

# PENGUATAN NASIONALISME MELALUI MEDIA TELEVISI

**Hidayatullah**

Institut Agama Islam Negeri Sultan Amai Gorontalo

[hidayatullah@iaingorontalo.ac.id](mailto:hidayatullah@iaingorontalo.ac.id)

## **ABSTRAK**

Karya tulis ini mengangkat tentang Penguatan Nasionalisme melalui media penyiaran, dalam hal ini televisi sebagai media yang mengacu kepada fungsi media massa yaitu fungsi informasi, pendidikan, budaya dan hiburan. Media merupakan corong terdepan yang bisa melakukan pembentukan opini di masyarakat. Seiring berkembangnya zaman, rasa nasionalisme masyarakatpun kian memudar. Hal ini dibuktikan dari berbagai sikap dalam memaknai berbagai hal penting bagi Negara Republik Indonesia. Untuk itu media dituntut perlu melakukan pembenahan dalam hal program siaran. Media penyiaran saat ini perlu sedini mungkin menghindari degradasi nasionalisme melalui pengikisan rasa percaya diri sebagai warga Negara Republik Indonesia, akibat intervensi dan dominannya frekuensi penyiaran asing.

**Kata Kunci: Nasionalisme, Media**

## ***ABSTRACT***

*This paper discusses strengthening nationalism through broadcast media, in this case, television, as a medium that refers to the functions of mass media, namely information, education, culture, and entertainment. The media is the main mouthpiece that can shape opinion in society. Along with the development of the times, the sense of nationalism in society is increasingly fading. This is evidenced by various attitudes toward interpreting various important things for the Republic of Indonesia. For this reason, the media is required to make improvements in terms of broadcast programs. The current broadcasting media needs to avoid the degradation of nationalism as early as possible through eroding self-confidence as citizens of the Republic of Indonesia due to foreign intervention and the dominance of foreign broadcasting frequencies.*

***Keywords: Nationalism, Media***

## **PENDAHULUAN**

Selama ini belum nampak ada program atau konsolidasi yang dilakukan oleh pemerintah yang melibatkan lembaga terkait agar masyarakat mencintai Negara ini, dengan berbagai latar belakang aktivitasnya. Demikian pula dengan keterlibatan pemangku kepentingan media penyiaran, para sineas, produser, rumah produksi, penulis skenario, serta pemilik media, belum Nampak merefleksikan nasionalisme dalam karyanya. Siaran informasi bahkan siaran pendidikan sekalipun belum Nampak secara khusus menggiring pemirsanya ke arah nasionalisme yang diharapkan. Apalagi dalam siaran yang ditayangkan, lebih di dominasi oleh tayangan yang hanya mampu menggali emosi khalayak dengan konflik pribadi seperti dalam acara sinetron atau reality show. Wajah layar kaca di Indonesia sarat akan hiburan. Terkadang hiburannya pun sulit dibidang mendidik. Padahal secara normatif perundangan menegaskan bahwa lembaga penyiaran bertujuan untuk memperkuat integrasi nasional dan membina watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa.

Seiring berkembangnya zaman, rasa nasionalisme masyarakatpun kian memudar. Hal ini dibuktikan dari berbagai sikap dalam memaknai berbagai hal penting bagi Negara Republik Indonesia. Contoh sederhana yang menggambarkan betapa kecilnya rasa nasionalisme diantaranya, pada peringatan hari besar nasional seperti peringatan hari Kemerdekaan Republik Indonesia 17 Agustus, Sumpah Pemuda, Hari Pahlawan, Hari Kesaktian Pancasila, dll. Banyak diantara kita hanya memaknai hari besar nasional tersebut sebagai seremonial dan hiburan saja tanpa menumbuhkan rasa nasionalisme dan patriotisme dalam benak mereka.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 pasal 2 tentang penyiaran yang berbunyi “Penyiaran diselenggarakan dengan tujuan untuk memperkuat integritas nasional, terbinanya watak dan jati diri bangsa yang beriman dan bertakwa, mencerdaskan kehidupan bangsa, memajukan kesejahteraan umum, dalam rangka membangun masyarakat yang mandiri, demokratis, adil dan sejahtera, serta menumbuhkan industry penyiaran Indonesia”, semestinya media penyiaran berperan penting dalam penguatan Nasionalisme melalui konten siarannya.

