

Dilematika Layar Kaca

Rose Emmaria Tarigan

Abstrak

Media televisi memiliki dua kekuatan yang bersifat konstruktif juga destruktif. Tergantung bagaimana si pengguna menyikapinya, sehingga lebih menghasilkan dampak yang berniali positif. Tetapi, dalam hal ini media tidak bisa melepaskan diri dari tanggungjawab sosialnya. Artinya, media tidak boleh hanya mengutamakan kepentingan profit, tetapi juga harus menyeimbangkannya dengan kepentingan khalayaknya, yakni dengan mematuhi rambu-rambu yang sudah tertera pada undang-undang penyiaran. Masyarakat sendiri harus cerdas dalam menggunakan media, agar terhindar dari dampak negatif yang mungkin ditumbulkannya.

Pendahuluan

Peristiwa Temanggung menjadi salah satu kasus pemberitaan media yang kontroversial ketika Tim Densus 88 selama kurang-lebih 17 jam berusaha melakukan penyeragaman terhadap tersangka teroris Noordin M. Top. Pemberitaan peristiwa penyeragaman ini ternyata menuai banyak kritikan. Bukan hanya karena media salah menyimpulkan bahwa yang tewas bukanlah teroris yang paling dicari, tetapi aksi pemberitaannya yang *on the spot* itu justru bisa mencelakakan aparat yang sedang bertugas.

Aksi pemberitaan itu tidak jauh berbeda dengan apa yang dilakukan media di Mumbay, India. Peliputan terorisme oleh pihak media ternyata mengakibatkan korban besar di pihak aparat. Hal itu disebabkan media menyiarkan secara langsung semua gerak-gerik pasukan antiteror, sehingga mempermudah teroris untuk mengetahui posisi pasukan antiteror tersebut. Tidak jauh berbeda dengan aksi yang dilakukan reporter dua stasiun televisi swasta pada peristiwa penyeragaman teroris di Temanggung (Kompas, 29/08/2009). Adegan yang berlangsung pada saat peliputan penyeragaman dikemas seakan-akan tayangan tersebut sebuah aksi film laga. Bedanya, kalau film laga jagoannya selalu menang, maka pada peliputan aksi penyeragaman ini hasilnya tidak dapat diprediksi.

Peliputan aksi penyeragaman itu memang berhasil menarik perhatian jutaan penonton. Tetapi media telah melakukan kesalahan fatal dan pemberitaan mereka. Ternyata yang disergap pada aksi aparat tersebut bukanlah Noordin M. Top. Sebagai akibatnya, kredibilitas media menjadi taruhannya. Selain itu kesalahan pemberitaan itu juga berdampak luas. Media menjadi alat penebar ketakutan di masyarakat. Masyarakat secara psikologis merasa takut dengan aksi-aksi terorisme seperti yang diberitakan media. Banyak kasus *sweeping* yang dilakukan masyarakat pascapemberitaan Peristiwa Temanggung tersebut terhadap kelompok masyarakat yang dicurigai hanya karena memiliki kesamaan atribut yang dipakai oleh para teroris itu.

Berbeda pula dengan peliputan peristiwa pascagempa di Sumatera Barat (Pariaman). Media televisi dituding banyak pihak terlalu vulgar dalam penayangan peristiwa tersebut. Banyak kalangan yang berpendapat bahwa korban gempa tidak harus diperlihatkan secara terang-terangan dengan waktu

pemunculannya yang alam dan berulang-ulang. Oleh karenanya, diduga media telah melakukan pelanggaran terhadap Undang-undang No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Sebab, Pasal 36 dalam UU tersebut menyebutkan bahwa televisi tidak boleh memperlihatkan tayangan-tayangan yang memiliki nilai eksploitasi. Pasal 30 SPS juga mengatur agar gambar korban bencana disamarkan dan durasinya dibatasi (*Investor Daily*, 06/10/2009). Tujuan dari undang-undang tersebut jelas adalah untuk melindungi penonton dari efek negatif, bukan hanya pada korban, tetapi juga pada khalayak penonton tayangan-tayangan yang sifatnya vulgar tersebut. Lagi-lagi media televisi membuat kesalahan yang sebenarnya tidak perlu terjadi, seandainya mereka mau mematuhi undang-undang penyiaran. Tetapi mungkin kompetisi industri media yang sedemikian kompetitif membuat pelaku media tidak peduli apakah rambu-rambu penyiaran sudah dilanggar atau tidak.

