

LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL  
REPUBLIC INDONESIA

---



**OPTIMALISASI PERAN MEDIA  
UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN SOSIAL BUDAYA**

Oleh :

**BUDI SANTOSA, S.I.K, M.Si**  
**KOMBES POL NRP. 70070368**

**KERTAS KARYA ILMIAH PERSEORANGAN (TASKAP)  
PROGRAM PENDIDIKAN REGULER ANGKATAN LXII  
LEMHANNAS RI  
TAHUN 2021**

## KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb., salam sejahtera bagi kita semua.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, petunjuk dan karunia-Nya, penulis sebagai salah satu peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Tahun 2021 telah berhasil menyelesaikan tugas dari Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia, berupa sebuah Kertas Karya Ilmiah Perorangan (Taskap) dengan judul: **“OPTIMALISASI PERAN MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN SOSIAL BUDAYA.”**

Penetapan judul Taskap ini didasarkan oleh Surat Keputusan Gubernur Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia Nomor: Kep. 63 Tahun 2021 tanggal 29 Maret 2021 tentang Penetapan Judul Taskap Peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Tahun 2021 Lemhannas RI. Dalam kesempatan yang baik ini, perkenankan Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada Gubernur Lemhannas RI yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti PPRA di Lemhannas RI tahun 2021. Ucapan yang sama juga Penulis sampaikan kepada Tutor Taskap, Marsda TNI Arief Mustofa, M.M., dan Tim Penguji Taskap, serta semua pihak yang telah membantu serta membimbing dalam pembuatan Taskap ini sampai selesai sebagaimana ketentuan Lemhannas RI.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dihadapkan dengan latar belakang Penulis dalam penguasaan akademis dan terbatasnya waktu penulisan, maka kualitas Taskap ini masih jauh dari kesempurnaan akademis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, mohon kiranya dapat diberi masukan dari semua pihak guna penyempurnaan penulisan naskah ini.

Besar harapan Penulis semoga Taskap ini dapat dimanfaatkan sebagai sumbangan pemikiran Penulis kepada Lemhannas RI dan Pemerintah Republik

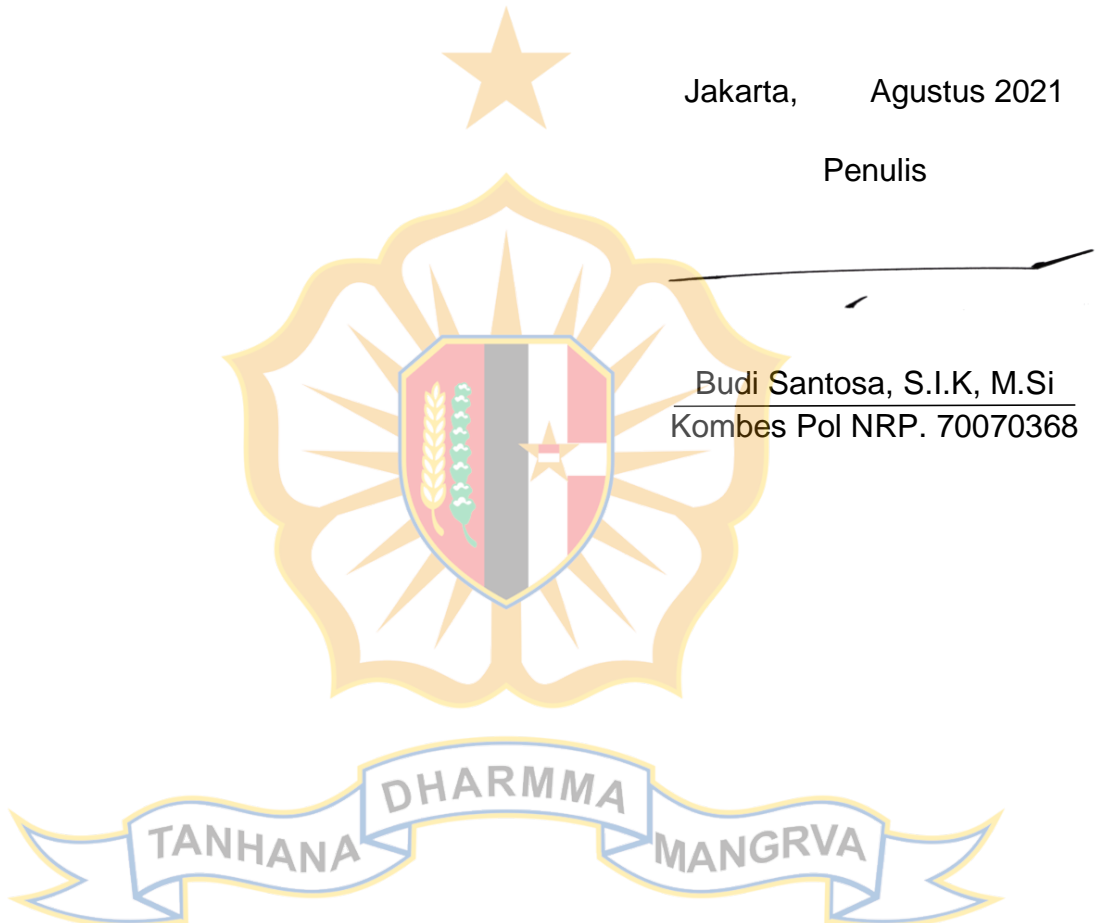
Indonesia, termasuk bagi siapa saja yang berkenan membutuhkannya dalam upaya mengoptimalkan Peran Media Untuk Meningkatkan Ketahanan Sosial Budaya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan petunjuk dan bimbingan-Nya kepada kita semua, dalam melaksanakan tugas dan pengabdian kepada Bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang kita cintai bersama.

Sekian dan terima kasih, Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, Agustus 2021

Penulis



Budi Santosa, S.I.K, M.Si  
Kombes Pol NRP. 70070368

LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL  
REPUBLIC INDONESIA

---

**PERNYATAAN KEASLIAN**

1. Yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Budi Santosa, S.I.K, M.Si  
Pangkat : Kombes Polisi  
Jabatan : Analis Kebijakan TP Narkoba, Bareskrim  
Instansi : Polri  
Alamat : Jln. Trunojoyo No. 3 Kebayoran Baru Jakarta Selatan

Sebagai peserta Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII Tahun 2021 menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

- a. Kertas Karya Ilmiah Perseorangan (Taskap) yang saya tulis adalah asli.
- b. Apabila ternyata sebagian Tulisan Taskap ini terbukti tidak asli atau plagiasi, maka saya bersedia dinyatakan tidak lulus pendidikan.

2. Demikian pernyataan keaslian ini dibuat untuk dapat digunakan seperlunya.

  
Jakarta, Agustus 2021  
Penulis

  
Budi Santosa, S.I.K, M.Si  
Kombes Pol NRP. 70070368

LEMBAGA KETAHANAN NASIONAL  
REPUBLIK INDONESIA

---

**LEMBAR PERSETUJUAN TUTOR TASKAP**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tutor Taskap dari :

- Nama : Kombes Pol Budi Santosa, S.I.K, M.Si
- Peserta : Program Pendidikan Reguler Angkatan (PPRA) LXII  
Lemhannas RI Tahun 2021
- Judul Taskap : Optimalisasi Peran Media Untuk Meningkatkan Ketahanan  
Sosial Budaya

Taskap tersebut di atas telah ditulis “sesuai/tidak sesuai” dengan Peraturan Gubernur Lemhannas RI Nomor 04 Tahun 2021 tentang Petunjuk Teknis Penulisan Ilmiah Peserta Pendidikan Lemhannas RI, dan oleh karena itu “layak/tidak layak” dan “disetujui/tidak disetujui” untuk diuji.

\*) “coret yang tidak diperlukan”

Jakarta, *26* Juli 2021



Tutor Taskap

Marsda TNI Arief Mustofa, M.M.  
Tajar Bid. Sismennas Lemhannas RI

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	6
3. Maksud dan Tujuan .....	6
4. Ruang Lingkup dan Sistematika .....	6
5. Metode dan Pendekatan .....	7
6. Pengertian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
7. Umum .....	10
8. Peraturan Perundang-undangan terkait .....	10
9. Kerangka Teoretis .....	13
10. Data dan Fakta .....	17
11. Pengaruh Lingkungan Strategis .....	21
<b>BAB III PEMBAHASAN</b>	
12. Umum .....	28
13. Peran Media Sebagai Sarana Publikasi dan Sosial Dalam Memperkuat Ketahanan Sosial Budaya Saat Ini .....	29
14. Dampak Peran Media terhadap Ketahanan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia .....	37
15. Solusi dalam Mengoptimalkan Peran Media untuk Penguatan Kearifan Lokal .....	47

**BAB IV PENUTUP**

16. Simpulan .....	57
17. Rekomendasi .....	58

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR LAMPIRAN:**

1. ALUR PIKIR.
2. RIWAYAT HIDUP.



**DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 2.1. *INFLUENCER* INDONESIA DENGAN JUMLAH PENGIKUT TERBANYAK





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Bangsa Indonesia memiliki keberagaman sosial budaya yang sangat heterogen, sehingga berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat sehari-hari. Kondisi ini dapat ditinjau dari perspektif Ketahanan Sosial Budaya, yang variabelnya sangat terkait dengan pemahaman budaya lokal, literasi media dan teknologi, serta sikap toleransi atas keberagaman. Ketahanan sosial budaya secara sederhana dapat diartikan sebagai kemampuan sosial dan budaya masyarakat setempat untuk bertahan dan mengikuti arus modernisasi, sehingga tidak tergeser oleh kebudayaan-kebudayaan yang datang dari luar negeri maupun dilupakan oleh generasi-generasi yang akan datang.<sup>1</sup>

Ketahanan Sosial Budaya adalah bagian integral yang merupakan kesatuan dari Ketahanan Nasional. Ketahanan nasional harus ditopang oleh ketahanan sosial budaya, khususnya dalam menghadapi berbagai macam tantangan, seperti: radikalisme, krisis karakter dan budaya, krisis kebangsaan dan bernegara, serta terpaan ideologi transnasional. Dalam konteks ini, krisis karakter dan budaya telah menjadi salah satu aspek determinan yang mempengaruhi ketahanan sosial budaya.

Fenomena krisis karakter dan budaya tersebut jelas tidak lepas dari peran media massa, yang mempunyai kekuatan strategis sebagai agen perubahan (*agent of change*). Media berperan signifikan dalam menjembatani kepentingan publik dan diyakini akan dapat mempengaruhi masyarakat melalui pesan yang disampaikan. Hal ini dikarenakan publikasi ataupun konten tayangan di media dengan sangat mudah akan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Melalui peran tersebut, media dapat mendorong terjadinya perubahan pandangan atau persepsi masyarakat terhadap sesuatu yang ditampilkan, sehingga berimplikasi pula dalam menjaga nilai-nilai lokal yang ada.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Saryani, "Pariwisata dan Ketahanan Sosial Budaya", *Jurnal Ketahanan Nasional* 19, No.1 (2013)

<sup>2</sup> Husnul Khatimah, *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*, Tasamuh, Vol 16 No 1, 2018. Hal 1.

Dalam perkembangannya, peran media tentu akan dihadapkan dengan dinamika lingkungan strategis. Sebagai contoh, pengaruh globalisasi berupa kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), kebebasan pers dan keterbukaan informasi publik dapat mendorong perubahan peran media menjadi semakin bebas, berorientasi mencari keuntungan (*profit oriented*) dan bahkan akhirnya mengesampingkan nilai-nilai luhur yang bersumber dari kearifan lokal bangsa Indonesia.

Nilai-nilai lokal yang dimaksud adalah pengetahuan dan tradisi yang diturunkan antar generasi serta menjadi aturan dalam melakukan kegiatan sehari-hari yang berpengaruh dalam interaksi antar sesama.<sup>3</sup> Bagi bangsa Indonesia, nilai-nilai lokal yang dimaksud bersumber dari falsafah pandangan hidup bangsa dan nilai-nilai luhur yang terkandung di dalam Pancasila. Sebagai contoh, nilai-nilai luhur tersebut tercermin dari sikap toleransi dalam mengelola kemajemukan bangsa, gotong royong dan kekeluargaan dalam aksi kemanusiaan, serta mengutamakan musyawarah untuk mencapai mufakat dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itulah peran media sangatlah fundamental dalam upaya mewujudkan salah satu tujuan nasional sebagaimana terkandung di dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yaitu untuk mencerdaskan kehidupan bangsa.

