berelasi dengan aspek material fisik (*perceived space*) dan aspek-aspek non-material (mental) dari ruang sosial yang terkonsepsi dalam benak kita (*conceived space*). Hadirnya Televisi Muhammadiyah (TvMu) sebagai Televisi milik persyarikatan tentunya membawa kebanggaan tersendiri bagi semua elemen warga Muhammadiyah dan bangsa.

Televisi Muhammadiyah didirikan pada 18 November 2013 yang dilahirkan oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2010-2015, sebagai amanat Muktamar Muhammadiyah tahun 1995 di Banda Aceh. Sebagai Televisi persyarikatan TvMu membawa misi syiar dan dakwah untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* selaras dengan jalan hidup serta dakwah Muhammadiyah. Sebagai Televisi milik persyarikatan, TvMu secara umum dirancang untuk memublikasikan program-program serta berita yang berkaitan dengan hajat Muhammadiyah, namun bukan berarti TvMu menutup diri dari program non-persyarikatan. Contohnya pada program Berita TvMu, kerap diisi dengan berita-berita aktual dan terkini baik tentang politik, isu sosial maupun keagamaan.

TvMu kerap menyuguhkan berita tentang Politik Indonesia dan dibingkai dengan argumentasi tokoh-tokoh Muhammadiyah. Jika merujuk pada teori Hirarki Pengaruh Media oleh Shoemaker & Reese (1996), isi media dipengaruhi oleh lima level, yakni level Individu (*Individual Level*), Level Rutinitas Media (*Media Routines Level*), Level Organisasi (*Organization level*), Level Eksternal Media (*Outside Media level*), dan Level Ideologi (*Ideology Level*). (Shoemaker & Reese, 2009; 60).

Berangkat dari latar pemikiran di atas, kajian ini ditujukan untuk menganalisis bagaimana hirarki Pengaruh Isi media milik Shoemaker & Reese bekerja dalam program-program yang diudarakan oleh TvMu secara kualitatif (deskriptif-interpretif). Tujuan dari penggunaan metode deskriptif adalah untuk menyajikan gambaran objek penelitian secara sistematis, utuh, faktual, dan akurat terkait data-data, fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 1988). Metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tanpa membuat kesimpulan lebih luas (Sugiyono, 2005), namun melalui suatu pencarian data atau penelusuran fakta dengan interpretasi yang tepat (Whitney, 1960).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, sementara teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahap berikut: (1) pengumpulan dan identifikasi data; (2), kategorisasi, klasifikasi, dan komparasi data; (3) interpretasi dan analisis; dan (4) penarikan kesimpulan.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang penelitian di atas, penulis membatasi karya ilmiah ini pada pertanyaan: Bagaimana Praktik Ideologisasi Muhammadiyah bekerja dalam Media TvMu?

Peneliti juga mengajukan subrumusan masalah sebagai berikut ;

1. Bagaimana Level individu mempengaruhi program yang disiarkan TvMu?
2. Bagaimana Level Rutinitas Media mempengaruhi program yang disiarkan TvMu?
3. Bagaimana level Organisasi mempengaruhi program yang disiarkan TvMu?
4. Bagaimana Level Ekstramedia mempengaruhi program yang disiarkan TvMu?
5. Bagaimana Level Ideologi mempengaruhi program yang disiarkan TvMu?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana diskursus ideologi bekerja dalam Hirarki Pengaruh Isi media milik Shoemaker & Reese pada program-program yang disiarkan oleh TvMu.
2. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara lebih terperinci bagaimana keseluruhan Level Hirarki pengaruh isi media yakni Level Individual, Level Rutinitas Media, Level Organisasi, Level Ekstramedia, dan Level Ideologi mempengaruhi seluruh elemen yang ada pada media TvMu.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan dan nilai tambahan yang bermanfaat bagi studi media yang pada masa kini telah banyak memperoleh kajian dari berbagai disiplin ilmu, baik melalui kajian teoritis maupun melalui kajian riset di bidang terapan.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberi pemahaman kepada masyarakat secara umum terhadap pemanfaatan media televisi secara ideologis sebagai sarana efektif demi tercapainya kualitas bangsa yang berkemajuan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya hasil penelitian khususnya di bidang Komunikasi Politik.