Contoh-contoh kasus pemberitaan yang menyangkut media televisi di atas gambaran bahwa media televisi, selain menjadi media informasi yang penting bagi manusia, juga dapat membawa efek samping. Tetapi di tengah perkembangan teknologi informasi yang menyediakan beragam media yang dapat dijadikan sumber informasi, tetap saja televisi menjadi media primadona yang banyak digunakan dan dibutuhkan khalayak demi memenuhi kebutuhannya yang beragam pula.

Pengkultusan televisi sebagai media informasi bukan hanya terjadi di negara berkembang, tetapi juga negara maju. Seperti yang diungkapkan oleh George Gerbner dan koleganya Lawrence Gorss (1972), bahwa “orang menonton televisi seakan mereka sedang berada dalam gereja...” (West dan Turner, 2008: 82). Televisi menjadi salah satu media yang paling diminati masyarakat sebagai sumber informasi (dampak konstruktif). Salah satu alasannya adalah karakteristik media tersebut yang bersifat *audiovisual*. Hal ini tentunya membuat ini tayangannya mudah dipahami penonton dari berbagai kalangan. Tetapi realitas tersebut berbeda dengan pandangan McLuhan yang mengatakan bahwa televisi termasuk media dingin (*cool media*) yang artinya media ini menuntut partisipasi atau keterlibatan aktif dari penontonya. Media dingin mengharuskan khalayaknya untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indera yang tinggi dan imajinatif (West dan Turner, 2008: 148). Ungkapan McLuhan di atas bisa menjadi pijakan bahwa timbulnya berbagai masalah sebagai akibat pengaruh media karena pengguna tidak memahami realitas media televisi tersebut. Dampak negatif yang bersifat laten merupakan akibat interaksi khalayak dengan media televisi. Ini tentunya menjadi dampak yang perlu dikhawatirkan.

Media Televisi

Masyarakat sudah sedemikian sadar akan kekuatan media dalam memberi gratifikasi terhadap khalayaknya. Selain dapat memberi gratifikasi, media juga memiliki kekuatan untuk mempengaruhi penggunaannya dalam jumlah yang besar pula. Didasari pada pendekatan jarum suntik dan kultivasi, banyak pihak berupaya menggunakan media khususnya televisi semaksimal mungkin untuk menjangkau massa yang luas dan dampak yang lebih besar pula. Contoh, menjelang pemilihan umum legislatif hingga pemilihan umum capres dan cawapres. Tujuannya tak lain adalah untuk memasarkan visi dan misi partainya dengan harapan dapat meraup suara terbanyak. Bahkan tidak tanggung-tanggung, mereka menghabiskan dana milyaran rupiah. AC Nielsen mencatat belanja iklan di media massa Indonesia pada semester pertama 2008 naik 24% dibanding periode yang sama 2007 dengan total Rp 19,56 triliun. Salah satu kenaikan terbesar terjadi pada iklan pemerintahan dan partai politik. Kepercayaan pengguna terhadap media televisi ini tentu dikarenakan dampak yang ditimbulkannya. Sehingga banyak pengguna tidak berpikir dua kali meskipun harus membayar mahal.

Bukti lain bahwa media televisi menjadi primadona sebagai media pilihan kalangan pengiklan dapat dilihat dari data PPPI (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia) bahwa media TV saat ini menyerap kue iklan terbesar dibandingkan dengan media radio, media cetak seperti surat kabar dan majalah, dan media *outdoor* lainnya. Meskipun media iklan selain televisi juga turut mengalami peningkatan dalam menyerap kue iklan yang secara umum untuk periode 2007-2008 mengalami peningkatan. Dalam semester pertama 2008 lalu, total jumlah belanja iklan mencapai Rp 19,563 triliun. Sedangkan total belanja iklan pada 2007 hanya mencapai Rp 15,82 triliun.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa banyak keuntungan yang dapat diberikan oleh media televisi kepada masyarakat yang menggunakannya, baik sebagai *source* (sumber) maupun komunikan (*receiver*). Media televisi kebanjiran pengiklan karena dengan penayangan isu-isu tertentu secara berulang-ulang disiarkan lewat televisi akan dapat mengubah persepsi khalayak tentang persoalan yang diangkat atau disiarkan oleh media tersebut. Seperti yang diungkapkan oleh Kurt Lang dan Gladys Engel Lang (1959) dalam Severin dan Tankard (2005: 264) berkaitan dengan *agenda setting* sebagai berikut: “Media massa memaksakan perhatian pada isu-isu tertentu. Media massa membangun citra publik tentang figur-figur politik. Media massa secara konstan menghadirkan objek-objek yang menunjukkan apa yang hendaknya dipertimbangkan, diketahui, dan yang dirasakan individu-individu dalam masyarakat.”

