

# EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA KONVERGENSI

DITERBITKAN OLEH:  
BALAI PENGAJIAN DAN PENGEMBANGAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA  
BANDUNG (BPPKI)  
BADAN LITBANG SDM  
KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

# DAFTAR ISI

- 1 Televisi Lokal dalam Representasi Identitas Budaya  
*Haryati*
- 23 Peluang dan Tantangan Radio Komunitas di Era Konvergensi  
*C.Suprapti Dwi Takariani*
- 39 Televisi Lokal dan Konsentrasi Kepemilikan Media  
*Wiwik Novianti*
- 47 Keberadaan Televisi Lokal di Era Digitalisasi  
*Qoute Nuraini Cahyaningrum*
- 59 Potret Surat Kabar Lokal di Indonesia sebagai Basis Informasi  
*Sapta Sari*
- 75 Persiapan Bandung TV dalam Siaran Digital  
*Hj. Neti Sumiati Hasandinata dan Noneng Sumiaty*
- 85 Pemanfaatan Internet dalam Mengangkat Budaya Lokal  
*Ibn Ghifarie*

Kata kunci bersumber dari artikel. Lembar abstrak ini boleh diperbanyak tanpa ijin dan biaya

TELEVISI LOKAL DALAM REPRESENTASI  
IDENTITAS BUDAYA

*LOCAL TELEVISION IN REPRESENTATION OF  
CULTURAL IDENTITY*

Haryati

*Abstract*

*The presence of local television has an important role in changing the function imbalance of mainstream media in lifting local issues. The existence of local television is expected to show local culture and local events by touching the real life of local communities. So that local television can represent cultural identity of local communities with cultural content and identity based on local wisdom. In this study, of local television, the perspective used is media representations approach from Stuart Hall.*

*Keywords: local television, cultural identity, media representation approach.*

**Abstrak**

Kehadiran televisi lokal memiliki peran penting dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media *mainstream* dalam mengangkat isu-isu lokal. Keberadaan televisi lokal diharapkan dapat menampilkan budaya daerah serta peristiwa lokal dengan menyentuh kehidupan nyata masyarakat setempat. Sehingga televisi lokal dapat merepresentasikan identitas budaya masyarakat daerah dengan muatan budaya dan identitas yang berbasis kearifan lokal. Dalam kajian televisi lokal ini, perspektif yang digunakan adalah pendekatan representasi media dari Stuart Hall.

**Kata kunci:** televisi lokal, identitas budaya, pendekatan representasi media.

---

PELUANG DAN TANTANGAN RADIO  
KOMUNITAS DI ERA KONVERGENSI

*OPPORTUNITIES AND CHALLENGES  
COMMUNITY RADIO IN THE ERA OF  
CONVERGENCE*

C.Suprapti Dwi Takariani

*Abstract*

*Community radio is growing rapidly now along with the implementation of UU No. 32 Tahun 2002 about Broadcasting. Community radio have emerged diversely. Various types of community radio thriving in Indonesia reflects the heterogeneity in Indonesian society and community needs media that can fulfill their needs to get knowledge, information, and entertainment at the same time. The problem of this study is how the opportunities and challenges of community radio in the era of convergence? Geographical condition of Indonesia and the diversity of the community in Indonesia is an opportunity for growing community radio. While the release of the UU of Telematics Convergence draft and private radio becomes a challenges for community radio to exist.*

*Keywords: opportunities, challenge, community radio, convergence era.*

**Abstrak**

Radio komunitas saat ini berkembang pesat sejalan dengan digulirkannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Berbagai macam radio komunitas telah bermunculan. Beragam tipe radio komunitas yang berkembang di Indonesia mencerminkan heterogenitas masyarakat di Indonesia dan kebutuhan komunitas-komunitas akan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka terhadap pengetahuan, informasi, dan sekaligus hiburan. Permasalahan yang diangkat dalam kajian ini adalah bagaimana peluang dan tantangan radio komunitas di era konvergensi?

## KUMPULAN ABSTRAK

Kondisi geografis wilayah Indonesia dan beragamnya komunitas di Indonesia menjadi peluang radio komunitas untuk berkembang. Sementara keluarnya *draft* rancangan UU tentang Konvergensi Telematika serta radio swasta menjadi tantangan bagi radio komunitas untuk tetap eksis.

Kata kunci: peluang, tantangan, radio komunitas, era konvergensi.

---

### TELEVISI LOKAL DAN KONSENTRASI KEPEMILIKAN MEDIA

#### *LOCAL TELEVISION AND CONCENTRATION OF MEDIA OWNERSHIP*

Wiwik Novianti

##### *Abstract*

*Industry media, especially television, in Indonesia have been growing very rapidly. UU No. 32 Tahun 2002 about Broadcasting become an umbrella of the establishment of local television stations throughout Indonesia. By carrying the spirit of diversity of content and diversity of ownership, local television stations flourish in Indonesia. The phenomenon of concentration of media ownership in Indonesia is a challenge for local television stations to be able to maintain locality in program content. By holding a commitment to local values and supported with high creativity, local television stations will not lose their audiences.*

*Keywords: local television, media, concentration of ownership.*

##### **Abstrak**

Industri media, khususnya televisi, di Indonesia berkembang sangat pesat apalagi sejak diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Undang-Undang tersebut sebagai payung lahirnya stasiun-stasiun televisi lokal di seluruh wilayah Indonesia. Dengan mengusung semangat keragaman isi dan kepemilikan, stasiun televisi lokal tumbuh subur di Indonesia. Adanya fenomena konsentrasi kepemilikan media di Indonesia menjadi tantangan tersendiri bagi televisi lokal untuk dapat mempertahankan

lokalitas dalam isi programnya. Dengan memegang komitmen terhadap nilai-nilai lokal dan ditunjang dengan kreativitas yang tinggi, televisi lokal tidak akan kehilangan penontonnya.

Kata kunci: televisi lokal, media, konsentrasi kepemilikan.

---

### KEBERADAAN TELEVISI LOKAL DI ERA DIGITALISASI

#### *LOCAL TELEVISION PRESENCE IN ERA DIGITALIZING*

Qoute Nuraini Cahyaningrum

##### *Abstract*

*Local television in the middle of media digitization face a variety of obstacles, many are predicting local television will decline in facing this media digitization era. Factors such as human resources and finance is that inhibit the growth of local television generally and television in the era of digitization. If local television could get away into the digital system it will have a good opportunity, but on the contrary if the local television cannot change the system to digital technology, the digital television will be fade, except if the government does not remove the whole system analog television.*

*Keywords: local television, television digitalization, convergence media.*

##### **Abstrak**

Televisi lokal di tengah-tengah digitalisasi media menghadapi berbagai macam hambatan, banyak yang memprediksi televisi lokal akan mengalami kemunduran dalam menghadapi era digitalisasi media ini. Faktor seperti sumber daya manusia dan pembiayaan merupakan hal yang menghambat pertumbuhan televisi lokal secara umum maupun dalam menghadapi era digitalisasi televisi. Apabila televisi lokal bisa lolos masuk ke dalam sistem digital maka akan mendapat kesempatan yang baik, tapi sebaliknya apabila televisi lokal tidak bisa mengubah sistem

## KUMPULAN ABSTRAK

teknologi ke digital, maka televisi digital akan meredup, terkecuali apabila pemerintah tidak menghapus secara keseluruhan sistem analog pada televisi.

**Kata kunci:** televisi lokal, digitalisasi televisi, konvergensi media.

---

### POTRET SURAT KABAR LOKAL DI INDONESIA SEBAGAI BASIS INFORMASI

#### *PORTRAIT OF LOCAL NEWSPAPER IN INDONESIA AS A BASIS OF INFORMATION*

Sapta Sari

##### *Abstract*

*Local media presence in the region is very important to note. Local media, in this case the local newspapers serve as an information base for regional communities in Indonesia. Centralization of information and news that ever happened paralyzing press freedom in the region. Centralization resulting imbalances news and information flow consider to repress the right to freedom of opinion and expression. The rise of local newspapers in various regions through local media portraits in Indonesia can be used as a representation that balanced local news and information flow is very important. Besides important to the progress of society in the region, it is also important to study the implementation of a responsible press freedom in Indonesia.*

**Keywords:** local media, newspaper, information, news, freedom of the press.

##### **Abstrak**

Kehadiran media lokal di daerah sangat penting diperhatikan. Media lokal, dalam hal ini surat kabar lokal dijadikan sebagai basis informasi bagi masyarakat daerah di Indonesia. Pemusatan informasi dan pemberitaan yang pernah terjadi melumpuhkan kebebasan pers di daerah. Pemusatan yang mengakibatkan ketidakberimbangan pemberitaan dan arus informasi dinilai menindas hak kebebasan

berpendapat dan berekspresi. Maraknya surat kabar lokal di berbagai daerah menjadi potret media lokal di Indonesia. Hal ini bisa dijadikan sebagai representasi bahwa keberimbangan pemberitaan dan arus informasi sangatlah penting. Selain penting untuk kemajuan masyarakat di daerah, juga penting untuk pembelajaran dalam penerapan kebebasan pers yang bertanggungjawab di Indonesia.

**Kata kunci:** media lokal, surat kabar, informasi, pemberitaan, kebebasan pers.

---

### PERSIAPAN BANDUNG TV DALAM SIARAN DIGITAL

#### *BANDUNG TV PREPARATION IN DIGITAL BROADCAST*

Hj. Neti Sumiati Hasandinata dan Noneng Sumiaty

##### *Abstract*

*This study attempts to determine the local television media digitization carry on Bandung local television broadcast TV. This research is qualitative, with data collection through in-depth interviews to the Chief Editor of Bandung TV and other stakeholders as the primary data, and the study of literature as secondary data. Initial findings show the positive impact of digital television in the era of convergence, the local television Bandung TV, in synergy with Bali TV network, Sriwijaya TV, Yogyakarta TV, and other local television in Indonesia with increasing network synergy and cost efficiency of production. With limited broadcast range, need to maximize the function of proximity to the local market and also reach global markets.*

**Keywords:** broadcast television, digital television, and local television.

##### **Abstrak**

Penelitian ini untuk mengetahui upaya televisi lokal melaksanakan digitalisasi media pada siaran televisi lokal Bandung TV. Penelitian ini bersifat

## KUMPULAN ABSTRAK

kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap Pimpinan Redaksi Bandung TV dan pihak terkait lainnya sebagai data primer, dan studi literatur sebagai data sekunder. Temuan awal menunjukkan dampak positif televisi digital di era konvergensi, bagi televisi lokal Bandung TV, yang bersinergi dengan jaringan Bali TV, Sriwijaya TV, Yogyakarta TV, dan televisi lokal lainnya di Indonesia dapat meningkatkan sinergitas jaringan dan efisiensi biaya produksi. Dengan keterbatasan jangkauan siaran, perlu memaksimalkan fungsi proksimitas dalam meraih pasar lokal dan juga pasar global.

**Kata kunci:** siaran televisi, televisi digital, dan televisi lokal.

---

### PEMANFAATAN INTERNET DALAM MENGANGKAT BUDAYA LOKAL

#### *INTERNET USE IN PROMOTING THE LOCAL CULTURE*

Ibn. Ghifarie

##### *Abstract*

*The development of technology has always been closely associated with the culture of a society because of the local identity is a reflection of the personality of a civilized nation. However, due to the strong currents of modernization and globalization may eventually marginalize the local*

*wisdom and identity of an area. To survive all identities, local knowledge must actively participate and contribute to the development of technology. This is done by underground communities Ujungberung Rebels. Without a sense of caring, love, make music with totally, sharing over the internet surely the existence of local activists metal music taste will not be maintained.*

**Keywords:** *technology, culture, local wisdom, Ujungberung Rebels.*

##### **Abstrak**

Perkembangan teknologi selalu erat hubungannya dengan kebudayaan suatu masyarakat karena identitas lokal merupakan cerminan dari kepribadian suatu bangsa yang beradab. Namun, akibat kuatnya arus modernisasi dan globalisasi pada akhirnya dapat meminggirkan identitas dan kearifan lokal suatu daerah. Agar tetap bertahan semua identitas, pengetahuan lokal harus ikut aktif dan berkontribusi terhadap kemajuan teknologi. Hal ini dilakukan oleh komunitas masyarakat bawah tanah (*underground*) Ujungberung Rebels. Tanpa rasa peduli, cinta, bermusik dengan total, saling berbagi melalui internet niscaya keberadaan pegiat musik metal rasa lokal tak akan terjaga.

**Kata kunci:** teknologi, kebudayaan, kearifan lokal, Ujungberung Rebels.

## EKSISTENSI MEDIA LOKAL DI ERA KONVERGENSI

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dewasa ini, telah memengaruhi dunia penyiaran di Indonesia dan memunculkan fenomena baru yakni konvergensi. Konvergensi sendiri bisa dikatakan bergabungnya media telekomunikasi tradisional dengan internet sekaligus. Teknologi komunikasi dan informasi baru (*new media*) lambat laun mengambil alih hampir semua kemampuan yang dimiliki oleh media konvensional, bahkan pada titik tertentu *new media* memberikan lebih dari apa yang bisa diberikan oleh media konvensional. Hal ini menjadikan sebuah fenomena di mana teknologi komputer dan internet yang bersifat interaktif membaur dengan teknologi media komunikasi konvensional yang bersifat masif.

Fenomena inilah yang sering disebut sebagai sebuah proses *konvergensi*, yang dalam konteks ini adalah konvergensi media. Preston (2001) dalam Ardianindro (2009), pernah mengatakan bahwa konvergensi akan membawa dampak pada perubahan radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi, dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik visual, audio, teks, data, dan sebagainya. Berbicara tentang konvergensi media tentu saja mengharuskan kita untuk mengetahui apa sebenarnya kunci utama dari fenomena ini. Digitalisasi merupakan kunci utama dari adanya konvergensi media, adanya media digital memungkinkan media konvensional untuk mulai “berubah”.