Namun sampai dengan saat ini, penggunaan media di Indonesia dinilai memiliki dampak negatif yang lebih besar dibandingkan dampak positifnya dalam hal penguatan kearifan lokal dan pembangunan karakter bangsa Indonesia. Sebagai contoh terkait eksistensi media televisi, beberapa dampak negatif yang ditimbulkan antara lain: terganggunya kesehatan fisik seperti meningkatnya risiko penyakit jantung, diabetes, dan obesitas akibat terlalu lama menonton televisi, berkurangnya aktivitas sosial pada generasi muda sehingga memiliki sosiabilitas yang rendah, membentuk tingkah laku agresif pada anak karena konten-konten kekerasan dan atraktif yang dipertunjukkan

---

<sup>3</sup> Hildigardis M.I Nahak, *Upaya Melestarikan Budaya Indonesia di Era Globalisasi*, Jurnal Sosiologi Nusantara, Vol 5, No 1 Tahun 2019, Hal 1

melalui televisi, serta berdampak negatif pada perkembangan mental karena menurunnya kekuatan otak untuk memproses informasi.<sup>4</sup>

Dalam praktiknya, media televisi memiliki kewajiban untuk setidaknya menayangkan 10% konten lokal dari total konten yang mereka miliki. Namun pemahaman konsep akan konten lokal yang dipahami ternyata tidak sesuai dengan konteks kelokalan yang dimaksud. Kritik ini disampaikan oleh sejumlah budayawan yang menegaskan bahwa masih banyak stasiun televisi yang salah kaprah, karena minimnya riset dan kajian terhadap konten sosial budaya yang mereka adakan, sehingga menimbulkan kesalahan dalam penyiaran.<sup>5</sup> Sebagai contoh, tayangan di media dinilai menyinggung soal stigmatisasi terhadap beberapa kultur yang ada, seperti stigma bahwa orang Betawi atau orang Batak cenderung berbicara keras, lantang dan blak-blakan.

Tidak hanya media televisi, dampak negatif lain juga dapat kita lihat dalam penggunaan media sosial. Laporan *Digital 2021* menyebutkan bahwa Indonesia memiliki jumlah penduduk mencapai 274,9 juta penduduk. Dari jumlah tersebut, 170 juta penduduk menggunakan media sosial. Dengan demikian, penetrasi media sosial mencapai 61,8%.<sup>6</sup> Namun di sisi lain, masih terdapat *platform* media sosial yang justru menyebarkan beberapa konten tidak edukatif atau bahkan yang mengakibatkan dampak negatif, baik terhadap karakter bangsa maupun keamanan nasional.

Sebagai contoh, seorang *youtuber* dengan jumlah *subscriber* paling tinggi di Indonesia, menayangkan konten pasca pernikahannya dengan judul yang justru mengundang konotasi negatif. Mengingat penontonnya didominasi oleh para pelajar dan generasi muda, maka konten tersebut, tentu berpotensi merusak moral dan keluhuran budi yang mencerminkan jatidiri bangsa Indonesia. Maka tak heran bila kalangan publik figur, justru menyematkan

---

<sup>4</sup> "Awat, Aneka Dampak Buruk Televisi" *Berita Satu*, 30 Desember 2011. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/kesehatan/23730/awat-aneka-dampak-buruk-televisi> 11 April 2021 pukul 12.00 WIB

<sup>5</sup> KPI.go.id, Riset Tentang Budaya Lokal Minim Riset Salah Penafsiran, 24 Oktober 2019 <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35381-riiset-tentang-budaya-lokal-minimalisir-salah-penafsiran> pada 11 April 2021 pukul 12.15 WIB

<sup>6</sup> Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial" *Kompas*, 24 Februari 2021. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riiset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#:~:text=Dalam%20laporan%20berjudul%20Digital%202021,penetrasinya%20sekitar%2061%2C8%20persen> pada 11 April 2021 pukul 12.20 WIB

*youtuber* seperti ini sebagai '*bad influencer*' dalam konteks pembangunan karakter bangsa. Media sosial juga menciptakan tekanan mental yang cukup besar karena masyarakat dituntut untuk tampil sempurna di berbagai platform untuk mendapatkan perhatian dan atensi dari masyarakat lainnya.<sup>7</sup>

Selain merebaknya konten-konten yang menyajikan kehidupan glamour, pamer harta dan *prank* yang tidak mendidik, patut dikhawatirkan pula penyebaran konten-konten lain yang justru mengancam ketahanan ideologi dan ketahanan sosial budaya bangsa Indonesia. Fenomena ini dapat dicermati dari penyebaran konten radikalisme dan perekrutan pelaku terorisme melalui media sosial, termasuk merebaknya berita palsu di media sosial, serta ujaran kebencian terhadap individu maupun kelompok tertentu.<sup>8</sup>

Dampak negatif keberadaan media juga berimplikasi pada tumbuhnya intoleransi dan sikap apatisme masyarakat terhadap kehidupan sosial bangsa. Hal ini disebabkan oleh penggunaan media untuk menyebarkan pesan-pesan yang menyerang unsur SARA dari seseorang dan mendukung diskriminasi kepada kelompok minoritas maupun kelompok yang dianggap berbeda. Hal ini ditegaskan dalam survei yang dilakukan oleh *Forum Lembaga Swadaya Masyarakat Internasional Untuk Pengembangan Indonesia* (INFID) dan GUSDURian tentang pesan-pesan intoleransi dalam masyarakat. Survei tersebut menemukan bahwa terdapat puluhan akun media sosial *Twitter* dan *Instagram* yang mempunyai beribu-ribu pengikut dan berperan dalam menyebarkan pesan-pesan intoleransi dengan kata kunci "kafir" (5.173 kicauan di *Twitter* dalam sebulan) dan komunis (995 kicauan di *Instagram* dalam sebulan).<sup>9</sup>

Korelasi antara penggunaan media yang berlebihan terutama media sosial dengan apatisme masyarakat Indonesia juga dapat ditemukan dalam

<sup>7</sup> "Medsos Sebabkan Gangguan Mental pada Orang Indonesia" *CNN Indonesia*, 26 Juni 2019. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190626100119-255-406497/medsos-sebabkan-gangguan-mental-pada-orang-indonesia> pada 11 April 2021 pukul 12.30 WIB

<sup>8</sup> "Dilema Kemerdekaan Pendapat dan Konten Negatif Media Sosial" *CNN Indonesia*, 18 Agustus 2020. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200818130525-185-536829/dilema-kemerdekaan-pendapat-dan-konten-negatif-media-sosial> pada 11 April 2021 pukul 12.45 WIB

<sup>9</sup> Mutaya Saroh, "Survei: Pesan Intoleransi Bertebaran di Media Sosial" *Tirto*, 6 Januari 2017. Diakses dari <https://tirto.id/survei-pesan-intoleransi-bertebaran-di-media-sosial-cfeY> pada 9 April 2021 pukul 12.50 WIB

penelitian lain, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian Poltekkes Bhakti Mulia melihat adanya kaitan antara motivasi pemakaian Medsos dengan apatisisme para remaja. Studi tersebut menunjukkan bahwa para remaja 7,9 kali lebih berisiko untuk menjadi sangat tidak peduli dengan lingkungan sekitar mereka. Hal ini dipengaruhi oleh peran media sosial yang menghadirkan interaksi sosial jenis baru, sehingga generasi muda terbiasa dengan interaksi tidak langsung, yang menyebabkan sosiabilitas dan kepekaan sosialnya menjadi rendah.<sup>10</sup>

Dalam konteks inilah peran dan kualitas media yang belum optimal dapat berdampak bukan hanya dari pergeseran nilai lokal, tetapi juga pergeseran budaya nyata. Sebagai contoh, dewasa ini mulai ada kecenderungan meredupnya kuliner khas Indonesia yang digantikan dengan restoran cepat saji dan kuliner luar negeri. Selain itu, kini semakin sulit melihat tayangan kesenian seperti pertunjukan wayang ketoprak yang dulu marak digelar di sekitar komplek lingkungan rumah hingga larut malam.

Contoh lainnya adalah bagaimana musik-musik tradisional di Indonesia tergeser oleh musik-musik dari luar negeri, terutama setelah masifnya penetrasi K-POP atau gelombang kebudayaan Korea. Hal ini mengakibatkan masyarakat Indonesia terutama generasi muda lebih fanatik terhadap kebudayaan asing dibandingkan dengan kebudayaan lokal. Sebagaimana terlihat dalam survei yang dilakukan Kumparan, disebutkan bahwa 57 persen penggemar K-POP berasal dari generasi muda. Survei yang sama juga menyebut bahwa remaja yang belum memiliki identitas dan jati diri yang komplit menjadi penyebab K-POP menjadi populer di kalangan generasi muda.<sup>11</sup> Oleh karena itu, judul tentang optimalisasi peran media patut diangkat dan dikaji lebih lanjut, agar ketahanan sosial budaya dapat menjadi semakin tangguh.

---

<sup>10</sup> Bangkit Ary Pratama, dan Anom Parmadi, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kecenderungan Sikap Apatis Terhadap Lingkungan Sekitar Pada Siswa SMP N 1 Sukoharjo, Kec/Kab Sukoharjo, Jateng" *Indonesian Journal on Medical Science* 6, No.1 (2019)

<sup>11</sup> "Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja" *Kumparan*, 6 Januari 2017. Diakses melalui <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full> pada 11 April 2021 pukul 13.00 WIB

## 2. Rumusan Masalah

Dalam mengoptimalkan peran media di era kekinian, maka terdapat banyak variabel yang akan mempengaruhinya. Oleh karena itu, dengan mencermati uraian dan kondisi tersebut, maka deskripsi permasalahan yang harus dipecahkan adalah : “Bagaimana mengoptimalkan peran media, sehingga dapat meningkatkan ketahanan sosial budaya?”

Rumusan masalah tersebut selanjutnya dapat diidentifikasi lebih lanjut melalui sejumlah pertanyaan kajian sebagai berikut:

- 1) Bagaimana peran media sebagai sarana publikasi dan sosial dalam meningkatkan ketahanan sosial budaya saat ini?
- 2) Mengapa peran media dapat berdampak multi-aspek terhadap ketahanan sosial budaya masyarakat Indonesia?
- 3) Bagaimana solusi dalam mengoptimalkan peran media sebagai sarana publikasi dan sosial untuk meningkatkan ketahanan sosial budaya?

## 3. Maksud dan Tujuan.

a. **Maksud.** untuk memberikan gambaran tentang pentingnya optimalisasi peran media, berikut analisis persoalan yang dihasilkan untuk dapat meningkatkan ketahanan sosial budaya.

b. **Tujuan.** untuk menyampaikan konsep dan gagasan tentang optimalisasi peran media, serta sebagai sumbangan pikiran, bahan masukan dan pertimbangan bagi para pimpinan untuk dapat meningkatkan ketahanan sosial budaya.

## 4. Ruang Lingkup dan Sistematika.

a. **Ruang Lingkup.** Ruang lingkup pembahasan Taskap ini akan dibatasi pada peran media televisi dan media sosial sebagai alat atau sarana publikasi dalam penguatan kearifan lokal dan pembangunan karakter bangsa.

b. **Sistematika.** Taskap ini terdiri dari 4 (empat) bab yang berkaitan satu sama lain antara bab yang satu dengan bab yang lainnya, yaitu sebagai berikut:

### 1) **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam Bab ini akan menguraikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, maksud maupun tujuan, ruang lingkup dan sistematika, metode serta pendekatan yang digunakan, termasuk beberapa pengertian guna menyamakan persepsi dalam memahami persoalan yang dibahas.

### 2) **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam Bab ini akan dijelaskan tentang dasar-dasar pemikiran dalam penulisan Taskap, di antaranya adalah Peraturan Perundang-undangan yang masih berlaku. Dibahas pula mengenai pemetaan data dan fakta serta kerangka teoretis yang bersumber dari kajian pustaka maupun referensi ilmiah yang terkait dengan materi bahasan. Selanjutnya akan diuraikan pengaruh perkembangan lingkungan strategis berdasarkan faktor eksternal maupun internal yang berada pada tataran global, regional dan nasional.

### 3) **BAB III : PEMBAHASAN**

Dalam Bab ini akan dianalisis secara detail setiap pertanyaan kajian dan pokok bahasan terkait pentingnya optimalisasi peran media, sehingga dapat meningkatkan ketahanan sosial budaya. Pembahasan yang dilakukan tersebut harus merujuk dari teori dan tinjauan pustaka sebagaimana uraian di bab sebelumnya. Hasil analisis ini nantinya akan dapat dirumuskan untuk pemecahan pokok-pokok bahasan, yang menggambarkan solusi secara logis, kongkrit dan kontekstual.

### 4) **BAB IV : PENUTUP**

Berisi simpulan dari pembahsan penulisan serta beberapa rekomendasi yang diajukan kepada para pengambil kebijakan untuk dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan.