Realitas lain, media dianggap memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan penggunaannya. Seperti yang diungkapkan oleh Alan Rubin, media mampu memenuhi kebutuhan penggunaannya antara lain untuk melewatkan waktu, untuk menemani, kesenangan, pelarian, kenikmatan, interaksi sosial, informasi dan untuk mempelajari muatan tertentu (West dan Turner, 2007: 102). Lebih lanjut McQuail, Blumer, dan Brouwn (1972) mengatakan bahwa media juga dapat memberikan gratifikasi terhadap khalayak yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, yakni: 1) Pengalihan; sebagai pelarian dan rutinitas dan masalah; pelepasan emosi; 2) Hubungan personal; manfaat sosial informasi dalam percakapan; pengganti media untuk kepentingan perkawanan; 3) identitas pribadi atau psikologis individu; penguatan nilai atau penambah keyakinan; pemahaman diri, eksplorasi realitas dan sebagainya; 4) Pengawasan; informasi mengenai hal-hal yang mungkin mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang melakukan atau menuntaskan sesuatu. Dengan demikian gratifikasi yang dapat diberikan media, khususnya televisi, membuat televisi tetap menjadi media yang hingga saat ini diminati untuk memenuhi gratifikasi khalayak.

Marshall McLuhan menggambarkan bagaimana hubungan media dengan penggunanya bahwa “manusia memiliki hubungan yang bersifat mutual simbiosis dengan teknologi yang menggunakan media; kita menciptakan teknologi, dan sebagai gantinya teknologi menciptakan kembali diri kita” (West dan Turner; 2008:139). Berbagai fenomena sosial telah menunjukkan bahwa hampir tidak mungkin menemukan masyarakat yang tidak dipengaruhi oleh teknologi dalam hal ini media elektronik. Hal ini didukung oleh Teori Ekologi Media seperti yang diungkapkan oleh Marshall McLuhan dengan menekankan pada tiga asumsi dasar, yakni: a) media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat; b) media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita; c) media menyatukan seluruh dunia. Asumsi pertama menjelaskan bahwa manusia tidak dapat melarikan diri dari media. Dengan kata lain media melingkupi keberadaan manusia.

Kita bukan hanya lagi berurusan dengan media yang bersifat tradisional seperti televisi, radio, film, telegram, dan lain-lain tetapi sudah berhadapan dengan media yang lebih spektakuler seperti *twitter*,

facebook, email, blog, dan lain sebagainya. Berbagai dampak positif dan negatif terjadi sebagai akibat penggunaan media, baik yang tradisional maupun new media. Dampak yang ditimbulkannya dapat bersifat konstruktif dan destruktif, yakni berupa kasus penipuan, pelecehan seks, keuntungan berganda lewat bisnis *online*, memperluas jejaring, dan puluhan hingga ratusan manfaat positif dan negatif dari hadirnya media-media tersebut.

Asumsi kedua, media mampu mengorganisasikan pengalaman kita. Dengan pendekatan teori jarum suntik (*Hyphodermic Needle Theory*), jelas bahwa media memiliki kekuatan untuk memberi pengaruh baik secara kognitif, afektif maupun konatif khalayak. Ini dibuktikan dengan peranan media dalam dunia bisnis yang memasarkan berbagai produk lewat iklan. Hal ini disebabkan asumsi yang beranggapan bahwa media memiliki pengaruh kuat untuk mengubah persepsi bahkan mempengaruhi perilaku khalayak untuk menggunakan produk tertentu. Selain tentunya media dalam hal ini media elektronik juga dapat mengikis nilai-nilai keluarga. Banyak orangtua yang terkejut melihat perilaku anaknya yang masih kecil sudah bisa bicara kasar, marah dengan ekspresi yang biasa dilakukan orang dewasa seperti menuding, menunjuk-nunjuk, dan mengepalkan tangan. Hal ini tentunya tidak terlepas dari pengaruh media televisi yang terlalu banyak menayangkan sinetron-sinetron yang kontennya banyak berisi kekerasan. Kekerasan yang sering muncul dalam tayangan sinetron antara lain kekerasan fisik seperti memukul, menjambak, menginjak, dan kekerasan psikologis seperti berteriak, marah dengan nada suara yang tinggi, ekspresi nonverbal yang negatif seperti mata melotot, bibir mencibir, dan lain sebagainya.

