

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak beberapa tahun terakhir, pertumbuhan pesat dalam media cetak, elektronik, dan media luar ruang telah diikuti oleh pertumbuhan pesat dalam media massa. Perkembangan ini menjangkau seluruh sektor kehidupan masyarakat karena ditopang dan difasilitasi oleh teknologi informasi dan komunikasi. Akibatnya, media massa dianggap sebagai sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan dalam bentuk berita, opini, dan iklan (Jaya, Muhammad Nur 2017:7-8).

Kehadiran media massa adalah salah satu yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebaik – baiknya untuk mencari informasi yang diinginkan. Semua media termasuk media massa umumnya mempunyai fungsi yang sama yaitu sebagai alat yang bertugas untuk memberikan informasi, artinya melalui seseorang dapat mengetahui, memahami sesuatu. Sebagai alat yang mendidik (*Edukatif*) artinya isinya dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan moral seseorang. Dan juga sebagai alat yang menghibur (*Entertainment*). Entertainment (hiburan) dapat dikatakan program non drama atau non fiksi merupakan program acara yang dibuat untuk menghibur pemirsanya. Keunggulan dari media yaitu sebagai alat yang dapat dengan mudah diakses oleh siapapun yang menggunakan media itu sendiri yang pada akhirnya digunakan oleh manusia untuk kepentingan – kepentingan tertentu sesuai kebutuhannya.

Media massa telah berkembang menjadi sumber informasi yang terintegrasi dalam kehidupan masyarakat sosial untuk mendapatkan berbagai jenis informasi. Dalam hal ini, media massa memainkan peran yang signifikan dalam mengembangkan pola pikir dan perspektif masyarakat tentang kehidupan.

Menurut Denis Mc Quail media massa dapat digunakan untuk menggantikan kekuatan lain, media massa memungkinkan masyarakat untuk mengontrol, mengawasi, dan mengembangkan sesuatu. Media massa sangat penting untuk masyarakat sosial yang sangat erat kaitannya dengan informasi. Di sisi lain, tidak dapat dipungkiri bahwa sejumlah masyarakat tertentu bersikap apatis terhadap kehadiran media massa dalam kehidupan sehari-hari. Hal itu disebabkan karena ketidak seimbangan sebuah media massa dalam memberikan informasi dan pandangan kepada pihak tertentu (Hendra 2019).

Media massa sebagai alat komunikasi menjadi semakin penting. Ketika masyarakat membutuhkan banyak informasi, penyedia media informasi harus lebih profesional dan terampil dalam mengolah, mengemas, dan menyajikan program mereka. Hal ini terjadi di berbagai bidang media, termasuk media elektronik Televisi, yang sangat dikenal masyarakat luas sebagai media penyiaran. Industri perTelevisian telah berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan, dan media massa telah muncul sebagai sarana informasi yang disiarkan secara luas di Indonesia.

Televisi telah menjadi salah satu kebutuhan hiburan masyarakat yang utama di era komunikasi seperti saat ini. Menurut Wibowo, Televisi adalah komponen kebudayaan audio visual yang memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap sikap dan kepribadian masyarakat secara keseluruhan. Ini disebabkan oleh satelit dan pesatnya perkembangan stasiun Televisi yang menjangkau masyarakat secara luas (Permana 2021).

Media massa memiliki kekuatan besar untuk mengubah makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang mereka buat. Media massa mempengaruhi bahasa dan makna dengan berbagai cara, seperti menciptakan gambar atau imaji yang diterima khalayak; membuat kata-kata baru dengan makna asosiasinya; memperluas makna istilah dengan makna baru; dan memantapkan konvensi makna

dalam sistem bahasa. Oleh karena itu, penggunaan bahasa tertentu jelas berdampak pada munculnya makna tertentu, pemilihan kata, dan penyalinan kata (Saragih 2019).

Kemasan program edukasi (Pendidikan) yang disiarkan melalui Televisi belakangan ini semakin meningkat, termasuk pengemasan program edukasi (Pendidikan) dalam bentuk talkshow. Kedua pendekatan ini sangat efektif untuk membentuk citra sekaligus memperluas wawasan masyarakat. Hampir semua stasiun Televisi menyiarkan talkshow dan program edukasi. Diantaranya : “Mata Najwa” di *Metro TV*, “Kick Andy” di *Metro TV*, “Ini TalkShow” di *Net TV* , dan berbagai macam lainnya.

