

## PENGARUH BUDAYA POPULER TERHADAP TAYANGAN TELEVISI DAN MEDIA DIGITAL DI INDONESIA

Vicia Dwi Prakarti DB<sup>1)</sup>

1) Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padang Panjang Institution, E-mail: [viciadb00@gmail.com](mailto:viciadb00@gmail.com)

### ARTICLE INFORMATION

#### KEYWORDS:

Pengaruh, Budaya Populer, Televisi

### CORRESPONDENCE

Phone: +62812 7010 5316

E-mail: [viciadb00@gmail.com](mailto:viciadb00@gmail.com)

### A B S T R A C T

Budaya dalam bahasa Indonesia, berasal dari bahasa Sangsekerta *buddhaya*, yaitu bentuk jamak dari kata buddhi (budi atau akal); dan ada kalanya juga ditafsirkan bahwa kaya budaya merupakan perkembangan dari kata majemuk “budi-daya’ yang berarti daya dari budi berupa citra, karsa dan rasa. Menurut Koentjaraningrat (1984:180-181), Budaya merupakan sebuah sistem gagasan dan rasa sebuah tindakan serta karya yang dihasilkan oleh manusia didalam kehidupannya yang bermasyarakat, yang dijadikan kepunyaannya dengan belajar. budaya populer merupakan bentuk budaya yang lebih mengedepankan sisi popularitas dan kedangkalan makna atau nilai-nilai. Menurut Ray B. Brownie . Budaya populer adalah budaya yang ada di dunia ini, disekeliling. kita yang meliputi sikap kita, perilaku, tindakan, makanan, pakaian, bangunan, jalan perjalanan, hiburan, olah raga, politik, aktivitas serta bentuk dan cara mengontrolnya. Misalnya HP, jaringan sosial dan lain-lain. Dalam jurnal ini membahas tentang pengaruh budaya populer terhadap tayangan televisi di Indonesia dengan menggunakan Metode analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tayangan televisi yang telah terpengaruh terhadap budaya populer seperti tayangan-tayangan dengan genre baru menggunakan media youtube. Penelitian ini menghasilkan pengaruh terhadap content yang lebih mudah dan terbuka seperti acara Music Show, variety Show, Game Show, hingga acara gossip.

## INTRODUCTION

Budaya pop adalah sesuatu yang diproduksi dengan sangat massif dan dipandang sebagai komoditi. Budaya pop adalah budaya yang disukai banyak orang, budaya massa yang komersial dan membodohi orang banyak (Budiman, 2000:8). Adapun ciri-ciri budaya massa atau budaya pop adalah : - Institusionalisasi tergantung pada media dan pasar. - Pengorganisasian dan produksi ditujukan untuk pasar massa dan memanfaatkan teknologi secara terencana dan terorganisir. - Isinya dangkal, tidak bermakna ganda, menyenangkan, universal, tapi bisa punah. - Khalayaknya heterogen dan berorientasi konsumtif. - Efek yang dihasilkan berupa kesenangan seketika dan pengalihan perhatian.

Gencarnya arus globalisasi yang menerjang ke berbagai negara termasuk Indonesia, dan dalam waktu bersamaan hadirnya kecanggihan teknologi telah banyak membantu dalam penyebarannya. Kenyataan ini berimplikasi pada perubahan paradigma masyarakat dalam menyikapi suatu kehidupan. Lahirnya modernisasi kehidupan di berbagai belahan dunia, telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat *konsumtif* dan *hedonis* dalam lingkungan masyarakat kapitalis. **Hedonisme** adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan

Hadirnya dan berkembangnya budaya yang datang dari luar budaya kita ditengah-tengah masyarakat telah membawa dampak besar terhadap keberadaan kebudayaan setempat. Hal ini terjadinya karena adanya

pergeseran budaya yang disebabkan oleh budaya baru tersebut. Budaya inipun lebih bersifat mudah dipahami. Sebuah istilah "Budaya Populer" atau disebut juga dengan "Budaya Pop", di mana dalam pengakuannya telah mendapat dukungan dari penggunaan perangkat berteknologi tinggi ini, sehingga dalam penyebarannya begitu cepat dan mengena serta mendapat respon sebagian besar kalangan masyarakat. Budaya pop yang bergelayut dibawah ketiak teknologi ini bahkan lebih mudah dipahami dikalangan masyarakat pada era globalisasi sekarang.

