

**TELEVISI DAN PERUBAHAN SOSIAL:  
(Implikasi Postmodernisme dan Kapitalisme Pada Televisi Beserta Dampaknya)**

Oleh:  
Nikmah Sulandari

**ABSTRACT**

Perubahan cepat dalam teknologi informasi telah mengubah konstelasi social budaya sebagian besar masyarakat dunia. Perubahan social akibat revolusi informasi ini tidak dapat dielakkan. Sekarang kita berada dalam sebuah kehidupan dimana media massa demikian menentukan dalam kehidupan kita. Televisi memiliki kekuatan yang luar biasa dalam mempengaruhi penontonnya dan mampu merubah citra kehidupan. Paham postmodern menentang paham modern dalam rangka meluruskan kembali rasionalitas yang selama ini dirasakan paham postmodern telah dibengkokkan oleh paham modern. Berbagai cara dilakukan paham postmodern untuk mencapai tujuannya menentang paham modern termasuk dengan cara penyebaran budaya postmodern dengan cirri khasnya melalui tayangan televisi. Teknologi pembuatan film memberikan dasar pijakan untuk budaya pop postmodern. Namun televise merupakan sarana yang lebih efisien untuk menyebarkan etos postmodern keseluruh lapisan masyarakat. Banyak program televisi yang isinya film-film, mulai dari yang pendek sampai miniseri. Televisi adalah sebuah arana yang digunakan oleh film-film untuk menyerbu kehidupan sehari-hari jutaan orang. Hidup dalam era postmodern berarti hidup dalam dunia yang dipenuhi oleh berbagai gambar yang bercampur-aduk. Dunia televise memecahkan gambar-gambar menjadi potongan-potongan dan kaum postmodern tetap yakin bahwa itu hanyalah campuran gambar-gambar. Kapitalisme yang menghinggapi televise memungkinkan pengelola televisi untuk memprogram acara yang mampu mendongkrak pendapat terutama dari pembelian *time* di suatu program acara. Pengelola televisi dengan segala superioritasnya dapat mengarahkan agenda pemirsanya sesuai dengan kehendak dan kepentingan bisnisnya.

**Keyword :** *televisi, perubahan sosial, postmodernisme, kapitalisme*

**Pendahuluan**

Perubahan cepat dalam teknologi informasi telah mengubah konstelasi sosial budaya sebagian besar masyarakat dunia, terutama yang tinggal di perkotaan. Masyarakat di seluruh dunia telah mampu melakukan transaksi ekonomi dan memperoleh informasi dalam waktu singkat berkat teknologi satelit dan komputer. Bahkan perusahaan transnasional mampu menghasilkan budaya global melalui pasar komersil global.

Perubahan sosial akibat revolusi informasi ini tidak dapat dielakkan. Masyarakat perkotaan yang memiliki akses terhadap informasi merupakan kelompok masyarakat yang langsung terkena pengaruh budaya global. Akses informasi dapat diperoleh melalui media massa cetak maupun elektronik termasuk di dalamnya televisi. Masyarakat perkotaan dipengaruhi terutama melalui reproduksi 'melek media' yang dilakukan oleh media massa (Chaney, 1996).

Sekarang kita berada dalam sebuah kehidupan dimana media massa demikian menentukan dalam kehidupan kita. Walaupun sejenak, kita tidak dapat lagi meninggalkan media massa, lebih-lebih televisi. Barangkali untuk media massa yang lainnya seperti surat kabar, radio, majalah, tabloid bahkan internet kita dapat mengesampingkannya. Tetapi televisi tidak sama sekali. ketika kita sedang bekerja,

televisi dengan acara-acaranya yang memikat menemani detik-detik aktivitas kita di kantor hingga tidak terasa waktu pulang tiba. Menjelang tidur malam, televisi menjadi teman bercengkerama kita bersama keluarga sampai kita tidak sadarkan diri terlelap dalam buaian malam. Dan ketika kita sadar dari tidur di pagi hari, televisi menyapa kita dengan informasi pagi.