Proses kegiatan belajar yang dilakukan setiap individu atau kelompok dengan tujuan meningkatkan pola pikir, pengetahuan, dan potensi setiap individu dikenal sebagai edukasi. Proses belajar dari tidak tahu menjadi tahu disebut juga sebagai edukasi (Finthariasari et al 2020). Edukasi mempunyai beberapa manfaat diantaranya : meningkatkan kecerdasan, mengubah perilaku atau kepribadian manusia agar memiliki akhlak yang terpuji, meningkatkan kepribadian, mendidik manusia menjadi lebih baik dalam bidang yang ditekuni.

Fungsi edukasi artinya media massa diharapkan dapat lebih banyak memberikan Pendidikan, pemberdayaan dan pencerahan kepada masyarakat. media massa berfungsi memberikan pengaruh kepada penonton lewat acara atau berita yang disajikannya sehingga dengan adanya media massa diharapkan masyarakat dapat terpengaruhi oleh berita yang disajikan. Pengaruh yang dimaksud adalah dapat mempengaruhi penontonnya setelah apa yang dilihat. Maksudnya setelah menonton suatu tayangan program, audience dapat merasa bahwa mereka mengetahui informasi yang akan menambah wawasan khalayak yang menonton (Sukatin et al. 2022).

Televisi adalah alat komunikasi searah yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan kehidupan. Televisi dianggap sebagai media pembelajaran yang efektif dan menarik karena mampu merekam dan menangkap gambar hidup yang dapat dilihat dari jarak jauh dan dinikmati oleh pemirsa seolah-olah peristiwa itu terjadi di depan mata mereka. Di tengah kemudahan dan efektivitas jaringan komunikasi dan informasi saat ini, dunia pendidikan seharusnya juga berpartisipasi dalam menangani media Televisi sebagai tempat belajar. Artinya, para perencana dan praktisi pendidikan tidak hanya menonton program Televisi di luar arena. Namun, berpartisipasi dalam program pendidikan yang dikemas untuk membangun moralitas, etika, dan nilai-nilai budaya Indonesia (Sandy et al. 2021).

Televisi adalah jenis media massa, atau media penyiaran, yang dapat menyampaikan pesan dan informasi dengan cepat dan menarik perhatian audiens. Dengan demikian, media massa memainkan peran penting dalam ilmu komunikasi, terutama komunikasi massa. Karena daya tarik lebih dalam pengemasannya, media massa sangat efektif untuk menyampaikan informasi ketimbang media cetak. Karena itu, masyarakat yang membutuhkan informasi terkini lebih cepat mendapatkan dan memanfaatkan informasi tersebut. Tommy Suprpto, dikutip oleh Martin Essin, mengatakan bahwa kita sekarang berada di era Televisi, atau *The Age of Television*, di mana peran Televisi memiliki dampak yang signifikan, seperti sebuah kotak ajaib yang dapat membius orang di seluruh dunia atau gubuk reot masyarakat. Untuk itu, dunia penyiaran selalu menarik perhatian masyarakat. Ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang menjadikan Televisi sebagai media yang menyenangkan untuk dilihat (Agung et al. 2020).

John Naisbit dan Patricia Aburdene mengatakan bahwa globalisasi yang ditampilkan lewat Televisi bersifat eksplosif dan kontroversial karena membawakan nilai-nilai yang lebih dalam. Dalam hal penyampaian informasi atau pesan kepada para remaja, Televisi lebih efektif dan jauh lebih tajam daripada alat teknologi informasi lainnya (Ardian 2019). Media Televisi sangat

efektif dalam penyampaian pesan dikarenakan dapat menyampaikan pesan dalam bentuk visual dan suara sekaligus.

Dalam Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Empat jenis stasiun penyiaran ini berlaku baik untuk stasiun Televisi maupun radio. Jenis stasiun penyiaran tersebut adalah: (1) stasiun penyiaran swasta, (2) stasiun penyiaran berlangganan, (3) stasiun penyiaran publik, dan (4) stasiun penyiaran komunitas. Dari keempat jenis stasiun penyiaran tersebut mempunyai sifat dan caranya sendiri untuk tetap melakukan penyiaran. Jenis stasiun penyiaran swasta dan berlangganan bersifat mencari keuntungan, sementara stasiun Televisi publik dan komunitas bersifat tidak mencari keuntungan.