Budaya populer sering dianggap sebagai suatu kebudayaan instan yang cenderung melawan suatu proses sehingga golongan masyarakat yang bersebrangan dengannya, mengagap sebagai budaya dengan peradaban dangkal pemikiran, tanpa nilai, makna kabur, cari sensasi, berperilaku rusak dan masyarakatnya berjiwa konsumtif. Dalam perspektif industri budaya, "bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media" (Sunarti 2003). Hal ini dianggap bahwa Media telah memproduksi segala

Macam jenis produk budaya populer yang dipengaruhi oleh budaya impor dan hasilnya telah disebarluaskan melalui jaringan global media hingga masyarakat tanpa sadar telah menyerapnya. Dampak dari hal itu, menyebabkan lahirnya perilaku yang cenderung mengundang sejuta tanya, karena hadirnya budaya populer ditengah masyarakat kita, tak lepas dari induknya yaitu media yang telah melahirkan dan membesarkannya. Media dalam menjalankan fungsinya, selain sebagai penyebar informasi dan hiburan, juga sebagai institusi pencipta dan pengendali pasar produk komoditas dalam suatu lingkungan masyarakat. Media selalu menanamkan ideologinya pada setiap produk hingga obyek sasaran terprovokasi dengan propaganda yang tersembunyi di balik tayangannya itu. Akibatnya, jenis produk dan dalam situasi apapun yang diproduksi dan disebarluaskan oleh suatu

media, akan diserap oleh publik sebagai suatu produk kebudayaan, dan hal ini berimplikasi pada masyarakat sendiri

Dalam penjelasan di atas tentu menjadi tingkat urgensi yang harus dibahas dalam dunia televisi terutama tayangan yang di hasilkan oleh para broadcaster dan sineas film. Tentunya ini termasuk juga pada content-content creator yang menggunakan media social dalam tayangan mereka. Seperti isian content siara, Bahasa yang digunakan, jam tayang hingga cara berpakaian pada content-content mereka.

## METHOD

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Dengan cara menganalisa tayangan yang ada di televisi seperti iklan, sinetron, film bioskop, film webseries yang ditayangkan pada media youtube, podcast anak muda yang membahas tentang gosip selebritis, hingga iklan tiktok yang mengedepankan marketing visual komunikasi yang ambigu.

## RESULTS AND DISCUSSION

### Seni Film dan Tayangan Televisi Sebagai Kajian Isu

Seni film dikatakan sebagai kajian isu merupakan hal besar yang memang harus disorot keberadaannya. Mengapa demikian? Sebab seni film merupakan sebuah seni karya sineas yang menciptakan dan merepresentasikan fenomena-fenomena dan isu-isu kehidupan melalui kebohongan layar kaca televisi. Banyak produk budaya pop tersebar luas sebagai barang yang diproduksi massal untuk, dijual di toko-toko. Hal ini karena budaya populer sering tanpa malu bersekutu dengan industri hiburan yang secara kasar memburu laba, sulit bagi para cendekiawan untuk menghargai budaya pop. Akibatnya, budaya pop sering dijuluki: budaya massa. (Strinati 1995:10; Macdonald 1998: 22). Istilah tersebut mengacu pada budaya yang direndahkan, diremehkan, dangkal, dibuat-buat, dan seragam (Strinati 1995: 21).