Demikianlah hari-hari kita lalui tanpa kita bisa lepas dari televisi. Ditengah semakin kompetitifnya industri televisi, televisi-televisi menyuguhkan acaranya yang terbaik. Kondisi ini membawa konsekuensi bahwa penonton semakin dibuat kerasan berada di depan televisi sehingga menciptakan pola penggunaan media ini semakin tinggi (Ishadi SK, et. al., 2001:110).

Persoalannya semakin menjadi kompleks ketika, kita juga semakin menyadari betapa masyarakat telah mengidiologisasikan televisi dalam kehidupannya (Nurudin: 1997:39). Televisi dalam konteks ini menjadi sumber nilai dan sumber gagasan penontonnya dalam kehidupan sehari-hari. Apa yang akan dilakukan dan dipikirkan manusia, sumber rujukan (frame of reference) dan sumber pengalamannya (field of experience) berasal dari kotak ajaib ini.

Di satu sisi, tentu hal ini mengkhawatirkan ketika apa yang ditayangkan televisi itu tidak sesuai dengan nilai-nilai luhur bangsa kita dan berpotensi kontra produktif bagi integritas nasional, sebaliknya jika acaranya baik dan menjanjikan perubahan yang positif maka televisi menjadi fungsional bagi kehidupan kita.

Televisi memiliki kekuatan yang luar biasa dalam mempengaruhi penontonnya dan mampu merubah citra kehidupan. Onong (2002), mengungkapkan bahwa salah satu dampak televisi adalah *men-displacemen* atau mengganti kebiasaan, tradisi, nilai, norma bahkan substansi nilai-nilai religi manusia menjadi kebiasaan, nilai, norma, relegi yang dicitrakannya. Artinya, apa yang dicitrakan oleh televisi, maka itulah karakter masyarakat yang akan terbentuk.

Dewasa ini, fenomena di atas seakan tertunjang dengan makin menggeliatnya paham postmodern menentang paham modern dalam rangka meluruskan kembali rasionalitas yang selama ini dirasakan paham postmodern telah dibengkokkan oleh paham modern. Berbagai cara dilakukan paham postmodern untuk mencapai tujuannya menentang paham modern termasuk dengan cara penyebaran budaya postmodern dengan ciri khasnya melalui tayangan televisi. Seakan gayung bersambut, usaha postmodern ini disinyalir ditangkap kapitalis untuk melipatgandakan keuntungannya.

Selanjutnya yang menjadi pertanyaan adalah bagaimana fenomena ini terimplikasi dalam tayangan tayangan televisi, dan bagaimana perubahan sosial dan dampak yang terjadi dalam masyarakat kita?

### **Televisi Dan Penyebaran Budaya Postmodern**

Hidup dalam era postmodern berarti hidup di dalam dunia yang menyerupai film. Sebuah dunia dimana kebenaran dan dongeng bercampur. Kita melihat dunia sama seperti kita melihat film, dan kita curiga apakah yang kita lihat hanyalah sebuah ilusi. Kita dapat memahami sesuatu dalam pikiran sang sutradara. Ia mengajak kita melihat sesuatu yang sering terabaikan/terlupakan dalam dunia yang film itu gambarkan. Sebaliknya ketika melihat dunia sebenarnya, kaum postmodern tidak lagi percaya adanya sebuah Pikiran di baliknya.

Teknologi pembuatan film memberikan dasar pijakan untuk budaya pop postmodern. Namun televisi merupakan sarana yang lebih efisien untuk menyebarkan etos postmodern ke seluruh lapisan

masyarakat. Dilihat dari satu sisi, televisi hanyalah sarana yang efektif untuk menantikan turunnya film dari bioskop ke televisi. Banyak program televisi yang isinya hanya film-film, mulai dari yang pendek sampai miniseri. Televisi adalah sebuah sarana yang digunakan oleh film-film untuk menyerbu kehidupan sehari-hari jutaan orang. Sejauh ini, televisi hanyalah perpanjangan tangan dari industri film. tetapi lepas dari hubungan dengan film, televisi memperlihatkan ciri khasnya sendiri. Dalam banyak hal, televisi jauh lebih fleksibel daripada film. Televisi melampaui film dengan menyajikan siaran langsung. Kamera televisi dapat menayangkan gambar kejadian langsung kepada pemirsa di seluruh belahan dunia.