Bersamaan dengan berlangsungnya konvergensi dibidang telematika, akan terjadi peralihan sistem penyiaran dari analog ke sistem penyiaran digital. Hal tersebut tentunya akan menimbulkan dampak di berbagai bidang, terutama bagi keberlangsungan kehidupan media-media lokal. Pertumbuhan media lokal yang cukup pesat seiring dengan dikeluarkannya UU No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, akan kembali menemui tantangan di era konvergensi ini. Mengingat tidak semua media lokal telah memiliki kekuatan untuk mengimbangi perubahan-perubahan yang harus dihadapinya.

Perubahan format dari analog ke digital, membuat beberapa media lokal harus berjuang keras, karena tidak saja faktor finansial yang cukup besar, namun faktor infrastruktur dan sumber daya manusia juga banyak yang masih belum siap. Hal tersebut

## DARI PENYUNTING

menjadi tantangan tersendiri bagi media lokal untuk tetap bertahan/eksis, agar mereka bisa bersaing dengan media-media lokal sendiri maupun media nasional. Diperlukan strategi agar media lokal bisa tetap bertahan misalnya dengan memaksimalkan berbagai peluang yang ada.

Observasi edisi kali ini seperti biasa menyajikan sejumlah tulisan dengan tema “Eksistensi Media Lokal di Era Konvergensi”, yang berisi ulasan mengenai peluang dan eksistensi media lokal dan perubahan dunia penyiaran dari analog ke sistem digital.

*Penyunting*

## TELEVISI LOKAL DALAM REPRESENTASI IDENTITAS BUDAYA

Haryati

Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung  
Jl. Pajajaran no. 88 Bandung, Jawa Barat – 40173. Telp. (022) 6017493, Fax. (022) 6021740,  
HP:081320636345, email: [haryati@kominfo.go.id](mailto:haryati@kominfo.go.id)

Naskah diterima tanggal 15 Juni 2013, disetujui tanggal 31 Juli 2013

### *LOCAL TELEVISION IN REPRESENTATION OF CULTURAL IDENTITY*

#### *Abstract*

*The presence of local television has an important role in changing the function imbalance of mainstream media in lifting local issues. The existence of local television is expected to show local culture and local events by touching the real life of local communities. So that local television can represent cultural identity of local communities with cultural content and identity based on local wisdom. In this study, of local television, the perspective used is media representations approach from Stuart Hall.*

*Keywords: local television, cultural identity, media representation approach.*

#### Abstrak

Kehadiran televisi lokal memiliki peran penting dalam mengubah ketidakseimbangan fungsi media *mainstream* dalam mengangkat isu-isu lokal. Keberadaan televisi lokal diharapkan dapat menampilkan budaya daerah serta peristiwa lokal dengan menyentuh kehidupan nyata masyarakat setempat. Sehingga televisi lokal dapat merepresentasikan identitas budaya masyarakat daerah dengan muatan budaya dan identitas yang berbasis kearifan lokal. Dalam kajian televisi lokal ini, perspektif yang digunakan adalah pendekatan representasi media dari Stuart Hall.

Kata kunci: televisi lokal, identitas budaya, pendekatan representasi media.

#### Pendahuluan

Kecenderungan yang terjadi saat ini, industri informasi sudah diperlakukan sebagai komoditas dengan perspektif ekonomi politik. *Agenda setting* media

melalui berbagai program acaranya, memperlihatkan gejala menjunjung keuntungan sepihak yang tidak mencerahkan. Sementara kondisi masyarakat kita yang sebagian besar tersebar di daerah perdesaan, berada di

tengah keterbatasan dalam penetrasi media. Pilihan-pilihan konten kedaerahan, selama ini jarang disentuh karena media *mainstream* pada umumnya masih terlena dengan euforia kapitalisme industri guna meraup profit sebesar-besarnya.

Di tengah gencarnya globalisasi yang telah masuk ke dalam ranah media, serta kebutuhan akan desentralisasi informasi, kehadiran media-media televisi lokal di tengah adanya persaingan televisi nasional serta media baru, membawa warna tersendiri dalam kehidupan media saat ini. Kehadiran televisi lokal diharapkan banyak pihak menjadi salah satu pilihan dalam melihat berbagai persoalan yang ada saat ini untuk mengurainya, menggali, menghimpun, dan menampilkannya menjadi tontonan dalam berbagai kemasan program yang dapat menyentuh kebutuhan masyarakat dengan perspektif kearifan lokal (*local wisdom*). Televisi lokal diharapkan dapat mengangkat budaya dan kearifan lokal yang hidup dan berkembang di masyarakat, sehingga dapat membantu proses pembelajaran dan penanaman nilai-nilai positif budaya setempat. Televisi lokal diharapkan memberi nuansa baru dalam mengisi ruang publik, memberikan alternatif pilihan informasi dan hiburan.

Pengesahan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, yang merupakan payung hukum resmi dunia penyiaran di tanah air, membuka peluang bagi berkembangnya televisi-televisi lokal. UU Penyiaran memberikan pengakuan bagi eksistensi lembaga penyiaran lokal, baik swasta, komunitas, maupun publik, yang secara tidak langsung investasi bisnis di dunia penyiaran pertelevisian daerah turut berkembang. Kehadiran televisi lokal dalam konteks daerah, tentunya memiliki makna yang penting dan strategis. Televisi akan

merepresentasikan khasanah budaya lokal, dengan tingkat keragaman, kekayaan, dan keunikan masing-masing daerah.

Secara filosofis Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran mengatur tentang ketentuan Sistem Stasiun Berjaringan (SSJ). Sistem Stasiun berjaringan mensyaratkan stasiun televisi yang hendak bersiaran secara nasional harus bermitra dengan televisi lokal, mengakomodasikan konsep desentralisasi ekonomi di bidang media dan pengelolaan ranah publik berbasis kepentingan komunitas di daerah. Esensi dari SSJ adalah pemenuhan hak masyarakat daerah untuk memperoleh informasi yang diinginkan sekaligus hak menggunakan frekuensi yang memang milik publik. Dalam semangat SSJ, terkandung semangat mengakomodasi prinsip-prinsip utama demokratisasi penyiaran, yakni otonomi publik, keberagaman konten (*diversity of content*), dan keberagaman kepemilikan (*diversity of ownership*).

Perjalanan menuju terwujudnya SSJ memang panjang. Selain peraturan pelaksanaannya yang terlambat lahir, resistensi yang ditujukan kalangan industri penyiaran (televisi) sedikit banyak juga memengaruhi berlarut-larutnya realisasi SSJ. *Judicial review* ke Mahkamah Konstitusi maupun Mahkamah Agung pernah dilakukan oleh kalangan yang merasa keberatan dengan rencana SSJ. Tenggat waktu beberapa kali ditetapkan, tetapi beberapa kali juga diabaikan.

Sistem berjaringan dipandang lebih efisien dan menguntungkan dari aspek bisnis, disamping sebagai salah satu amanat UU No. 32 Tahun 2002. Dengan melakukan strategi promosi dan *marketing* bersama, maka daerah juga akan menikmati kue iklan dari industri

penyiaran. Apalagi menghadapi era persaingan bebas, sistem berjaringan dapat mendorong televisi lokal dapat *survive* dan berkembang secara sehat.

Indonesia yang memiliki wilayah luas dengan masyarakat yang pluralis dan keanekaragaman budayanya, sebetulnya sangat ideal bila diterapkan SSJ. SSJ bahkan sudah cukup lama diterapkan di negara-negara lain yang juga memiliki wilayah luas seperti Amerika Serikat. Pemenuhan siaran dengan sistem SSJ dinilai paling logis karena televisi swasta juga diharapkan mampu memberikan *content* yang sifatnya kedaerahan dan ditayangkan pada jam *primetime*.

Selama ini, daerah menerima secara deras informasi dari Jakarta, sementara informasi lokal tidak tersampaikan. Daerah hanya dilihat lebih sebagai pasar bisnis media penyiaran. Padahal siaran televisi nasional menggunakan spektrum frekuensi, kekayaan publik yang berdimensi lokalitas geografis dan demografis.

Dengan dibuatnya Undang-Undang Penyiaran No. 32 Tahun 2002, merupakan angin segar yang membawa gambaran positif atas kelangsungan hidup stasiun televisi lokal. Karena stasiun televisi nasional diharuskan mempunyai jaringan stasiun televisi lokal untuk menyalurkan siaran mereka. Artinya stasiun televisi lokal mendapatkan pembagian keuntungan dari setiap bentuk tayangan yang ditampilkan, baik dari segi iklan maupun konten-konten lainnya. Tapi pada kenyataannya UU ini belum terrealisasi secara optimal, dikarenakan beberapa faktor, di antaranya Mumpuni (2011): Terdapat tantangan yang sistematis dari pihak Asosiasi Televisi Nasional. Karena kerjasama antara televisi nasional dengan televisi lokal sulit dilakukan. Serta persiapan dari televisi

lokal yang belum memadai, dari segi teknis maupun sumber daya manusia.

Dalam perspektif materi, televisi lokal bisa menjadi media yang mampu memenuhi kebutuhan berbagai informasi politik, ekonomi, budaya lokal, dan seterusnya, yang belum tersentuh media televisi swasta nasional. Hal ini seiring dengan latar belakang pendirian umumnya televisi lokal yang mengusung kepentingan daerah dalam memberi ruang pengembangan kebudayaan daerah. Sayangnya, perkembangan televisi lokal yang sudah beroperasi dihadapkan pada masalah yang hampir serupa, mulai dari persoalan manajemen, sumber daya, finansial, hingga mendapatkan iklan.

Televisi lokal masuk ke dalam dunia pertelevisian yang cukup keras saat ini, yaitu bagaimana agar mampu bertahan eksis dalam iklim persaingan yang semakin ketat. Tidak dapat dipungkiri, salah satu sumber pendapatan terbesar bagi keberlangsungan hidup televisi adalah iklan. Iklan bagi televisi lokal harus diperebutkan baik di tingkat pusat maupun daerah. Adanya pemasukan iklan akan sangat berarti bagi televisi lokal, termasuk *sponsorship* program-program televisi lokal. Semakin mahal harga iklan di industri televisi saat ini, menyebabkan tidak lagi kompetitifnya media televisi dibandingkan dengan media lainnya.

AGB Nielson (Buletin AGB Nielson Media Research, Maret 2009, "Belanja Iklan di Media Naik 17%," menyebutkan empat hal yang menyebabkan hal tersebut adalah: pertama, penurunan rating rata-rata. Penurunan ini mengindikasikan bahwa televisi bukanlah media hiburan rumahan utama lagi, terutama sejak munculnya telepon seluler dan internet; kedua, peningkatan jumlah stasiun televisi.

Tingkat kompetisi televisi yang tinggi menyebabkan setiap stasiun televisi menjadi semakin sulit dalam mendapatkan satu persen rating; ketiga, pertumbuhan populasi televisi. Populasi televisi individu berusia lima tahun ke atas di sepuluh kota yang disurvei tumbuh dari 39 juta menjadi 46,7 juta sejak 2006. Ini berarti, satu poin rating yang bisa diraih oleh stasiun televisi sebenarnya mewakili jumlah penonton yang bertambah dari tahun ke tahun; dan keempat, harga iklan (*rate card*) dan inflasi. Sementara harga iklan stasiun televisi memperlihatkan kenaikan antara 3% dan 5% dari 2006 ke 2008, tingkat inflasi meningkat tajam menjadi 11,06% pada tahun 2008 seiring terjadinya krisis ekonomi global. Semuanya berimbas terhadap faktor biaya dalam *Cost Per Rating Point* (CPRP).

Tren kenaikan harga iklan televisi yang tercermin dalam kenaikan CPRP memperlihatkan bahwa persaingan stasiun televisi menjadi semakin ketat. Artinya peluang hidup stasiun televisi yang ada menjadi semakin kecil. Dalam pandangan Teori Niche yang merupakan Teori Ekologi yang menggambarkan bagaimana sekelompok makhluk hidup menggantungkan dan memperebutkan sumber kehidupannya, dapat dianalogikan bahwa televisi adalah makhluk hidup yang memperebutkan sumber kehidupannya. Lewin dalam Sendjaja (1993) mengatakan bahwa sifat interaksi antar makhluk hidup yang tinggal di suatu lingkungan, tergantung pada tiga faktor yaitu: 1) daerah/ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh suatu makhluk, yang disebut sebagai *niche breadth*; 2) penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua atau lebih makhluk hidup, sehingga

terjadi ketumpangtindihan, yang disebut sebagai *niche overlap*; 3) jumlah seluruh penunjang kehidupan yang tersedia bagi seluruh warga populasi.

Dimmick dan Rohtenbuhler (1984) mengatakan bahwa sumber penunjang kehidupan media ada tiga yaitu: pertama, *capital*, yang meliputi struktur permodalan dan pemasukan iklan. Faktor *capital*, pada umumnya dilihat melalui iklan yang masuk dalam media tersebut, selain permodalan. Hal tersebut juga menyangkut besaran kue iklan (misalnya secara nasional) dan bagaimana proporsi yang akan dikonsumsi oleh berbagai media – dan khususnya yang diperebutkan oleh televisi. Kedua, *types of content*, yang menunjukkan aspek program dan atau jenis isi media. Faktor *content* merupakan deskripsi isi dari media yang bersangkutan, hal tersebut dapat dilihat dari berbagai rubrikasi/program acara yang ada. Ketiga, *types of audience*, yang menunjukkan jenis khalayak sasaran atau target *audiences*. Faktor *audience* pada dasarnya dapat dilihat melalui dua hal yaitu dari data asumsi/*profile* media yang bersangkutan atau dari penelitian khusus untuk mengetahui *profile* khalayak dan kebutuhan konsumsi media mereka. Ketiga sumber penunjang tersebut merupakan tiga tiang utama yang menjadi penyangga–sekaligus sumber “makanan” bagi media agar dapat *survive* dan mengembangkan dirinya dalam situasi kompetisi yang ketat.