Berbeda dari beberapa tahun silam, pertumbuhan film dan televisi seperti diberi

nutrisi oleh para sineas. Peradaban dunia digital Industry 4.0 naik merangkak tajam memasuki tubuh sineas film termasuk tayangan-tayangan yang hadir di Indonesia hingga ke berbagai platform digital. Tentunya hal ini mempengaruhi masyarakat Indonesia secara mental, psikis, materi hingga gaya hidup. Media film laku dipasaran dan menjadi budaya konsumsi yang kuat di dunia industri perfilman, maka hal ini dikatakan sebagai budaya populer. Sementara tayangan sinetron- sinetron yang memeluk usia 18 tahun ke atas memenuhi layar kaca keluarga. Film yang berangkat dari isu-isu di tengah masyarakat jika diproduksi dan laku dipasaran dan berpengaruh besar terhadap masyarakat, maka film bisa dikatakan sebagai budaya populer. Seperti contoh film "Ada Apa Dengan Cinta". Film ini ditahun 90- 2000 an sangat laku dipasaran Mengapa demikian, karena para sineas film dan produser yang melirik hal-hal seperti isu-isu cinta atau romantisme, dapat mencairkan suasana panas di masa era orde baru. Sehingga film dengan kisah cintanya ini laku keras dipasaran dan merubah pola pikir remaja saat itu. Hal ini terlihat dari gaya rambut cinta yang diikuti oleh perempuan-perempuan di Indonesia, lagu-lagunya yang terdengar di toko-toko kaset, sampai gaya baju, dan cara mereka bersahabat pun sampai di aplikasikan oleh remaja pada masa itu. Akan tetapi budaya populer tidak lagi menjadi populer ketika ia tidak lagi laku dipasaran. Seperti AADC tersebut pada zaman sekarang di tahun 2015, ia tidak lagi menjadi populer karena tidak lagi diminati oleh penonton karena dilanda kebosanan.

Didalam dunia film, mereka tidak hanya mengangkat film dari sebuah isu, tetapi para pembuat film atau filmmaker juga jarang sekali disentuh oleh para pembuat isu tentang desas-desus yang terjadi didalamnya. Baik itu cara pembuatannya, metodenya dll dikarenakan tidak adanya atau kurangnya pemahaman akan seluk-beluk tersebut.

Kemudian berangkat dari isu kita bisa berkembang karena dilatar belakangi oleh media. Media adalah raja dalam perubahan peradaban manusia. Budaya pop

yang mendominasi isi media massa dapat menimbulkan efek dalam arti diciptakan untuk diterima oleh khalayak khususnya remaja. Penerimaan sebagai efek berlangsung mulai dari level kognitif, afektif, dan behavioral atau berupa perubahan pengetahuan, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku (Chafee dalam Rakhmat 2001:215).

Selain film, isu tentang idola, gosip dan musik juga mendominasi budaya populer di zaman sekarang. Isu bisa berkembang melalui media film atau film bisa membuat sebuah isu yang akhirnya mempengaruhi masyarakat di era globalisasi serba digital saat ini. Dimulai dari content-content film yang tayang di bioskop, web seris, instagram, youtube dll, menjamah otak manusia dan menghasilkan produk representasi film kedalam kehidupannya sehari-hari. Misalnya saja film dari negeri gingseng yang diminati para kaum remaja saat ini. Kemudian representasi dari tayangan film tersebut acap kali mempengaruhi cara fikir, cara komunikasi dengan menggunakan bahasa korea di kehidupan pergaulan mereka seperti oppa (abg/pacar), nuna (kakak.pacar), sarangheo (aku cinta kamu), hingga kosa kata gaul orang korea yang diterapkan para remaja. Kemudian yang paling mencolok adalah, konsumsi music hingga cara berpakaian para remaja korea yang acap ditiru oleh remaja Indonesia.

### **Pengaruh Budaya Populer dalam Seni Film Televisi dan Media Digital**

Secara umum, pengaruh budaya populer sangat banyak terlihat oleh mata. Pengaruh yang paling fenomenal saja terlihat dalam tayangan-tayangan televisi sekarang yang banyak berpijak atau mencontoh ke film-film luar seperti india, acara- acara musik dll. Melalui media televisi yang merupakan raja dari isu yang berkembang menjadi budaya populer, tayangan tayangan diindonesia menjadi

tayangan yang sering kali menjamahi penonton lewat perlombaan-perlombaan lewat rapping.

Hal ini terlihat dari program-program sinetron, music, variety showd yang kerap kali ada di setiap saluran televisi swasta di Indonesia. Keluwesan budaya populer dan genre musik amat kentara jika melihat tata perlengkapan fisik dimana acara musikal berlangsung. Survei awalnya, manuel berupaya membaca hubungan tingkat industrialisasi, pembedaan produser/konsumen dan kehadiran musik populer di wilayah tertentu. Namun, ia memiliki gambaran menarik tentang hubungan tersebut. (*Ariel Heryanto, Yogyakarta, 2012*). Prod

Seperti tayangan gossip di beberapa program televisi seperti insert, silet, hot spot yang menayangkan pernak-pernik kehidupan selebritis. Kemudian dengan pengaruh budaya pop bahkan teknologi maka program tersebut di buat dalam bentuk podcast dengan wawancara eksklusif dengan membicarakan permasalahan hidup mereka. Bahkan ada kasus baru-baru ini menenai perselingkuhan. Podcast-podcast yang di host kan oleh artis bahkan seorang dokter pun bisa meraup untuk yang bukan profesi mereka dengan merambah dunia entertaint. Kemudian memberikan wadah untuk klarifikasi. Seakan budaya ini telah menghipnotis penonton untuk mengetahui kehidupan rumah tangga orang lain.

