

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tidak dapat kita pungkiri, kini televisi telah mendominasi waktu luang kebanyakan orang Indonesia. Televisi menjadi sumber informasi politik dan dalam satu dan lain sebagai rujukan budaya dan nilai bagi sebagian orang. Kekuatan televisi terletak pada kemasyifan, keseketikaan, dan pesona citra televisi begitu mudah dikonsumsi/ditonton, karena dengan hanya menekan tombol dan memilih saluran, ia langsung bisa hadir ke dalam rumah dan dinikmati keluarga Indonesia.

Banyaknya stasiun televisi swasta yang bermunculan di Indonesia memberikan kebebasan bagi pemirsa dalam memilih program apa dan di stasiun mana yang ingin mereka saksikan. Hal ini menimbulkan persaingan antara masing-masing stasiun televisi dalam menjaga kestabilan eksistensinya. Program – program acara televisi yang menarik pastilah sangat ditunggu-tunggu oleh para pemirsa televisi. Disinilah para pekerja televisi dituntut untuk bisa menyajikan suatu program acara yang dikemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat. Tak

heran, meskipun channel televisi swasta terhitung lumayan banyak namun program acara dan tayangannya hampir seragam.

Di tengah kebutuhan atas tayangan-tayangan yang sehat, TVRI sebagai lembaga penyiaran publik sebenarnya sangat diharapkan menjadi alternatif, atau oase yang bisa menghilangkan kedahagaan publik akan keringnya tayangan televisi yang bermutu, sehat, mendidik, dan beretika. Namun dalam arena pertelevisian ini, TVRI terlihat seolah kehilangan gairah untuk melahirkan siaran-siaran yang diharapkan. Tidak tampak semangat TVRI untuk berkompetisi dalam pertelevisian di Indonesia, sekadar untuk merebut, atau setidaknya berbagi ruang publik yang selama ini dikuasi pelaku swasta. Sebagai lembaga penyiaran publik yang didanai oleh pajak masyarakat, sudah selayaknya TVRI berperan lebih untuk membuat masyarakat sadar, bahwa mereka masih diperhatikan.

Media televisi Indonesia saat ini, seperti yang kita ketahui, kian menurun kualitasnya. Pada penelitian penulis, media televisi Indonesia menjadi topik yang menarik untuk digali berkaitan dengan UU Penyiaran No 32 tahun 2002 bab II pasal 4 dan P3SPS. Sebelum dilakukan penelitian ini, tentu kita perlu memetakan penelitian terdahulu yang berhubungan dengan media televisi Indonesia atau jurnal-jurnal skripsi yang telah ada.

Penelitian pertama yaitu berasal dari *Jurnal Ilmiah Komunikasi / MAKNA*, volume 2, Februari, 2011, yang berjudul *Analisis Wacana Kritis Pemberitaan Kekerasan Berbasis Gender di Surat Kabar Harian Suara Merdeka* oleh Yuliyanto Budi Setiawan.

Pada penelitian ini, peneliti mengamati berita-berita kekerasan berbasis gender di surat kabar harian, redaktur pelaksana atau kepala desk atau jurnalis yang menulis topik tersebut, dan juga pembaca berita kekerasan. Untuk media yang dikaji, peneliti memilih Suara Merdeka.

Pemberitaan yang diteliti dibatasi hanya pada berita yang berisikan tentang pemberitaan kekerasan berbasis gender. Penelitian ini bermaksud menerapkan pendekatan kritis dalam menganalisis berita tersebut, maka dari itu ia menggunakan Critical Discourse Analysis Norman Fairclough (Analisis Texts, Discourse Practice dan Analisis Sociocultural Practice) (Fairclough, 1995: 57-62&289-316).

Jika dibandingkan dengan penelitian penulis dengan jurnal diatas, jurnal ini mengilustrasikan bagaimana teks pemberitaan kekerasan terhadap wanita dihadirkan di Suara Merdeka. Bagaimana ketidakadilan dijalankan dan diproduksi oleh praktisi media melalui teks-teks beritanya, lalu, bagaimana pertautan teks pemberitaan tersebut dengan konteks makro yang ‘tersembunyi’ di balik teks.