## 5. **Metode dan Pendekatan.**

- a. **Metode.** penulisan Taskap ini menggunakan metode kualitatif, yaitu deskriptif analisis. Metode ini menekankan pada pengumpulan dan analisis teks tertulis (studi kepustakaan) dari data sekunder.

b. **Pendekatan.** Pendekatan yang digunakan untuk menganalisis data dalam Taskap ini dilakukan dengan perspektif kepentingan nasional, yaitu melalui tinjauan berdasarkan aspek kesejahteraan dan keamanan, dengan analisis multidisiplin ilmu sesuai dengan kerangka teoretis yang digunakan.

## 6. Pengertian

Taskap ini juga merumuskan beberapa pengertian yang digunakan sebagai rujukan dalam rangka menyamakan persepsi dalam pembahasan. Beberapa pengertian tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. **Optimalisasi** yaitu ukuran pencapaian suatu tujuan. Optimalisasi juga dilihat sebagai pencarian capaian terbaik dari yang tersedia dengan melihat beberapa fungsi dalam suatu konteks tertentu.<sup>12</sup>
- b. **Peran** adalah pergerakan dinamis kedudukan (status). Seseorang dilaksanakan menjalani peran dengan mengikuti hak dan kewajiban sesuai dengan status. Peran juga dapat dilihat sebagai pihak-pihak yang harus berhubungan dengan dua jenis sistem yang berbeda.<sup>13</sup>
- c. **Media** adalah struktur yang berada diantara pengirim dan penerima yang dapat digunakan untuk alat dispersi ide maupun pendapat sehingga dapat diterima oleh para penerima.<sup>14</sup>
- d. **Kearifan Lokal**, adalah kearifan kebudayaan tradisional adat-istiadat masyarakat. Kearifan adalah gagasan, penanganan kesehatan, estetika, hingga norma dan nilai.<sup>15</sup>
- e. **Media Televisi**, adalah media yang dapat menyampaikan suara dan gambar. Media televisi berguna untuk menyampaikan informasi, *entertainment*, hingga pendidikan. Televisi merupakan media gambar dan suara terbesar dalam sejarah umat manusia yang merupakan sistem bercerita tersentralisasi yang efektif.<sup>16</sup>

<sup>12</sup> Winardi, *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Bandung: Tarsito (1996)

<sup>13</sup> Soerjono Soekanto, *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara (2002)

<sup>14</sup> Azhar Arsyad, *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada (2002)

<sup>15</sup> Edy Sedyawati, *Budaya Indonesia: Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada (2006)

<sup>16</sup> Syaputra Iswandi. *Rezim Media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama (2013)



- f. **Media Sosial** adalah aplikasi-aplikasi yang disebarluaskan melalui medium internet dan dibangun atas dasar teknologi internet generasi kedua. Teknologi generasi kedua memungkinkan pertukaran konten yang diproduksi pengguna. Bentuk-bentuk media sosial antara lain; jaringan sosial, forum internet, blog, blog mikro, *podcasts*, audio-visual, dan *bookmark* sosial.<sup>17</sup>
- g. **Ketahanan Sosial Budaya**, adalah kemampuan kekuatan sosial budaya untuk bertahan dan mengembangkan identitas kultural, serta pengetahuan dan praktik kultural. Praktik sosial budaya yang memiliki ketahanan tinggi akan mampu bertahan di tengah berbagai tantangan, baik yang datang dari alam maupun yang diakibatkan oleh pergeseran kultural di kalangan masyarakat.<sup>18</sup>



---

<sup>17</sup> Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. "User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", Business Horizons.

<sup>18</sup> "Theory and Strategy of Socio-Cultural Resilience" *Pascasarjana Interdisipliner Universitas Brawijaya*. Diakses melalui <https://ppsub.ub.ac.id/akademik/program-studi-interdisipliner/wasantanas3/silabus/theory-and-strategy-of-socio-cultural-resilience/> pada 9 April 2021 pukul 15.00 WIB

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **7. Umum**

Dalam tulisan ini, tinjauan pustaka akan mencakup peraturan perundang-undangan, serta beragam fakta dan data yang terkait dengan inti pembahasan. Selain itu, akan diulas pula mengenai kerangka teoretis, serta analisis mengenai pengaruh lingkungan strategis terhadap peran media. Pembahasan di dalam Tinjauan Pustaka ini juga menyangkut temuan sejumlah data dan fakta yang berkaitan dengan pelaksanaan peran media di Indonesia, baik di media konvensional maupun media sosial. Data dan fakta yang dihimpun tersebut diharapkan mampu merefleksikan peran media massa di Indonesia sejauh ini, baik kelebihan maupun kekurangannya. Berdasarkan data-fakta tersebut, selanjutnya dapat dilakukan analisis dengan merujuk pada kerangka teoritis yang disajikan sebagai pisau analisis.

Tinjauan Pustaka juga akan menganalisis berbagai perubahan lingkungan strategis, baik di tingkat global, regional, maupun nasional, yang mempengaruhi dinamika peran media. Oleh karena itulah tinjauan terhadap berbagai aspek di atas sangat dibutuhkan untuk dapat menganalisis optimalisasi peran media guna meningkatkan ketahanan sosial budaya.

#### **8. Peraturan Perundang-undangan Terkait.**

##### **a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers**

Pers merupakan wahana komunikasi massa dan lembaga sosial yang melaksanakan kegiatan jurnalistik dan menyampaikan informasi baik melalui penyampaian secara umum maupun kegiatan yang menyediakan media cetak, elektronik, dan jenis saluran lainnya. Berdasarkan Pasal 3, pers nasional berfungsi sebagai media informasi, pendidikan, hiburan, kontrol sosial, maupun lembaga ekonomi. Hak dan kewajiban perusahaan pers juga diatur dalam regulasi ini. Nama, alamat, dan penanggung jawab wajib diumumkan secara terbuka sesuai Pasal 12. Sedangkan larangan memuat iklan yang merendahkan dan

mengganggu kerukunan umat beragama, minuman keras dan narkoba, diatur dalam pasal 13.

**b. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran**

Regulasi ini memaparkan tentang ketentuan penyiaran. Sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, ekonomi, serta kebudayaan diatur dalam Pasal 4. Komisi penyiaran adalah amanat Pasal 6 guna menyelenggarakan kegiatan penyiaran. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) bertugas membuat keputusan tentang pedoman perilaku penyiaran yang wajib ditaati oleh seluruh lembaga penyiaran demikian yang tertuang dalam pasal 51. Peran masyarakat juga dibutuhkan untuk menjamin keberlangsungan penyiaran di Indonesia. Sedangkan penyelenggaraan penyiaran nasional sesuai pasal 52, diperlukan peran serta setiap warga negara secara wajib dan bertanggung jawab.

**c. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik**

Regulasi perubahan ini mengatur mengenai ketentuan-ketentuan informasi elektronik. Pasal 40 menyebutkan bahwa Pemerintah wajib menyediakan, memudahkan pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik, maupun perlindungan kepentingan umum akibat penyalahgunaan Informasi dan Transaksi Elektronik, melakukan pencegahan penyebarluasan dan penggunaan yang memiliki isi/kandungan yang dilarang, melakukan penutupan/blokir terhadap muatan yang dilarang, dan melindungi institusi/instansi yang memiliki data elektronik strategis. Regulasi tersebut juga mengatur larangan melakukan intersepsi/penyadapan tanpa hak atau dengan melawan hukum, seperti disebutkan dalam Pasal 31 ayat (1) dan (2).

**d. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan**

Pemajuan kebudayaan wajib menggunakan dan memanfaatkan keberadaan media. Dalam Pasal 28 ayat (1), disebutkan bahwa Kegiatan publikasi terhadap informasi yang berkaitan inventarisasi, pengamanan, pemeliharaan, dan penyelamatan Objek Pemajuan Kebudayaan wajib dilakukan oleh Pemerintah Pusat dan/atau Pemerintah Daerah. Lebih lanjut, penyiaran pemajuan kebudayaan diharapkan tidak hanya melibatkan Pemerintah. Ayat (2) dari pasal yang sama menyebutkan bahwa penyiaran (*publish*) terhadap informasi tersebut, dapat dilakukan oleh setiap orang dengan cara berperan aktif. Terakhir, ayat (3) menyebutkan berbagai bentuk media dapat dimanfaatkan untuk penyebaran informasi kepada publik baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Penjelasan dari pasal tersebut juga menyatakan bahwa sasaran dan tujuan publikasi disesuaikan dengan bentuk media yang digunakan.

**e. Peraturan Presiden RI Nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024**

Perihal optimalisasi peran media, pada Lampiran I RPJMN 2020-2024, pemerintah memprioritaskan Penuntasan Infrastruktur TIK, Pemanfaatan Infrastruktur TIK, dan Fasilitas Pendukung Transformasi Digital. Berdasarkan Lampiran III RPJMN 2020-2024, juga dijabarkan salah satu prioritas pemerintah dalam media adalah meningkatkan publikasi destinasi prioritas melalui media elektronik, cetak, ruang, maupun digital, serta menjadikan pendidikan yang berbasis media serta teknologi informasi dan komunikasi sebagai prioritas. Optimalisasi peran media yang terkait dengan peran kebudayaan dapat dilihat dalam berbagai bidang. Dalam bidang ekonomi, media dapat digunakan sebagai wadah promosi kawasan wisata strategis yang merupakan bagian dari kearifan lokal masyarakat. Media juga digunakan untuk memperkuat ketahanan karakter dalam masyarakat serta pembangunan watak yang sesuai dengan nilai-nilai luhur kepribadian bangsa. Selain itu, optimalisasi peran media juga ditopang oleh transformasi digital yang

terjadi di Indonesia. Oleh karena itu, rencana pembangunan tersebut memuat rencana strategis di bidang Telekomunikasi.

## 9. Kerangka Teoretis

### a. Teori Komunikasi Massa

Teori Komunikasi Massa dicetuskan Denis McQuail. *Mass Communication theory* memandang bahwa proses modernisasi yang dibantu oleh pandangan Barat dapat disebarluaskan oleh media. Proses penyebarluasan nilai dapat memudahkan nilai-nilai tradisional dan adat-istiadat masyarakat setempat. Proses modernisasi mengenalkan nilai-nilai yang dekat dengan kapitalisme. Oleh karena itu, proses tersebut menempatkan negara-negara yang berusaha mengejar ketertinggalan dari negara barat menjadi alat kepentingan kekuasaan negara yang lebih maju.

Komunikasi massa adalah proses terjadinya penyampaian instruksi dari suatu pemberi/pengirim kepada penerima melalui media massa. Kajian Komunikasi Massa berpusat pada peningkatan-penurunan dan penggunaan oleh suatu pihak tertentu. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangannya, seperti angka masyarakat yang mampu menyaksikan media massa, pertumbuhan ekonomi, kemajuan IPTEK, iklan, dan migrasi penduduk dari desa ke kota. Ada beberapa kepentingan yang dapat disampaikan dalam media massa, diantaranya; informasi, hiburan, hingga dakwah.<sup>19</sup>

### b. Teori Efek Media Massa

Menurut Annie Lang, efek dari media massa dapat dikaji dengan mempelajari bagaimana isi maupun penyampaian dari pesan, bagaimana potensi dampaknya secara teoretis, serta bagaimana pesan tersebut mempengaruhi persepsi audiens terhadap suatu hal yang diangkat melalui pesan yang diberikan dalam media massa. Pemikiran ini tidak jauh berbeda dengan Jennings Bryant dan Dolf Zillmann yang berpendapat bahwa efek dari media merupakan dampak sosial, kultural, dan psikologi terhadap para

<sup>19</sup> Abdul Halik, *Komunikasi Massa*. Makassar: UIN Alaudin (2013)

audiens yang melakukan komunikasi melalui media massa. Mengingat bentuk media massa yang bersifat satu arah, maka dapat dinyatakan bahwa dampak dari media massa adalah bagaimana persepsi sosial, budaya, dan psikologis audiens terpengaruh oleh pesan media<sup>20</sup>.