Pengaruh tersebut dapat menambah pundi-pundi produser akibat isu-isu yang berkembang di Indonesia yang di presentasikan dalam bentuk film. Kemudian pengaruh budaya populer pada seni film secara keseluruhan dapat merubah segala bentuk kebutuhan yang dikonsumsi oleh para konsumen atau penikmat tayangan film televisi. Selain film, budaya populer terhadap televisi juga terlihat pada tayangan iklan rokok yang berlomba-lomba merauk atau mencuri perhatian massa. Jika mereka berhasil mencuri perhatian massa, maka hal ini dikatakan budaya populer. Tentunya jika telah terjadi hal demikian, banyak pengaruhnya terhadap aspek kehidupan dan moral anak-anak dan remaja.

Gaya berpakaian remaja Indonesia yang dulunya menjunjung tinggi norma kesopanan telah berubah mengikuti perkembangan jaman. Ada kecenderungan bagi remaja putri di kota-kota besar memakai pakaian minim dan ketat yang memamerkan bagian tubuh tertentu. Budaya berpakaian minim ini dianut dari film-film dan majalah-majalah luar negeri yang ditransformasikan kedalam sinetron-sinetron Indonesia. Kuatnya racun budaya populer ditandai dengan datangnya media internet. Salah satu keberhasilan penyebaran kebudayaan Barat ialah meluasnya anggapan bahwa ilmu dan teknologi yang berkembang di Barat merupakan suatu yang universal. Masuknya budaya barat (dalam kemasan ilmu dan teknologi) diterimadengan baik. Pada sisi inilah globalisasi telah merasuki berbagai sistem nilai sosial dan budaya Timur (termasuk Indonesia) sehingga terbuka pula konflik nilai antara teknologi dan nilai-nilai ketimuran.

Dari paparan diatas kita telah mendapatkan kata kunci, bahwa budaya populer lebih cepat tersebar melalui media televisi dan internet. Berbicara tentang media televisi, pada saat sekarang tayangan televisi yang disuguhkan oleh kebanyakan stasiun televisi swasta telah mencuri kantong-kantong penonton yang bersifat konsumtif. Jika boleh kita bandingkan, siaran televisi pertama kali disiarkan oleh stasiun TVRI dengan tayangan Sea Games. Sebelum munculnya televisi-televisi swasta, masyarakat Indonesia hanya mengkonsumsi tayangan TVRI. Kemudian jauh sebelum TVRI muncul, masyarakat telah memproduksi sebuah film ditahun 1926 dengan film pertama yaitu Loetoeng kasaroeng. Setelah bergelut waktu dengan waktu maka manusia yang sifatnya selalu tidak pernah puas, seolah menjadi sebuah monster yang bernama mesin uang.

Nah dari sini lah lahir stasiun televisi swasta yang pertama yaitu RCTI. Kebosanan-kebosanan yang melanda masyarakat Indonesia akan hausnya mereka dengan informasi, maka ditanggapi oleh sejumlah investasi asing yang berani membeli harga diri Indonesia dengan

menayangkan film-film dari daerahnya. Jikakita review kembali ingatan kita, pasti kita akan mengingat tayangan televisi dengan sinetron ala ala Mexico, India. Genrenya adalah sinetron Telenovela seperti Maria Belen, Amigos, Rosalinda, Dulce Maria, kemudian yang bergenre Bolyeood seperti Kuch-Kuch Hota Hai dan masih banyak. Program siaran televisi bak seperti raja yang dirajai masyarakat Indonesia sendiri. Sehingga mereka lupa akan jati dirinya.

Harusnya tayangan televisi Indonesia sebagai tuan rumah menayangkan program-program yang lebih Indonesia.