Kemampuan untuk menyiarkan secara langsung membuat orang percaya bahwa televisi menyajikan peristiwa aktual yang benar-benar terjadi, tanpa adanya penafsiran, edit, atau komentar. Karena inilah televisi telah menjadi kriteria untuk membedakan yang nyata dan tidak. Banyak pemirsa tidak menganggap penting banyak hal. Tetapi jika CNN, Sixty Minutes menayangkannya, mereka akan segera merasa hal tersebut penting. Segala sesuatu tidak penting jika tidak ditayangkan televisi.

Televisi mampu menayangkan fakta secara langsung dan mampu menyebutkan produksi-produksi film. Kemampuan ganda demikian membuat televisi memiliki kekuatan yang unik. Ia mampu mencampurkan "kebenaran" (apa yang orang banyak anggap sebagai kejadian nyata) dengan "fiksi" (apa yang orang banyak anggap sebagai khayalan yang tidak pernah terjadi dalam kenyataan). Film tidak dapat melakukan ini. Televisi masa kini melakukan hal tersebut terus-menerus. Ketika ada siaran langsung, di tengah-tengah siaran itu selalu diputus oleh "pesan dari sponsor."

Televisi melampaui film untuk mewujudkan etos postmodern. Televisi komersil menyajikan berbagai gambar kepada pemirsa. Berita sore akan menghantam penonton dengan gambar-gambar yang tidak saling berhubungan: perang di suatu daerah terpencil, pembunuhan di dekat rumah, ucapan dari seorang politikus, skandal seks terbaru, penemuan ilmiah baru, berita olahraga. Campuran-campuran ini disisipkan dengan iklan baterai yang tahan lama, sabun mandi yang lebih bersih, makan pagi yang lebih sehat, dan liburan yang lebih menyenangkan. Dengan menampilkan berbagai gambar tersebut (berita dan iklan), televisi menciptakan kesan bahwa berita dan iklan sama pentingnya.

Siaran berita diikuti oleh program-program utama yang terlalu banyak untuk menarik dan membuat pemirsa bertahan. Maka isi program-program tersebut adalah film laga, skandal, kekerasan, dan seks. Drama-drama malam hari mempunyai bobot yang sama dengan berita sebelumnya. Dengan cara ini, televisi melenyapkan perbedaan antara kebenaran dan fiksi, antara peristiwa yang benar-benar memilik hati dan peristiwa sepele. Ini terjadi bukan hanya pada satu saluran televisi, tetapi berpuluh bahkan ratusan saluran yang berbeda-beda. Hanya dengan sebuah remote control di tangan, seseorang dapat memilih apa pun yang ia suka, mula dari berita terbaru, pertandingan tinju, laporan ekonomi, film kuno, laporan cuaca, film komedi, film dokumenter, dan sebagainya. Dengan menawarkan begitu banyak campuran gambar, secara tidak sengaja televisi menyejajarkan hal-hal yang tidak saling cocok. Televisi membutuhkan kejelasan waktu dan tempat. Televisi mencampuradukkan masa lalu dan masa kini, yang jauh dan yang dekat, segala sesuatunya dibawa menjadi kini dan di sini, di hadapan pemirsa televisi. Dengan cara ini, televisi memperlihatkan dua ciri khas postmodern: menghapus batas antara masa lalu dan masa kini; dan menempatkan pemirsa dalam ketegangan terus-menerus. Banyak pengamat sosial menganggap televisi sebagai cermin dari kondisi psikologis dan budaya postmodern. Televisi menyajikan begitu banyak gambar yang tidak berhubungan dengan realitas, gambar-gambar yang saling berinteraksi terus-menerus tanpa henti. Film dan televisi telah di persatukan oleh sebuah alat yang lebih baru- komputer pribadi.