Pada penelitian penulis, penulis ingin mengetahuai bagaimanakah wajah kekerasan dan pornografi dalam televisi Indonesia saat ini jika ditinjau melalui artikel – artikel mengenai tayangan tak ramah anak dalam situs remotivi. Artikel – artikel dalam situs remotivi, ditempatkan sebagai subjek yang mewakili perasaan masyarakat Indonesia sebagai bentuk realitas yang nyata yang dialami si subjek didalam kesehariannya.

Pada jurnal ini, metode yang digunakan dalam penelitian—yang menjadi sumber tulisan—ini adalah analisis wacana terhadap teks pemberitaan kekerasan terhadap

wanita (textual interrogation) yang dihadirkan oleh Suara Merdeka, yang selanjutnya analisis tersebut disajikan secara deskriptif. Peneliti mengidentifikasi keberadaan media massa ini sejatinya penting untuk proses pembelajaran dan pemenuhan informasi yang baik bagi masyarakat. Beberapa konsumen media yang menjadi informan, menegaskan bahwa khalayak berhak memiliki informasi yang mencerahkan, bukan informasi-informasi yang bias gender yang sejatinya tidak bermanfaat buat masyarakat, bahkan tergolong berita yang merugikan korban, sebab termasuk bentuk kekerasan simbolik terhadap diri korban. Sedangkan pada penelitian peneliti, metode yang digunakan yaitu analisis tekstual yang disajikan secara deskriptif. Penulis menggunakan pendekatan kritis media, untuk mengetahui bagaimanakah wajah kekerasan dan pornografi dalam media Indonesia saat ini.

Penelitian kedua berjudul *Politik Identitas Anak - Anak Dalam Iklan Anak – Anak* oleh Titik Puji Rahayu, Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unair, Surabaya.

Penelitian ini menyoroti gambaran identitas anak dalam tayangan iklan televisi, terutama televisi -televisi komersial secara khusus membuat suatu bentuk program acara yang ditujukan bagi anak -anak, dan para pengiklan pun otomatis memanfaatkan momen tersebut untuk membidik mereka sebagai *target audience* dari iklan produknya. Menurut penelitian ini, anak -anak dijadikan sebagai sasaran empuk bagi para pengiklan.

Anak-anak sebagai konsumen jelas berpotensi vital bagi dunia bisnis dan industri. Para pemasar produk anak-anak dengan cerdas mengeksploitasi rasa bersalah kaum dewasa, terutama ibu sebagai penggeliik gairah beli terhadap produk anak -

anak yang ditawarkan. Para orang tua memang bukan konsumen, namun pembeli bahkan pelanggan produk anak-anak yang potensial. Di samping itu, harus disadari kembali bahwa anak-anak sebagai *target audience* dari iklan anak-anak sedang berhadapan tidak hanya dengan produk yang diiklankan, melainkan juga kebudayaan yang dipaketkan atau kebudayaan kemasan dan bahwa televisi menawarkan ideologinya sendiri yang khas.

Jurnal ini mendeskripsikan bagaimana identitas anak-anak digambarkan dalam iklan dan hubungannya dengan konstruksi identitas yang hendak ditanamkan kepada masyarakat. Penelitian ini lebih jauh berusaha mengungkapkan bagaimanakah definisi atau penggambaran anak-anak menurut iklan anak-anak di televisi. Berusaha mengungkapkan bagaimanakah periklanan Indonesia mendefinisikan dan mengkonstruksi anak-anak ideal melalui realitas *virtual* yang dibangunnya. Siapakah anak-anak? Bagaimanakah anak-anak? Dan bahkan Apakah yang dimaksud dengan anak-anak? Pertanyaan-pertanyaan tersebut pada dasarnya merupakan upaya untuk mempertanyakan identitas, yaitu identitas anak-anak. Bagaimanakah identitas anak-anak berdasarkan iklan anak-anak di televisi? Bagaimanakah anak-anak yang seharusnya menurut iklan anak-anak di televisi? Uraian diatas merupakan sebuah pengantar untuk memahami politik identitas, sedangkan penulis berfokus pada penggambaran kekerasan dan pornografi pada media televisi Indonesia melalui artikel – artikel mengenai tayangan tak ramah anak.