Jika kita lihat dari apa yang ditulis penulis diatas, maka banyak sekali pengaruh tayangan televisi yang berakar dari budaya populer barat. Seperti lahirnya kaum-kaum kapitalis yang saat itu hanya memikirkan uang dan menjual produk-produk yang berbau tayangan tersebut. Sehingga melonjaknya pendapatan Indonesia khususnya dikota besar atas penjualan poster-poster tayangan film luar tersebut. Sadar akan sifat populer hanya sesaat maka tayangan televisi Indonesia bergeser dengan hadirnya sinetron-sinetron (sinema elektronik). Sinetron hadir di masyarakat Indonesia pertengahan tahun 2000 hingga saat ini. Dahulu sinetron bercerita tentang cinta, keluarga tengah menjadi siaran populer setelah sebelumnya sinetron genre legenda, dongeng telah tenar di Indonesia.

Penulis juga melihat budaya populer pada beberapa tahun silam hingga sekarang didalam permasalahan ini harusnya yang menjadi tokoh utama dalam memainkan budaya populer yang masuk ke Indonesia sendiri adalah masyarakat sendiri. Kenapa demikian? Karena budaya populer yang lahir dari masyarakat non-Indonesia (masyarakat barat) cenderung dibawa oleh mereka yang sengaja bertandang ke Indonesia. Begitu juga dengan masyarakat Indonesia yang kini telah bermunculan program dari pemerintah adanya pertukaran pelajar ke luar negeri. Nah hal-hal seperti ini yang pada akhirnya membawa pengaruh dari luar untuk dibawa ke Indonesia. Faktor selanjutnya juga

datang dari pola pikir pemerintah yang kurang dalam menjalani dan membenahi struktur Indonesia sebagai negara yang kaya hasil bumi. Akhirnya mereka pun belajar dari orang barat untuk membenahi Indonesia. Hal semacam ini yang membuat pejabat Indonesia menjadi malas karena didorong oleh faktor meniru budaya baik dari segi teknologi, komunikasi dll untuk membenahi Indonesia.

Membicarakan media televisi film memang tidak akan pernah habis, sebab media televisi dan film adalah salah satu faktor yang meracuni pemikiran masyarakat yang cenderung berubah ke budaya populer. Tentu hal ini menjadi permasalahan serius sineas-sineas perfilm-an dan para broadcaster untuk lebih memikirkan konten dari isi siaran televisi yang akan ditayangkan ke masyarakat Indonesia. Nah kita juga tidak bisa menyalahkan sepenuhnya terhadap media televisi, kenapa demikian, karena tuntutan ekonomi (konsumtiflah) yang dapat menyelesaikan semuanya walaupun sebenarnya tidak akan pernah terselesaikan permasalahan budaya populer yang telah mewabah di Indonesia. Jika boleh berandai-andai, apabila para pejabat Indonesia mampu menanggulangi ekonomi yang mensejahterakan rakyat, maka para penanam modal asing tidak akan pernah bisa masuk untuk menyebarkan penyakit budayanya yang hampir bertolak belakang dengan Indonesia.

Penulis mengambil salah satu contoh khusus yang paling sering terjadi bahkan akan terus terjadi di Indonesia sejak teracuninya para sineas muda di Indonesia oleh film-film asing. Kasusnya adalah maraknya film-film pada saat sekarang selain dengan bahasa komunikasinya, isi sinematik filmnya, namun juga dalam bentuk pakaian yang berhubungan dengan naskah yang dihadirkan oleh para sutradaranya. Kemudian film-film feminisme yang lahir di zaman globalisasi sekarang misalnya film-film yang menghadirkan perempuan sebagai tokoh yang menjembatani penonton untuk menghibur penonton melalui lekuk tubuh, pakaian/

atau bahasa-bahasa yang nakal. Seperti yang dikatakan oleh Joanne Hollows : Film perempuan adalah film porno ringan yang emosional untuk para ibu rumah tangga yang frustrasi penonton perempuannya tergerak karena mengasihani diri sendiri dan air mata kepasrahan menerima nasib mereka dan menolaknya<sup>2</sup>

Dengan mewabahnya kebudayaan populer di Indonesia khususnya pada teknologi dan media televisi baik film maupun acara-acara yang berbau program televisi, maka timbullah pengaruh besar terhadap masyarakat di Indonesia. Diantaranya adalah ;