Contoh kecil yang bisa diambil saat ini, dimana pengelola penyiaran kebanyakan tidak menyiarkan Lagu kebangsaan Indonesia Raya pada saat memulai siaran (On Air). Dilansir dari halaman [kpi.go.id](http://kpi.go.id), ketua KPI Pusat Yuliandre Darwis mengingatkan kepada pengelola penyiaran untuk menyiarkan lagu kebangsaan Indonesia Raya. Dalam pasal 38 Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS) menyebutkan dengan jelas bahwa lembaga penyiaran wajib memulai siaran dengan menyiarkan lagu wajib nasional. Dia juga menjelaskan tujuan penyiaran yang di rangkum dalam UU Penyiaran yakni memperkuat integrasi nasional. Dalam kaitan memajukan bangsa ini tidak akan lepas dari penanaman rasa nasionalisme. Menurut Yuliandre, kita wajib mengikuti apa yang dilakukan oleh Amerika Serikat dalam hal penanaman Nasionalisme. Amerika Serikat menerapkan symbol-simbol Nasionalisme mereka masuk ke semua ruang termasuk siaran dan Film. Hal ini mampu menumbuhkan jiwa nasionalisme bagi siapa yang melihatnya.

Dewasa ini, media penyiaran yang telah memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) terlihat masih setengah-setengah menjalankan komitmennya. Diantara pelaku penyiaran yang ada, sedikit sekali lembaga penyiaran swasta yang masih menggelorakan nasionalisme, seperti dalam pemutaran lagu kebangsaan maupun iklan layanan masyarakat. Ironisnya, saat ini anak-anak usia dini lebih menghafal lagu “Mars Partai” dibandingkan dengan lagu Kebangsaan Indonesia Raya. Padahal semangat jiwa nasionalisme perlu di pupuk sejak usia dini agar tertanam di diri mereka dan tumbuh menjadi karakter diri.

Seperti yang di lansir di halaman [kompasiana.com](http://kompasiana.com), Di zaman sekarang ini perkembangan teknologi sangatlah cepat, perkembangan ini dipengaruhi oleh budaya asing yang masuk ke Indonesia dan semakin cepatnya proses globalisasi terhadap Negara kita. Dalam hal ini sangat tampak sekali terhadap perkembangan konten siaran televisi di Indonesia yang mulai banyak meniru atau cenderung mengikuti gaya kebarat-baratan, sehingga rasa nasionalisme yang dahulu sering muncul, hilang seiring berjalannya waktu. Pola pikir masyarakat yang maju membuat sifat-sifat nasionalisme sendiri mulai dihilangkan, disamping itu mereka juga ingin terlihat lebih modern dan pengaruh itu

sangat besar dibawa oleh siaran televisi yang ada di Indonesia saat ini. Tentu hal ini jelas, karena televisi di Indonesia saat ini tidak lagi mengutamakan nilai-nilai budaya yang telah tertanam sejak dulu dan lebih mementingkan rating.

Masyarakat Indonesia dikenal sebagai masyarakat yang berbudi pekerti luhur serta dikenal dengan budaya timurnya yang kental. Masyarakat yang hidup di perkotaan dan tumbuh bersama media, mengalami dampak pergeseran budaya seperti hilangnya nilai-nilai kebangsaan. Contohnya, menganggap hari Besar nasional hanya sebagai perayaan dan seremoni biasa, bukan sebagai penguat rasa nasionalisme. Sementara masyarakat yang hidup di daerah pelosok dan tumbuh tanpa media informasi, berkembang secara natural dan kekhasan Indonesia dapat dilihat jelas dari mereka seperti budi pekerti luhur, kejujuran, dan semangat nasionalisme yang sangat kental. Hal ini membuktikan bahwa media massa memiliki pengaruh besar dalam membentuk kepribadian masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model pengumpulan data mencari literatur. Analisis yang digunakan adalah pendekatan komunikasi media, yang menggunakan konsep nasionalisme dilihat dari isu terkini pada media mainstream seperti televisi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Televisi Sebagai Media Komunikasi Massa**

Komunikasi massa (*mass communications*) adalah proses penyampaian pesan (informasi, ide, gagasan) kepada orang banyak (khalayak) melalui media. Komunikasi massa disebut juga komunikasi media massa (*mass communication*) dan *communicating with media* (berkomunikasi melalui media massa), yakni media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), media elektronik (radio, televisi). Dengan kata lain, dalam menyampaikan pesan atau informasi secara luas kita berbicara tentang dua sifat media, yakni media yang bersifat cetak dan media yang bersifat elektronik yang kemudian kita kenal sebagai media komunikasi massa.

Seperti yang disebutkan di atas bahwa media massa terbagi atas media cetak, media elektronik. Pada media cetak kita bisa melihatnya pada koran yang terbit setiap

hari, majalah yang dicetak tiap minggunya dan tabloid yang di buat berdasarkan tema perpekannya. Sedangkan pada media elektronik terdiri atas radio yang menyiarkan informasi berita baik itu berita local, nasional, maupun internasional. Selain itu, televisi menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk mendapatkan informasi dikarenakan televisise mampu menyajikan informasi lebh lengkap dari media lainnya. Pada televisise, kita bisa melihat sekaligus mendengar informasi apa yang sedang disampaikan. Sehingga khalayak lebih mudah memahami informasi yang disampaikan.