Penelitian ketiga yaitu berjudul *Ekonomi Politik Media Penyiaran* oleh Agus Sudiby, diterbitkan pada bulan Januari 2004 oleh LkiS Jogjakarta.

Pada penelitian ini, penulis meneliti masalah – masalah faktual yang muncul pada lini industri media penyiaran pasca-1998. Titik tolaknya adalah UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002 yang memberikan legitimasi atas keberadaan empat lembaga penyiaran: lembaga penyiaran komersial, lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran komunitas, dan lembaga penyiaran berlangganan.

Dengan menggunakan analisis kritis, Agus Sudibyo menemukan bahwasanya UU Penyiaran no 32 tahun 2002 yang bertujuan untuk membatasi ekspansi modal asing dalam industri penyiaran nasional tidak memadai. Penulis menjelaskan UU tersebut tidak secara komprehensif mengatur penyertaan modal asing. Pasal – pasal tentang modal asing tidak menjawab problem kepemilikan saham secara tidak langsung. Lebih jauh penulis menjelaskan bahwa begitu banyak celah yang dapat digunakan para pemilik modal asing yang ingin menanamkan sahamnya di industri penyiaran nasional. Hal ini menyebabkan banyaknya problem – problem yang muncul dalam media televisi pada saat – saat akhir era Orde Baru, dimana media telah menjadi instrumen industri kapitalis.

Jika dibandingkan, terdapat beberapa perbedaan pada penelitian yang dibuat oleh Agus Sudibyo dengan penelitian yang peneliti lakukan. Agus menjelaskan begitu lengkap mengenai sejarah perpindahan saham televisi swasta pada era akhir Orde Baru dan dampaknya pada industri penyiaran nasional dengan segala dinamika yang terjadi dimasa itu yang mencakup masalah ekonomi politik dalam industri penyiaran nasional baik melalui televisi, radio maupun media cetak, sedangkan pada penelitian yang penulis lakukan, penulis ingin mengungkapkan

bagaimanakah wajah kekerasan dan pornografi dalam media televisi Indonesia dan penelitian dilakukan pada media televisi saja.

Pada penelitian Agus, ia menggunakan pendekatan ekonomi politik yang lebih menekankan kepada isu kepemilikan modal dan produksi media yang berorientasi pada market. Market bukan hanya dalam arti tradisional, tetapi juga dalam ideologi, politik, dan kekuasaan.

“Media Massa adalah kelas yang mengatur”. Demikian premis teori Marxis tentang media dalam sistem kapitalisme modern. Media massa diyakini bukan sekedar medium lalu – lintas pesan antara unsur – unsur sosial dalam suatu masyarakat, melainkan juga berfungsi sebagai alat penundukan dan pemaksaan konsensus oleh kelompok yang secara ekonomi dan politik dominan.

Melalui pola kepemilikan dan melalui produk – produk yang disajikan, media adalah perangkat ideologis yang melanggengkan dominasi kelas pemodal terhadap publik yang diperlakukan semata – mata sebagai konsumen, dan terhadap pemegang kekuasaan untuk memuluskan lahirnya regulasi – reglasi yang pro pasar.

2.2. Tinjauan Tentang Media

A. Media dan Status Quo

Dalam usahanya mencari profit melalui audiens yang besar, media massa harus mengenali pengetahuan umum audien dan perasaan mereka. Penulis untuk acara sitkom akan menghindari bahasa yang tidak jelas atau bahasa kuno. Pahlawan dan penjahan akan merefleksikan kode moral yang berlaku. Dengan menyajikan semua ini ke audien, media massa memperkuat keyakinan dan nilai kultural yang sudah ada. Orang merasa nyaman ketika mengetahui lewat media bahwa diri mereka selaras dengan komunitas dan masyarakat, dan ini menambah kohesi sosial. ini adalah sosialisasi yang bergerak maju. Ini juga sosialisasi dalam arah yang berkebalikan, dimana media mencari petunjuk dari masyarakat dan lalu mengembalikannya kepada mereka.