Sedangkan Elisabeth M. Perse mengambil pandangan yang agak berbeda, karena menganggap pesimis peran media terhadap individu, sehingga menyatakan bahwa perlu adanya tindakan untuk memitigasi dan mengontrol dampak media terhadap individu. Pandangan ini berbeda dengan Elizabeth Noelle-Neumann dalam Teori Jarum Hipodermis, yang mengasumsikan bahwa media massa memiliki pengaruh kuat dalam mengontrol khalayak massa serta dalam mengubah dan mempengaruhi perilaku individu. Ketidakberdayaan individu (khalayak umum) dalam memitigasi pengaruh negatif media massa didukung oleh sikap audiens (khalayak) yang relatif pasif.<sup>21</sup>

### c. Teori Budaya Partisipasi

Budaya Partisipasi dipandang penting oleh Henry Jenkins. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi dalam bidang media, publik-publik umum tidak lagi hanya berperan sebagai kalangan yang mengonsumsi konten, tetapi juga berperan dalam produsen konten-konten tersebut. Produsen konten yang utama dalam Budaya Partisipasi adalah generasi muda yang bereaksi terhadap pesan-pesan yang disampaikan dalam media, baik media massa maupun media sosial. Budaya Partisipasi juga dapat menjadi bagian integral dari dispersi budaya karena meningkatkan kapabilitas seseorang untuk menyebarkan informasi-informasi yang kreatif.

Aplikasi Budaya Partisipasi dalam media informasi kontemporer antara lain menyampaikan komentar, kritik, dan menyampaikan masukan yang memadukan antara produksi dan konsumsi informasi. Produksi dan konsumsi

<sup>20</sup> Annie Lang (2013). "Discipline in crisis? The shifting paradigm of mass communication research". *Communication Theory*. 23 (1): 10–24.

<sup>21</sup> *Communication Theory; Mass Communication: Magic Bullet Or Hypodermic Needle Theory Of Communication*, <http://communicationtheory.org/magic-bullet-or-hypodermic-needle-theory-of-communication/>

menjadi tercampur satu sama lain karena kegiatan produksi konten dalam Budaya Partisipasi tidak dapat dilepaskan dari konsumsi konten tersebut.

Argumen tambahan juga disampaikan oleh Deodato. Menurut Deodato, istilah yang tepat untuk menggambarkan era saat ini adalah masyarakat sebagai prosumer, atau campuran antara produsen dan konsumen. Seorang prosumer adalah pihak-pihak yang berperan sebagai produsen sekaligus konsumen informasi dalam media massa. Misalkan, seseorang yang memproduksi ulir (*thread*) di media sosial tidak hanya memproduksi, tetapi juga berperan dalam proses konsumsi. Lebih lanjut lagi, pengguna media sosial saat ini juga berinteraksi dengan pengguna lainnya dan bahkan membangun komunitas.<sup>22</sup>

#### d. Konsep Ketahanan Sosial-Budaya

Menurut Suwigyo (2018) ketahanan sosial dan budaya secara hipotesis dapat diartikan sebagai kemampuan perorangan maupun kumpulan masyarakat untuk secara periodik bertindak dan segera berinterpretasi, menyesuaikan dan tetap dinamis terlibat dalam mengimbangi kondisi yang tidak pasti terkait dengan sosial dan budaya. Kondisi sosial budaya yang tidak menentu diartikan sebagai sebuah kondisi terdapatnya ancaman baik laten maupun yang terlihat berpotensi melunturkan bahkan menghilangkan identitas beserta produk kebudayaan; baik yang bersifat tampak maupun tidak tampak. Konsep ketahanan sosial budaya tersebut memiliki 3 dimensi pokok, yakni: kepandaian untuk mengenali dan menyiasati permasalahan, keahlian untuk menempatkan diri dengan kondisi yang tidak menentu, dan kemampuan untuk berubah menyesuaikan tuntutan kondisi yang senantiasa mengalami perubahan (fleksibel dan dinamis).<sup>23</sup>

Terdapat tiga lapisan dari ketahanan sosial budaya. *Pertama*, adalah kemampuan untuk bereaksi terhadap hambatan-hambatan yang mungkin terjadi. *Kedua*, kemampuan untuk beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan

<sup>22</sup> John Warmbrodt, Hong Sheng, dan Richard Hall, "Understanding the Video Bloggers' Community" *International Journal of Virtual Communities and Social Networking* 2, No.2 (2010): 43-59

<sup>23</sup> Agus Suwigyo (2018) Praktik Kewargaan Sehari-hari Sebagai Ketahanan Sosial Masyarakat Tahun 1950-an (Sebuah Tinjauan Sejarah). *Jurnal Ketahanan Nasional*. Vol. 24, No.1, April 2018, Hal 94-116 DOI:<http://dx.doi.org/10.22146/jkn.31239>. Hlm. 96

tantangan-tantangan yang akan datang. *Ketiga*, adalah kemampuan untuk menjangkau kehidupan sosial masyarakat yang lebih luas melalui meningkatkan kesejahteraan dan ketahanan masyarakat.<sup>24</sup>

#### e. Konsep Kearifan Lokal

Menurut Conrad Phillip Kottak, kearifan lokal (*local wisdom*) merujuk pada sebuah istilah yang muncul dari persoalan kepedulian masyarakat baik terhadap lingkungan tinggalnya maupun identitasnya, yang diwujudkan oleh serangkaian aturan, pantangan, dan norma yang berlaku secara lokal. Selain itu Akhmad Mujahidin (2018) juga melihat bahwa kearifan lokal merupakan sebuah produk yang muncul dari intensitas interaksi dan hubungan yang erat antar individu di dalam suatu masyarakat, sehingga membentuk sebuah norma yang ditujukan untuk mengembangkan potensi, membantu sesama, dan yang paling utama menjaga kelestarian aspek-aspek kehidupan lokalnya.<sup>25</sup>

Menurut Alfian, kearifan lokal adalah bagaimana masyarakat mengetahui serta memandang hidup mereka sebagai strategi aktivitas dan kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kearifan lokal merupakan adat-istiadat yang telah menjadi kebiasaan yang diturunkan dalam suatu masyarakat hukum adat tertentu di kawasan tertentu. Kebiasaan turun-menurun ini telah melewati beberapa generasi, dan terus menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat adat.<sup>26</sup>

Kemudian, Istiawati melihat kearifan lokal sebagai pola perilaku masyarakat dalam beradaptasi dengan perubahan lingkungan mereka, baik secara fisik maupun budaya. Pada dasarnya, Istiawati berpendapat bahwa masyarakat bertumbuh secara terus menerus sehingga kesadaran masyarakat juga ikut bertumbuh, baik yang sakral hingga yang profan.<sup>27</sup> Oleh

<sup>24</sup> Markus Keck dan Patrick Saktapolrak, "What is Social Resilience? Lessons Learned and Ways Forward" *ERDKUNDE* 67, No.1 (2013): 5-19

<sup>25</sup> Akhmad Mujahidin (2018) Peranan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi dan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Syariah*, Vol. 15 No. 2, Desember 2016. Hlm. 154

<sup>26</sup> Magdalia Alfian, "Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diri dan Karakter Bangsa". Prosiding The 5 thn ICSSIS; "Ethnicity and Globalization", 2013

<sup>27</sup> Profan adalah bagian keseharian dari hidup yang sifatnya biasa-biasa saja



Karena itu, kearifan lokal dapat dimengerti sebagai prakarsa lokal yang dipedomani oleh anggota masyarakat tertentu.<sup>28</sup>

## 10. Data dan Fakta

### a. Peran Media terhadap Kearifan Lokal

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, bentuk produksi budaya yang dilakukan oleh masyarakat dan dimuat dalam media yang paling umum adalah seni musik atau suara sebesar 2,15 persen diikuti seni tari tradisional Indonesia., yakni sebesar 2,04 persen.<sup>29</sup> Persentasenya memang terlampau kecil jika mengingat jumlah pemakai internet aktif di Indonesia terdata hingga 132 juta, dan jumlah pengguna media sosial intens sekitar 129 juta dengan umumnya menghabiskan waktu 3,5 jam per hari untuk berselancar di media sosial<sup>30</sup>. Namun, meskipun persentase produksi budaya masih kecil, dampaknya cukup signifikan terhadap kebangkitan nilai-nilai budaya lokal di Indonesia, mengingat banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tersebut.

Selain media sosial, media seperti televisi saat ini semakin jarang menayangkan program seni budaya lokal, karena lebih mengedepankan konten atau tayangan dari luar negeri yang semakin diminati namun sebenarnya kurang mendidik. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh KataData, pengguna TV beralih ke layanan streaming meningkat 18 persen pada 2020 dan pengguna TV menurun sebanyak 6 persen.<sup>31</sup> Berdasarkan kualitas kontennya yang mendidik, Saluran TV nasional TVRI memimpin dengan skor 3,68 jauh melampaui standar yang ditetapkan oleh KPI sebesar

<sup>28</sup> F.N Istiawati, „Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Kearifan Lokal Adat Ammatoa dalam Menumbuhkan Karakter Konservasi.” *Cendikia*, 10(1): 1-18

<sup>29</sup> Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta (2016). *Analisis Partisipasi Kebudayaan*. Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan, Kemdikbud. Hal. 37

<sup>30</sup> “Pemerintah ingin media sosial dimanfaatkan untuk hal produktif” diakses melalui [https://www.kominfo.go.id/content/detail/8637/pemerintah-ingin-media-sosial-dimanfaatkan-untuk-hal-produktif/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8637/pemerintah-ingin-media-sosial-dimanfaatkan-untuk-hal-produktif/0/sorotan_media) pada 8 Juli 2021 pukul 13.00 WIB

<sup>31</sup> “Layanan Streaming Mulai Menggeser Televisi Konvensional” diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/22/layanan-streaming-mulai-menggeser-televisi-konvensional> pada 8 Juli 2021 pukul 20.00 WIB

3,00. Disusul oleh MNCTV sebesar 3,43 dan Trans 7 sebesar 3,32.<sup>32</sup> Oleh karenanya, upaya pemerintah untuk kembali menayangkan program seni budaya lokal perlu dibarengi dengan upaya untuk menarik minat masyarakat kembali ke TV saluran nasional.

**b. Dampak Media terhadap Kehidupan Sosial Budaya**

Masih banyak terjadi pelanggaran dalam penyelenggaraan media, baik media sosial ataupun media konvensional. Pada media konvensional, hal ini terlihat dengan masih tingginya pelanggaran di media televisi sebagaimana dinyatakan oleh KPI. Secara umum, KPI menyampaikan bahwa jumlah sanksi yang cukup besar sering terjadi pada pelanggaran yang terjadi di program sinetron. Oleh karena itu, KPI harus memberikan pembinaan yang lebih besar terhadap program tersebut.<sup>33</sup>

Sementara pada media sosial, kehadiran UU ITE dengan segala kontroversinya telah memberikan payung hukum dalam menangani pelanggaran yang terjadi. Hingga Oktober 2020, terdapat 324 kasus yang dijerat menggunakan pasal terkait media sosial. Dari 324 kasus tersebut, terdapat 209 orang yang dijerat menggunakan pasal pencemaran nama baik.<sup>34</sup> Ratusan kasus pidana yang ada di media sosial menunjukkan bahwa media sosial belum sepenuhnya dapat bermanfaat bagi kepentingan umum.

**c. Indeks Literasi Digital**

Terdapat enam literasi dasar yang perlu dikuasai oleh masyarakat dalam kehidupan bernegara dan bermasyarakat. Enam literasi tersebut yaitu: Literasi baca dan tulis, numerasi, sains, budaya, finansial, dan digital. Dalam

<sup>32</sup> "Kualitas Program Anak TVRI Paling Baik" diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/22/kualitas-program-anak-tvri-paling-baik> pada 8 Juli 2021 pukul 20.17 WIB

<sup>33</sup> "Evaluasi Tahunan TV: KPI Soroti Peningkatan Jumlah Sanksi di SCTV dan Indosiar" *KPI*, 1 Februari 2021. Diakses melalui <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36098-evaluasi-tahunan-tv-kpi-soroti-peningkatan-jumlah-sanksi-di-sctv-dan-indosiar> pada 13 April 2021 pukul 14.00 WIB

<sup>34</sup> Syamsul Ashar, "Pidana di UU ITE Efektif Menjerat Pengguna Medsos, Hingga Oktober ada 324 Kasus" *Kontan*, 1 November 2020. Diakses melalui <https://nasional.kontan.co.id/news/pidana-di-uu-ite-efektif-menjerat-pengguna-medsos-hingga-oktober-ada-324-kasus> pada 13 April 2021 pukul 15.00 WIB

konteks media dan perannya dalam penguatan ketahanan sosial budaya, maka literasi yang perlu diprioritaskan untuk saat ini dan di masa depan salah satunya adalah literasi digital. Namun berdasarkan data indeks literasi digital di Indonesia secara nasional, maka kita masih berada pada level 'sedang'. Hal ini dapat dilihat dari beberapa indikator sub-indeks yang diperoleh, seperti: Subindeks informasi dan literasi data dengan nilai 3,17; Subindeks komunikasi dan kolaborasi dengan nilai 3,38; Subindeks keamanan dengan nilai 3,66; dan Subindeks kemampuan teknologi dengan skor 3,66. Hal ini menunjukkan indeks literasi digital belum mencapai skor 'baik' (nilai 4.00) dan sekaligus menunjukkan kelemahan Indonesia dalam bidang informasi dan literasi data.<sup>35</sup> Oleh karenanya, upaya-upaya Pemerintah untuk terus meningkatkan literasi digital perlu terus ditingkatkan.