Menurut teori ini, semakin bertambahnya populasi atau jumlah media, maka akan semakin tinggi tingkat kompetisi yang terjadi antara media satu dengan lainnya dalam memperebutkan kue iklan, jenis isi media, dan khalayak sasaran. Artinya, di tengah kompetisi industri televisi yang sangat ketat, akan menyebabkan investasi di dalam industri ini semakin sulit

untuk bisa mendapatkan *revenue* yang menjanjikan. Dalam menjamin keberlangsungan hidupnya, televisi lokal masuk dalam dunia persaingan bisnis media yang ketat yang tidak bisa dihindari begitu saja. Televisi lokal akan masuk dalam perebutan kue iklan yang selama ini diperebutkan oleh media cetak, radio, dan televisi. Bahkan persaingan tak kalah ketatnya juga berlangsung dalam konteks program, *content*, dan khalayak.

Dalam menghadapi banyaknya kompetitor dalam meraup iklan, televisi lokal dituntut kemampuannya dalam meningkatkan kualitas programnya agar memiliki nilai jual. Permasalahan program ini merupakan salah satu kendala yang dihadapi sebagian besar televisi lokal. Televisi lokal di daerah hingga hari ini harus berhadapan dengan siaran dari televisi Jakarta. Siaran tersebut, setiap harinya disebarluaskan melalui ratusan transmisi di berbagai penjuru tanah air. Sebuah penelitian dari Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMPB) Yogyakarta, mengungkapkan, televisi lokal masih mempunyai kelemahan. Di antaranya kualitas gambar dan program yang kurang baik dan tidak teratur, program kurang variatif, serta kemasan acaranya kurang menarik.

Dalam konteks program, televisi lokal pada umumnya mempunyai primadona yaitu program bermuatan lokal. Di sejumlah sisi, bagaimanapun televisi lokal mempunyai beberapa keunggulan. Konteks lokalitas itulah yang membedakan dengan televisi Nasional (Jakarta). Selain itu, beberapa televisi lokal lebih interaktif dengan pemirsanya, dengan adanya acara yang bersifat interaktif dengan melibatkan pemirsanya. Seperti acara “Pasosore” merupakan acara Musik dan Hiburan yang

menampilkan lagu-lagu pilihan berbahasa Sunda yang pernah populer pada zamannya, dan pemirsa di rumah dapat memilih serta melantunkannya secara langsung melalui telepon. Acara ini disiarkan secara langsung di TVRI Jawa Barat pada hari Senin - Kamis setiap pukul 15.30 - 16.00 WIB, atau pemirsa yang bisa menelpon ke studio saat acara berlangsung pada saat program konsultasi kesehatan. Televisi di daerah juga dinilai lebih memperhatikan seni budaya setempat.

Namun beberapa kondisi aktual, masih tidak sedikit televisi lokal saat ini yang masih jauh dari harapan. Meskipun dari waktu ke waktu, pertumbuhan televisi lokal terus bertambah, semangat membangun lokalitas siaran itu tak diimbangi daya untuk bertahan. Yakni masih adanya televisi lokal yang belum sepenuhnya melaksanakan ketentuan pemuatan konten lokal dalam program tayangannya dengan berbagai alasan. Siaran televisi lokal lebih banyak menampilkan sajian program yang tidak jauh beda dengan televisi nasional lainnya. Tidak hanya itu, ketentuan penyiaran konten lokal pada jam tayang atau *primetime*, belum bisa dipenuhi.

Di samping produk acara televisi lokal masih terlihat belum mendapatkan penanganan yang profesional, sebagian besar masih menyuguhkan materi acara yang kurang variatif dengan kemasan yang terkesan apa adanya. Peran dan fungsi televisi lokal, idealnya dapat meningkatkan kreativitas dan produktivitas materi acaranya agar mampu mengisi kebutuhan informasi dan hiburan masyarakat lokal yang tidak mereka peroleh dari *mainstream* media televisi, bukan sebaliknya memproduksi acara-acara dengan menduplikasi acara televisi swasta nasional

dengan kemasan yang asal-asalan, sehingga mengaburkan ciri khas televisi lokal yang semestinya mengusung identitas lokal. Terkait dengan peran media lokal dengan identitas lokal, Fernando Delgado dalam Lusting dan Koester (2003) menekankan, beberapa aspek identitas kultural seseorang bisa 'dibangkitkan' (*activated*) tidak saja melalui pengalaman langsung melainkan juga melalui *reportase* (apa yang disajikan) media, misalnya melalui penggambaran artistik dimana di dalamnya terkandung tema-tema budaya tertentu; dengan pertunjukan-pertunjukan musik yang diidentifikasi dengan suatu kelompok kebudayaan tertentu; dan melalui berbagai pengalaman dengan orang-orang atau media-media yang lain. Media lalu menghadapi tantangan untuk tidak hanya mampu menyebarluaskan informasi kepada khalayak melainkan juga dapat menjadi sarana penumbuhan citra (*image building*) (Pawito dalam Adi Tri Nugroho(2009)).

Persoalan lainnya yang dihadapi televisi lokal adalah ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang memiliki *skill* memadai atau berkompeten di bidangnya. Banyak televisi lokal memiliki keterbatasan kompetensi sumber daya manusia. Keterbatasan ini menjadi salah satu faktor kurangnya jaminan kualitas produksi program yang lebih baik dan memiliki nilai jual.

Sementara, dari perspektif otonomi daerah, kehadiran televisi lokal dapat mengurangi sentralisme informasi dan bisnis. Lewat televisi lokal dan televisi berjejaring, pemirsa tidak hanya dijejali informasi, budaya, dan gaya hidup ala Jakarta dan ala Barat. Pemirsa akan lebih banyak menyaksikan berbagai peristiwa dan dinamika di daerah dan

lingkungannya. Televisi merupakan bisnis yang tidak hanya memerlukan biaya investasi awal yang besar untuk pengadaan infrastruktur, peralatan produksi studio dan penyiaran (pemancar dan jaringan transmisi), melainkan juga memerlukan biaya operasional yang besar, terutama untuk biaya produksi dan pengadaan (pembelian) program. Dukungan biaya operasional yang cukup dan stabil dari pemilik sangat menentukan kemampuan suatu stasiun televisi untuk memproduksi dan menyiarkan program bermutu, menarik, diminati dan dibutuhkan masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tulisan ini bertujuan mengkaji media televisi lokal dalam melakukan representasi identitas budaya dalam mempertahankan eksistensinya di tengah kehidupan dunia pertelevisian saat ini. Perspektif yang akan digunakan dalam kajian tulisan ini adalah pendekatan representasi media dalam membingkai tema identitas budaya melalui berbagai program tayangannya.

### Identitas Budaya

Kearifan lokal atau *local wisdom* atau *local genius*, dapat dipahami sebagai sebuah konsep yang bermuatan nilai-nilai kehidupan yang luhur, dijaga keutuhannya secara turun-temurun dan dipelihara keberlangsungannya, untuk dijadikan sebagai pedoman hidup masyarakat. Pemahaman kearifan lokal tidak saja berkaitan dengan konteks masa lalu bangsa ini, tetapi hal yang dimiliki kearifan lokal ini adalah nilai-nilai positif mengenai berbagai aspek kehidupan, berbagai aspek kebudayaan, yang tumbuh di setiap daerah di tanah air. Menurut Agus Aris Munandar (2011), *local genius* kebudayaan terdiri dari dua elemen; 1) segala nilai, konsep, dan

teknologi yang telah dimiliki oleh suatu bangsa sebelum mendapat pengaruh asing; (2) daya yang dimiliki suatu bangsa untuk menyerap, menafsirkan, mengubah, dan mencipta, sepanjang terjadinya pengaruh asing. Dalam hal kesinambungan budaya, dapat dibedakan jenis-jenisnya. (1) disadari sebagai anasir kebudayaan penting yang harus dipertahankan; (2) tidak disadari, melainkan terus diminati tanpa disadari oleh pendukung kebudayaan, oleh karena itu terjadi keseimbangan yang tidak formal; (3) terdapat juga keseimbangan yang disadari dan diajarkan. Beberapa hal yang mendasari terbentuknya kebhinekaan adalah faktor lingkungan alam tempat hidup etnik-etnik yang beraneka ragam, jarangnyanya komunikasi antaretnik di masa silam, tiap etnik mengalami perbedaan akulturasi dengan budaya luar, perbedaan sejarah politik, dan terdapat perbedaan pendalaman agama yang dominan dianut oleh masyarakat etnik.

Karakter bangsa ini dibentuk oleh karakter dan pekerti bangsa yang terkandung dalam kearifan lokal. Karakter dan pekerti bangsa yang melekat dalam suatu masyarakat berlaku dalam sepanjang proses perkembangan zaman bangsa ini, seperti halnya nilai-nilai kehidupan yang bersumber dari nilai-nilai agama, karakter tenggang rasa yang tinggi, budaya malu, kehormatan diri, etos kerja, gotong royong, dan lainnya.

Dalam mendefinisikan budaya lokal atau kearifan lokal, banyak definisi dari berbagai kalangan. Secara etimologi dan keilmuan, sebuah definisi terhadap *local culture* atau *local wisdom* ini, berdasarkan visualisasi kebudayaan ditinjau dari sudut struktur dan tingkatannya, John Haba (2007) menyebutkan pengategorianya sebagai berikut: 1) *Superculture*, adalah

kebudayaan yang berlaku bagi seluruh masyarakat. Contoh: kebudayaan nasional; 2) *Culture*, lebih khusus, misalnya berdasarkan golongan etnik, profesi, wilayah atau daerah. Contoh: budaya Sunda, budaya Minang, dan budaya Batak; 3) *Subculture*, merupakan kebudayaan khusus dalam sebuah *culture*, namun kebudayaan ini tidaklah bertentangan dengan kebudayaan induknya. Contoh: budaya gotong royong; dan 4) *Counter-culture*, tingkatannya sama dengan *subculture* yaitu merupakan bagian turunan dari *culture*, namun *counter-culture* ini bertentangan dengan kebudayaan induknya. Contoh: budaya individualisme.

Indonesia merupakan negara kepulauan yang sangat luas, dengan kebudayaan yang beragam, dari Sabang sampai dengan Merauke, terdiri dari sekitar 300 suku bangsa yang memiliki identitas kebudayaan masing-masing. Setiap daerah memiliki adat istiadat yang berbeda satu dengan lainnya. Keberagaman suku dan budaya yang ada di Indonesia menjadi salah satu ciri khas masyarakat Indonesia. Perbedaan ini pula yang pada akhirnya, setiap masyarakat mempunyai istilah budaya lokal, yaitu budaya yang hanya bisa ditemui dan dimiliki suatu masyarakat di suatu tempat, termasuk kearifan lokal di dalamnya. Beragam kekayaan budaya yang tumbuh dan berkembang dalam suatu masyarakat tersebut, diakui merupakan faktor-faktor penting yang dapat mempertebal kohesi sosial dalam masyarakat. Haryati Soebadio dalam Ayatrohaedi (1986), mengatakan bahwa *local genius* adalah *juda cultural identity*, identitas/ kepribadian budaya bangsa yang menyebabkan bangsa tersebut mampu menyerap dan mengolah kebudayaan asing sesuai dengan watak dan

kemampuan sendiri. Hal ini bisa dilihat dari berbagai konsep kearifan lokal yang masih bertahan atas inisiatif lokal, namun bertahan di era global.

Dalam artian sederhana, yang dimaksud dengan identitas budaya adalah rincian karakteristik atau ciri-ciri sebuah kebudayaan yang dimiliki oleh sekelompok

orang yang kita ketahui batas-batasnya tatkala dibandingkan dengan karakteristik atau ciri-ciri kebudayaan orang lain (Liliweri, 2002). Identitas budaya terbentuk melalui struktur kebudayaan suatu masyarakat. Struktur budaya adalah pola-pola persepsi, berpikir dan perasaan, sebagai berikut:



Gambar 1  
Struktur Budaya

Dalam praktik komunikasi, identitas tidak hanya memberikan makna tentang pribadi seseorang, tetapi lebih dari itu, menjadi ciri khas sebuah kebudayaan yang melatarbelakanginya. Ketika manusia itu hidup dalam masyarakat yang multibudaya, maka di sanalah identitas budaya itu diperlukan. Identitas budaya merupakan ciri yang ditunjukkan seseorang karena orang itu merupakan anggota dari sebuah kelompok etnik tertentu. Hal itu meliputi pembelajaran tentang penerimaan tradisi, sifat bawaan, bahasa, agama, keturunan dari suatu kebudayaan (Liliweri, 2002).

Sedangkan menurut Larry A. Samovar, Richard E. Porter dan Edwin R. McDaniel, identitas budaya adalah karakter khusus dari sistem komunikasi kelompok yang muncul dalam situasi tertentu. *Diverse groups can create a cultural system of symbols used, meanings assigned to the symbols, and ideas of what is considered appropriate and inappropriate. When the groups also have a history and begin to hand down the symbols and norms to new*

*members, then the groups take on a cultural identity. Cultural identity is the particular character of the group communication system that emerges in the particular situation* (Samovar, 2006). Jadi sebuah sistem budaya berupa simbol-simbol, norma-norma diwariskan secara turun-temurun, yang pada akhirnya menjadi identitas budaya suatu masyarakat. Identitas budaya berpengaruh terhadap proses komunikasi antarbudaya.