Lenyapnya ego adalah tanda kemenangan postmodernisme. Sang diri diubahkan menjadi sebuah tampilan kosong yang berisi kebudayaan yang telah jenuh namun hiperteknis. (Arthur Kroker, 1989)

Munculnya "monitor" - layar bioskop, layar kaca televisi ataupun monitor computer, melenyapkan perbedaan antara diri sebagai subjek dan dunia sebagai objek. "Monitor" bukan sekadar objek di luar diri kita yang kita sedang lihat. Yang terjadi dalam monitor bukan sesuatu kejadian di luar sana dan diri kita di sini. "Monitor" membawa kita ke dunia luar sama seperti dunia luar masuk ke dalam diri kita. Yang terjadi dalam televisi merupakan manifestasi diri kita, yang terjadi dalam diri kita adalah penjelmaan televisi. Televisi telah menjadi sebuah wujud nyata dari jiwa kita.

Hidup dalam era postmodern berarti hidup dalam dunia yang dipenuhi oleh berbagai gambar yang bercampur-aduk. Dunia televisi memecahkan gambar-gambar menjadi potongan-potongan dan kaum postmodern tetap yakin bahwa itu hanyalah campuran gambar-gambar.

### **Sihir Televisi dan Kapitalis**

Di antara serbuan media massa ini, televisi telah menjadi media massa yang paling memasyarakat. Boleh dikatakan, saat ini televisi telah mendominasi hampir semua waktu luang setiap orang. Dewasa ini di Indonesia pemakaian televisi telah meningkat menjadi 8 jam per hari atau bahkan bisa lebih, terutama pada waktu libur (Kelana, 1997:78)

Di antara segala jenis media informasi, televisi menjadi satu benda yang tidak tertandingi pesonanya bagi minat sebagian manusia di jaman modern ini. Kemampuannya menghasilkan hiburan dan informasi dengan tingkat realitas yang utuh, hidup, asli dan alami mampu mengalihkan perhatian penikmatnya untuk tidak beranjak dari layar kaca.

Daya tarik televisi juga ditentukan oleh kemampuannya dalam merangkum kegiatan manusia. Hampir semua kegiatan manusia dapat disaksikan dalam acara televisi seperti kegiatan politik, ekonomi, agama, hukum, sosial, olah raga, kesenian, dan masih banyak lagi. Dengan kelebihan audio visualnya, acara televisi mampu mengalahkan media cetak yang juga memberikan informasi yang sama. Hal inilah yang menyebabkan televisi mudah menghipnotis manusia dan secara pasif memobilisasi manusia dari segala macam aktivitasnya untuk berada di depan layar kaca.

Kondisi ini oleh para pebisnis merupakan peluang besar untuk mengembangkan modal usahanya. Seiring dipermudahnya ijin pendirian stasiun televisi swasta, maka banyak di antara mereka yang menginvestasikan modalnya untuk mendirikan stasiun televisi. Jika sebelum reformasi kita mempunyai 6 stasiun televisi, maka sekarang telah tercatat 11 stasiun televisi yang mengudara secara nasional.

Kehadiran televisi swasta memang mampu membuka lembaran baru dalam sejarah pertelevisian bangsa. Kehadiran televisi swasta secara sadar atau tidak dianggap turut melipatgandakan nilai-nilai kapitalis di dalam masyarakat. Setiap stasiun televisi berusaha untuk memperoleh rating yang tinggi dalam setiap tayangannya. Hal ini tentu saja untuk lebih mengeksiskan keberadaannya dan demi memperoleh pemasukan iklan sebanyak-banyaknya. Di lain pihak berkembangnya stasiun televisi swasta di Indonesia telah menimbulkan banyak pilihan bagi pemirsa untuk mendapatkan informasi dan hiburan. Stasiun televisi swasta berusaha untuk dapat memberikan sajian tayangan acara yang dapat menarik minat masyarakat untuk menonton acara-acaranya. Dan kini khalayak pun semakin terlena dengan keberadaan televisi dan makin "terhipnotis" dengan acara-acara yang disuguhkan.