#### d. **Pengguna Internet di Indonesia**

Berdasarkan rilis Kemenkominfo, saat ini 34 provinsi di Indonesia telah dapat akses internet secara menyeluruh. Para koresponden juga menyatakan bahwa akses internet semakin handal dan dapat dimanfaatkan untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti berkomunikasi melalui pesan singkat, melakukan aktivitas di media sosial, hingga membaca berita daring. Indonesia juga telah memiliki 196,71 juta pemakai internet atau sekitar 73,7% dari jumlah penduduk. Hal ini menandakan bahwa Indonesia sedang mengalami proses digitalisasi yang masif.<sup>36</sup>

Pada tahun 2020, *Hootsuite* mencatat bahwa penggiat media sosial intens di Indonesia mencapai 160 juta orang.<sup>37</sup> Dengan total audiens yang cukup besar, maka setiap orang yang berperan sebagai pembuat konten (*content creator*) di media sosial, dan mendapatkan pengaruh maupun pendapatan yang cukup besar. Dengan pengaruh yang cukup besar, para pembuat konten ini bisa disebut sebagai *influencer*.

<sup>35</sup> *Ibid*

<sup>36</sup> Ferdinandus Setu, "Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020, Akses Internet Makin Terjangkau" *Kominfo*, 20 November 2020. Diakses melalui [https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran_pers) pada 13 April 2021 pukul 15.14 WIB

<sup>37</sup> "Andi Dwi Riyanto, "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020". Diakses melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> pada 13 April 2021 pukul 15.17 WIB

Di Indonesia, *influencer* mendapatkan pengikut dan penghasilan yang cukup besar. Secara jumlah pengikut di berbagai media sosial, kelompok yang mendominasi adalah kelompok artis seperti Raffi Ahmad, Atta Halilintar, dan Agnes Monica. Akan tetapi, terdapat juga beberapa tokoh lain termasuk Presiden Joko Widodo. Data ini dapat dilihat dari infografis sebagai berikut:<sup>38</sup>



**Gambar 2.1. Influencer Indonesia dengan Jumlah Pengikut Terbanyak**

Kelompok artis mendominasi jumlah pengikut terbanyak di berbagai jejaring media sosial, seperti “*YouTube, Instagram, dan Twitter*”

(Sumber: Liputan 6)

Berdasarkan data tersebut, dapat terlihat bahwa kelompok artis dan *entertainer* mendominasi media sosial populer di Indonesia. Peran para *influencer* tersebut juga semakin vital mengingat kepopuleran media sosial di Indonesia. Berdasarkan survei *Data Reportal*, setidaknya ada 17 media sosial di Indonesia yang memiliki pengguna di atas 10 persen penduduk berusia di antara 16 sampai 64 tahun. Survei serupa juga menyebutkan bahwa *YouTube* adalah media sosial yang terpopuler, dengan 94 persen penduduk di Indonesia secara aktif menggunakan aplikasi tersebut dalam waktu sebulan. Kemudian, media sosial yang menempati peringkat kedua dan ketiga adalah

<sup>38</sup> Abdillah, “Infografis: 5 Influencer Indonesia dengan Jumlah Pengikut Terbanyak” *Liputan 6*, 7 Agustus 2020. Diakses melalui <https://id.berita.yahoo.com/infografis-5-influencer-indonesia-dengan-060053037.html> pada 13 April 2021 pukul 16.00 WIB

*WhatsApp* dan *Instagram*. Walaupun *WhatsApp* adalah sebuah aplikasi berkirim pesan. Secara popularitas, aplikasi media sosial yang memiliki peningkatan popularitas yang pesat adalah *Tiktok* dan *Telegram*. Sementara itu, aplikasi yang mengalami penurunan adalah *WeChat* dan *Sina Weibo* dimana keduanya berasal dari Tiongkok.<sup>39</sup>

## 11. Perkembangan Lingkungan Strategis

### a. Pengaruh Global

Makin dominannya peran media disebabkan oleh peningkatan digitalisasi dan penetrasi internet secara global. Peningkatan ini terlihat di seluruh dunia. Saat ini, dunia memiliki sekitar 7 milyar populasi. Dari 7 milyar tersebut, 5,22 milyar di antaranya menggunakan ponsel yang dapat terkoneksi ke internet. Kemudian, jumlah pengguna internet di seluruh muka bumi mencapai 4,66 milyar, atau bahkan mungkin lebih tinggi karena pandemi Covid-19 merombak paksa cara hidup masyarakat dunia melalui digitalisasi pada semua bidang kehidupan.

Sementara itu, jumlah pengguna sosial media mencapai 4,62 milyar dengan pertumbuhan per tahun mencapai 13% atau 490 juta orang. Itu artinya, setiap detiknya terdapat 15,5 pengguna baru dari seluruh media sosial di dunia.<sup>40</sup> Angka tersebut menggambarkan bagaimana media sosial sedang bertumbuh pesat di era internet saat ini. Transformasi digital dan pemanfaatan media sosial bahkan telah berpengaruh terhadap peningkatan produktivitas masyarakat di berbagai bidang. Hal ini dapat dicermati mulai dari makin pesatnya perkembangan aktivitas *e-commerce*, transfer ilmu dan teknologi (*knowledge sharing*), proses pembelajaran jarak jauh, termasuk memperkaya inovasi dan mendukung kreativitas di sektor UMKM.

<sup>39</sup> Yudo Dahono, "Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021" *Berita Satu*, 15 Februari 2021. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021> pada 13 April 2021 pukul 16.15 WIB

<sup>40</sup> Simon Kemp, "15,5 Users Join Social Every Second (and Other Key Stats to Know)" *Hootsuite*, 27 Januari 2021. Diakses melalui <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/#:~:text=Social%20media%3A%20there%20are%20now,of%20the%20world's%20total%20population>. Pada 13 April 2021 pukul 16.25 WIB

Kehadiran internet tidak hanya mengubah media sosial, melainkan juga media-media konvensional yang sebelumnya telah ada. Misalnya, media cetak mulai beralih untuk merilis konten secara *daring* melalui situs mereka. Transformasi ini diawali dari *Washington Post* maupun *New York Times* di Amerika Serikat. Sementara itu, televisi dan radio juga mengalami perubahan karena hadirnya fitur *streaming*, sehingga siaran dapat dilakukan dengan memanfaatkan internet.<sup>41</sup>

Revolusi media sosial dimulai ketika Mark Zuckerberg, mendirikan *Facebook* dan membuat markas di Silicon Valley, California. Hal ini kemudian diikuti oleh media-media sosial lainnya yang memiliki perkembangan fitur yang didasarkan pada perkembangan *Facebook*. Salah satu teknologi yang digunakan adalah teknologi *Virtual Reality* yang dibiayai oleh Zuckerberg melalui proyek bernama *Oculus*.<sup>42</sup>

Di Amerika Serikat, semua operasi media berada di bawah *Federal Communications Commission* (FCC), yang berwenang untuk membuat dan mengubah regulasi mengenai pengaturan penyiaran dan media di Amerika Serikat. Meskipun memiliki regulator, media di Amerika Serikat memiliki kebebasan yang lebih besar karena dilindungi dalam Amandemen Pertama Amerika Serikat.<sup>43</sup>

## b. Pengaruh Regional

Terdapat enam negara Asia Tenggara yang memiliki penetrasi internet mencapai setidaknya 60% per Januari 2021, yakni: Indonesia, Vietnam, Thailand, Filipina, Singapura, dan Malaysia.<sup>44</sup> Sementara

<sup>41</sup> Jason Deign, "How the Internet is Changing the Way We Watch Television" *Cisco*, 6 Januari 2013. Diakses melalui <https://newsroom.cisco.com/feature-content?type=webcontent&articleId=1119737> pada 13 April 2021 pukul 17.00 WIB

<sup>42</sup> Andrew Greiner, Seth Fiegerman, Ivory Sherman, dan Tiffany Baker, "Facebook at 15: How a College Experiment Changed the World" *CNN*, 1 Februari 2019. Diakses melalui <https://edition.cnn.com/interactive/2019/02/business/facebook-history-timeline/index.html> pada 13 April 2021 pukul 17.15 WIB

<sup>43</sup> "Sekilas tentang Aturan Konten TV Amerika" *Komisi Penyiaran Indonesia*, 11 Februari 2013. Diakses melalui [http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/24-dunia-penyiaran/31106-sekilas-tentang-aturan-konten-tv-amerika#:~:text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20regulasi%20utama,DPR\)%2C%20serta%20Mahkamah%20Agung.&text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20koran%20dan,yan g%20terkait%20dengan%20pemerintah%20pusat](http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/24-dunia-penyiaran/31106-sekilas-tentang-aturan-konten-tv-amerika#:~:text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20regulasi%20utama,DPR)%2C%20serta%20Mahkamah%20Agung.&text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20koran%20dan,yan g%20terkait%20dengan%20pemerintah%20pusat). Pada 13 April 2021 pukul 17.20 WIB

<sup>44</sup> "Social Media Penetration in Southeast Asia as of January 2021, by Country" *Statista*. Diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/487981/social-penetration-in-southeast-asian-countries/> pada 13 April 2021 pukul 17.25 WIB

berdasarkan media konvensional, siaran televisi yang bersifat tidak berbayar (*free to air*) telah mencapai setidaknya 50 juta penonton setiap bulannya.<sup>45</sup>

Perkembangan peran media pun berdampak positif, yaitu meningkatnya interaksi antar masyarakat – atau sering disebut *people-to-people interactions* – di antara negara-negara Asia Tenggara. Sebelumnya, banyak akademisi yang khawatir bahwa ASEAN sebagai organisasi regional merupakan organisasi yang elitis dan hanya dikenal oleh kalangan diplomat. Perkembangan media telah mengubah hal tersebut karena interaksi antar masyarakat semakin meningkat.

Salah satu yang berkontribusi positif adalah media sosial yang berhasil mendorong interaksi di tingkat *trek* dua seperti akademisi, mahasiswa, dan kelompok agama di Asia Tenggara. Dengan dialog dan komunikasi yang semakin intens, maka semakin banyak masyarakat yang merasakan dampak dari keberadaan ASEAN. Selain itu, peningkatan komunikasi juga mampu meningkatkan kepercayaan antar negara Asia Tenggara yang pernah berkonflik di masa lalu.<sup>46</sup>

Meskipun begitu, terdapat dampak negatif dari perkembangan peran media di Asia Tenggara. Salah satunya adalah kawasan Asia Tenggara menjadi rawan didominasi oleh perusahaan-perusahaan teknologi informasi, media, maupun hiburan dari Barat yang telah lebih dahulu kuat dibandingkan perusahaan-perusahaan asal Asia Tenggara. Terdominasinya perusahaan-perusahaan Asia Tenggara menyebabkan nilai-nilai populer yang datang dari Barat menjadi lebih *familiar* di kalangan generasi muda. Hal ini berpotensi menggeruskan watak kepribadian kearifan lokal yang ada di Asia Tenggara, termasuk yang ada di Indonesia.

Untuk meningkatkan kemampuan dan peran media di Asia Tenggara, beberapa negara juga mengadakan kemitraan untuk

---

<sup>45</sup> Bihao Pan, "What Does the Future of TV in Southeast Asia Look Like" *IAB Sea+India*, Desember 2020. Diakses melalui <https://iabseaindia.com/future-tv-southeastasia/> pada 13 April 2021 pukul 17.30 WIB

<sup>46</sup> Brandon Paladino, "Democracy Disconnected: Social Media's Caustic Influence on Southeast Asia's Fragile Republics" *Brookings*, Juli 2018.

melengkapi kapasitas satu sama lain. Pada tahun 2008 lalu, Indonesia dan Malaysia menandatangani Nota Kesepahaman tentang pertukaran materi penyiaran, dokumentasi, dan informasi. Beberapa Lembaga/ organisasi yang terlibat dan berperan serta adalah TVRI, RRI, dan Antara, dengan Radio Televisi Malaysia dan Bernama. Dengan kerja sama ini, diharapkan masyarakat kedua negara mencari berita, hiburan, dan film ke siaran-siaran lokal dibanding siaran di luar kedua negara.<sup>47</sup>

Kemitraan tidak hanya dibentuk secara bilateral, melainkan juga melalui mekanisme multilateral di tingkat regional. Pada tahun 2019 lalu, ASEAN menjalin kerja sama dengan Tiongkok untuk memperkuat pertukaran media di antara Organisasi/Lembaga. Salah satu bentuk kesepakatan strategis yang didorong antara kedua negara adalah mendorong kerja sama cakupan berita dan material berita, kerja sama konten media, serta menciptakan keuntungan kerja sama yang saling menguntungkan dalam penyiaran.<sup>48</sup> Kerja sama tersebut seakan menegaskan sentralitas ASEAN yang berusaha diwujudkan dalam urusan penyiaran.