Pada sejarahnya perkembangan Televisi di Indonesia diawali oleh lahirnya *TVRI*. Pada zaman itu *TVRI* sebenarnya belum siap terbentuk, tetapi dibuat karena keinginan dan kepentingan popularitas seorang pemimpin negara. Pada tanggal 17 Agustus 1962, *TVRI* menyiarkan siaran percobaan yang bertepatan dengan pembukaan Sea Games IV di Jakarta. *TVRI* memulai siaran rutin pada 24 Agustus 1962. Tanggal itu juga ditetapkan sebagai tanggal *TVRI* pertama kali muncul (Sanityastuti 2007).

Sejak pemerintahan Indonesia membuka *TVRI*, maka selama 27 tahun penonton Televisi di Indonesia hanya dapat menonton satu saluran Televisi. Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberikan izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun Televisi *RCTI* yang merupakan Televisi swasta pertama di Indonesia, disusul kemudian dengan *SCTV*, *Indosiar*, *ANTV*, dan *TPI*.

Gerakan reformasi pada tahun 1998 telah memicu perkembangan industri media massa khususnya Televisi. Seiring dengan itu, wawasan masyarakat terhadap informasi juga semakin bertambah. Menjelang tahun 2000 muncul

hampir secara serentak lima Televisi swasta baru (*Metro, Trans, TV7, Lativi, dan Global*) serta beberapa Televisi berlangganan yang menyajikan berbagai program dalam dan luar negeri.

Selama masa pemilihan yang selalu diatur itu, orde baru juga sering menggunakan Televisi untuk bermain politik. Orde baru menggunakan media Televisi untuk menciptakan citra yang dapat membuat orang menilai saingan politiknya secara negatif. Berulang kali ditayangkan, Televisi memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi masyarakat. Sebagai contoh, selama orde baru, kampanye politik selalu diadakan di tengah-tengah kekacauan. Kampanye partai politik pada masa itu selalu disertai dengan kekerasan, kerusuhan, dan kebrutalan-kebrutalan sehingga membuat masyarakat percaya bahwa partai-partai politik identik dengan kerusuhan. Televisi menyiarkan berita yang tidak berimbang dan sepihak selama kampanye menyebabkan citra negatif tersebut muncul (Freddy H. Istanto 1999).

Pesta demokrasi adalah pesta yang besar untuk rakyat dalam menyambut kesempatan untuk melaksanakan kehendak politik mereka dengan memilih atau mengusung kandidat yang dianggap pantas untuk menduduki jabatan atas amanah rakyat atau menjadi pemimpin yang dipilih sesuai dengan keinginan rakyat. Negara Indonesia berlandaskan hukum, dengan kedaulatannya di tangan rakyat, dan dilaksanakan menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, pesta demokrasi ini adalah bentuk dari sistem Negara Hukum.

Menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017, pemilihan umum, yang didasarkan pada Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, adalah sarana kedaulatan rakyat untuk melakukan pemilihan secara langsung, terbuka, bebas, rahasia, jujur, dan adil terhadap anggota DPR, presiden, dan wakil presiden, serta anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (Fahruji 2023). Pemilihan umum, juga dikenal sebagai "pemilu", adalah suatu proses

demokratis di mana warga memilih wakil mereka untuk lembaga publik seperti pemerintahan. Pemilihan umum biasanya dilakukan dengan memilih kandidat atau partai tertentu yang dianggap memiliki program atau visi yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan masyarakat.

Orang-orang memiliki kesempatan untuk memberikan suara mereka pada hari pemilihan. Pemilih dapat memilih calon yang paling sesuai dengan kepentingan dan perspektif politik mereka. Proses penghitungan suara dan penentuan hasil pemilu dimulai setelah pemilihan. Hasil pemilu akan menentukan siapa yang akan memimpin pemerintah atau parlemen untuk periode berikutnya. Dalam proses politik, pemilu sangat penting. Pemilihan secara teratur memungkinkan transisi kekuasaan yang damai. Mereka memungkinkan perubahan pemerintahan tanpa kekerasan atau ketidakstabilan politik. Pemilu juga menjadi sarana bagi warga negara untuk mengekspresikan preferensi politik mereka dan memilih pemimpin yang mewakili nilai-nilai dan kepentingan mereka.

Menuju pemilu 2024 ini, sudah tidak asing lagi banyak sekali berita mengenai pemilu yang untuk memilih calon presiden dan calon wakil presiden 2024 melalui media massa khususnya Televisi. Stasiun Televisi berlomba – lomba untuk menyiarkan informasi mengenai isu politik menjelang pemilu 2024 ini dikarenakan pesta demokrasi merupakan kegiatan yang terjadi 5 tahun sekali serta merupakan kegiatan yang wajib diikuti oleh warga negara untuk memilih pemimpin negara dan sebagainya. Sebagai warga negara yang baik kita harus ikut berpartisipasi dalam proses politik salah satunya dengan ikut proses pencoblosan pemilu 2024.