- a. Televisi dan media Digital merusak moral dan budaya masyarakat

Jika kita perhatikan akhir-akhir ini banyak tayangan sinetron, film televisi (FTV) maupun drama mini seri yang menceritakan kehidupan percintaan dan perebutan harta. Di SCTV misalnya, entah pagi, siang atau malam, ditayangkan FTV remaja yang menampilkan kehidupan anak SMA dengan baju abu-abu putih minim yang menunjukkan bahwa mereka modis dan mengikuti tren yang sedang booming. Diceritakan juga hubungan cinta segitiga antara cowok cakep, cewek kaya yang cantik dan modis, dan cewek biasa saja. Dalam cerita itu si cowok menyukai cewek biasa saja tetapi si cewek kaya tidak terima karena dia menyukai si cowok tersebut. Akhirnya segala cara dilakukan untuk memisahkan mereka termasuk melukai si cewek biasa. Hal ini secara tidak langsung mempengaruhi pemikiran remaja kita bahwa masa remaja lebih asyik diisi dengan keglamoran, shopping, percintaan, persaingan yang tidak sehat serta hal-hal negatif lainnya dan menjauhkan mereka dari tugasnya sebagai pelajar dan generasi bangsa ini. Semakin mereka sering menonton sinetron atau FTV seperti itu. Semakin terikat mereka dengan ceritanya dan melupakan siapa mereka sebenarnya sehingga mereka tidak percaya diri (Joannes Hollows. *Feminisme, Femininitas, & Budaya Populer*. Hal 56) selain sinetron, Iklan juga sangat berpengaruh seperti iklan rokok meskipun

sudah dikamuflekan sedemikian rupa, tetap saja masyarakat kita termasuk remaja bahkan anak-anak tertarik untuk mencobanya. Menurut banyak riset yang sudah dilakukan oleh banyak pihak, rokok sangat berbahaya bagi tubuh manusia dalam jangka waktu panjang. Tetapi sangat kuatnya pengaruh iklan rokok di televisi, masyarakat kita tetap menggunakannya. Padahal dari segi moral, orang yang merokok cenderung lebih agresif sehingga pikirannya mudah terangsang ke hal-hal negatif. Tidak heran makin banyak pengguna narkoba, pelaku seks bebas, pemerkosa, perampok, pencuri dan tindak kejahatan lainnya di temukan di tengah masyarakat saat ini.

Tidak hanya remaja, orang dewasa pun bisa terpengaruh buruk oleh tayangan televisi. Kehidupan mewah yang sering tampil di televisi membuat sebagian orang iri. Mereka menghalalkan segala cara untuk menjadi seperti yang ada di TV. Jika keinginan itu tidak terwujud, bisa saja mereka stres dan gila bahkan ada yang nekad bunuh diri karena tidak kuatnya menghadapi kemiskinan mereka.

Kemudian film-film yang tayang di berbagai platform digital seperti youtube dengan web seriesnya, film bioskop hingga film-film yang bias di download bebas di situs-situs berbayar, dengan mudah bisa di akses oleh masyarakat. Hal ini tentu membuka lebar pintu peluang masyarakat untuk masuk dalam kisah naratif dan kisah sinematik hingga dapat mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Sebut saja kisah-kisah viral yang film kan dari produk lahar fashion seperti citayem fashion week. Dimulai dari anak-anak, remaja, hingga pejabat mengikuti gaya tersebut karena da nya tayangan video yang telah viral.

Televisi juga membentuk budaya malas, yang mana banyak orang yang rela duduk berjam-jam lamanya hanya karena menonton tayangan favoritnya. Pararemajanya, orang tua, anak-anak tidak laki-laki saja tetapi juga perempuan rela bergadang demi tayangan langsung sepak bola klub-klub besar Eropa. Remaja putri rela membolos demi menyaksikan penampilan aktor atau aktris favoritnya di televisi. Anak-anak

kehilangan jam tidur siang karena menonton kartun siang. Ibu-ibu lupa menyiapkan makan siang karena sudah terpaku di depan acara infotainment. Semua itu bentuk-bentuk kemalasan yang dibentuk oleh televisi. Bahkan ditambahnya gadget yang bisa menayangkan siaran ulang atau bahkan content- content menarik di platform digital juga menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat. Terlalu sering menonton televisi menyebabkan produktivitas berkurang sehingga berakibat pada kegemukan dan kualitas kerja kita juga bias menurun. Sungguh potret sosial masyarakat yang tidak sehat. Jika hal ini terus-terusan dibiarkan maka masa depan bangsa perlu dipertanyakan akan seperti apa.