Menurut Ting Toomey (Rahardjo, 2005), budaya sebagai komponen dari usaha manusia untuk bertahan hidup (*survive*) dan berkembang dalam lingkungan partikular mereka, memiliki beberapa fungsi, yaitu: *Identity Meaning Function* yaitu budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan paling mendasar dari keberadaan manusia 'siapa saya'; *Group Inclusion Function* yaitu budaya menyajikan fungsi inklusi dalam kelompok yang bisa memuaskan kebutuhan seseorang terhadap afiliasi keanggotaan dan rasa ikut memiliki; *Intergroup*

*Boundary Regulation Function* yaitu fungsi budaya sebagai pembentuk sikap seseorang tentang *in-group* dan *out-group* berkaitan dengan orang yang secara kultural tidak sama; *The Ecological Adaptation Function* yaitu fungsi budaya dalam memfasilitasi proses-proses adaptasi di antara diri, komunitas kultural, dan lingkungan yang lebih besar; *The Cultural Communication Function* yaitu koordinasi antara budaya dengan komunikasi, budaya memengaruhi komunikasi dan komunikasi memengaruhi budaya. Ringkasnya, budaya diciptakan, dibentuk, ditransmisikan, dan dipelajari melalui komunikasi, sebaliknya praktik-praktik komunikasi diciptakan, dibentuk, dan ditransmisikan melalui budaya.

Sementara Daphne A. Jameson dalam jurnalnya *Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in Intercultural Business Communication* (2007) menyebutkan bahwa identitas budaya memiliki atribut sebagai berikut: 1. *Cultural identity is affected by close relationship* (identitas budaya dipengaruhi oleh hubungan dekat); 2. *Cultural identity changes over time* (identitas budaya berubah sesuai dengan waktu); 3. *Cultural identity is closely intertwined with power and privilege* (identitas budaya erat kaitannya dengan kekuasaan dan hak istimewa); 4. *Cultural identity may evoke emotions* (identitas budaya bisa membangkitkan emosi); 5. *Cultural identity can be negotiated through communication* (identitas budaya bisa dinegosiasikan melalui komunikasi).

Dengan demikian, identitas budaya merupakan cerminan yang terbentuk dari berbagai faktor yang dilatarbelakangi oleh aspek-aspek geografis, sosial, politik, historis suatu masyarakat. Identitas budaya

dipengaruhi oleh perjalanan waktu dan masyarakat yang bersifat tumbuh dan berkembang (*growing*) dari waktu ke waktu, sehingga memungkinkan sebuah identitas budaya dapat berubah.

### Representasi Media

Judi Giles dan Tim Middleton (1999), mengatakan bahwa terdapat tiga definisi dari kata *to represent*, yakni: pertama, *to stand in for*. Misalnya bendera merah putih yang dikibarkan pada *event* olahraga internasional menunjukkan keberadaan negara Indonesia dalam *event* tersebut. Kedua, *to speak or act on behalf of*. Misalnya Paus sebagai pemimpin umat Katolik di dunia. Ketiga, *to re-present*. Misalnya melalui tulisan sejarah atau biografi yang bisa menghadirkan kembali kejadian masa lalu.

Stuart Hall (1997), melalui representasi, suatu makna diproduksi dan dipertukarkan antaranggota masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa, representasi secara singkat adalah salah satu cara untuk memproduksi makna.

Menurut Eriyanto (2008), istilah representasi menunjuk pada bagaimana seseorang atau kelompok, gagasan atau pendapat tertentu ditampilkan dalam produk media. Pertama, apakah seseorang atau kelompok atau gagasan tersebut ditampilkan sebagaimana mestinya. Kata 'semestinya' ini mengacu pada apakah seseorang atau kelompok diberitakan apa adanya atau sebaliknya. Penggambaran yang tampil bisa jadi adalah penggambaran yang buruk dan cenderung memarjinalkan seseorang atau kelompok tertentu. Kedua, bagaimanakah representasi itu ditampilkan, hal tersebut bisa diketahui melalui penggunaan kata, kalimat, dan aksentuasi.

Konteks representasi sebetulnya merujuk pada bagaimana realitas atau suatu objek ditampilkan. Menurut Fiske (2004), representasi merupakan sejumlah tindakan yang berhubungan dengan teknik kamera, pencahayaan, proses *editing*,

musik, dan suara tertentu yang mengolah simbol-simbol dan kode-kode konvensional ke dalam representasi dari realitas dan gagasan yang akan dinyatakannya. Fiske merumuskan tiga proses yang terjadi dalam representasi seperti terlihat dalam tabel 1:

Tabel 1  
Tiga Proses Representasi

Pertama	Realitas  (Dalam bahasa tulis seperti dokumen, wawancara, transkrip, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti pakaian, <i>make-up</i> , perilaku, gerak-gerik, ucapan, ekspresi, suara).
Kedua	Representasi  (Elemen-elemen tadi ditandakan secara teknis. Dalam bahasa tulis seperti kata, proposisi, kalimat, foto, <i>caption</i> , grafik, dan sebagainya. Sedangkan dalam televisi seperti kamera, tata cahaya, <i>editing</i> , musik, dan sebagainya). Elemen-elemen tersebut ditransmisikan ke dalam kode representasional yang memasukkan di antaranya bagaimana objek digambarkan: karakter, narasi, <i>setting</i> , dialog, dan sebagainya).
Ketiga	Ideologi  Semua elemen diorganisasikan dalam koherensi dan kode-kode ideologi, seperti individualisme, liberalisme, sosialisme, patriarki, ras, kelas, materialisme, kapitalisme, dan sebagainya.

Sumber: Fiske, *Television Culture*, London and New York, Routledge, 1987, (Eriyanto, 2008).

Berdasarkan proses tersebut, pada level pertama, adalah peristiwa yang ditandakan (*encode*) sebagai realitas; bagaimana suatu hal atau ide dikonstruksi sebagai realitas oleh media dalam bentuk bahasa, gambar, yang umumnya berhubungan dengan aspek seperti pakaian, lingkungan, ucapan ekspresi, dan lain-lain. Pada level kedua, ketika kita memandang sesuatu sebagai realitas, pertanyaan berikutnya adalah bagaimana realitas itu digambarkan. Dalam proses ini realitas digambarkan dalam perangkat-perangkat teknis seperti bahasa tulis, gambar, grafik, animasi, dan lain-lain. Pada

level ketiga, dalam proses ini peristiwa-peristiwa dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam konvensi-konvensi yang diterima secara ideologis. Bagaimana kode-kode representasi dihubungkan dan diorganisasikan ke dalam koherensi sosial seperti kelas sosial atau kepercayaan dominan yang ada dalam masyarakat. Menurut Fiske, ketika kita melakukan representasi tidak bisa dihindari kemungkinan menggunakan ideologi tersebut.

Istilah representasi memiliki pemahaman bahwa apa yang tersaji di media seringkali tidak selalu persis dengan

apa yang terdapat dalam realitas empirik. Realitas yang tersaji di media, sudah melalui suatu proses kerja media sedemikian rupa.

Representasi bekerja pada hubungan tanda dan makna. Konsep representasi sendiri bisa berubah-ubah, selalu ada pemaknaan baru. Representasi berubah-ubah akibat makna yang juga berubah-ubah. Setiap waktu terjadi proses negosiasi dalam pemaknaan. Jadi representasi bukanlah suatu kegiatan atau proses statis tapi merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring dengan kemampuan intelektual dan kebutuhan para pengguna tanda yaitu manusia sendiri yang juga terus bergerak dan berubah (Wibowo, 2011). Representasi adalah suatu proses konstruksi. Pandangan-pandangan baru yang dikonstruksi media, juga merupakan hasil pertumbuhan konstruksi pemikiran manusia, dimana makna melalui representasi diproduksi dan dikonstruksi.

Sementara menurut Fairclough (1995), dalam sebuah analisis representasi terhadap isi media sebenarnya kita mencoba menentukan apa yang dicakupkan atau tidak yang eksplisit ataupun implisit, yang menjadi *foreground* ataupun *background*, dan yang menjadi tematik ataupun tidak serta menentukan kategori mana yang merupakan representasi sebuah peristiwa, karakter, situasi ataupun keadaan tertentu.

Branston dan Stafford (1995), mengatakan, representasi bisa diartikan sebagai segenap tanda di mana media menghadirkan kembali (*re-present*) sebuah peristiwa atau realitas. Namun demikian 'realitas' yang tampak dalam citraan atau suara tersebut tidaklah semata-mata menghadirkan realitas sebagaimana adanya. Di dalamnya senantiasa akan

ditemukan sebuah konstruksi (*a construction*), atau tak pernah ada 'jendela' realitas yang benar-benar transparan. Namun realitas yang dibangun oleh pembuat teks, yakni realitas yang dibentuk oleh pihak-pihak yang terlibat dalam proses produksi makna lewat bahasa yang dilakukan oleh pekerja media itu sendiri. Konstruksi realitas ini sangat dipengaruhi sejumlah faktor seperti afiliasi ideologis dari pengelola media, lingkungan sosiopolitis tempat media berada, sumber-sumber acuan yang digunakan media atau sumber-sumber kehidupan media.

Menurut Branston dan Stafford (1995), meskipun dalam praktik representasi diandaikan senantiasa terjadi konstruksi namun konsepsi 'representasi' tidak lalu bisa diterjemahkan setara dengan 'konstruksi', 'representasi' bahkan bergerak lebih jauh karena mendekati pertanyaan, bagaimana sebuah kelompok atau berbagai kemungkinan hal-hal yang ada di luar media telah direpresentasikan oleh produk suatu media.

Pertanyaan tentang "bagaimana" itu lalu membawa implikasi politis yang lebih luas sebagai berikut; Pertama, representasi mengingatkan kita pada politik representasi. Suatu media memberikan kita citraan tertentu, yaitu suatu cara menggambarkan sebuah kelompok tertentu sehingga kita seakan sampai pada pengertian tentang bagaimana kelompok tersebut mengalami dunianya, dan bagaimana kelompok tersebut bisa dipahami dan bahkan bagaimana mereka bisa diterima oleh kelompok lainnya. Kedua, dalam praktik representasi suatu media besar memiliki kekuasaan untuk menghadirkan kembali suatu kelompok tertentu, berulang-ulang, beberapa citraan tertentu, beberapa asumsi, dan kuasa untuk

meniadakan kelompok yang lain, dan karenanya menjadikan kelompok yang lain itu menjadi asing (Branston dan Stafford, 1996).

Berdasarkan pandangan tersebut, representasi tidak berhenti pada proses menampilkan suatu objek, namun media juga menjalankan proses pembentukan suatu identitas tertentu atau suatu *positioning* tertentu terhadap objek yang dicitrakan dalam suatu media. Menurut Eriyanto (2008), terdapat dua proses besar yang dilakukan media dalam melakukan representasi dan cara media memaknai realitas. Pertama, memilih fakta. Proses memilih fakta ini didasarkan pada asumsi wartawan tidak mungkin melihat peristiwa tanpa perspektif. Kedua, menuliskan fakta, proses ini berhubungan dengan bagaimana fakta yang dipilih tersebut disajikan kepada khalayak. Gagasan tersebut diungkapkan dengan kata, kalimat, dan proposisi apa, dengan bantuan foto dan gambar, dan seterusnya. Dalam pemilihan fakta, aspek ini tidak dapat dilepaskan dari bagaimana fakta itu dipahami oleh media. Dalam melihat suatu peristiwa, wartawan akan memakai kerangka konsep dan abstraksi dalam menggambarkan realitas. Pendefinisian inilah yang menyebabkan realitas yang hadir di hadapan khalayak media bisa berubah secara total, karena begitu fakta didefinisikan selalu terjadi proses pemilihan, yang dalam arti tertentu dapat berupa penonjolan dan mengakibatkan penghilangan atas bagian tertentu dari realitas. Proses pemilihan fakta ini, hendaknya tidak dipahami semata-mata sebagai bagian dari teknis jurnalistik, tetapi juga praktik representasi, bagaimana dengan cara strategi tertentu media secara tidak langsung telah mendefinisikan realitas. Pertama, dengan memilih fakta

tertentu dan membuang fakta yang lain, realitas hadir dengan cara “bentukan” tertentu kepada khalayak. Kedua, sebagai akibat lebih lanjut, terjadi proses legitimasi dan delegitimasi kelompok-kelompok yang terlibat dalam pertarungan wacana tersebut.

Karena itulah, dalam representasi sangat mungkin terjadi misrepresentasi: ketidakbenaran penggambaran, kesalahan penggambaran. Paling tidak menurut Eriyanto (2008), ada empat hal misrepresentasi yang mungkin terjadi dalam pemberitaan media:

1. Ekskomunikasi (*excommunication*). Ekskomunikasi berhubungan dengan bagaimana seseorang atau suatu kelompok dikeluarkan dari pembicaraan publik.
2. Eksklusi (*exclusion*). Eksklusi berhubungan dengan bagaimana seseorang dikucilkan dalam pembicaraan.
3. Marjinalisasi. Praktik ini mengimplikasikan adanya pembagian antara pihak kita di satu sisi dengan pihak mereka di sisi lain. Akibat lanjutannya, adalah penggambaran yang buruk pihak lain.
4. Delegitimasi. Delegitimasi berhubungan dengan pertanyaan apakah seseorang merasa absah, merasa benar, dan mempunyai dasar pembenar tertentu ketika melakukan suatu tindakan.

Bila memahami uraian di atas, representasi merupakan hasil dari suatu proses penyeleksian yang menggarisbawahi hal-hal tertentu dan mengabaikan hal lain. Dalam representasi media, tanda yang akan digunakan untuk melakukan representasi tentang sesuatu mengalami

proses seleksi. Mana yang sesuai dengan kepentingan-kepentingan dan pencapaian tujuan-tujuan komunikasi ideologisnya itu yang digunakan sementara tanda-tanda lain diabaikan.

Media dalam melakukan representasi, dapat menjadikan sesuatu menjadi lebih baik atau sebaliknya memunculkan sesuatu menjadi lebih buruk. Media juga seringkali memiliki kecenderungan lebih sensitif terhadap hal-hal tertentu seperti, kelompok minoritas, gaya hidup kelas menengah ke atas, ketidakberaturan yang berlangsung dalam kehidupan masyarakat. Karena itulah kenapa media selalu dipandang memiliki hubungan yang dekat dengan kekuasaan. Faktor-faktor kekuasaan memengaruhi apa yang direpresentasikan melalui media. Dari uraian tentang representasi memperlihatkan, bahwa media, representasi, konstruksi, realitas, dan makna, memiliki jalinan yang tak terpisahkan.