Dalam memilih calon pemimpin negara dan sebagainya banyak masyarakat atau warga negara memberikan suaranya sesuai dengan dengan visi dan program yang akan dibawa oleh calon pemimpin sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Sebelum memilih calon pemimpin negara dan sebagainya

menjelang pemilu biasanya masyarakat mencari tahu dulu latar belakang maupun sosok calon pemimpin negara dan sebagainya agar tidak salah pilih dan sesuai dengan kebutuhan serta keinginannya. Masyarakat saat ini sangat mudah sekali untuk mencari suatu informasi mengenai pemilu 2024, bisa dari media sosial maupun media massa Televisi.

Tetapi pada kenyataan banyak juga masyarakat atau warga negara yang acuh tidak acuh mengikuti proses pemilu dengan memilih calon pemimpin negara dan sebagainya tidak melakukan riset mendalam terkait calon pemimpin negara, mereka hanya sekedar mengikuti pilihan kerabat atau temannya saja. Hal itu merupakan suatu seseorang yang buta terhadap politik, mereka tidak mau melakukan riset terlebih dahulu, padahal ketika seseorang memilih calon pemimpin negara kita sebenarnya sedang menentukan nasib masa depan bangsa kita sendiri. Oleh karena itu dalam mengikuti proses pemilu ini kita harus melakukan riset mendalam terlebih dulu mengenai calon pemimpin negara.

Salah satu peran media adalah untuk mengedukasi para audience. Edukasi atau dapat dikatakan dengan proses mengajarkan para audience dengan menggunakan media untuk memperlancar komunikasi disebut media instruksional edukatif. Setiap hari, media informasi dan komunikasi, terutama Televisi, menyajikan sejumlah besar dan beragam program. Pada dasarnya, setiap program Televisi dapat ditayangkan selama itu menarik dan disukai oleh penonton dan tidak bertentangan dengan hukum, moral, atau peraturan yang berlaku. Pada dasarnya, program dibagi menjadi dua bagian besar berdasarkan jenisnya: 1) Program Informasi (berita) dan 2) Program Hiburan (hiburan). Berita informasi kemudian dibagi lagi menjadi dua jenis lagi: berita keras (hard news), yang merupakan berita terkini yang harus disiarkan segera, dan berita lunak (soft news), yang merupakan campuran fakta, gosip, dan pendapat.



Gambar 1. 1 Indeks Kualitas Program

Sumber : Data Litbang KPI Pusat

Berdasarkan rujukan dari kpi.go.id pada tahun 2022 terdapat enam kategori program siaran dari delapan program siaran yang berkualitas sesuai standar KPI yaitu (3.00) dengan dipimpin oleh kategori program religi dengan indeks tertinggi yakni (3.53). Disusul lima kategori program berkualitas lainnya yaitu Talkshow (3.46), Wisata dan Budaya (3.44), Berita (3.31), Komedi (3.31), Variety Show (3.20) dan Anak (3.18). Adapun kategori program dengan indeks rendah yaitu kategori program Infotainment (2.80) dan Sinetron (2.70).

Program TalkShow atau perbincangan adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*Host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Salah satu acara Televisi yang paling sering ditayangkan adalah TalkShow. Televisi sangat penting sebagai media informasi dan media edukasi. Indonesia telah melakukan banyak hal seperti itu. Televisi juga dapat berguna sebagai alat untuk mengajak orang untuk berbicara tentang berbagai masalah yang dihadapi masyarakat.

Salah satu program TalkShow yang menarik menurut penulis adalah tayangan program “Warung Pengkolan” di *TVRI*. Acara TalkShow Program “Warung Pengkolan” merupakan program TalkShow terbaru di *TVRI* Jakarta yang dirancang untuk menyambut pemilu pada tahun 2024 nanti dan didalamnya menyuguhkan tema politik tanah air yang dikemas secara santai, segar, menghibur dan tentunya mengedukasi. Program ini dipandu oleh seorang *host* atau moderator dan tentunya bersama narasumber yang berkompeten di bidangnya. Selama berlangsungnya acara Program “Warung Pengkolan” ini dihadiri mahasiswa atau anak muda yang berdiskusi membahas tentang masalah bangsa seperti isu politik menjelang pemilu 2024, isu Kesehatan, dan isu perubahan iklim.