Peran media dalam kohesi sosial punya sisi negatif. Para kritikus mengatakan bahwa media hanya memperhatikan denominator umum dimana hanya menampilkan hal – hal yang sesuai dengan *status quo*. Para pengkritik juga mengecam karakter yang kaku dan gampang ditebak dalam film dan acara televisi, dan juga mengkritik isi berita yang dangkal dan mudah ditebak.

Aspek negatif dari peran media sebagai kontributor kohesi sosial adalah bahwa nilai yang dominan jarang ditentang, yang berarti bahwa beberapa nilai dan praktik yang salah akan tetap bertahan. (Vivian : 2008)

B. Media Dan Audiens

Dalam pemikiran sederhana dan kenyataan, publik merupakan klien dan sumber pengaruh paling penting dalam lingkungan setiap organisasi media, namun kebanyakan penelitian cenderung menunjukkan “autism” yang tinggi (keasyikan menilai diri sendiri), yang sejalan dengan sikap para professional lainnya di mana status mereka sangat tergantung pada pengetahuan mereka yang paling baik bagi diri mereka (McQuail : 1991).

Althelde (1974:59 dalam McQuail : 1991) memberi komentar bahwa upaya berbagai stasiun televisi untuk menjangkau khalayak luas yang ditelitinya ternyata mengakibatkan timbulnya pandangan sisnis tentang publik yang bodoh, tidak mampu dan tidak berharga. Burns (1977), Elliot (1972), dan Schlesinger (1978) menemukan keadaan yang sama pada televisi Inggris. Schlesinger (1978) menyatakan bahwa keadaan semacam itu sebagian memang merupakan sifat dasar profesionalisme.

Proses komunikasi massa yang terorganisasi dalam kondisi pasar tidak mampu mendayagunakan sarana yang memuaskan untuk menghubungkan pesan dengan tanggapan aktif publik. Proses seperti itu menciptakan publik dalam bentuk sebagai penonton, yang menyaksikan dan bertepuk tangan, tetapi tidak berinteraksi dengan pengirim pesan (Elliot, 1972). Dalam banyak hal organisasi media termasuk ke dalam dunia usaha yang memproduksi bahan tontonan yang merupakan alat untuk menciptakan khalayak; dengan cara demikian, organisasi media sekaligus menciptakan keuntungan, lapangan kerja, serta berbagai bentuk pemuasan dan pelayanan lainnya.

C. Organisasi Media dan Publiknya

Selain hubungan – hubungan yang telah dijelaskan sebelumnya, tentu saja terdapat jaringan hubungan lain, di samping jaringan hubungan yang tercipta karena kepentingan distribusi isi, yang harus dibentuk berdasarkan harapan, minat, dan keinginan khalayak. Kemampuan mengamati jaringan hubungan tersebut memang merupakan salah satu aspek keterampilan profesional media, yang memanfaatkan “masukan” dari khalayak; kontak pribadi secara individual yang diciptakan oleh komunikator massa; hasil penelitian tentang khalayak; bukti hasil penjualan; surat dan telepon dari publik.

Pada dasarnya hubungan semacam itu dapat bersifat timbal – balik dan seimbang, tetapi dalam kenyataannya kontak yang berlangsung kebanyakan dikendalikan dan diarahkan oleh media, karena khalayak terpisah – pisah dan kurang diorganisasi, serta organisasi media kurang memiliki kekuasaan dalam proses pengambilan keputusan. Di lain pihak, keadaan ini memperbesar kemungkinan ketergantungan media terhadap institusi lainnya dalam masyarakat, bukannya mengendalikan institusi lain itu. Seiring dengan kenyataan tersebut, publik menjadi lebih tergantung pada media, dan bukan mengendalikannya. Perlu disadari bahwa beberapa institusi, terutama institusi politik, selalu berusaha dengan berbagai cara untuk menyatakan dan mewakili kepentingan publik. Bentuk kontrol semacam itu tidak mudah digambarkan karena konsekuensinya tidak sama pada semua masyarakat (McQuail, 1991).