Tidak hanya itu, arus globalisasi dan westernisasi juga melaju deras lewat televisi dan media digital. Budaya barat yang identik dengan kebebasan dalam segala hal tanpa toleransi sesama sudah merasuk ke pikiran masyarakat Indonesia. Banyak pengaruh globalisasi masuk ke Indonesia namun entah kenapa banyak pengaruh negatif yang diserap masyarakat dari pada pengaruh positifnya. Mungkin karena kelihaiannya barat dalam mengkamuflekan budayanya atau karena ketidaksiapan bangsa Indonesia menghadapi perubahan yang cepat. Banyak budaya ketimuran yang sopan mulai tergeser. Seni-seni tradisional bangsa sudah tidak berkibar lagi di seluruh negeri diganti dengan seni-seni barat yang terkesan bebas, erotis dan realis sekali. Jika yang terjadi di Negara Indonesia kita tercinta seperti ini, bukan tidak mungkin moral dan budaya asli masyarakat Indonesia untuk beberapa tahun ke depan akan benar-benar luntur. Dan televisi patut dipertanyakan dalam hal Televisi dan Media Digital menyita banyak waktu yang berharga. Meski adanya Gadget canggih, televisi tidak begitu saja disingkirkan oleh masyarakat. Saat ini televisi dimiliki oleh hampir tiap keluarga bahkan ada keluarga yang melengkapi tiap kamar dengan satu televisi. Banyak stasiun televisi swasta nasional maupun lokal berdiri dengan menyuguhkan banyak program yang makin bervariasi. Acaranya pun tidak tanggung-tanggung, 24 jam non stop dan

sinetron- sinetron yang tayang setiap hari dan menjamur dalam sehari mulai pagi, siang, sore, malam bahkan tengah malampun sinetron masih tayang di salah satu televisi swasta nasional. Jika ditilik pada masa lalu era 90 an, sinetron hanya tayang satu kali dalam seminggu dan Itupun masih jarang. Dikarenakan televisi banyak didominasi program-program pemerintah seperti berita talkshow dll.

Semua itu menyebabkan masyarakat makin diamanjakan sehingga makin betah melototi televisi berjam-jam dalam sehari. Jika dulu kebanyakan orang hanya menonton satu jam acara saja, tetapi sekarang program-program unggulan televisi ditayangkan secara estafet sehingga pemirsa mampu menghabiskan lima sampai enam jam bahkan ada yang 10 jam non stop hanya menonton televisi saja. Coba bayangkan berapa banyak waktu berharga dalam sehari yang sudah terbuang. Remaja yang seharusnya belajar jam tujuh malam berpaling ke content-conteng video dalam bentuk film di gadget dan televisi. Ibu-ibu yang harus ke pasar pagi-pagirela menundanya demi satu acara gossip atau sambil menunggu belanjaan mereka mengakses nya melalui gadget. Anak-anak malas ke sekolah karena harus menonton kartun kesayangannya atau bahkan sambil sekolah mengakses filmnya melalui gadget. Yang lebih parah lagi, banyak di antara masyarakat Indonesia melalaikan ibadahnya karena tertancap pada gadget dan saluran televisi favoritnya. Sungguh potret kehidupan sosial yang tidak sehat dan televisi adalah penyebabnya.

#### b. Media Televisi dan media Digital merusak perkembangan otak manusia

Program acara yang bervariasi, makin memisahkan segmen-segmen konsumennya menimbulkan banyak pengaruh. Meskipun acara televisi sudah dipisah menurut segmen-segmennya, tetap saja tayangannya masih bisa dinikmati banyak kalangan umur. Kemudian meski dalam media digital seperti youtube diberikan rentan usia untuk akses, tapi

masih tetepa saja bebas di akses melalui gadget masing-masing. Acara kartun misalnya, memiliki banyak segmen yaitu dari anak-anak, remaja bahkan dewasapun masih ada yang menonton program yang satu ini. Kartun yang sejatinya untuk anak-anak kini didesain sedemikian rupa untuk konsumsi dewasa sehingga anak-anak yang merasa itu tontonannya pun ikut menontonnya. Padahal pesan yang disampaikan banyak mengandung unsur kekerasan. Hal ini menyebabkan otak mereka terangsang untuk membentuk pribadi yang mengedepankan kekerasan dalam menghadapi masalah. Tidak hanya itu, kekerasan yang mereka tontonpun bisa mereka praktekan dalam kehidupan sehari-hari.