### c. Pengaruh Nasional

Berdasarkan gatra-gatra Ketahanan Nasional (Astagatra), terdapat berbagai faktor yang dapat berpengaruh terhadap optimalisasi peran media untuk meningkatkan ketahanan sosial budaya, yaitu:

- 1) **Geografi.** Jangkauan media menjadi tantangan tersendiri. Hal ini dikarenakan media modern seringkali baru mencapai tingkat perkotaan. Televisi yang menjadi media yang paling konvensional pun penetrasinya belum mencapai 100% di seluruh 34 provinsi di Indonesia. Oleh karena itu, optimalisasi peran media harus memperhatikan tantangan geografis yang ada di Indonesia.

---

<sup>47</sup> "Indonesia Malaysia Sepakat Bangun Program Siaran Bersama" *Tempo*, 12 Juni 2008. Diakses melalui <https://bisnis.tempo.co/read/125254/indonesia-malaysia-sepakat-bangun-program-siaran-bersama> pada 13 April 2021 pukul 18.30 WIB

<sup>48</sup> "Joint Statement on Strengthening Media Exchanges and Cooperation Between ASEAN and China" ASEAN, 2019. Diakses melalui <https://asean.org/storage/2019/11/Final-ASEAN-China-Joint-Statement-on-Strengthening-Media-Exchanges-and-Cooperation-between-ASEAN-and-China.pdf> pada 14 April 2021 pukul 10.00 WIB



**2) Demografi.** Berdasarkan survei literasi digital nasional, ditemukan bahwa literasi Indonesia baru mencapai rata-rata 3 dari skala 5 (lima merupakan sangat baik). Literasi yang rendah menyebabkan masyarakat Indonesia mudah terpapar berita bohong. Survei yang sama menyebutkan bahwa 30-60% koresponden mengaku pernah menjadi korban *hoax*, dimana 11% pernah mempublikasikan *hoax* karena tidak peduli dan terlalu dipikirkan.<sup>49</sup>

**3) Sumber Kekayaan Alam.** Media di Indonesia belum sepenuhnya memberikan edukasi dan sosialisasi terhadap generasi muda mengenai pengelolaan sumber kekayaan alam yang baik dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, optimalisasi peran media juga harus menysasar aspek-aspek pengelolaan SKA.

**4) Ideologi.** Optimalisasi peran media terkait dengan keseluruhan sila Pancasila. Oleh karena itu, Pancasila harus dijadikan “*way of life* atau cara hidup bangsa Indonesia dalam kehidupan berbangsa dan bernegara”. Dengan demikian, nilai-nilai Pancasila juga harus menjadi pedoman berperilaku, bahkan dalam interaksi-interaksi yang sifatnya tidak langsung.

**5) Politik.** Langkah politik yang berkaitan dengan optimalisasi peran media adalah revisi UU Pers dan UU Penyiaran. Revisi UU Pers masih terhambat karena dinilai dapat mematikan perusahaan media akibat sanksinya yang besar serta minimnya perlindungan kepada jurnalis.<sup>50</sup> Sementara itu, revisi UU Penyiaran belum akan dilakukan dalam waktu dekat karena DPR masih memprioritaskan untuk merevisi UU lainnya.<sup>51</sup>

**6) Ekonomi.** Di era modern, optimalisasi peran media dipengaruhi oleh *influencer*. *Influencer* pun dapat dikenakan Pph

---

<sup>49</sup> “Status Literasi Digital Indonesia 2020: Hasil Survei di 34 Provinsi” *Katadata* dan *Kominfo*, 2020.

<sup>50</sup> Haris Prabowo, “AJI: Revisi UU Pers Bisa Membumihanguskan Perusahaan Media” *Tirto*, 11 Juni 2020. Diakses melalui <https://tirto.id/aji-revisi-uu-pers-bisa-membumihanguskan-perusahaan-media-fGNW> pada 15 April 2021 pukul 10.00 WIB

<sup>51</sup> “Apa Kabar Revisi UU Penyiaran?” *Liputan 6*, 9 Maret 2021. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4502480/apa-kabar-revisi-uu-penyiaran> pada 15 April 2021 pukul 11.00 WIB

progresif sesuai dengan penghasilan kena pajak yang diterima. Pajak yang harus dibayarkan berkisar antara lima persen hingga tiga puluh persen sesuai dengan penghasilan di antara lima puluh juta hingga lima ratus juta.<sup>52</sup> Sayangnya, aturan ini belum sepenuhnya ditegakkan di kalangan *influencer*. Padahal, jumlah pendapatan *influencer* bisa mencapai Rp 1 miliar rupiah.<sup>53</sup>

**7) Sosial Budaya.** Generasi muda cenderung mengikuti perilaku *selebgram* dan *influencer* yang mereka ikuti di media sosial. Oleh karena itu, apabila *influencer* menyebarkan nilai-nilai yang tidak sesuai dengan watak dan karakter kebangsaan, apalagi berpotensi melanggar hukum, maka para pengikutnya pun rawan mengikuti perilaku tersebut. Salah satu contohnya adalah ketika salah satu *influencer* mengadakan pesta setelah mendapatkan jatah vaksin Covid-19.<sup>54</sup>

Pada dasarnya manusia itu baik, namun akibat pengaruh informasi dan tayangan di media, mereka menjadi berubah ke arah sesuai pemahaman yang diterimanya. Oleh karena itulah implementasi nilai-nilai dalam kearifan lokal memang tidak mudah dan membutuhkan waktu yang sangat lama, agar dapat diterapkan dengan baik dan membawa hasil positif di dalam masyarakat. Perlu persiapan yang giat dan pengawasan yang ketat agar konten-konten yang disiarkan media tidak kontradiksi dan berlawanan dengan nilai-nilai budaya yang menjadi identitas Indonesia. Kondisi ini dapat diamati melalui pengalaman Negara China dan Korea, yang sangat memperhatikan detail-detail penting di dalam penayangan konten di media televisinya, seperti pakaian dan

<sup>52</sup> "Cara Menghitung Pajak Influencer, Cara Bayar, dan Laporan SPT Pajaknya" *Klik Pajak*. Diakses melalui [https://klikpajak.id/blog/perhitungan/cara-menghitung-pajak-influencer/#Dasar\\_Penghitungan\\_PPh\\_Orang\\_Pribadi\\_sebagai\\_Influencer](https://klikpajak.id/blog/perhitungan/cara-menghitung-pajak-influencer/#Dasar_Penghitungan_PPh_Orang_Pribadi_sebagai_Influencer) pada 15 April 2021 pukul 11.00 WIB

<sup>53</sup> "Bagaimana Memajaki Para Selebgram dan Influencer Media Sosial?" *BBC*, 16 Januari 2019. Diakses melalui <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46819844> pada 15 April 2021 pukul 16.00 WIB

<sup>54</sup> Sania Mashabi, "Polemik Raffi Ahmad, Ahli Sarankan Pemerintah Lebih Pilih Community Influencer" *Kompas*, 15 Januari 2021. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2021/01/15/13230371/polemik-raffi-ahmad-ahli-sarankan-pemerintah-lebih-pilih-community> pada 15 April 2021 pukul 16.10 WIB

simbol-simbol yang bertabrakan dengan nilai budaya masyarakatnya. Dihadapkan dengan kondisi di Indonesia, maka hal ini terkendala oleh lemahnya inisiatif dari media televisi karena penayangan konten budaya lokal dinilai kurang menguntungkan.

**8) Hankam.** Dari sisi TNI, peran mereka difokuskan kepada edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat agar penggunaan media sosial di era modern dapat digunakan secara bijak dan bertanggung jawab. Sementara itu, Kepolisian mengadakan Patroli Siber melalui Polisi Virtual. Polisi Virtual akan menegur dan menjelaskan potensi pelanggaran yang berhubungan dengan UU ITE, lalu memberikan *advis* yang harus dilaksanakan.<sup>55</sup>

Berdasarkan analisis terhadap pengaruh lingkungan strategis maka terdapat sejumlah peluang dan kendala yang harus diantisipasi. Peluang yang dapat dioptimalkan ialah adanya inisiatif dari negara besar di level global seperti AS untuk menata ulang regulasinya di sektor media, serta komunikasi yang semakin intens di kawasan regional antara negara ASEAN untuk membangkitkan nilai-nilai budayanya melalui pemanfaatan media televisi. Sementara dari perspektif nasional, jumlah pengguna internet yang besar dapat menjadi potensi untuk memperkuat kembali kesadaran atas nilai-nilai kearifan lokal.

Sementara terkait dengan kendala yang dihadapi, kebebasan bermedia di level global masih tetap menjadi parameter utama untuk menentukan kualitas demokrasi di suatu negara. Kemudian pada level regional, kemitraan yang dibangun antara stasiun televisi di negara-negara ASEAN masih belum terlaksana secara efektif. Pada aspek nasional, harus diwaspadai aspek literasi digital masyarakat Indonesia yang masih rendah, termasuk perilaku buruk para netizen dan kurangnya inisiatif untuk memanfaatkan media sosial untuk hal-hal produktif.

---

<sup>55</sup> Nur Rohmi Aida, "3 Hal yang Perlu Diketahui soal Apa Itu Polisi Virtual, dari Tugas hingga Cara Kerja" *Kompas*, 26 Februari 2021. Diakses melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/26/083100665/3-hal-yang-perlu-diketahui-soal-apa-itu-polisi-virtual-dari-tugas-hingga?page=all> pada 15 April 2021 pukul 16.30 WIB

### BAB III

## PEMBAHASAN

### 12. Umum

Peran media sangatlah strategis dan efektif dalam meningkatkan ketahanan sosial budaya. Melalui peran media, beragam pesan dapat disampaikan kepada masyarakat yang nantinya dapat mempengaruhi opini publik, membentuk persepsi, termasuk menanamkan nilai-nilai sosial budaya ke tengah masyarakat. Terlebih selama masa pandemi, konsumsi media massa juga mengalami peningkatan. Sebagai contoh, angka kepemirsaaan program televisi naik 25 persen dan kepemirsaaan penonton anak mencapai rating tertingginya di 16,2 persen<sup>56</sup>. Sementara laporan *Digital 2021* juga menyebutkan bahwa dari total 274,9 juta seluruh penduduk di Indonesia, dengan jumlah pengguna Medsos sebanyak 170 juta, atau penetrasi Medsos di Indonesia mencapai 61,8 persen.<sup>57</sup>

Penetrasi media yang besar tentunya jika dimaksimalkan akan mampu mentransfer perspektif masyarakat kepada pemikiran yang lebih membangun dan berbasis kearifan lokal. Hal ini misalnya dengan mempublikasikan berbagai tayangan, konten ataupun pemberitaan yang sifatnya mengedukasi masyarakat. Konten yang dikonsumsi publik melalui media massa pada akhirnya akan berkontribusi pada pembentukan nilai-nilai di dalam masyarakat. Nilai-nilai positif yang dianut ini jugalah yang akhirnya termanifestasikan dalam berbagai bentuk cara berpikir, cara sikap dan tindakan perilaku warga. Hal tersebut pada akhirnya akan berkontribusi pada kondisi ketahanan sosial budaya masyarakat.

Situasi sebaliknya juga berpotensi terjadi jika peran media tidak dioptimalkan untuk menanamkan nilai-nilai positif berbasis kearifan lokal di masyarakat. Penetrasi nilai-nilai yang terjadi justru merupakan nilai-nilai yang

---

<sup>56</sup> "Covid-19 dan dampaknya pada tren konsumsi media", diakses dari <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>, pada 31 Mei 2021 pukul 11.25 WIB

<sup>57</sup> Conney Stephanie, "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial" *Kompas*, 24 Februari 2021. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#:~:text=Dalam%20laporan%20berjudul%20Digital%202021,penetrasinya%20sekitar%2061%2C8%20persen.> Pada 11 April 2021 pukul 13.45 WIB

kontra-produktif dengan nilai-nilai positif yang hidup di tengah masyarakat. Akibatnya nilai-nilai yang ada di masyarakat akan tergerus dan tergantikan dengan paham asing yang bertentangan dengan watak dan nilai luhur bangsa Indonesia. Kondisi ini pada akhirnya akan berdampak pada melemahnya ketahanan sosial-budaya bangsa Indonesia, yang nantinya juga akan berimplikasi negatif terhadap kondisi ketahanan nasional.