Pembawa acara (*host*) dalam “Warung Pengkolan” bukan hanya memberikan pertanyaan saja namun *host* juga memberikan pernyataan, seperti Akbar dan Tike, yaitu Host yang bertugas untuk memberikan tanggapan-tanggapan, informasi dan juga solusi yang berhubungan dengan informasi dari narasumber.

Meskipun bukan acara besar seperti program Talkshow dari Televisi yang membahas seputar politik lainnya, program “Warung Pengkolan” telah memberikan wacana dan nuansa baru dalam memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat atau penonton. Cara penyampaian tampak lebih hidup dan interaktif. Didukung dengan tata panggung yang nyaman berlatar belakang di pinggir jalan seperti sedang berbincang-bincang dengan kerabat atau teman – teman, memungkinkan Host dan narasumber lebih leluasa dan lebih enjoy dalam memberikan edukasi.

Salah satu episode yang menarik penulis adalah dalam episode 03 yang bertema “Pemilih Muda Indonesia” yang membahas anak muda sudah seharusnya terjun langsung atau terlibat dalam politik dengan ikut proses pencoblosan pemilu sesuai dengan keinginannya tidak hanya semata mata ikut – ikutan saja. Dalam episode ini *host* diisi oleh Tike Priatnakusumah dan Akbar, sedangkan bintang

tamu atau narasumbernya yang memberikan narasi ialah Arief Budiman yang menjabat sebagai ketua KPU periode 2017 – 2022, Fanny Chaniago yang menjabat sebagai Direktur Riset Indonesia Indikator, dan AlMahdi Fidmatan yang menjabat sebagai Ketua BEM Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Jakarta Periode 2023 – 2024 yang membahas tentang bagaimana cara memilih yang benar seorang Caleg, Capres dan Cawapres , dan sebagainya. Menurut Malvin DeFleur mengatakan bahwa media dapat menjadi alat penyampaian pesan edukasi yang memberikan stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda sesuai dengan karakteristik individu (Nuraeni et al. 2017). Fungsi Edukasi program ini merupakan edukasi politik yang bertema “Pemilih Muda Indonesia” yang di dalamnya terkandung pesan edukasi bagi khalayak khususnya pemilih pemula bagaimana semestinya menghadapi pemilu dengan memilih calon pemimpin negara dan sebagainya secara benar, bahwa penulis melihat program ini sudah menjalankan fungsi edukasi media massa Televisi.

Berdasarkan latar belakang di atas, acara “Warung Pengkolan” di *TVRI* efektif karena bisa menjadi media penyampaian pesan edukasi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Wacana Pesan Edukasi Pemilu Pada Program “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI***”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Program “Warung Pengkolan” bisa menjadi sarana penyampaian pesan edukasi kepada masyarakat atau penonton.
2. Pentingnya peran narasumber dalam menyampaikan pesan edukasi dalam suatu program televisi.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan penulisan dan memberi arah yang tepat dalam pembatasan penelitian ini, maka masalah akan dibatasi yakni, Pesan Edukasi pemilu pada program “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI* bertema Pemilihan Muda Indonesia tayang tanggal 15 November 2023.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka pokok masalah dari penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Pesan edukasi apa yang terkandung dalam program acara “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI*?
2. Bagaimana Analisis Wacana atas pesan edukasi yang terkandung dalam program acara “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dilaksanakannya penelitian ini untuk mengetahui :

1. Mendeskripsikan pesan edukasi apa yang terkandung dalam program acara “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI* Nasional.
2. Menganalisis pesan edukasi yang terkandung dalam program acara “Warung Pengkolan” Episode 03 di *TVRI* ditinjau dari Analisis Wacana Van Dijk.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan jawaban dari permasalahan yang akan diteliti dan hasil dari penelitian ini bisa menjadi bahan kajian untuk penelitian-penelitian lainnya yang serupa yang berjenis analisis wacana. Selain itu penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif untuk studi terkait

ilmu komunikasi dan komunikasi massa khususnya konsentrasi broadcasting terhadap pesan Edukasi atau Pendidikan dalam suatu program televisi.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat digunakan untuk memberikan masukan kepada *TVRI* terkait menyediakan program edukasi yang bermanfaat bagi penonton. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca yang ingin menambah wawasan di bidang politik melalui penyiaran (*Broadcasting*).