Asumsi ketiga, media menghubungkan dunia. McLuhan menggunakan istilah *global village* (desa global). Desa global adalah pemikiran bahwa manusia tidak dapat lagi hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Selain itu desa global juga ingin mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Dan kenyataannya, tidak ada satu negara pun yang dapat bertahan terhadap arus perubahan sebagai akibat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut. Teoritikus sistem percaya bahwa perubahan pada satu bagian sistem akan mempengaruhi keseluruhan sistem. Bahwa tindakan dari satu masyarakat akan mempengaruhi seluruh desa global (West dan Turner, 2008; 142).

Dilematika Televisi

Tidak terbantahkan bahwa fakta menunjukkan kalau media televisi dianggap menjadi media yang cukup efektif dalam memengaruhi aspek kognitif, afektif bahkan juga perilaku khalayaknya (*audience*). Karakteristiknya, seperti yang sudah disinggung di atas, selain sifatnya yang audial (didengar) dan visual (dilihat), keluasan dan kecepatan daya jangkau televisi membuatnya menjadi media primadona dalam rangka kegiatan pemasaran maupun sosialisasi.

Tetapi kekuatan karakteristik media televisi sekaligus juga menyimpan kelemahan (dampak yang bersifat destruktif) yang berpengaruh terhadap perubahan sosial, yakni mencakup perubahan nilai-nilai, sikap dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Fakta membuktikan kecenderungan perubahan itu adalah ke arah yang negatif. Seperti yang diungkapkan McLuhan, bahwa media elektronik memiliki konsekuensi sosial (West dan Turner, 2008: 152). Media televisi seakan menjadi alat media pembelajaran bagi masyarakat sebagai role model dengan meniru apa yang ditayangkan di televisi.

Berbagai kasus atau peristiwa timbul di masyarakat sebagai akibat dari tayangan atau pemberitaan di media. Dampak media bukan lagi hanya pada timbulnya perilaku konsumtif, tetapi yang lebih memprihatinkan adalah timbulnya perubahan sikap dan perilaku sosial di masyarakat. Meyrowitz menegaskan televisi telah menyebabkan pemburaman peranan dan tempat. Perhatikanlah acara bincang-bincang di televisi. Kita bisa mendapatkan kesan sedang terjadi pembubaran tempat. Apa yang tadinya bersifat pribadi (misalnya konflik suami-istri) sekarang disiarkan dalam acara “Masihkan Kau Mencintaku”, sebuah program *RCTI* yang dipandu oleh Helmy Yahya dan Dian Nitami, “Termehek-Mehek” di *Trans TV*, “Take Me Out, dan “Take Him Out” di *Indosiar* yang sedang naik daun. Tayangan ini disadur dari acara *reality show* yang sebelumnya gempar di Amerika Serikat karena mampu menarik lebih dari 10 miliar penonton (*Femina*, Edisi 3-9/10/2006). Program-program acara televisi tersebut hampir semuanya mengangkat masalah-masalah pribadi (keluarga) yang tempatnya seharusnya bukan di ranah umum alias bukan konsumsi umum, tapi sekarang justru dijadikan komoditi, dan ironisnya mendapat *rating* yang tinggi.

Faktanya masih banyak program *reality show* lainnya di sejumlah stasiun televisi yang menunjukkan kenyataan adanya pergeseran nilai. Ini merupakan dampak negatif yang bersifat laten (tersembunyi). Karena, bila penonton yang dari segi frekuensi dan intensitas menonton tayangan-tayangan tersebut tinggi, maka bukan tidak mungkin akan terjadi pergeseran nilai-nilai dimana hal yang tadinya dianggap tabu di masyarakat kita sekarang menjadi hal biasa. Media menanamkan realitas baru dalam masyarakat kita (*cultivation analysis*).