Hasil berbagai survey menyebutkan, program yang paling diminati dan menyedot animo khalayak adalah program hiburan (entertainment) (Rakhmat, 1999:216). Tayangan yang mendominasi acara-acara hiburan dan memperoleh rating yang cukup tinggi saat ini adalah tayangan sinetron, infotainment gossip selebritis, dan tayangan tayangan *reality show*.

Tidak bisa dipungkiri televisi merupakan media massa yang sangat produktif dalam pelipatgandaan modal. Pendek kata, televisi adalah institusi bisnis yang sangat potensial sesuai dengan kepentingan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Seperti kajian-kajian media massa pada umumnya, televisi merupakan mesin kapitalisme yang memaksa para pengelolanya untuk menomorsatukan kepentingan bisnis diatas kepentingan lainnya.

Dan dibandingkan media massa lainnya seperti, meminjam terminologinya, Gramsci, bahwa televisi telah terhegemoni oleh kapitalisme dan ekonomi politiknya. Dari segi pencapaian keuntungan ekonomi televisi memang sangat luar biasa di bandingkan dengan media massa lainnya. Media cetak memerlukan puluhan tahun untuk meraup iklan sampai 60-70 miliar rupiah setahun dan sebuah media radio memerlukan puluhan tahun untuk memperoleh 4-5 miliar setahun, media televisi hanya butuh dua tahun untuk mengumpulkan 100 miliar. Dengan serta merta bisnis televisi di Indonesia seakan-akan telah nejadi usaha *quick yielding* (Ishadi et.al:2001:19).

Data ini menunjukkan betapa amat prospektifnya televisi menjadi institusi pelipatgandaan modal. Sehingga wajar jika sekarang bermunculan televisi-televisi baru di Indonesia.

Kapitalisme yang menghinggapi televisi memungkinkan pengelola televisi untuk memprogram acara yang mampu mendongkrak pendapat terutama dari pembelian *time* di suatu program acara. Sedangkan program acara sangat tergantung dari agenda pengelola maupun dapat bersumber dari tren yang berkembang di masyarakat.

Semua ini dengan jelas menunjukkan bahwa pragmatisme ekonomi dan logika komersial telah membuat program acara televisi menjadi seragam bentuknya, miskin idealisme dan tanpa visi yang jelas (Sunardian: 2005:162)

Bila kita amati berbagai tayangan televisi di 11 stasiun televisi yang kita miliki memang seragam bentuknya, terkesan miskin idealis dan tanpa visi yang jelas. Berbagai acara malah terkesan membodohi pemirsa dan menciptakan budaya instan seperti kita sebut saja *reality show* *Gentayangan*, *UK-UK*, *Wah Sereem*, *Perburuan Alam Gaib* dan lainnya, maupun dalam bentuk sinetron dari masanya *Si Manis Jembatan Ancol*, *Jinni Oh Jinni* hingga *Tuyul* Dan *Mbak Yul* yang syarat dengan mistik walaupun kemasannya humor dan desakralisasi dunia kegaiban. Selain itu kita juga bisa sebut misalnya *Bidadari*, *Putri Cahaya*, dan masih banyak lagi yang memberikan contoh pemecahan masalah secara instan meski hal itu tidak masuk akal.

Berkaitan dengan televisi sebagai mesin kapitalisme, maka pengelola televisi dengan segala superioritasnya dapat mengarahkan agenda pemirsanya sesuai dengan kehendak dan kepentingan bisnisnyanya. Selama ini hubungan antara televisi dengan masyarakat posisi tawar televisi masi sangat tinggi. Sehingga maraknya tayangan televisi ini lebih disebabkan karena keinginan pengelola televisi untuk menawarkan acara-acara seperti tersebut di atas dalam rangka memperoleh keuntungan yang besar bagi televisi yang bersangkutan.

Tayangan-tayangan televisi, seperti yang tersirat dalam banyak statemen di atas memiliki potensi pengaruh yang luar biasa. Ini disebabkan karena tayangan televisi cenderung melakukan simplifikasi dan manipulasi realitas kehidupan. Padahal, televisi merupakan media yang mampu

memberikan proses *learning social norms* yang lebih intensif dari pada media lainnya (Jawa Pos: Minggu 26 Februari 2006).