### Televisi Lokal, Identitas Kultural, dan Representasi

Dalam menyoroti stasiun televisi lokal, maka tidak bisa dilepaskan dari persoalan bagaimana kemampuan televisi lokal dalam memproduksi program dengan mengangkat identitas lokal/daerah (lokalitas) sebagai salah satu hal yang membedakannya dari televisi swasta nasional. Produksi acara/program acara televisi lokal dapat dilihat dari dua kategori, yaitu kategori Berita, *Current affair* dan Olah Raga dan kategori Drama, Budaya, Musik, Pendidikan, dan Agama.

Program berita, umumnya menjadi salah satu unggulan dalam produksi acara stasiun televisi lokal. Bentuk/format program ini merupakan program yang

paling banyak dibandingkan dengan format program yang lain seperti hiburan, musik, *talk show*, olahraga, religi, atau program anak. Ada yang membedakan program berita yang ditayangkan televisi lokal dengan program berita yang ditayangkan televisi swasta nasional, yaitu program berita televisi lokal berbasis pada peristiwa lokal dengan isi berita yang ditayangkan hampir sebagian besar memuat peristiwa-peristiwa atau kejadian-kejadian setempat, dan porsi berita nasional dan internasional adalah selebihnya. Melalui program berita lokal ini pula, televisi lokal dapat menerapkan asas *proximity* atau kedekatan geografis dan psikologis dengan masyarakat setempat.

Dalam produksi program acara, televisi lokal memiliki perhatian lebih terhadap kebudayaan/kesenian daerah setempat. Hal ini ditunjukkan melalui visi, misi, slogan, target, segmentasi, dan sejumlah programnya. Slogan yang diangkat televisi-televisi lokal memperlihatkan idealisme yang kuat untuk mengangkat budaya daerah. Begitupun wujud perhatian televisi lokal pada budaya/seni tampak pada program budaya/seni dengan persentasi cukup besar. Dalam gambaran tersebut, dalam menunjukkan identitas lokalnya, televisi lokal menunjukkannya dengan menampilkan budaya melalui berbagai kesenian. Meskipun bila menilik kembali pengertian budaya itu sendiri, sebenarnya tidak identik dengan kesenian. Karena budaya itu sendiri sebenarnya lebih merupakan hasil budi dan daya dari manusia/masyarakat. Dengan demikian budaya lokal berarti hasil budi dan daya masyarakat lokal dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam berbahasa, berperilaku, dan sebagainya atau menurut

Raymond William dalam Witjaksana, budaya sebagai suatu cara hidup tertentu yang dibentuk oleh nilai, tradisi, kepercayaan, objek material, dan wilayah (teritorial).

Kekuatan televisi lokal sebenarnya terletak pada bagaimana melalui segmentasi dan programnya, televisi lokal dapat menciptakan identitas lokal bagi pemirsanya, menciptakan tayangan-tayangan acara yang menjadi kebutuhan dan minat masyarakat setempat. Lokalitas memiliki konteks yang sangat dekat dengan makna kedaerahan (*primordial*). Di sinilah

sebetulnya peran televisi lokal diharapkan dapat menangkap dinamika masyarakat di daerah sebagai upaya melakukan pemberdayaan masyarakat dalam konteks NKRI. Sebagai gambaran, tabel 2 memperlihatkan sejumlah program acara yang dimiliki beberapa stasiun televisi lokal yang menunjukkan adanya upaya yang kuat untuk mengangkat identitas budaya setempat, mulai dari penamaan tema acara berita, hiburan bahkan untuk acara olahraga sekalipun dengan mengandung unsur muatan lokal.

**Tabel 2**  
**Program Acara yang dimiliki beberapa Stasiun Televisi Lokal**

No.	Stasiun TV	Program Acara		
		Program Berita	Talk Show/Hiburan/ Program Bahasa Daerah	Olahraga/Acara Rohani
1	Bandung TV	Program Berita Seputar Bandung dan Jawa Barat: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Seputar Bandung Raya</li> <li>• Tangara Pasundan</li> <li>• Inpakta (Informasi Paling Aktual)</li> <li>• Bandung Akhir Pekan</li> <li>• Ngopi Euy</li> </ul>	Program Hiburan: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Midang</li> <li>• Wayang Golek</li> <li>• Klip Parahyangan</li> <li>• Dalingding Asih</li> <li>• Reaksi(Remaja, Aksi, dan Kreasi)</li> <li>• Asah Asih Asuh</li> </ul> Program Bahasa Sunda: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Golempang</li> <li>• Aksara Sunda Kaganga</li> </ul>	Program Olahraga: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gelanggang Siliwangi</li> <li>• Balad Persib</li> <li>• Persib Oh Bandung TV</li> </ul>
2	STV Bandung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parahyangan Pagi/Sore</li> <li>• Hati ke Hati</li> <li>• Damar Parahyangan</li> <li>• Balon, Bandung Tea, Harewos Bandung, Kabayan Nyintreuk, Presenter Dadakan, Nongol di Tipi, Sinemani</li> <li>• 1001 Bandung</li> <li>• Ranah Pasundan</li> <li>• Police Line</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyolan Longser</li> <li>• Pojok si Cepot</li> <li>• Beat Euy</li> <li>• (Program Musik)</li> <li>• Kuliner Parahyangan</li> <li>• Studio Musik Sunda, Bentang-Bentang Top Hits, Hariring Parahyangan, Klip Tembang Pasundan</li> <li>• Main Yuk</li> <li>• Beat Euy</li> <li>• Lejel Home Shopping</li> <li>• Ungkapan Budaya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dina Hiji Mangsa, Gentra Kahuripan, Momentoz De Paz, Obat Malam, Saat Damai</li> <li>• Lentera Qolbu</li> <li>• Persib Aing, Piriwit Biru</li> <li>• Fanatik Persib</li> <li>• Sport Jurnal</li> <li>• Otowheeler</li> </ul>

No.	Stasiun TV	Program Acara		
		Program Berita	Talk Show/Hiburan/ Program Bahasa Daerah	Olahraga/Acara Rohani
3	Dewata Bali	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lintas Dewata</li> <li>• Pentas Dewata</li> <li>• Pojok Kita</li> <li>• Ikut Kita Yuuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumah Rahasiaku</li> <li>• Female Zone Diagnosa</li> <li>• I Love Bandung</li> </ul>	
4	Celebes TV	Program Berita: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Breaking News</li> <li>• Celebes Pagi</li> <li>• Celebes Siang</li> <li>• Celebes Petang</li> <li>• Celebes Sepekan</li> <li>• ExtraNews CTV</li> </ul>	Talkshow: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Celebes Informal</li> <li>• OMB (Obrolan Meja Bundar)</li> <li>• Adu Gagasan</li> </ul>	
5	BMS TV Banyumas TV	Program Berita Warta Banyumas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komedi Kartun Banyumasan</li> <li>• Ndopok Dablongan</li> <li>• Gudril Banyumasan</li> </ul>	
6	Lombok TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berita Lombok</li> <li>• Lombok Sepekan</li> <li>• Lombok Dalam Berita</li> <li>• Bincang-Bincang Lombok</li> <li>• Lombok Bicara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lombok Indie</li> <li>• Bandar Lombok</li> <li>• Selamat Pagi Lombok</li> <li>• Suara Malam Lombok</li> <li>• Peduli Lombok</li> <li>• Apa Kabar Lombok</li> <li>• Jalan-Jalan Lombok</li> <li>• Lejel Home Shopping</li> </ul>	

Menurut Yasraf Amir Piliang (2003), lokalitas perlu diarahkan pada upaya merevitalisasi dan mereposisi nilai-nilai lokal, *local genius*, kearifan lokal serta termasuk di dalamnya estetika lokal (*local aesthetic*) yang terkandung dalam kebudayaan daerah yang telah luntur. Kearifan lokal tersebut dilihat dari berbagai perspektif ilmu, seperti budaya, sistem pemerintahan, adat istiadat, agama, sejarah, sastra, sistem perniagaan, seni, dan lainnya.

Nilai-nilai lokal tersebut perlu ditangkap oleh televisi lokal melalui berbagai format program acaranya baik di

dalam pemberitaan, hiburan, dan lainnya, tidak terbatas pada budaya (*culture*) dan seni saja sebagaimana yang dilakukan oleh pengelola televisi lokal saat ini. Hal tersebut beralasan, karena televisi lokal memiliki jangkauan siaran yang fokus serta segmentasi yang jelas.

Namun melihat tayangan-tayangan di televisi lokal saat ini, dengan fokus pada muatan identitas kultural, menunjukkan masih banyaknya potensi budaya lokal yang rupanya luput dari perhatian pengelola program dan belum terrepresentasikan dalam tayangan-tayangan televisi lokal. Justru masih banyak

ditemukan televisi-televisi lokal tidak sedikit yang memproduksi program-program acaranya dengan menduplikasi acara-acara televisi swasta nasional yang sedang digandrungi pemirsa, bukan sekedar jenis acaranya saja yang diduplikasi bahkan hingga penggunaan bahasa yang digunakan pun mengikuti pula bahasa yang kerap digunakan para *presenter* televisi swasta nasional yang cenderung '*jakarta centries*'. Sebabnya adalah kembali pada persoalan bahwa tayangan yang semata menyajikan budaya lokal rupanya dipandang belum tentu 'laku dijual', atau dengan kata lain belum tentu diterima oleh pemirsanya. Padahal pendapat tersebut belum tentu benar. Justru keunikan dan kekayaan warisan seni budaya lokal yang dimiliki bangsa ini bila dikemas dengan bagus tentunya akan lebih meningkatkan minat pemirsa lokal. Pada akhirnya bila unsur-unsur yang sedianya

merupakan keunggulan atau kelebihan yang dimiliki televisi lokal, seperti unsur kedekatan atau *proximity* dengan masyarakat lokal (*locality*), keunikan masyarakatnya, warisan seni budaya yang sangat kaya, namun bila dalam pengemasannya ketika mereka mengangkatnya ke layar televisi lebih mengedepankan aspek komersialnya, dengan memperhitungkan rating dan iklannya, tetaplah pada akhirnya televisi lokal tidak ada bedanya dengan televisi komersial nasional, bahkan dengan potensi SDM dan finansial yang jauh kalah lebih rendah dari televisi swasta nasional, televisi lokal bila demikian tak akan bisa bertahan lama untuk bisa eksis. Tabel 3 memperlihatkan televisi lokal menggunakan unsur kedekatan proksimiti dengan masyarakat lokal setempat melalui slogan televisi mereka:

Tabel 3  
Slogan Televisi Lokal

No	Stasiun TV	Slogan
1	Bandung TV	Jati Diri Pasundan
2	STV Bandung (Pemilik: PT Formatara Prima Sejati(2005-2011) PT Kompas Gramedia (9 September 2011- sekarang)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tivina Urang Bandung(18 Maret 2005-18 Maret 2007)</li> <li>• One Tune Hade(18 Maret 2007-sekarang)</li> <li>• Inspirasi Jawa Barat, Inspirasi Indonesia(Desember 2011-sekarang)</li> </ul>
3	Garuda Vision TV Bandung	<i>One Tune</i> Lokal
4	TV Borobudur	TV- <i>ne</i> Jawa Tengah Inspirasi Jawa Tengah
5	Dewata TV Dewata TV lebih fokus pada kearifan lokal budaya Bali dengan acara utama Pentas Dewata yang diminati masyarakat perdesaan.	TV-nya Bali
6	BMS TV Banyumas Televisi	<i>Tivine Inyong!</i>

Bandung TV adalah stasiun televisi lokal swasta pertama di Kota Bandung. Sebagai wadah kreativitas masyarakat Sunda. Bandung menitikberatkan program acaranya pada upaya pencerahan masyarakat dalam segala aspek kehidupan dengan fondasi seni budaya. Arti slogan: ditujukan dengan upaya mengangkat kembali nilai-nilai budaya dan potensi lokal yang terdapat di Jawa Barat pada umumnya dan Bandung khususnya sebagai ibukota provinsi (Anonim, 2012).

Bahkan dalam logonya Bandung TV terbangun dari beberapa unsur, yaitu: Kembang Cangkok Wijayakusumah, Kujang, serta tulisan BANDUNG merupakan *Manunggaling Tri Tangtu* di Buana, yakni sang Rama, sang Resi, serta sang Ratu, atau merupakan kesatuan hakiki dari sifat manusia *linuhung* yang silih asih, silih asah, dan silih asuh.

Sementara itu, *tagline* STV adalah *One Tune Hade*, yang dapat diartikan secara harfiah satu *tune/channel* yang bagus atau bisa juga diartikan secara pelafalan (*wantun hade*) berani tampil bagus (dalam Bahasa Sunda, *hade* artinya bagus, *wantun* artinya berani). STV juga berafiliasi dengan TV Edukasi.

Logo STV yang sekarang hanyalah tulisan STV. Logo tersebut sebagai wujud STV Bandung sebagai stasiun televisi lokal yang terbuka, tanpa adanya batasan. Stasiun TV ini merupakan jaringan dari Kompas TV. Mulai 9 September 2011, seluruh program STV Bandung diisi oleh acara Kompas TV sebanyak 70 persen, dan 30 persen lagi berasal dari STV.

Sifat dari media massa memiliki kecenderungan untuk mereproduksi interpretasi yang melayani kelompok kepentingan dari kelas penguasa, dan media massa juga merupakan tempat

terjadinya pertarungan ideologi. Meskipun preferensi ini tidak senantiasa serta merta diadopsi oleh pemirsanya atau pembacanya, namun situasi pembaca atau pemirsa menjadi faktor yang mendorong mereka menangkap makna secara berbeda-beda. Sebetulnya, sebagai bagian dari produk seni dan budaya tayangan televisi lokal bisa senantiasa menjadi ajang tempat keragaman, identitas, dan ritual budaya diproduksi dan dipertentangkan. "Dalam pemahaman budaya global, media memang memungkinkan mempromosikan 'kombinasi' dan 'pencampuran' dari berbagai elemen kultural, pencampuran berbagai citraan saling keterkaitan antara budaya, dan seterusnya" (Ahmed, 1992).