D. Media dan Moralitas

Seorang pelawak pernah mengatakan bahwa orang membaca koran bukan untuk mencari tahu apa yang terjadi, sebab semua orang sudah tahu, tetapi untuk mencari tahu siapa yang tertangkap.

Media massa, dengan memberitakan tindak kejahatan, membantu memperkuat tatanan moral masyarakat. Ketika seseorang ditangkap karena mencuri dan dijatuhi hukuman, berita ini menguatkan keyakinan semua orang bahwa setiap manusia punya hak milik pribadi.

Selain memberitakan kegiatan polisi, media massa juga merupakan agen rekonsiliasi perbedaan antara tindakan privat dengan moralitas publik.

Secara individual, orang akan menoleransi pelanggaran kecil atas moralitas publik, seperti mengambil pensil dari tempat kerja untuk dibawa pulang. Akan tetapi jika tindakan menyimpang ini diekspos ke publik, toleransi itu hilang, dan proses sosial mulai berjalan untuk merekonsiliasikan penyimpangan itu dengan moralitas publik. Proses rekonsiliasi ini menjadi norma dan nilai publik. (Vivian:2008)

E. Media dan Institusi Lain

McQuail (1991) menyatakan, terdapat beberapa kaidah normative dan filsafat umum menyangkut hubungan yang baik antara “pers” dengan masyarakat yang cenderung dipatuhi secara luas oleh kalangan “elit” media, dan publik. Kita menyebut kaidah dan filsafat itu “teori normative tentang pers,” meskipun teori itu meliputi asumsi ideologi umum, misalnya: kebebasan, tanggung jawab sosial dan rasionalitas. Selain itu, terdapat beberapa ikatan formal dalam wujud

peraturan hukum, yang dalam beberapa hal membatasi kebebasan media, tetapi dalam beberapa hal lainnya justru mengarahkan media ke sasaran yang positif.

Lalu, terdapat hubungan ekonomi yang mengaitkan media dengan institusi sosial lainnya.

Dan yang terakhir, terdapat banyak hubungan informal antara media dengan masyarakat yang berlangsung secara dua arah dan diwarnai oleh hubungan timbal – balik. Dalam pola hubungan ini banyak hal yang terjadi, khususnya upaya untuk mempengaruhi media; upaya media untuk memperoleh sumber dan informasi dari kalangan masyarakat elit; kontak antarpihak dalam lingkungan sosial yang sama. Kontak informasi semacam itu berkemungkinan untuk meningkatkan control masyarakat terhadap media, tetapi juga berkemungkinan untuk memudahkan tugas media dalam merefleksikan atau menampilkan apa yang sementara terjadi dalam masyarakat.

Terlepas dari kemungkinan mana yang berlaku, hasil pastinya tetap menempatkan media ke posisi yang lebih dekat dengan institusi sumber dan pusat kekuasaan dalam masyarakat daripada dengan khalayak masa datangnya.

2.3. Tinjauan Teoretik

2.3.1. Teori Kritis Media

Teori kritis media akarnya berasal dari aliran ilmu – ilmu kritis yang bersumber pada ilmu sosial Marxis. Beberapa tokoh yang mempelopornya antara lain Karl Mark, Engels (pemikiran klasik), George Lukacs, Korsch, Gramsci, Guevara, Regis, Debay, T Adorno, Horkheimer, Marcuse, Habermas, Altrusser, Johan Galtung, Cardoso, Dos Santos, Paul Baran Samir Amin, Hamza Alavi (pemikiran modern). Ilmu ini juga disebut dengan *emancipatory science* (cabang ilmu sosial yang berjuang untuk mendobrak *status quo* dan membebaskan manusia, khususnya rakyat miskin dan kecil dari *status quo* dan struktur sistem yang menindas)(Nurrudin,2007:199).