### 13. Peran Media Sebagai Sarana Publikasi dan Sosial Dalam Memperkuat Ketahanan Sosial Budaya Saat Ini.

Media memiliki peranan krusial dalam mempengaruhi perkembangan sosial di tengah masyarakat. McQuail mengemukakan enam jenis metafora dalam melihat peran media<sup>58</sup>. *Pertama*, media dapat dilihat sebagai jendela peristiwa dan pengalaman. Dalam hal ini media dilihat sebagai jendela publikasi yang dapat dimanfaatkan masyarakat umum untuk mempelajari situasi dan kondisi di luar sana. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media merupakan *tools* yang mendukung belajar untuk melihat beragam informasi dan kejadian. *Kedua*, media juga dapat direfleksikan laksana cermin yang mempertunjukkan kenyataan sebenarnya dalam masyarakat. Media dianggap cermin yang merefleksikan realitas masyarakat dan dunia karena terkadang media tidak ragu untuk menampilkan kekerasan, konflik, pornografi dan sisi buruk masyarakat lainnya. Walaupun pada dasarnya hal tersebut merupakan bagian dari *framing* yang dikonsepsi oleh pengelola media.

Perspektif *ketiga* dalam melihat media adalah sebagai *penyaring*, *gatekeeper* atau *portal* yang menyortir berbagai hal yang layak untuk mendapat ketertarikan khalayak maupun tidak. Media memilih tema, judul atau bentuk "*content*" lain yang sesuai dengan parameter penanggung jawabnya. *Keempat*, media terkadang juga dipandang sebagai *sign-post*, *guide* atau *interpreter* yang menerjemahkan dan mengarahkan khalayak dari hal-hal yang membingungkan. *Kelima*, media dapat dilihat sebagai *forum* atau *platform* untuk mempresentasikan ide dan informasi. *Keenam*, media juga dapat dilihat sebagai *interlocutor*, tidak sekadar tempat informasi berlalu-

<sup>58</sup> Denis McQuail. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory* (6<sup>th</sup> edition). London : Sage Publication Ltd, Hlm. 116

lalang namun dapat menjadi partner komunikasi yang membuka ruang interaktif bagi penggunanya.

Dari berbagai perspektif yang ada, secara garis besar media terutama media massa yang dikenal sebagai Pers setidaknya menjalankan lima peran utama<sup>59</sup>. Peran utama dan pertama media adalah menyiarkan informasi (*to inform*) ke tengah masyarakat atau juga dapat disebut sebagai publikasi. Informasi yang disebarkan dapat berupa pemberitaan mengenai peristiwa yang terjadi ataupun informasi berupa gagasan, atau buah pikiran seseorang. Peran kedua yang mesti dijalankan media adalah peran mendidik (*to educate*), terutama bagi pemirsa ataupun masyarakat yang mengonsumsi platform media tersebut. Melalui informasi yang disebarluaskan media dapat memberikan pencerahan yang mencerdaskan dan meluaskan wawasan khalayak yang mengkonsumsinya. Dalam konteks ketahanan sosial budaya, media dapat mengedukasi masyarakat terkait nilai-nilai kearifan lokal, terutama yang relevan dengan upaya membangun karakter bangsa Indonesia.

Peran ketiga adalah menghibur (*to entertain*). Media dalam hal ini dapat menjadi alternatif utama bagi masyarakat untuk mengatasi kejenuhan. Berbagai bentuk hiburan dapat kita temui di media, seperti pemberitaan terkait selebritis, beragam kuis dan perlombaan, komedi, musik, film, termasuk hiburan rakyat yang berbasis kearifan lokal. Peran keempat yang dimiliki media adalah untuk mempengaruhi (*to influence*). Melalui berbagai konten yang diproduksi oleh media, masyarakat akan terpapar berbagai informasi yang acapkali dijadikan landasan untuk bersikap atau bertindak terhadap sesuatu. Peran terakhir, media dapat melakukan fungsi kontrol sosial (*social control*) baik terhadap pemerintah, parlemen, institusi pengadilan, militer, dan berbagai elemen lainnya yang ada di tengah masyarakat. Di Indonesia peranan Pers sebagai *social control* ini juga dikuatkan dalam UU No. 40 Tahun 1999 tentang Pers, dimana kekuasaan diperlukan kontrol sosial, salah satunya difungsikan oleh dan melalui media massa .

---

<sup>59</sup> Aria Aditya Setiawan. Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura. Diakses dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/download/5096/4622>. Pada 31 Mei 2021 pukul 14.00 WIB

Berbagai peranan yang dilakukan media di tengah masyarakat tentunya menyisakan beragam implikasi di tengah masyarakat tersebut. Jennings Bryant dan Dolf Zillmann yang berpendapat bahwa efek dari media merupakan dampak sosial, kultural, dan psikologi terhadap para audiensnya. Mengingat bentuk media massa yang bersifat satu arah, dapat disimpulkan bahwa dampak dari media massa adalah bagaimana persepsi sosial, budaya, dan psikologis audiens terpengaruh oleh pesan media<sup>60</sup>. Dalam konteks ketahanan sosial budaya, jika pesan-pesan yang diadopsi masyarakat dari media mayoritas merupakan nilai-nilai asing yang kontraproduktif terhadap kearifan lokal, maka tentunya akan berdampak negatif terhadap kondisi ketahanan sosial budaya. Begitu pula sebaliknya, jika pesan media yang dikonsumsi masyarakat berupa penguatan nilai-nilai kearifan lokal yang relevan dengan kondisi kekinian, maka masyarakat akan terpengaruh untuk melestarikan nilai-nilai kearifan lokal yang pada akhirnya berdampak positif pada kondisi ketahanan sosial budaya.

Suwigyo memahami ketahanan sosial dan budaya sebagai kemampuan individual maupun kolektif untuk bertindak dan menyesuaikan diri terhadap dinamika sosial-budaya yang tidak menentu. Kondisi sosial budaya yang tidak menentu dalam konteks ini diartikan sebagai sebuah kondisi terdapatnya ancaman baik laten maupun yang terlihat dimana kondisi tersebut berpotensi melunturkan bahkan menghilangkan identitas beserta produk kebudayaan; baik yang bersifat tampak maupun tidak tampak. Konsep ketahanan sosial budaya mengandung tiga jenis dimensi, yakni: kemampuan identifikasi, kemampuan adaptasi, dan kemampuan dinamis.<sup>61</sup>

Menurut Koentjaraningrat, kebudayaan atau kearifan lokal merupakan gagasan hasil karya manusia dalam kehidupan masyarakat yang dijadikan miliknya melalui cara mempelajarinya.<sup>62</sup> Dari definisi ini, maka sebuah budaya atau kearifan lokal dapat dipertahankan kepemilikannya oleh negara dengan cara mendorong masyarakat untuk terus mempelajarinya. Dalam konteks

<sup>60</sup> Annie Lang (2013). "Discipline in crisis? The shifting paradigm of mass communication research". *Communication Theory*. 23 (1): 10–24.

<sup>61</sup> Agus Suwigyo (2018) Praktik Kewargaan Sehari-hari Sebagai Ketahanan Sosial Masyarakat Tahun 1950-an (Sebuah Tinjauan Sejarah). *Jurnal Ketahanan Nasional*. Vol. 24, No.1, April 2018, Hal 94-116 DOI:<http://dx.doi.org/10.22146/jkn.31239>. Hlm. 96

<sup>62</sup> Koentjaraningrat. 1979. *Manusia dan Kebudayaan Indonesia*. Jakarta: Djambatan.

inilah media televisi, media sosial, ataupun internet dapat dijadikan sarana publikasi dan pembelajaran dalam mempertahankan kearifan lokal tersebut.

Pada praktiknya, berbagai isi pesan sebagai wujud peranan media tidak bisa dilepaskan dari beragam faktor yang mempengaruhinya. Setidaknya terdapat tiga faktor utama yang dinilai sangat berpengaruh, yaitu: pemilik media, pemasang iklan dan audiens<sup>63</sup>. Jika melihat dari faktor pemilik media, maka mereka memiliki pengaruh sangat besar dalam menentukan pesan apa yang akan di-*deliver* ke *audience* dan juga mana yang tidak ingin ditampilkan. Hal ini tentu saja berkaitan erat dengan kepentingan pemilik media itu sendiri termasuk konsep seperti apa yang ia ingin citrakan dari media miliknya. Walaupun pada dasarnya jurnalis memiliki kebebasan untuk memberitakan segala sesuatu, namun tentunya akan sangat janggal jika konten ataupun pemberitaan yang mereka siarkan justru merugikan pemilik media yang notabene membangun dan mendanai perjalanan media tersebut.

Faktor kedua yang juga berpengaruh terhadap isi pesan yang disiarkan media adalah pemasang iklan (*advertiser*). Industri media massa yang kapitalis mengutamakan kepentingan suatu pihak. Dengan demikian, dapat dimungkinkan bahwa target audiens adalah target konsumen pemasang iklan. Dalam hal ini pesan yang disampaikan media tentunya mendukung kepentingan pemasang iklan.

Faktor ketiga adalah faktor audien. Bagi media, audien adalah faktor yang paling penting mereka merupakan konsumen media. Suatu media dikatakan berhasil apabila mampu menjangkau semakin banyak target audiens. Oleh karenanya media terkadang cenderung memproduksi konten atau isu yang mendapat perhatian tinggi dari pembaca, pendengar ataupun pemirsanya. Namun demikian, ada riset yang menemukan bahwa terdapat industri media yang tidak memperhatikan target penonton, tetapi tetap mengikuti perkembangannya.

Selain ketiga faktor di atas, faktor lain yang tentunya juga sangat krusial dalam menentukan bagaimana media berperan adalah regulasi. Dalam

---

<sup>63</sup> Morissan. Faktor-Faktor Yang Paling Berpengaruh Terhadap Isi Pesan Media, Jurnal Visi Komunikasi. Diakses dari [http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file\\_artikel\\_abstrak/Isi\\_Artikel\\_839879807449.pdf](http://digilib.mercubuana.ac.id/manager/t!@file_artikel_abstrak/Isi_Artikel_839879807449.pdf) pada 31 Mei 2021 pukul 15.00 WIB



perspektif kepentingan negara, regulasi terkait media ini hendaknya dimaksudkan untuk memastikan semua konten dan pesan yang disampaikan ke masyarakat memiliki manfaat dan berkontribusi positif terhadap pembangunan nasional serta tidak merugikan kepentingan umum. Sebagai contoh dapat dilihat di Pasal 13, Undang-undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers yang mengisyaratkan secara eksplisit bahwa iklan yang merendahkan dan mengganggu kerukunan umat beragama, minuman keras, memuat dan narkotika, serta peragaan dan penggunaan rokok adalah dilarang. Melalui pasal tersebut, regulasi telah memberikan batasan kepada Pers untuk tidak merugikan kepentingan umum.

Begitu juga dalam hal menentukan arah dan isi pesan yang disampaikan media, terdapat regulasi yang menjadi acuan bagi pengelola media untuk memproduksi konten. Dalam konteks ketahanan sosial budaya, Undang-undang No 5 Tahun 2017 dapat dijadikan acuan utama. Dimana dalam regulasi tersebut, pemajuan kebudayaan terhadap informasi yang berkaitan dengan inventarisasi, pengamanan, pemeliharaan, dan penyelamatan Objek Kebudayaan, diletakkan sebagai saluran utama dalam melalui publikasi media.