Dalam konteks sosial budaya, televisi lokal dapat diandalkan sebagai pemersatu bangsa. Terutama di tengah-tengah kapitalisme global dan budaya luar yang sudah mewarnai televisi nasional yang bekerja sama dengan televisi asing. Televisi lokal memiliki peluang dalam membawa nilai-nilai luhur budaya daerah yang sudah ada dan berkembang di masyarakat.

Sajian acara televisi pada dasarnya mengakomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagai salah satu medium yang dipandang cukup efektif, tayangan televisi tidak mewakili realitas yang sesungguhnya, melainkan representasi yang terseleksi dan terkonstruksi serta menjadi bagian yang turut membentuk realitas. Program televisi lokal adalah program yang dibuat berdasarkan isu-isu yang berhubungan dengan topik sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan yang berlangsung di daerah setempat.

Representasi bekerja melalui sistem representasi. Sistem representasi ini terdiri dari dua komponen penting (Eriyanto,

2008), yakni konsep dalam pikiran dan bahasa. Kedua komponen ini saling berelasi. Konsep dari sesuatu hal yang dimiliki dalam pikiran manusia, membuat manusia mengetahui makna dari hal tersebut. Namun makna tidak akan dapat dikomunikasikan tanpa bahasa. Oleh karena itu yang terpenting dalam sistem representasi inipun adalah bahwa kelompok yang dapat memproduksi dan bertukar makna dengan baik adalah kelompok tertentu yang memiliki suatu latar belakang pengetahuan yang sama sehingga dapat menciptakan suatu pemahaman yang (hampir) sama.

Pemaknaan terhadap sesuatu dapat sangat berbeda dalam budaya atau kelompok masyarakat yang berlainan karena pada masing-masing budaya atau kelompok masyarakat tersebut ada cara-cara tersendiri dalam memaknai sesuatu. Kelompok masyarakat yang memiliki latar belakang pemahaman yang tidak sama terhadap kode-kode budaya tertentu tidak akan dapat memahami makna yang diproduksi oleh kelompok masyarakat lain.

Makna tidak lain adalah suatu konstruksi. Manusia mengonstruksi makna dengan sangat tegas sehingga suatu makna terlihat seolah-olah alamiah dan tidak dapat diubah. Makna dikonstruksi melalui sistem representasi dan difiksasi melalui kode. Kode inilah yang membuat masyarakat yang berada dalam suatu kelompok budaya yang sama mengerti dan menggunakan nama yang sama, yang telah melewati proses konvensi secara sosial.

Dalam hal konsepsi representasi dalam kaitannya dengan identitas kultural khususnya yang terjadi pada media televisi, representasi suatu identitas kultural hadir dalam simbol-simbol yang dikemas dalam berbagai program acara. Identitas kultural

tersebut akan muncul dalam kemasan pemilihan karakter pelakunya, bahasanya, pakaiannya, *setting* dekorasinya, tariannya, nyanyiannya, dan seterusnya. Melalui keutuhan simbol-simbol tersebut memunculkan suatu nilai tertentu seperti nilai kelokalan, asimilasi, pluralistis, lengkap dengan pemaknaan akan nilai baik dan buruk, normal maupun ketidaknormalan. Eksplorasi makna simbol-simbol tersebut berlangsung dengan menyadari bahwa simbol-simbol tersebut diproduksi dalam dinamika kekuasaan dan ideologi (Sturken dan Cartwright, 2001). Gejala-gejala yang kemudian ditangkap dan dianggap sebagai realitas merupakan salah satu bentuk operasionalisasi ideologi melalui media massa.

Seperti dikatakan James Lull (1998), representasi identitas budaya dijalankan melalui media massa ketika orang-orang menggunakan tampilan simbolik, termasuk asosiasi-asosiasi ideologis dan budaya. Struktur otoritas dan peraturan yang mendasarinya berada dalam kekuasaan budaya. Kekuasaan budaya mencerminkan bagaimana dalam kehidupan sehari-hari yang terkondisikan, individu-individu atau kelompok-kelompok membangun dan menyatakan identitas serta aktivitas budaya mereka, dan bagaimana ungkapan serta perilaku itu memengaruhi yang lain. Lull menambahkan, citra-citra simbolik mula-mula dikuatkan secara budaya yang kemudian diorganisir dan disajikan melalui media massa.

Menurut James Lull pula, "*Culture is the way we make sense if, give meaning to the world.*" Budaya terdiri dari peta makna, kerangka yang dapat dimengerti, hal-hal yang membuat kita mengerti tentang dunia kita yang eksis. Ambiguitas akan muncul sampai pada saat di mana kita harus

memaknainya (*make sense it*). Jadi makna muncul sebagai akibat dari berbagi peta konseptual ketika kelompok-kelompok antar anggota-anggota dari sebuah budaya atau masyarakat berbagi bersama. Konsep budaya mempunyai peran sentral dalam proses representasi. Budaya sendiri adalah sebuah sistem representasi. Kebudayaan merupakan konsep yang sangat luas, kebudayaan menyangkut “pengalaman berbagi”. Proses representasi sangat erat kaitannya dengan identitas. Identitas budaya itu sendiri menurut perspektif konstruktivis bersifat cair (*fluid*), yang berubah-ubah tergantung dengan siapa seseorang berinteraksi, kapan, dan di mana dia berada. Oleh karena itu identitas merupakan sesuatu yang bisa dikonstruksi dan disesuaikan dengan kebutuhan.

Sebagaimana konsekuensi logis tentang politisasi yang senantiasa mewarnai proses pencarian identitas, hal yang sama juga berlangsung melalui media massa. Politisasi identitas budaya di media massa menjelaskan bagaimana suatu kelompok membangun simbol-simbol budayanya, bagaimana suatu kelompok menggunakan media untuk mempertahankan eksistensinya, dan menafikan eksistensi identitas budaya kelompok lain lewat media. Dari proses ini, kemudian memunculkan mayoritas dan minoritas.

Televisi lokal akan lebih terlihat perannya ketika mampu merepresentasi melalui berbagai acaranya dengan konteks lokal yang dipunyai. Aspek ini menjadi penting, sebagai bentuk penegasan posisi televisi lokal terkait orisinalitas, kreativitas, dan potensi daerah, sehingga televisi lokal juga dapat membedakan dengan jelas kebutuhan lokal dan kebutuhan nasional. Di sinilah media televisi merepresentasi suatu identitas kultural melalui signifikansi

simbol-simbol dan tanda-tanda budaya setempat. Setiap suguhan acara, akan menampilkan simbol-simbol yang menunjukkan identitas kultural setempat melalui berbagai penampilan mulai dari penentuan tema acara, penggunaan bahasa, busana, karakter pelaku, dan seterusnya.

Pada intinya, dalam membangun televisi lokal secara institusi, tidak saja intuisi bisnis yang diperlukan, tetapi televisi lokal dituntut lebih responsif dan kaya akan ide-ide kreatif bila ingin eksis di lingkup daerah. Mengangkat aspek-aspek budaya daerah, secara tidak langsung sudah merupakan upaya menyalurkan dan mempertahankan nilai-nilai identitas lokal ditengah budaya globalisasi saat ini. Gambaran kesederhanaan, keunikan, kekhasan yang banyak dimiliki setiap daerah justru bisa menjadi salah satu daya tarik televisi lokal dan menjadi peluang bagi televisi lokal di tengah kejenuhan masyarakat terhadap tayangan-tayangan televisi swasta nasional yang terkesan memiliki homogenitas acara antara televisi satu dengan lainnya. Lebih dari itu, keberadaan televisi lokal, bisa dijadikan sebagai media dokumentasi budaya yang cukup efektif dalam melestarikan budaya.

Dalam konteks tersebut Althuser dalam Lapsley dan Westlake (1988) bahwa sebagaimana sifat suatu media, kehadirannya selalu berarti melakukan “interpelasi” atau “penyapaan” dengan khalayaknya. Media lalu membawakan sebuah *text* yang tidak saja menyapa pemirsanya namun juga menempatkannya sebagai subjek tertentu. Dengan kata lain, si subjek (dalam hal ini pemirsa) dibentuk oleh sebuah *text* yang dibawakan media; di sini kuasa yang dimiliki media terletak pada kemampuannya untuk ‘memosisikan’ si

subjek dengan cara tertentu sehingga representasi si subjek akan menjadi refleksi atas realitas keseharian mereka. Bagaimana media ini menyapa pemirsa dalam studi media dikenal sebagai politik representasi (Branston dan Stafford, 1996). Kepiawaian media di dalam memainkan politik representasi inilah yang secara tidak langsung menentukan nasib relasi media televisi lokal dengan khalayaknya.

### Penutup

Televisi adalah realitas yang paling nyata dibandingkan dengan media massa lain, seperti surat kabar, yang hanya dinikmati oleh khalayak terbatas. Pemberlakuan Undang-Undang No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran sebagai dampak dari proses desentralisasi kekuasaan (otonomi daerah) menjadi salah satu faktor tumbuhkembangnya televisi lokal di daerah.

Memasuki dunia pertelevisian saat ini, televisi lokal dihadapkan pada kompetisi pertelevisian yang cukup ketat. Televisi lokal harus siap bersaing dengan televisi nasional yang lebih dulu eksis dan sudah dikenal luas masyarakat penonton. Televisi lokal dengan perhatian yang lebih besar dibandingkan dengan televisi nasional terhadap kedaerahan, memiliki peluang di aspek lokalitas terutama untuk dapat mendekati masyarakat daerah melalui program-program acaranya yang bernuansa kedaerahan. Namun dengan posisi sebagai televisi yang memiliki visi kedaerahan dan baru tumbuh, bukan upaya yang mudah untuk berebut perhatian masyarakat dengan televisi nasional yang telah berpengalaman dan profesional dalam mengelola pertelevisian.

Dengan kondisi peran dan fungsi yang khas tersebut, stasiun televisi lokal harus memiliki idealisme kuat, karena stasiun televisi yang bercirikan budaya daerah harus menjalani kehidupan yang penuh risiko. Pengelolaan program acara lokalitas yang tidak ditangani dengan profesional bisa kalah bersaing dengan televisi nasional, yang berakibat pada tingkat rating yang rendah, dan bisa mengakibatkan stasiun televisi sukar mendapatkan kue iklan.

Televisi lokal memiliki peran yang cukup penting dalam semangat otonomi daerah dan kebebasan pers di era reformasi, terlebih dengan sudah adanya payung hukum UU Penyiaran No. 32 Tahun 2002. Televisi lokal dengan unsur kedekatan (*proximity*) secara geografis dan budaya dengan masyarakat daerah setempat, dipandang bisa menjadi salah satu rantai siklus transformasi informasi dan budaya lokal. Optimalisasi lokalitas sebuah media televisi lokal, dengan mengangkat kearifan lokal, identitas budaya lokal melalui berbagai karakter tokoh yang ditampilkannya, bahasa daerah, kesenian tradisional, berbagai keunikan dan kekhasan budaya daerah, bisa menjadikan televisi lokal yang memiliki peluang sebagai media dokumentasi budaya sekaligus melestarikannya. Dengan hal tersebut, televisi lokal bisa membangkitkan rasa identitas kultural di daerah. Memang dibutuhkan kemampuan lebih mengeksplorasi potensi lokal, dengan memunculkan kekuatan-kekuatan dan keunikan serta kekhasan nilai-nilai lokal, seperti penggunaan bahasa lokal.

Televisi lokal bisa menjadi media berlangsungnya keberagaman budaya dan identitas kultural diproduksi dan dipertentangkan. Karena pada dasarnya,

televisi sebagai media massa mengakomodasi praktik sosial yang berlangsung di masyarakat melalui produksi representasi realitas sosial. Media televisi lokal menjadi bagian dalam proses seleksi dan konstruksi realitas sosial menjadi tayangan “realitas” yang diterima pemirsa televisi. Karena pada dasarnya, program televisi lokal adalah program yang dibuat berdasarkan isu-isu lokal meliputi aspek, sosial, budaya, ekonomi, dan

lingkungan yang berlangsung di daerah setempat. Dalam proses tersebut, representasi budaya dijalankan oleh media televisi lokal bersama-sama tokoh-tokoh budaya, politik, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Di sinilah peran dan fungsi televisi lokal, yakni melakukan representasi melalui berbagai program acaranya dengan pendekatan konteks lokal, sekaligus turut membentuk identitas kultural daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Ahmed, A. (1992). *Postmodernism and Islam*. London: Routledge
- Ayatrohaedi. (1986). *Kepribadian Budaya Bangsa (Local Genius)*. Jakarta: Pustaka Jaya.
- ill dan Roy Stafford. (1996). *The Media Student 's Book*. New York: Routledge.
- Branston, Gill & Roy Stafford. (1996). *The Media Students Book*. New York: Routledge
- Eriyanto. (2008). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Tekks Media*. Yogyakarta: LkiS.
- Fairclough, Norman. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Studying of Language*. London: Longman.
- Fiske, John. (2004). *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensi*. Bandung: Jalasutra.
- Giles, Judi dan Tim Middleton, (1999). *Studying Culture: A Practical Introduction*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Habba, John. (2007). *Analisis SWOT Revitalisasi Kearifan Lokal dalam Resolusi Konflik dalam Ammirachman, Alpha. Revitalisasi Kearifan Lokal Studi Resolusi Konflik di Kalimantan Barat, Maluku dan Poso*. Jakarta: ICIP.
- Lapsley, Robert dan Michael Westlake. (1988). *Film Theory: An Introduction*. Manchester: Manchester University Press.
- Liliweri, Alo. (2002). *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.
- Lull, James. (1990). *Media Komunikasi dan Ketradisian*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- Lusting, Miyron W dan Jolene Koester. (2003). *Intercultural Competence: Interpersonal Communication Across Cultures. USA: Allyn & Bacon*. Majalah Cakram Komunikasi. Edisi 06. Tahun 2003. Jakarta: Matar Adv.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Bandung: Jalasutra
- Rahardjo, Turnomo. (2005). *Menghargai Perbedaan Kultural: Mindfulness Dalam Komunikasi Antaretnis*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar.
- Sendjaya, Sasa Djuarsa. (1993). *Teori Komunikasi*. Jakarta: UT

Sturken, M. & Lisa Cartwright. (2001). *Practices of Looking an Introduction to Visual Culture*. New York: Oxford University Press

Sumber lain:

Jurnal:

Daphne A. Jameson dalam Reconceptualizing Cultural Identity and Its Role in Intercultural Business Communication (2007:281-285) . Tersedia dalam <<http://www.academia.edu.com>> . diakses 2 Mei 2013.