Beberapa teori studi budaya (*cultural studies*) dan ekonomi politik juga bisa dikaitkan dengan teori kritis. Sebab, teori-teori itu secara terbuka menekankan perlunya evaluasi dan kritik terhadap *status quo*. Teori kritis membangun pertanyaan dan menyediakan alternatif jalan untuk menginterpretasikan hukum sosial media massa. (Nurrudin,2007:200)

Media dalam konteks teori kritis selalu berhubungan dengan ideologi dan hegemoni. Pandangan teori ini, budaya massa yang komersil dan universal merupakan sarana utama menunjang keberhasilan monopoli modal. Peta media massa sekarang dihadapkan pada oligopoli industri media yang bertumpu pada kekuatan modal agar bertahan di tengah persaingan industri media. Kecenderungan industri media saat ini adalah pembentukan pasar berdasarkan kesamaan ciri komunitas (based on community).

Teori kritis sering menganalisis secara khusus lembaga sosial, penyelidikan luas untuk yang dinilai objektif adalah mencari dan mencapai. Media massa dan budaya massa telah mempromosikan banyak hal yang ikut menjadi sasaran teori kritis. Bahkan ketika media massa tidak melihat sebagai sumber masalah khusus, mereka dikritik untuk memperburuk atau melindungi masalah dari yang diidentifikasi atau disebut dan dipecahkan (Nurrudin, 2007:200). Contohnya, seorang teoritikus berpendapat bahwa isi praktik produksi para praktisi media tidak hanya menyebabkan tetapi juga mengabadikan masalah. Tema pokok di dalam teori kritis adalah bahwa isi produksi juga ikut memperkuat status quo dan mengurangi usaha yang berguna bagi perubahan sosial yang konstruktif.

Misalnya saja ketika kita membaca artikel – artikel dalam situs remotivi yang menentang *status quo*. Jika remotivi menonjolkan permasalahan tentang media televisi di Indonesia secara terus - menerus menentang para pemilik modal demi perubahan sosial dan tidak mendukung *status quo*, inilah yang menjadi tujuan dari teori kritis media. Akan tetapi jika remotivi memilih untuk menayangkan artikel yang mendukung *status quo*, berarti mereka telah memperkuat *status quo*.

Bisa dikatakan bahwa teori media kritis ini sebisa mungkin mendorong perubahan secara terus menerus. Hegemoni pemilik modal sudah saatnya dihilangkan dengan “perlawanan”. Sebab, pemilik modal biasanya akan lebih mementingkan bisnis media massanya. Artinya, jika kebijakan media mengancam “kemarahan” pemerintah yang mengancam bisnis medianya harus dilawan.

Teori media kritis adalah alternatif baru dalam usaha memahami seluk beluk media dan bagaimana media itu harus selalu bersikap untuk tidak mengukuhkan *status quo*.

Menurut perspektif teori ini, media tidak boleh hanya memberitakan fakta atau kejadian yang justru memperkuat *status quo*. Media harus terus mengkritisi setiap ketidak-adilan yang ada disekitarnya. Hal ini berarti, media tidak boleh tunduk pada pemilik modal yang kadang ikut menghegemoni isi medianya. Pemilik modal dalam pandangan teori ini menjadi pihak yang mementingkan *status quo*. Termasuk disini, media harus peka terhadap persoalan ketidakadilan, ketertindasan yang dilakukan pemerintahnya. Media harus terus mengkritisi dan melawan segala bentuk hegemoni dan kekuasaan yang hanya berada di tangan penguasa.

Tentu saja, teori kritis media tidak mudah untuk diwujudkan. Alasannya, *mainstreamnya* pemikiran masyarakat kita yang masih didominasi oleh ilmu sosial liberal (Nurrudin, 2007:201-202)

Pemerintah, biasanya akan mementingkan stabilitas dan kesatuan dengan memandang sebelah mata konflik, tuntutan, dan pergolakan yang justru menjadi sasaran teori kritis. Para pemilik modal lebih mementingkan orientasi pasar untuk mencari untung sebanyak – banyaknya. Mereka tidak peduli apa yang disajikan medianya, yang penting bisa memberikan keuntungan besar. Para wartawan dan pegwainya pun dituntut untuk mengikuti kebijakannya. Disinilah media massa yang sudah memiliki sistem kuat sangat sulit untuk mempraktikkan semangat

teori kritis media karena hegemoni kekuasaan sistem sangat kuat. (Nurrudin, 2007:203)