### **Dampak Sosial Televisi**

Munculnya televisi dalam kehidupan manusia memang menghadirkan peradaban baru, khususnya dalam proses komunikasi dan informasi yang bersifat massa. Globalisasi informasi dan komunikasi setiap media massa jelas menghasilkan efek sosial yang bermuatan perubahan nilai-nilai sosial dan budaya manusia. Tampaknya televisi juga memberikan perubahan nilai yang sangat kuat dalam sosialisasi kehidupan khlayak penontonnya.

Perubahan sosial merupakan perubahan dalam struktur sosial dan hubungan sosial. Perubahan sosial antara lain meliputi perubahan dalam hal distribusi kelompok usia, tingkat pendidikan rata-rata, tingkat kelahiran penduduk, penurunan kadar rasa kekeluargaan dan informalitas antar tetangga dan perubahan peran suami sebagai atasan yang kemudian menjadi mitra dalam keluarga demokratis dewasa ini (Horton, 1984:208)

### **Budaya Instan dan Pengaruh Televisi pada Remaja**

Meski lebih baik dalam proses penangkapan abstraksi yang ditayangkan oleh televisi, para remaja berada dalam situasi psikologis yang kritis dalam dirinya. Media televisi, demi berbagai perhitungan kepentingan dan keuntungannya, justru memanfaatkan situasi ini.

Proses identifikasi yang memenuhi seluruh gerak dan implusi remaja justru dimanfaatkan atau dijinakkan oleh media televisi untuk menciptakan ketergantungan. Remaja cenderung dipaksa bukan menjadi dirinya, melainkan menjadi menurut kehendak kepentingan. Berbagai agenda kepentingan yang disodorkan padanya adalah untuk menciptakan ketergantungan

Hal ini akan menjadikan kaum remaja menjadi pribadi-pribadi yang lentur, tidak mempunyai pengalaman empirik untuk meakukan empati sosialnya. Pengaruh yang terbesar, akan menjadikan remaja menjadi pribadi-pribadi yang pasif, tidak memiliki kepribadian berekspresi, karena media televisi telah memenuhi semua kebutuhannya implusifnya secara virtual.

Kenyataan sosial di sekitarnya telah dikompres oleh media televisi dengan mereduksi kekayaan kemungkinan dan nilai yang terkandungnya. Remaja dengan demikian akan menjadi sangat tergantung, kehilangan daya imajinasi dan fantasinya. Apa yang diangankannya bukanlah imajinasi dan fantasi dalam pengertian sebenarnya. Namun lebih dalam upaya mendapatkannya secara mudah, sebagaimana ia dilatih dan dibinasakan mendapatkannya secara virtual.

Berbagai tayangan sinetron dengan tema remaja berkecenderungan mengeksploitasi kehidupan remaja dalam satu sisi semata. Remaja tidak memiliki kesempatan mempelajari hakikat kehidupan yang sebenarnya, selain hanya melihat yang serba artifisial. Berbagai kebetulan dan kemudahan dalam cerita memberikan kenyataan virtual dalam kesehariannya. Dan ketika kenyataan hidup lebih keras dari itu, remaja kita mudah patah dan kecewa.

Tayangan-tayangan yang dihadirkan televisi saat ini jika kita amati menawarkan sebuah budaya instan. Hampir semua tayangan televisi yang mengandung mistik pasti menawarkan solusi kehidupan yang instan dan tanpa proses yang alamiah. Sehingga ketika muncul persoalan, maka tiba-tiba muncul

figure yang membantu memecahkan persoalan hidup yang membelenggu hanya dengan memgerakkan sebuah *stik* maka jadilah apa yang dikehendaki.

Padahal realitas kehidupan nyata yang harus kita alami sangat riil, dan sangat bertentangan dengan realita yang disuguhkan itu. Ini sangat berbahaya bagi kehidupan kita terutama remaja yang mengadopsinya dengan tanpa kesadaran. Akibatnya pola pikir kita akan cenderung berubah. Jika kita amati dalam kehidupan nyata, maka produk manusia-manusia modern tidak jauh dari itu.