## CONCLUSIONS

Pada proses terjadinya interaksi antara media dan masyarakat. Kejadian ini berlangsung secara terus menerus hingga melahirkan suatu kebudayaan berikutnya. Kebudayaan populer akan terus melahirkan dan menampilkan sesuatu bentuk budaya baru, selama peradaban manusia terus bertransformasi dengan lingkungannya mengikuti putaran jaman. Globalisasi disatu sisi ternyata menimbulkan pengaruh yang negatif bagi kebudayaan bangsa Indonesia. Norma- norma yang terkandung dalam kebudayaan bangsa Indonesia perlahan-lahan mulai pudar. Gencarnya serbuan teknologi disertai nilai-nilai interinsik yang diberlakukan didalamnya, telah menimbulkan isu mengenai globalisasi dan pada akhirnya menimbulkan nilai baru tentang kesatuan dunia. Radhakrishnan dalam bukunya *Eastern Religion and Western Thought* (1924) menyatakan “untuk pertama kalinya dalam sejarah umat manusia, kesadaran akan kesatuan dunia telah menghentakkankita, entah suka atau tidak, Timur dan Barat telah menyatu dan tidak pernah lagi terpisah. Artinya adalah bahwa antara barat dan timur tidak ada lagi perbedaan. Atau dengan kata lain kebudayaan kita dilebur dengan kebudayaan asing.

Pengaruh budaya populer yang menggerogoti masyarakat Indonesia sungguh luar biasa meracuni bangsa ini di era Industry 4.0. Kita bahkan tidak bisa memanipulasi diri sendiri untuk tidak mengkonsumsi tayangan-tayangan di televisi, media digital seperti youtube, media sosial hingga di berbagai platform lainnya. Hal ini dikarenakan keterbutuhan dan karakter yang dimiliki masyarakat Indonesia yang unik dengan budaya konsumtif hingga replikasi sebagai bentuk budaya tiru meniru. Untuk itu kita harus memerangi, mencegah pengaruh buruk yang akan datang dengan menyaring tayangan-tayangan di televisi, memperketat lembaga sensor film dengan tidak menayangkan adegan seksualitas, memperketat aturan penggunaan platform digital. Namun hal yang paling penting adalah mendidik dan menanamkan karakter mawas diri dalam pribadi masing-masing dimulai dari diri sendiri, keluarga dan lingkungan sehingga membentuk identitas budaya Indonesia untuk dapat menyaring budaya populer yang semakin populer.

## REFERENCES

Joanes, Hollows. *Feminisme, Femininitas & Budaya Populer*. Jalsutra. Yogyakarta. 2000.

Heryanto, Ariel. *Budaya Populer Di Indonesia*. JalaSutra. Yogyakarta. 2012  
Radhakrishnan. *Eastern Religion and Western Thought* (1924)

Lull, James. *Media Komunikasi Kebudayaan*. Yayasan Obor Indonesia: Jakarta. 1998

Hurip. Dr. Danu Ismadi, M.Pd. *Kebudayaan Indonesia (Pengantar)*. PT. Gading IntiPrima. Jakarta 2013

<http://id.wikipedia.org/wiki/Hedonisme>

Rahmat, Jalalludin. (2001) : *Psikologi Komunikasi*. Bandung. Remaja Rodsa Karya.

Jurnal Ilmiah SCRIPTURA, Vol. 3, No. 1, Januari 2009: 24 – 36

Zubaedi. (2005), *Mengontrol Tayangan TV*. Semarang. Suara Merdeka Edisi 17 Februari 2005.

Budiman, Maneke. (2000), *Budaya Populer sebagai Perlawanan Perempuan*. Dalam *Jurnal Perempuan*. Edisi XIII/Maret–2000. Jakarta. Yayasan Jurnal Perempuan.

Depari, Eduard. (1995), *Kekerasan di Televisi*. Dalam *Jurnal ISKI* /No. 7-8 /Juni 1995. Jakarta. ISKI



journal homepage: <http://ranahkomunikasi.fisip.unand.ac.id/>

# JURNAL RANAH KOMUNIKASI

F-ISSN : 2656-4718

P-ISSN : 2302-8106