2.4. Kerangka Pemikiran

Di Indonesia sendiri, *situs, blog, weblog, media words* dan berbagai bentuk media online saat ini, telah memberikan ruang khusus untuk memberikan informasi mengenai media televisi Indonesia, namun hanya Remotivi yang secara khusus membahas secara mendalam mengenai media televisi Indonesia. Dengan keistimewaannya menyajikan artikel dan bahasan yang menarik, situs ini telah menjadi ruang personal/pribadi bagi pengamat dan pemerhati media televisi Indonesia untuk menyegarkan dahaga mereka akan informasi dan pengetahuan mengenai media televisi Indonesia.

Situs seperti Remotivi merupakan salah satu media online yang sedang berkembang di Indonesia. Seiring berkembangnya zaman, situs semakin menuai kepopularannya karena situs mulai diterbitkan secara tersegmentasi sehingga dapat menyesuaikan dengan apa yang dibutuhkan individu atau kelompok sosial tertentu.

Kondisi permasalahan yang mendera media televisi Indonesia saat ini semakin tidak terkendali. Seperti yang kita ketahui, konten acara pada stasiun televisi swasta di Indonesia hanya sedikit sekali yang mengedepankan kepentingan dan memberikan perlindungan kepada penonton anak – anak . Sejak pagi hingga malam, channel – channel televisi swasta di Indonesia berebut menayangkan hal – hal yang tidak edukatif demi kepentingan industri untuk mendapatkan rating dan keuntungan yang besar. Mulai dari infotainment, sinetron, acara musik, bahkan berita pun dapat kita lihat sendiri kualitasnya yang kian menurun dari waktu ke waktu.

Perkembangan dan kondisi media televisi Indonesia menjadi salah satu tema yang dapat ditampilkan dalam sebuah tulisan. Seperti yang terdapat dalam situs Remotivi, situs tersebut berisikan pendapat/opini dan analisis mengenai perkembangan media televisi Indonesia saat ini. Hal ini yang dikatakan sebagai sebuah penggambaran kondisi media televisi Indonesia, dimana terdapat realitas objektif berupa data lapangan, fakta/fenomena, yang selanjutnya ditransformasikan dalam realitas simbolik berupa bahasa dalam bentuk artikel. Diantara kesimpulan terkait kedua realitas tersebut ada tahapan berupa proses, disinilah wajah kekerasan dan pornografi dalam media televisi Indonesia dihasilkan dengan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik objektif maupun subjektif.

Remotivi adalah sebuah inisiatif warga untuk memantau tayangan televisi di Indonesia yang turut meliputi aktivitas pendidikan melek media dan advokasi yang bertujuan (1) mengembangkan tingkat kemelekmediaan masyarakat, (2) menumbuhkan, mengelola, dan merawat sikap kritis masyarakat terhadap televisi, dan (3) mendorong profesionalisme pekerja televisi untuk menghasilkan tayangan yang bermutu, sehat dan mendidik. Tujuan yang disebutkan semuanya tergambar dalam artikel – artikel yang ada dalam situs remotivi. Dimana tujuan – tujuan tersebut lahir demi perubahan sosial kearah yang lebih baik

Artikel – artikel dalam situs Remotivi yang ditulis berdasarkan keadaan sosio kultural didalamnya, dianggap sebagai perwakilan dari masyarakat atas keluhan terhadap tayangan media televisi dijadikan sebagai objek penelitian utama dalam

penelitian ini, yang diteliti menggunakan analisis tekstual. Karena penelitian ini benar – benar bertumpu pada teks – teks yang termuat dalam situs remotivi.

Kita dapat menyaksikan realitas suatu fenomena atau fakta dalam suatu situs melalui sebuah proses analisis. Analisis tekstual merupakan sebuah metode yang mampu membantu peneliti menganalisis dan memaknai teks yang terkandung dalam tulisan suatu artikel, melalui proses analisis dan pemahaman pada teks-teks yang tertera di dalamnya.

2.4.1 Bagan Kerangka Pemikiran