Kita cenderung menginginkan sesuatu secara instan, tidak perlu susah-susah dan amat sangat instan. Saat ini kita banyak menyaksikan bentuk-bentuk patologis social yang terjadi di lingkungan kita sebagai konsekuensi instannya masyarakat kita. Anak SD tidak dibelikan sepeda bunuh diri, demonstrasi di akhiri dengan perusakan, suami tidak boleh nikah lagi membunuh istri dan segudang permasalahan yang setiap hari menjejalkan kita semua.

Cara berpikir instant ini pada aspek sosial menimbulkan dampak sikap individualitas yang tinggi pada anggota masyarakat pada umumnya dan remaja kita pada khususnya. Hal ini berimbas pada penurunan kadar rasa kekeluargaan dan informalitas antar tetangga.. Setiap keputusan yang diambil ketika ada masalah tidak lagi dikomunikasikan dan disosialisasikan dengan anggota lainnya atau dengan tetangga terdekatnya. Mereka percaya bahwa solusi terbaik dapat diputuskan sendiri secara otonom dan instan.

### **Hilangnya Waktu Bersosialisasi sebagai Bentuk Perubahan Sosial**

Makin kompetitifnya tayangan televisi, mengakibatkan tayangan menjadi makin menarik penonton, sehingga penonton makin betah di depan pesawat televisi. Dewasa ini di Indonesia pemakaian televisi telah meningkat menjadi 8 jam per hari atau bahkan bisa lebih, terutama pada waktu libur (Kelana, 1997:78)

Dari data diatas, kita dapat melihat bagaimana seorang penonton mengalokasikan waktu yang cukup tinggi di depan pesawat televisi sehingga mengurangi waktu bersosialisasi dengan orang lain, baik itu dengan keluarga, tetangga, maupun komunitas sosialnya yang lain. Ciri yang menonjol pada masyarakat seperti ini adalah masyarakat yang eskapistik, tidak rasional, dan tidak realistik. Semakin tumpul daya juangnya, kehilangan daya kritis dan menjadi masyarakat yang mengalami penumpukan, pendangkalan dan penyederhaan serta tidak adanya tabiat beragumentasi di sana karena memang tidak dibangun.

Dalam masyarakat non-literacy yang memiliki daya baca rendah, media televisi dijadikan rujukan, sumber referensi, dan bahkan sumber inspirasi serta motivasinya. Sementara itu televisi memiliki kecenderungan mengantung masyarakatnya untuk tidak kemana-mana, sehingga otomatis waktu bersosialisasi dalam kehidupan masyarakat kita dapat dikatakan hilang tergantikan dengan aktivitas di depan televisi.

Hal ini bisa dijadikan sebagai gambaran bahwa betapa signifikannya dampak televisi bagi tatanan sosial yang sedan berjalan. Hilangnya rasa kekeluargaan dan informalitas antar komunitas sosial menunjukkan telah terjadi perubahan sosial yang tidak disadari dalam masyarakat kita.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arthur Kroker, Marilouise Kroker dan David Cook.1989. *The Definitive Guide to the Postmodern Scene*.Montreal: New World Perspective.
- Horton Cooley. 1984. *Sociology*. Jakarta : Erlangga Press
- Ishadi SK, et. al. 2001. *Bercinta Dengan Televisi*. Bandung : Rosdakarya.
- Jalaluddin Rahmat. (1999). *Metode Penelitian Komunikasi* . Bandung : Rosdakarya.
- Kelana, C. (1997). “Mengantisipasi Pesarnya Pertumbuhan TV dan Globalisasi Informasi” dalam *Jurnal ISKI vol 1: 78*. Bandung : Rosdakarya.
- Nurudin. 1997. *TV Agama Baru Masyarakat Modern*. Malang : UMM Press
- Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya
- Stanley J Grenz. 2003. *Postmodernisme (Sebuah Pengenalan)*. Yogyakarta: Lafadl Pustaka
- Sunardian wiradono. 2005. *Matikan TV-Mu*. Yogyakarta: Resist Book.