Dimmick, John, and Eric Rothenbuhler. (1984). The Theory of the Niche: Quantifying Competition among Media Industries. *Journal of Communication*. Winter.

Ridwan, Nurman Ali. (2007). Landasan Keilmuan Kearifan Lokal . dalam *Jurnal Ibda* Vol. 5/No. 1/ Jan-Juni 2007, hal. 27-38, P3M STAIN Purwokerto.

Internet:

Adi, Tri Nugroho. (2009). Strategi Mengemas Identitas Lokal dalam Mengembangkan televisi lokal. (hal. 891-902) *Dalam* Prosiding Menggagas Pencitraan Berbasis Kearifan Lokal. Tersedia dalam <http://www.komunikasi.unsoed.ac.id>. diakses 2 Mei 2013

Agus Aris Munandar. (2011). “*Tentang Kearifan Loka*”. Tersedia dalam <<http://www.arifisme.com/2011/11/sebuah-catatan-tentang-kearifan-lokal.html>> diakses 10 Mei 2013

“Bandung TV” . Tersedia dalam [http://id.wikipedia.org/wiki/Bandung\\_TV](http://id.wikipedia.org/wiki/Bandung_TV). diakses 11 Juni 2013

Hall, Stuart. (1997). *Representation and The Media*. dalam [http://www.mediaed.org/assets/products/409/transcript\\_409.pdf](http://www.mediaed.org/assets/products/409/transcript_409.pdf) diakses 10 Mei 2013

Mumpuni, Agung. (2011). *Implementasi Regulasi Kepemilikan dan Isi Siaran Sistem Stasiun Jaringan SUN TV Network*. Tesis. Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang. <http://eprints.undip.ac.id/38441/> diakses 2 Mei 2013

Samovar, 2006: 56. Tersedia dalam <<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/29403/5/Chapter%20I.pdf>> diakses 10 Mei 2013

Trinton, Teguh. (2009). *Kearifan Lokal Banyumas dalam Film*. Tersedia dalam <<http://undip.ac.id>> .

Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. (2011). *Semiotika Komunikasi – Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Tersedia dalam <<http://www.Library.upnj.ac.id/pdf/3fisippdf>> . diakses 10 Mei 2013

Witjaksana, Gunawan. *Televisi Lokal dan Budaya Loka*. [Http://64.203.71.H/Kompas-cetak/0610/14/jateng143007](http://64.203.71.H/Kompas-cetak/0610/14/jateng143007) htm. diakses 2 Mei 2013

Buletin AGB Nielson Media Research, Maret 2009. “Belanja Iklan di Media Naik 17%,” Tersedia dalam <http://www.agbnielsen.net/whereweare/dynPage.asp?lang=local&id=321&country=Indonesia>) diakses 10 Mei 2013

## TENTANG PENULIS

*C.Suprapti Dwi Takariani SH, M.Si*, Semarang, 22 September 1965. Menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Diponegoro Semarang Fakultas Hukum Jurusan Perdata. S2 diselesaikan di Universitas Padjadjaran Bandung, Fakultas Ilmu Komunikasi. Saat ini tercatat sebagai Peneliti Madya di Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI Bandung). Karya tulis yang pernah dipublikasikan antara lain "Perilaku Pengguna Internet", Majalah Ilmiah Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 13 No. 1 Tahun 2010. Diterbitkan oleh Departemen Komunikasi dan Informatika RI Badan Litbang SDM Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung. "Study Eksplanatori Survei Pengaruh Chatting Melalui Facebook Terhadap Komunikasi Tatap Muka Remaja Dalam Keluarga", Majalah Ilmiah Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 14 No. 2 Tahun 2011. Diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Badan Litbang SDM Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung. Tanggapan Masyarakat Penerima Fasilitas Universal Service Obligation (USO) Program Desa Punya Internet. Prosiding Seminar Tahun 2012, Diterbitkan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI Badan Litbang SDM Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung. Pengalaman di bidang penerbitan adalah sebagai ketua dewan redaksi mulai dari tahun 2009 hingga sekarang.

*Dra. Haryati, M.I.Kom*, lahir di Bandung, 2 Mei 1963. Menyelesaikan pendidikan S1 nya di Jurusan Ilmu Jurnalistik Fikom Unpad Bandung 1987, S2 di Program Pascasarjana Unpad Bandung 2011. Saat ini tercatat sebagai Peneliti Madya dan sebagai Kepala di Balai pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung. Pengalaman di bidang penerbitan antara lain: Ketua Sidang Penyunting *Jurnal Penelitian Komunikasi* BP2I Bandung (2006-2008); Karya tulis yang pernah dipublikasikan antara lain "Era Media Baru, Pemerataan Akses dan Perlindungan Konsumen"(Observasi Vol. 6 No. 2 Tahun 2008); "Belenggu Budaya Patriarki Dalam Pola Komunikasi Diadik Suami Istri" (Ragam Komunika Vol. 2 NO. 1 Tahun 2008); "Fenomena Konvergensi Media dan Radio online" (Jurnal Studi Komunikasi dan Media Vol. 13 No. 1 Januari-Juni 2009). "Hubungan Penerapan Etika Pers dengan Persepsi Mahasiswa tentang Pornografi di Media Cetak"(Thn 2006); "Analisis Framing Penyelesaian Kasus Hukum Soeharto pada H.U. Pikiran Rakyat"(Thn 2006); "Studi Interaksionisme Simbolik, Budaya Telepon Genggam"(Thn 2007); "Studi Literasi TIK pada Pegawai Negeri Sipil di Provinsi Jambi, Bangka Belitung, dan Bengkulu" (Tahun 2009).

*Ibn Ghifarie*. Peneliti ARaSS (Academia for Religion and Social Studies) Bandung, Institute For Religion And Future Analysis (IRFANI) Bandung, Blogger [www.sunangunungdjati.com](http://www.sunangunungdjati.com). Lahir di Kandangwesi Bungbulang Garut 20 Januari 1983. Jenjang pendidikan S1 jurusan Perbandingan Agama Fakultas Ushuluddin UIN SGD Bandung dan S2 pada Program Religious Studies Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Tulisanya pernah dimuat di Kompas, Pikiran Rakyat, Jurnal Nasional, Tribun Jabar, Inilahkoran, Galamedia, Bandung Ekspres, Suaka, Lateral.

## TENTANG PENULIS

*Noneng Sumiaty, SH. M.I.Kom*, lahir di Bandung 8 Juni 1962. Menyelesaikan S2 Komunikasi di Universitas Padjadjaran (UNPAD) Bandung. Saat ini tercatat sebagai Peneliti Madya di Kantor Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika (BPPKI) Bandung, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Pengalaman menulis di Jurnal, Observasi dan Prossiding Seminar di BPPKI Bandung. Menjadi anggota penyunting Jurnal, Observasi di BPPKI Bandung.

*Hj.Neti Sumiati Hasandinata SH*, lahir di Bandung, 22 juni 1952.Menyelesaikan pendidikan S1 di Uninus,Fakultas Hukum Jurusan Pidana.Saat ini tercatat sebagai Peneliti Madya di Balai Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Bandung ( BPPKI ).Pengalaman kerja ; tahun 1994-1996 sebagai Sekretaris Majalah Gapensi Jabar,tahun 1994 mendapat tugas meliput berita di Singapura dan Malaysia.Tahun 1998-2002,pengasuh rubrik Hompimpah SKM Galura ( PR Group ).Tahun 2004,pemimpin redaksi majalah bahasa Sunda Salaka. Tahun 2005 penulis kolom di majalah Mangle.Tahun 1995,mengikuti Kongres ACWW,di New Zealan, laporan kongres ditulis 2 seri di Rubrik Binangkit SK Pikiran Rakyat, 7 seri tulisan pada koran Bandung Pos. Perjalanan ke Eropa tahun 2004 ditulis pada majalah Mangle. Perjalanan Umroh 2002,2004,2005 dilaporkan pada SK Galamedia . Perjalanan Umroh 2011, dilaporkan pada majalah Mangle.Kegiatan Organisasi yang mengelola Pendidikan; Ketua I PERWARI Jawabarati; Sekretaris Umum GOPTKI Jawa Barat.

*Sapta Sari, S.Sos., M.Si*, lahir di Yogyakarta/21 September 1978. Menyelesaikan pendidikan dasar hingga menengah di Bengkulu Sumatera. Menempuh pendidikan S1 hingga selesai pada tahun 2005 di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung – Konsentrasi Jurnalistik, S2 diselesaikan pada tahun 2009 di Universitas Padjadjaran Bandung – Konsentrasi Ilmu Komunikasi. Saat ini penulis mengabdikan sebagai dosen di Universitas Sangga Buana (USB) YPKP Bandung, Penulis dan Editor Lepas di Re!Media Service Bandung. Pengalaman menulis: “Aku dan kepribadian Indonesia” Detika Publishing 2007, “Keterampilan Menulis” Sinergi 2008, “Media Siaran TV: Di antara Masyarakat dan Kepemilikan Media “ Jurnal Observasi Vol. 8 No.1 Depkominfo Bandung 2010, “Stereotip Bahasa dan Pencitraan Perempuan pada Iklan Kacamata Budaya Populer” Jurnal Observasi Vol. 10 No. 1 Depkominfo Bandung 2012

*Wiwik Novianti,S.Sos, M.Si*, lahir di Cirebon, 27 November 1981. Menempuh pendidikan dasar hingga SMA di Cirebon. Pada tahun 2000, penulis meneruskan pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada tahun 2005. Kemudian pada tahun 2008 melanjutkan pendidikan di Universitas Padjadjaran dalam bidang ilmu Komunikasi hingga mendapatkan gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) pada 2011. Saat ini penulis menjadi staf pengajar di almamaternya, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.

## TENTANG PENULIS

*Qoute Nuraini Cahyaningrum. M.I.Kom*, lahir di Bandung, 3 Desember 1980. Saat ini penulis adalah Staf Pengajar di Universitas Pakuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Program Studi Ilmu Komunikasi Bogor. Pendidikan tingginya mulai dari D3 hingga S2 diselesaikan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung. Karya ilmiah yang telah diselesaikannya: *Keberadaan Media berbasis Weblog*, Penelitian Deskriptif pada weblog Panyingkul!. 2007. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjdjaran Bandung . *Komunikasi Terapeutik dalam hipnoterapi pada klien Psikosomatis*. 2012. Tesis. Magister Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran Bandung.

# PETUNJUK PENULISAN

## Petunjuk Penulisan Naskah Observasi BPPKI Bandung

### 1. Umum

Observasi merupakan media yang terbit secara berkala dua nomor dalam setahun. Nomor 1 terbit setiap bulan Agustus, nomor 2 terbit bulan Desember. Proses penerbitan nomor 1 berlangsung sejak awal Januari hingga Juli. Proses penerbitan nomor 2 berlangsung sejak Juli hingga November. Sebagai media pengembangan dan rekayasa ilmu yang berasal dari hasil pengamatan lapangan, pengalaman, telaahan, gagasan, tinjauan maupun kritik di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Sasaran khalayak penyebaran ditujukan kepada masyarakat ilmiah, instansi pemerintah dan swasta serta pihak-pihak yang berminat.

Jenis tulisan berupa makalah, hasil kajian pemikiran dan, tinjauan kritis, di bidang komunikasi, informatika, dan media.

Redaksi menerima sumbangan naskah dari kalangan peneliti, akademisi, pengamat dan praktisi komunikasi, media, dan informatika. Naskah yang disumbangkan harus orisinal dan belum pernah dipublikasikan di media lain. Jika di kemudian hari diketahui ada naskah yang dimuat di jurnal atau media lain maka segala risiko menjadi tanggung jawab penulis. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia mengacu pada EYD.

Segala macam bentuk plagiasi menjadi tanggung jawab penulis dan yang bersangkutan tidak dipekenankan untuk mengisi penerbitan di BPPKI Bandung.

Setiap naskah yang masuk akan dikaji dan ditelaah oleh Dewan Redaksi. Naskah yang masuk tidak diterbitkan menjadi hak Redaksi dan tidak dapat diminta kembali. Untuk menentukan layak atau tidaknya sebuah naskah dimuat, semua naskah yang masuk ke redaksi Observasi akan ditelaah oleh Mitra Bestari sesuai dengan bidang kepakarannya. Untuk menjaga objektivitas maka setiap naskah yang di kirim ke Mitra Bestari dalam kondisi tanpa nama.

Setelah dalam bentuk *proof*, Penulis naskah diminta menandatangani lembar pernyataan persetujuan untuk dicetak menjadi jurnal.

### 2. Khusus

#### Format Penulisan:

- a. Naskah diketik dengan Souvenir Lt BT font 12 di atas kertas A4, spasi ganda melalui program *MS Word 2003/ Open Office Writer*.
- b. Naskah yang dikirim maksimal 20 halaman. Per halaman rata-rata sekitar 429 kata hingga 450 kata.
- c. Pengiriman dilakukan melalui *e-mail* ([observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id](mailto:observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id)) atau melalui *hard copy* (dilengkapi *soft copy/CDRW*) ke BPPKI Bandung, Jalan Pajajaran no: 88 Bandung – 40173, telp. 022-6017493.
- d. Naskah mengacu pada sistematika sebagai berikut: Judul; Nama Penulis (termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, *e-mail*); Abstrak; Kata kunci; Pendahuluan; Pembahasan; Penutup.