Tidak berbeda dengan tayangan seperti tawuran, demonstrasi yang anarkis, (kegiatan-kegiatan yang dilakukan dengan jumlah massa yang besar), yang menyiarkan bentuk-bentuk komunikasi verbal dan nonverbal yang tereksresi dari kelompok yang bertikai tersebut hampir sama atau seragam, yakni berteriak, menghujat, memaki atau mengungkapkan kalimat-kalimat yang tidak senonoh, menunjuk-nunjuk, memukul, menginjak, menampar, membakar, *sweeping*, membawa senjata tajam, membawa bom molotof, membawa kelereng, clurit, dan alat-alat lainnya. Fenomena perilaku yang tidak etnis inilah yang hampir seetiap hari ditayangkan di semua stasiun televisi dan disaksikan banyak penonton dari yang berusia muda hingga tua.

Kasus-kasus penggusuran yang dilakukan pihak pemerintah yang sarat dengan kekerasan dan dengan cara-cara yang kasar juga disertai dengan perlawanan masyarakat yang juga dengan kekerasan disiarkan hampir setiap hari dengan frekuensi penayangan yang cukup sering di kurang-lebih sepuluh stasiun televisi. Bahkan peristiwa pembunuhan dengan cara memutilasi korbannya seakan menjadi model yang menginspirasi pelaku lainnya. Dengan cara-cara yang hampir sama, misalnya memutilasi kemudian membakar atau membuang korbannya di lokasi-lokasi yang berbeda dan yang paling kerap dilakukan adalah dengan memasukkannya ke dalam koper kemudian membuangnya di kali, atau memutilasi kemudian merebus dan menanam korbannya guna menghilangkan jejak. Tindakan ini tentunya tidak semata-mata merupakan hasil kreasi si pelaku semata, karena media juga memiliki andil dalam memberikan contoh atau model bagi si pelaku. Tindakan bunuh diri dengan cara-cara yang hampir sama pula, mulai dari menenggak racun, gantung diri, hingga memanjat *tower*.

Juga tak kalah serunya menyaksikan gaya para politisasi dalam acara-acara *talkshow* di beberapa stasiun televisi dengan gaya berkomunikasi ala preman dan jauh dari sikap yang elegan sebagai seorang politisi yang notabene adalah pemegang amanat konstituennya. Menunjuk-nunjuk, berteriak, memotong

pembicaraan dengan cara yang kasar, bicara cepat, nada suara yang tinggi, menjadi tontonan yang memuakkan. Hal ini menunjukkan para politisi tersebut perlu lebih banyak belajar bagaimana berkomunikasi dengan cara-cara yang elegan dan intelek. Ketidaksenangan terhadap kelompok lain tidak lagi disikapi dengan dialog-dialog yang melibatkan tokoh-tokoh atau pemuka masyarakat atau dengan sikap ketimuran yang mengutamakan musyawarah, tetapi lebih memilih bersikap monolog, siapa kuat dia menang. Televisi menjadi alat edukasi negatif yang sangat efektif bagi masyarakat. Tanpa disadari (laten) bisa menjadi model (*role model*) yang diterapkan dalam masyarakat dalam menyikapi perbedaan pandangan atau sikap terhadap suatu permasalahan. Lagi-lagi ini menunjukkan kekuatan media.

Sikap Media

Lantas bagaimana seharusnya pihak media memosisikan peranannya? Sekilas melihat ke belakang, keran kebebasan pers dibuka oleh B.J. Habibie pascareformasi 1998, membuat kekuasaan Orde Baru di bidang pers terhempas tidak berdaya. Hal ini kemudian ditandai dengan tumbuhnya media-media massa baik cetak maupun elektronik bak jamur di musim hujan, disebabkan tidak ada lagi undang-undang yang membatasi kehadiran media. Kalau yang tadinya pada masa Orde Baru jumlahnya 289 media (cetak) sekarang mencapai 1.800 media. Demikian halnya dengan media elektronik khususnya televisi, sekarang justru didominasi televisi swasta. Keadaan ini sangat berbeda dengan masa Orde Baru dimana media sangat terkekang. Media saat itu tidak memiliki kebebasan dalam pemberitaannya, khususnya menyangkut hal-hal yang bersinggungan dengan kekuasaan. Fungsi kontrol sosial media sama sekali tidak nyata. Media bahkan hanya menjadi penyampai berita-berita yang positif tentang penguasaan. Jika media berani bersinggungan dengan penguasa, maka pembredelan atau pencabutan izin terbit atau izin siaran menjadi salah satu konsekuensinya.