Televisi menjadi media yang paling diminati oleh masyarakat pada umumnya mulai dari anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Sehingga dirasa perlu untuk menjadikan televisi sebagai alat untk meningkatkan rasa nasionalisme yang dewasa ini mulai memudar. Namun miris melihat keadaan pertelevisian nasional saat ini yang seakan lebih mengejar rating dan tidak mengindahkan kualitas konten pada program acara yang ditayangkan

### **Nasionalisme dan Penguatannya Dalam Media Televisi**

Menurut Hans Kohn, nasionalisme secara fundamental timbul dari adanya *national consciousness*. Dengan kata lain, Nasionalisme adalah formalisasi (bentuk) dan rasionalisasi dari kesadaran nasional berbangsa dan bernegara sendiri. Dan kesadaran nasional inilah yang membentuk nation dalam arti politik, yaitu negara nasional.

Dewasa ini, semangat nasionalisme dan patriotisme kalangan muda Indonesia kini diragukan. Semangat itu sudah surut di kalangan anak muda. Tren globalisasi dianggap sebagai salah satu pemicunya. Saat ini banyak anak muda yang terjebak dalam tren globalisasi itu, sehingga mereka lupa tanggung jawabnya sebagai tulang punggung bangsa dan negara. Contoh, banyaknya anak muda yang terjebak narkoba yang angkanya setiap tahun cenderung meningkat. Mereka juga terjebak kriminalitas, hidup hura-hura, lebih senang meninggalkan belajar, dan terseret arus budaya global yang liberal. Kondisi demikian sangat memprihatinkan, meskipun nasionalisme di kalangan anak muda belum sepenuhnya luntur karena masih banyak anak muda yang berprestasi. Untuk kembali menumbuhkan semangat nasionalisme di kalangan anak muda, diharapkan nilai-nilai Pancasila semakin dipahami, merenung dan melihat kembali sejarah pemuda dan nilai-

nilai Pancasila. Kita perlu merumuskan kembali bagaimana pemuda dapat berkiprah terhadap pembangunan bangsa dan negara.

Hal ini pun tidak terlepas dari bagaimana media membentuk karakter seseorang. Media televisi Indonesia yang saat ini semakin mengikuti budaya barat dan meninggalkan budaya leluhur, menjadikan anak muda yang merupakan punggawa di masa mendatang, seakan acuh taacuh dan tidak lagi memiliki jiwa nasionalisme dan patriotisme. Nilai-nilai yang tercantum dalam Pancasila dan Undang-Undang dasar seakan kehilangan makna dan tidak menjadi pedoman dalam menumbuhkan rasa cinta terhadap tanah air. Lebih parah lagi melihat keadaan pertelevisian nasional yang merupakan media yang dinilai paling efektif dalam mengedukasi tentang nilai-nilai nasional, saat ini seakan lebih mementingkan mengejar rating dan tidak mengindahkan kualitas konten pada program acara yang ditayangkan.

## **PENUTUP**

Media merupakan corong terdepan yang bisa melakukan pembentukan opini di masyarakat. Melalui media, karakter seseorang bisa terbentuk sesuai dengan apa yang sering di lihat. Memanfaatkan situasi yang terjadi saat ini dimana televisi merupakan media yang paling diminati oleh masyarakat pada umumnya, maka Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) sebagai lembaga yang mengawal penyiaran di Indonesia, perlu untuk bertindak tegas lembaga penyiaran yang tidak menjalankan aturan sesuai dengan peraturan yang telah di atur dalam UU Penyiaran Nomor 32 Tahun 2002 yang dalam hal ini lebih banyak menayangkan tayangan yang tidak berkualitas dan tidak mendidik. Lebih disarankan untuk menayangkan acara-acara yang menghibur namun tidak mengenyampingkan nilai-nilai pancasila dan nasional dalam program acaranya. Bukan saja wajib menyiarkan Lagu Kebangsaan Indonesia raya setiap harinya, namun juga memperbanyak Iklan Layanan Masyarakat yang bertujuan menumbuhkan kembali jiwa nasionalisme yang semakin hari semakin memudar.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Komisi Penyiaran Indonesia. 2016. Pedoman Perilaku Penyiaran (P3) dan Standar Program Siaran (SPS).
- Holmes, David. 2012. Teori Komunikasi: Media, Teknologi, Dan Masyarakat. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- Hafied, Cangara. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada
- West, Richard., dan Lynn H. Turner 2008. Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi. Jakarta. Penerbit Salemba Humanika