## PETUNJUK PENULISAN

### Penjelasan format penulisan:

**Judul:** Ditulis dengan singkat, padat, maksimal 10 sampai 12 kata (ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris). Isinya mencerminkan masalah pokok. Ditulis dengan huruf kapital font 14. Hindari judul penelitian dengan menggunakan kata-kata “Telaah”, “Studi”, “Pengaruh”, “Analisis”, dan sejenisnya. Hindari penggunaan kata kerja dan singkatan.

**Nama Penulis ( termasuk alamat instansi, nomor hp/faxs, e-mail, tgl kirim naskah):**

**Contoh:**

Muhammad Zein Abdullah, S.Ip, M.Si

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi, Universitas Haluoleo Kendari  
Sulawesi Tenggara - 93232

Telp/Fax/HP (0401) 3192511, 081341877133, *e-mail*:zein\_unhalu@yahoo.co.id

Naskah dikirim pada tanggal 7 Januari 2011

**Abstrak:** Ditulis dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia, maksimal 200 kata tanpa paragraph. Isinya harus mencerminkan latar belakang dan permasalahan, pembahasan dan implikasi. Abstrak bukan merupakan turunan dari pendahuluan.

**Kata Kunci:** Ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris di bawah abstrak. Terdiri atas 3 sampai 5 kata. Tidak harus kata tunggal, boleh kata majemuk. Ditulis dengan huruf kecil format miring (*Italic*). Bukan kata yang bersifat Umum. Contoh judul: Membangun Format Kemitraan Media Dalam Rangka Diseminasi Informasi. **Kata-kata kunci:** Kemitraan, Media, Diseminasi Informasi.

**Pendahuluan:** berisi tentang latar belakang masalah; pentingnya permasalahan tersebut untuk ditelaah lebih jauh;

**Kerangka konsep/analisis:** perspektif pemikiran/tinjauan, bingkai analitik yang digunakan.

**Pembahasan:** Secara substansial isinya mencakup telaahan terhadap permasalahan dengan bingkai analitik yang digunakan. Jika menggunakan tabel, maka bentuk tabel, hendaknya menggunakan tiga garis horisontal dan tidak menggunakan garis vertikal, tabel menggunakan nomor sesuai dengan urutan penyajian (Tabel 1 , dst), judul tabel diletakan di atas tabel dengan posisi di tengah (*centre justified*) contoh :

Tabel 1

Jenis Kelamin Responden

No Jenis Kelamin	Frekuensi
1. Laki-laki	25
2. Perempuan	25
Jumlah :	50

## PETUNJUK PENULISAN

Sumber : .....

Penutup: isinya mencakup simpulan dan saran.

Cara pengutipan : menggunakan pola *bodynote*, yakni menuliskan nama belakang penulis buku yang dijadikan sumber dan tahun terbit buku tanpa disertai halaman.

Sumber bacaan hendaknya terdiri dari minimal 60% yang terbit dalam sepuluh tahun terakhir ini, dan 40% bebas.

Tidak diperbolehkan menggunakan sumber dari wikipedia, blog yang kredibilitasnya kurang.

Daftar Pustaka: Daftar pustaka ditulis mengacu pada *Standard Harvard*.

Contoh:

1. Buku (satu penulis):

Berkman, R.I (1994) *Find It Fast: how to uncover expert Information on any subject*. New York: Harper Perennial.

2. Buku (dua penulis/lebih):

Moir, A. & Jessel, D. (1991) *Brain sex: the real difference between men and women*. London: Mandarin.

Cheek, J., Doskatsch, I., Hill, P. & Waish, L. (1995) *Finding out: Information Literacy for the 21<sup>st</sup> century*. South Melbourne: MacMillan Education Australia.

3. Editor atau Penyusun sebagai penulis:

Spence, B. ed. (1993) *Secondary School Management in the 1990s: Challenge and Change*. Aspects of Education Series, 48. London: Independent Publishers.

Robinson, W.F & Huxtable, C.R.R. eds. (1998) *Clinicopathologic principles for veterinary medicine*. Cambridge: Cambridge University Press.

4. Penulis dan Editor:

Breediove, G.K. & Schorfheide, A.M. (2001) *Adolescent pregnancy*. 2<sup>nd</sup> ed. Wleczorek, R.R. ed. White Plains (NY): March of Dimes Education Services.

5. Institusi, Perusahaan, Atau Organisasi sebagai penulis

UNESCO (1993) *General Information Programme and UNISIST*. Paris: Unesco, PGI-93/WS/22

6. Salah satu tulisan dalam buku kumpulan tulisan:

Porter, M.A. (1993) The Modification of Method in Researching Postgraduate Education. In: Burgess, R.G.ed. *The Research Process in Educational Setting: Ten case studies*. London: Falmer Press, pp. 35-47

7. Referensi kedua (buku disitasi dalam buku yang lain):

Confederation of British Industry (1989) *Towards a skills revolution: a youth charter*. London: CBI. Quoted In: Bluck, R., Hilton, A., & Noon, P. (1994) *Information skills In Academic libraries: a teaching and learning role in*

## PETUNJUK PENULISAN

- higher education*. SEDA Paper 82. Birmingham: Staff and Educational Development Association, p.39
8. Prosiding Seminar Atau Pertemuan:  
ERGOB Convergence on Sugar Substitutes, 1978. Geneva, (1979). *Health and sugar substitutes: proceedings of the ERGOB conference on sugar substitutes*, Guggenheim, B, ed. London: Basel.
  9. Naskah yang dipresentasikan dalam seminar atau pertemuan:  
Romonav, A.P. & Petroussenko, T.V. (2001) International book exchange: has it any future in the electronic age? In: Neven, J, ed. *Proceedings of the 67<sup>th</sup> IFLA Council and General Conference, August 16-25, 2001, Boston USA*. The Hague, International Federation of Library Association and Institutions, pp. 80-8.
  10. Naskah seminar atau pertemuan yang tidak dikumpulkan dalam suatu prosiding:  
Lanktree, C. & Briere, J. (1991, January). Early data on the Trauma Symptom Checklist for Children (TSC-C). *Paper presented at the meeting of the American Professional Society on the Abuse of Children, San Diego, CA*.  
Haryo, T.S. & Istiadjid, M. (1999, September). Beberapa faktor etiologi meningokel nasofrontal. *Naskah dipresentasikan dalam konggres MABI, Jakarta*.
  11. Sumber referensi yang berasal dari makalah pertemuan berupa poster:  
Ruby, J. & Fulton, C. (1993, June), Beyond redlining: Editing software that works. *Poster session presented at the annual meeting of the Society for Scholarly Publishing, Washington, DC*.
  12. Ensiklopedia:  
Hibbard, J.D., Kotler, P. & Hitchens, K.A. (1997) Marketing and merchandising, in: *The new Encyclopedia Britannica*, vol. 23, 15<sup>th</sup> revised ed. London: Encyclopedia Britannica.
  13. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak pemberi dana/sponsor:  
Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.
  14. Laporan Ilmiah atau Laporan Teknis diterbitkan oleh pihak Penyelenggara:  
Yen, G.G (Oklahoma State University, School of Electrical and Computer Engineering, Stillwater, OK). (2002, Feb). *Health monitoring on vibration signatures. Final Report*. Arlington (VA): Air Force Office of AFRL.SRBLTR020123. Contract No.: F4962098100049.
  15. Tesis atau Disertasi:  
Page, S. (1999) *Information technology impact: a survey of leading UK companies*. MPhil. Thesis, Leeds Metropolitan University.  
Istiadjid, M. (2004) *Korelasi defisiensi asam folat dengan kadar transforming growth factor.β1 dan insulin-like growth factor I dalam serum induk dan tulang kepala janin tikus*. Disertasi, Universitas Airlangga.

## PETUNJUK PENULISAN

16. Paten:  
Phillip Morris Inc. (1981) *Optical perforating apparatus and system*. European patent application 0021165A1.1981-01-07.
17. Artikel Jurnal:  
Bennett, H., Gunter, H. & Reld, S. (1996) Through a glass darkly: images of appraisal. *Journal of Teacher Development*, 5 (3) October, pp. 39-46.
18. Artikel Organisasi atau Institusi sebagai Penulis:  
Diabetes Prevention Program Research Group. (2002) Hypertension, Insulin, and proinsulin in participants with Impaired glucose tolerance. *Hypertension*, 40 (5), pp. 679-86.
19. Artikel tidak ada nama penulis:  
How dangerous is obesity? (1977) *British Medical Journal*, No. 6069, 28 April, p.1115.
20. Artikel nama orang dan Organisasi sebagai penulis:  
Vallancien, G., Emberton, M. & Van Moorselaar, R.J; Alf-One Study Group. (2003) Sexual dysfunction In d, 274 European men suffering from lower urinary tract symptoms. *JUrol*, 169 (6), pp. 2257-61.
21. Artikel volume dengan suplemen:  
Geraud, G., Spierings, E.L., & Keywood, C. (2002) Tolerability and safety of frovatriptan with short-and long-term use for treatment of migraine and in comparison with sumatriptan. *Headache*, 42 Suppl 2, S93-9.
22. Artikel volume dengan bagian:  
Abend, S.M. & Kulish, N. (2002) The psychoanalytic method from an epistemological viewpoint. *Int J Psychoanal*, 83 (Pt 2), pp.491-5.
23. Artikel Koran:  
Sadil, M. (2005) Akan timbul krisis atau resesi?. *Kompas*, 9 November, hal. 6.
24. Artikel Audio-visual ( Film 35mm, Program Televisi, Rekaman, Siaran Radio, Video Casette, VCD, DVD):  
*Now voyager*. (Film 35mm). (1942) Directed by Irving Rapper, New York: Warner.  
*Now wash your hands*.(videocassette). (1996). Southampton: University of Southampton, Teaching Support & Media Services.
25. Naskah-naskah yang tidak dipublikasikan:  
Tian, D., Araki, H., Stahl, E, Bergelson, J., & Kreitman, M. (2002) *Signature of balancing selection in Arabidopsis*.Proc Nati Acad Sci USA. In press.
26. Naskah-naskah dalam media Elektronik (Buku-buku Elektronik / e-books):  
Dronke, P. (1968) *Medieval Latin and the rise of European love-lyric* [internet]. Oxford University Press. Available from: netLibrary <<http://www.netLibrary.com/urlapl.asp?action=summary&v=1&bookid=22981>> [Accessed 6 March 2001].
27. Artikel Jurnal Elektronik:

## PETUNJUK PENULISAN

- Cotter, J. (1999) Asset revelations and debt contracting. *Abacus* [internet], October, 35 (5) pp. 268-285. Available from: <<http://www.ingenta.com>> [Accessed 19 November 2001].
28. Artikel dalam web pages:  
Rowett, S. (1998) Higher Education for capability: autonomous learning for life and work [internet], Higher Education for Capability. Available from: <<http://www.lie.mdx.ac.uk/hec/about.htm>> [Accessed 8 August 2000].
29. Artikel dalam website:  
Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM. (2005) *Program Studi S2 Ilmu Kesehatan Masyarakat UGM* [internet]. Yogyakarta: S2 IKM UGM. Tersedia dalam: <<http://ph-ugm.org>> [diakses 8 November 2005].
30. Artikel dalam CD-ROM:  
Picardle, J. (1998) I can never say goodbye. *The observer* [CD-ROM], 20 September, 1, Available from: The Guardian and Observer an CD-ROM. [Accessed 16 June 2000].
31. Artikel dalam Database Komputer:  
Gray, J.M. & Courtenay, G. (1988) *Youth cohort study* [computer file]. Colchester: ESRC Data Archive (Distributor).
32. Artikel online images (informasi visual, foto, dan ilustrasi):  
*Hubble space telescope release In the space shuttle's payload bay*. (1997) [Online Image]. <Available from: <http://explorer.arc.nasa.gov/pub/>> SPACE/GIF/s31-04-015.gif, [Accessed 6 July 1997].
33. Artikel dalam e-mail:  
Lawrence, S. ([slawrence.goyh@go-regions.gsi.gov.uk](mailto:slawrence.goyh@go-regions.gsi.gov.uk)), 6 July 2001. *Re: government office for Yorkshire and Humberside Information*. Email to F.Burton ([f.burton@leedsmet.ac.uk](mailto:f.burton@leedsmet.ac.uk)).

## DINAMIKA KOMUNIKASI POLITIK MENJELANG PEMILU 2014

Tahun depan Indonesia akan menggelar pesta akbar, pesta demokrasi berupa pemilihan anggota legislatif, pemilihan presiden dan wakil presiden. Tahapan-tahapan dalam proses Pemilu 2014 sudah mulai dilaksanakan. Saat ini geliat parpol dalam menghadapi pesta demokrasi sudah terasa, hal tersebut terlihat dalam berbagai bentuk seperti iklan terselubung di media massa cetak maupun elektronik, maupun aktivitas parpol.

Observasi mengundang para pakar, akademisi, peneliti, dan praktisi untuk menulis sesuai topik di atas. Naskah bisa berupa resume laporan hasil penelitian, opini, telaahan teoritis, atau hasil pengamatan. Ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris, dilengkapi dengan abstrak dengan jumlah 100-150 kata. Diketik dengan menggunakan program MS Word 2003/Open Office dengan spasi 1,5 di atas kertas A4, panjang naskah antara 10-20 halaman, dilengkapi biodata penulis. Naskah harus asli dan belum pernah dipublikasikan media lain. Kutipan ditulis dengan sistem *endnotes*. Naskah dikirim dalam bentuk *hard copy* beserta *soft copy* ke alamat redaksi Observasi: Jl. Pajajaran No. 88 Bandung atau melalui *email*: [observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id](mailto:observasi.bppki.bandung@mail.kominfo.go.id)