Ketika kebebasan itu menjadi milik media, ada harapan besar perubahan akan terjadi di negeri ini. Karena pada hakikatnya media memiliki fungsi krusial, yakni sebagai agen perubahan (*the agent of change*). Dengan demikian media juga sekaligus memiliki tanggung jawab sosial yang besar. Khususnya dalam menjunjung etika dan norma yang berlaku di masyarakat. Realitanya, pascareformasi media banyak melakukan perubahan yang sangat signifikan dalam pembangunan di negara ini. Khususnya dalam memerankan diri sebagai agen perubahan. Media menjadi salah satu kekuatan sosial yang sangat ditakuti saat ini, termasuk oleh pihak penguasa.

Hanya yang menjadi masalah adalah ketika media berhadapan dengan tuntutan kepentingan bisnis, membuat media sering kehilangan arah dan kontrol. Persaingan di kalangan pelaku media menuntut media menghadirkan berita yang cepat, aktual, dan faktual. Akibatnya, tidak jarang hal ini mengakibatkan pelaku media mengabaikan kode etik penyiaran ataupun kode etik pers. Lebih ironis lagi seperti yang diungkapkan Ketua Komisi Pengaduan Masyarakat Dewan Pers Abdullah Alamudi, bahwa sekitar 85 persen wartawan Indonesia tidak pernah membaca Kode Etik Jurnalistik. Maka tidak mengherankan bila pihak media seringkali bermasalah dalam pemberitaannya atau peliputannya. Termasuk ketika meliput peristiwa Temanggung.

Terkait itulah para pelaku bisnis juga praktisi media elektronik seharusnya menyadari tanggungjawabnya, bukan hanya menjadikan media hanya sebagai lumbung emas penghasil keuntungan semata, tetapi juga melaksanakan tanggungjawab sosialnya yang akan terus dipantau oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) baik pusat maupun daerah. Hal ini harus terus diperjuangkan demi perkembangan industri media di Indonesia, sekalipun media massa atau pers tidak akan pernah menjadi

lembaga yang independen, seperti yang dikemukakan oleh J. Herbert Altschull dalam bukunya *Agents of Power* (1984) berikut ini: “Media massa hanyalah alat pemegang kekuasaan ekonomi, politik dan semua kekuatan sosial dalam sistem apa pun.” Artinya, isi berita selalu akan menunjukkan kepentingan dari pemilik atau orang yang membiayai pers.

Kesimpulan

Penting disadari bahwa sesungguhnya apa yang ditayangkan media memang bukanlah representasi atau penggambaran kondisi masyarakat yang sesungguhnya. Tetapi media televisi telah menjadi medium dengan kekuatan pengaruhnya yang powerful memegang andil menciptakan realitas baru di masyarakat berupa perubahan sosial budaya yang termanifestasi dalam pola perilaku bermasyarakat. Hal ini melahirkan pertanyaan, akankah dilematika layar kaca ini terus diabdikan tanpa ada upaya-upaya berbagai pihak untuk mengontrolnya?

Masyarakat harus dicerdaskan tentang realitas media, sehingga tidak menganggap remeh terhadap pengaruh negatif televisi yang bersifat laten. Pihak media juga sebaiknya tidak hanya berpikir keuntungan dan mengorbankan khalayak penggunaannya. Dan yang paling efektif adalah KPI sebagai lembaga yang dipercayakan untuk melakukan pengawasan terhadap media. Dalam hal ini KPI sudah mulai terlihat bersikap proaktif menyikapi fenomena tersebut. KPI telah melakukan teguran terhadap beberapa stasiun televisi yang melakukan pelanggaran terhadap kode etik penyiaran. Tetapi dalam hal ini masyarakat juga bertanggung jawab dalam mengawasi kerja KPI. Jangan sampai KPI lengah melaksanakan tugas yang sangat penting tersebut, yakni melakukan pengawasan terhadap semua konten media elektronik yang seringkali mengabaikan fungsi edukatif dari konten program-program yang ditayangkannya.

Kepustakaan

West, Ricard dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2008.

Severin, Werner J. dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Penerbit Prenada Media, 2005.

Rakhmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya, 2007.

Femina, Edisi 3-9 Oktober 2009.

Investor Daily, 6 Oktober 2009.

Kompas, 29 Agustus 2009.