Terdapat beberapa kekuatan media massa yang dapat dimanfaatkan untuk menstranformasi perilaku manusia dalam berbagai tingkatan. Media massa berfungsi sebagai wadah informasi, wadah pendidikan dan wadah hiburan. Namun pada realitanya media massa memberi dampak lain di luar fungsi yang disebutkan di atas. Media massa dalam tataran sistemik mampu mempengaruhi sistem sosial dan budaya masyarakat, tidak hanya suatu individu tertentu.<sup>64</sup>

Jika ditinjau dalam perspektif sosial, media dipandang sebagai alat komunikasi massa. Dimana melalui media nilai-nilai dipenetrasi ke tengah masyarakat. Nilai-nilai ini yang nantinya akan mempengaruhi kecenderungan seseorang dalam bertindak dan akhirnya juga berdampak pada perubahan pola interaksi sosial. Disini terlihat bahwa selain memberikan informasi, media

---

<sup>64</sup> Azman. *Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi*, Jurnal Peurawi ; Media Kajian Komunikasi Islam, Vol 1 no 1 tahun 2018. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/308788-penggunaan-media-massa-dan-media-sosial-a59672b6.pdf> pada 1 Juni 2021 pukul 17.00 WIB

terkadang juga memiliki agenda tertentu melalui konten-konten yang dipilihkannya untuk dikonsumsi oleh publik. Hal ini selaras dengan pendapat bahwa media massa dapat dimanfaatkan khusus sebagai media dakwah di samping untuk menjalankan fungsi utamanya, menjadi pusat informasi dan wadah hiburan.<sup>65</sup>

Sementara dari sudut pandang budaya, media massa dapat meningkatkan interaksi berbasis persamaan budaya. Dengan media massa, objek-objek kebudayaan dapat disebarluaskan tanpa interaksi langsung atau tatap muka. Hal ini membentuk bahwa keyakinan dapat dikendalikan dari kejauhan. Kemudian, media juga dapat mendorong sikap dan rasa toleransi. Oleh karena itu, media massa tidak hanya berperan untuk melestarikan kebudayaan dalam arti parsial, melainkan juga dalam arti universal dengan mempertimbangkan berbagai kebudayaan berbeda.<sup>66</sup>

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet di seluruh dunia, media yang dikonsumsi masyarakat saat ini tidak hanya berupa media mainstream, namun juga media online dan media sosial. Media mainstream adalah sebuah terminalogi dan peristilahan yang dipakai untuk secara umum mengacu kepada sejumlah banyak media massa yang menguasai banyak orang, dan memperhitungkan serta membangun kondisi pendapat yang ada dalam masyarakat<sup>67</sup>. Sebagai industri yang berorientasi mendatangkan keuntungan, media “*mainstream*” lazimnya akan menjaga integritas. Sebab investasi kepercayaanlah yang membuat mereka dapat diterima khalayak. Oleh karenanya jika media *mainstream* menyajikan berita palsu maka sama saja dengan mengubur bisnis mereka sendiri. Para jurnalis “media mainstream” juga pada umumnya adalah ahli yang berpengalaman dan memperoleh pelatihan eksklusif mengenai prinsip kewartawanan. Pada umumnya mereka juga terhimpun dalam perkumpulan serikat yang menjunjung tinggi prosedur jurnalistik. Itu sebabnya pemberitaan yang dibuat oleh media mainstream cenderung lebih dapat dipertanggungjawabkan.

---

<sup>65</sup> Abdul Halik, *Komunikasi Massa*. Makassar: UIN Alaudin (2013)

<sup>66</sup> Abdul Halik. Peran Media Massa Dalam Komunikasi Antar Budaya. *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember 2015 : 83 - 92

<sup>67</sup> Noam Chomsky. 1997. *What Makes Mainstream Media Mainstream*, Z Magazine

Di sisi lain, keberadaan media online yang menjamur seiring semakin luasnya jangkauan internet dapat mempermudah masyarakat menggemari suatu berita ataupun warta serta pertunjukan. Berbagai media edisi cetakan seperti harian ataupun majalah/ tablod pun mayoritas juga telah mempunyai dan mencatumkan informasi “website official” sehingga mempermudah pengguna untuk membaca warta yang tercantum, tanpa harus berbelanja koran. Berbagai siaran radio maupun televisi swasta saat ini juga sudah beradaptasi dengan derasnya penetrasi internet. Mereka mendistribusikan pesan di *platform*-nya secara *online* guna mengirim informasi kepada masyarakat yang barangkali belum sempat melihat atau mendengar isi tayangan melalui radio dan televisi secara *real time*.

Media lain yang cukup berkembang pesat dan memiliki pengaruh besar dalam mendistribusikan informasi adalah media sosial. Awalnya media sosial hanya digunakan sebagai platform bagi masyarakat untuk melakukan interaksi sosial tanpa harus terhalang batas-batas kewilayahan. Namun belakangan media sosial juga berkembang menjadi saluran yang digunakan oleh netizen (pengguna media sosial) untuk berbagi beragam informasi. Namun berbeda dengan media *mainstream* yang kredibilitasnya cenderung terjaga, media sosial cenderung rentan terhadap penyebaran hoax. Terlebih pengguna media sosial tidak memerlukan izin atau kualifikasi tertentu dalam menyebarkan informasi. Bahkan acap juga terjadi penyebar informasi di media sosial tidak memiliki identitas yang jelas. Sehingga isi pesan yang disampaikan sejatinya perlu untuk ditelaah lebih lanjut. Namun sayangnya tingkat literasi masyarakat yang rendah menyebabkan banyak masyarakat yang terjebak dalam bangunan isu yang disebar tanpa memiliki filter.

Rendahnya literasi masyarakat menghadapi gempuran informasi di era globalisasi tentunya merupakan tantangan sendiri bagi kelestarian kearifan lokal yang dimiliki masyarakat Indonesia. Hasil penelitian yang dilakukan *Program for International Student Assessment (PISA)* yang disiarkan oleh OECD pada 2019, tingkat literasi Indonesia hanya berada di urutan ke 62 dari 70 negara yang diteliti<sup>68</sup>. Rendahnya literasi membuat masyarakat menjadi

---

<sup>68</sup> “Tingkat Literasi Indonesia Rendah, Rangking 62 dari 70 Negara”. Diakses dari <https://perpustakaan.kemendagri.go.id/?p=4661> pada 1 Juni 2021 pukul 16.30 WIB

tidak bijak dalam menggunakan internet dalam media sosial. Kondisi ini juga dapat dicermati berdasarkan hasil riset yang memaparkan *netizen* Indonesia sebagai pengguna internet dengan perilaku paling buruk dan tidak sopan se-Asia Tenggara.<sup>69</sup> Kondisi ini dikarenakan rendahnya literasi dan pendidikan masyarakat dalam memanfaatkan internet, sehingga masyarakat cenderung tidak bijak dalam memahami etika di media sosial, termasuk menyebar ujaran kebencian dan *hoaks* saat mengakses internet.

Fenomena ini juga membuat masyarakat mudah terpengaruh oleh semua informasi yang dikonsumsi, termasuk informasi yang pesannya kontraproduktif dengan nilai kearifan lokal. Kearifan lokal (*local wisdom*) sendiri dapat dipandang sebagai ide-ide setempat atau daerah yang bersifat nilai luhur, penuh keutamaan, bernilai positif, yang terukir dan dipatuhi oleh warga masyarakatnya.<sup>70</sup> Belakangan kondisi kearifan lokal (*local wisdom*) mulai tergerus akibat nilai-nilai asing yang dibawa media ke tengah masyarakat. Sebagai contoh, nilai gotong royong sudah sangat jarang ditemui di masyarakat yang tinggal di perkotaan.

Kearifan lokal adalah perilaku yang berhubungan dengan daerah setempat. Tindakan dan gaya hidup suatu penduduk dapat bersumber dari nilai-nilai religius, kebudayaan, dan petuah turun-menurun. Perilaku itu terbangun secara natural dalam suatu masyarakat tertentu untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan.<sup>71</sup> Faktor-faktor diatas mempengaruhi pembentukan nilai-nilai kearifan lokal di tengah masyarakat. Jika dikaitkan dengan perkembangan lingkungan strategis, perubahan pola komunikasi dan akses informasi masyarakat pada akhirnya juga berdampak terhadap pergeseran nilai-nilai kearifan lokal di tengah masyarakat.

Sebagaimana diketahui, kepribadian luhur yang khas dan membudaya di masyarakat seperti gotong-royong, saling tolong menolong, ramah, santun, toleran, dan peduli terhadap sesama telah dipunyai Indonesia sebagaimana

<sup>69</sup> "Riset: Netizen di Indonesia paling Tak Sopan se-Asia Tenggara". Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia-tenggara> pada 20 Agustus 2021 pukul 19.36 WIB.

<sup>70</sup> Magdalia Alfian, "Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diri dan Karakter Bangsa". Prosiding The 5 thn ICSSIS; "Ethnicity and Globalization", 2013

<sup>71</sup> Dewi Ratih. *Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Tradisi Misalin Di Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis*. Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/istoria/article/view/24184> pada 1 juni 2021 pukul 14.40 WIB

sebuah negara bangsa (*nation-state*). Kearifan lokal yang melekat pada jati diri bangsa Indonesia adalah bagian dari identitas dan karakter yang dipunyai oleh setiap insan bangsa Indonesia. Lunturnya watak dan karakter kearifan lokal, akan berdampak pada perubahan kondisi sosial dan budaya di tengah masyarakat. Adopsi nilai asing yang positif memang dapat mengusung bangsa Indonesia menjadi lebih modern dan berdaya saing. Namun masyarakat yang mengadopsi nilai-nilai asing yang bersifat negatif, tentunya akan menyisakan implikasi negatif terhadap perkembangan sosial dan budaya secara khusus, serta ketahanan nasional secara umum.

Oleh karenanya melalui media, dialog dan komunikasi kebudayaan khususnya menyangkut watak dan kepribadian bangsa, harus terus disosialisasikan untuk membendung dominasi paham luar yang merusak, salah satunya dapat dilakukan dengan menumbuhkan, mengabadikan, dan melanggengkan watak kepribadian budaya nusantara, serta penghayatannya di masyarakat khususnya kelompok kaum muda<sup>72</sup>. Penting pula upaya dari seluruh komponen masyarakat untuk melakukan hal ini terutama dari pihak pengelola media dan juga pemerintah. Pemerintah sesuai dengan UU Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, telah menetapkan berbagai usaha dalam menumbuhkembangkan berbagai tradisi daerah, dengan cara dan metode yang dilaksanakan lewat proteksi, tumbuh kembangkan, eksploitasi, dan penguatan kebudayaan nasional Indonesia.

#### 14. **Dampak Peran Media terhadap Ketahanan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia**

Peran media yang sangat strategis ternyata dapat memberikan dampak multi aspek terhadap ketahanan sosial budaya masyarakat Indonesia. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, di antaranya:

**Pertama**, media massa terlalu berorientasi kepada keuntungan dan mengabaikan fungsi edukasi. Praktik ini pada umumnya terjadi media massa swasta yang mengejar keuntungan tanpa memperhatikan nilai-nilai edukatif.

<sup>72</sup> "Pentingnya Kebudayaan sebagai Pondasi Karakter Bangsa", Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/12/24/06360051/pentingnya-kebudayaan-sebagai-pondasi-karakter-bangsa?page=all>, pada 1 Juni 2021 pukul 14.55 WIB.

Menurut tokoh pers nasional, Rosihan Anwar, media massa saat ini terlalu memperhatikan pasar bebas dan persaingan kapitalisme. Jika disesuaikan dengan konteks masing-masing media, maka media televisi hanya berorientasi kepada *rating*, media cetak hanya mengejar *profit* atau keuntungan, sementara media *online* hanya mengejar jumlah pembaca dan interaksi pembaca.<sup>73</sup>

Orientasi tersebut melemahkan fungsi-fungsi media lainnya diantaranya adalah fungsi media sebagai kontrol sosial dan alat untuk menyebarkan edukasi kepada masyarakat. Sebagai alat kontrol sosial, media diharapkan untuk kritis terhadap siapapun dan membela kelompok-kelompok yang tertindas. Dengan demikian, diharapkan seluruh rakyat Indonesia bisa mendapatkan kesejahteraan dari segi sandang, pangan, papan, lapangan pekerjaan, kesehatan, dan hak asasi yang terpenuhi oleh negara dan Pemerintah.

Kemudian, media massa juga seharusnya menghadirkan konten yang edukatif kepada masyarakat Indonesia. Konten edukasi tidak selamanya diartikan sebagai konten pelajaran yang ditayangkan dengan monoton dan kurang mengundang *engagement* dari masyarakat. Konten edukasi dapat berbentuk tayangan-tayangan *entertainment* yang memiliki pesan-pesan positif dan dapat membentuk masyarakat Indonesia sesuai dengan nilai dan kepribadian yang seturut dengan nilai-nilai luhur bangsa. Hal ini yang belum dimunculkan dalam media massa di Indonesia, khususnya televisi. Misalnya, Emtek Group yang menaungi stasiun SCTV dan Indosiar telah memperoleh 18 sanksi peringatan/teguran dan 1 sanksi pemutusan siaran sementara. Sanksi tersebut masih cukup besar untuk stasiun televisi kredibel di Indonesia.<sup>74</sup> Di samping itu, konten-konten di media juga sering dimanfaatkan hanya sebagai senjata modern dalam membentuk opini dan tingkah laku masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan media untuk

<sup>73</sup> Yunita Rachmawati, "Rosihan Anwar: TV Indonesia Hanya Kejar Rating" *Kapanlagi*, 15 Mei 2007. Diakses melalui <https://www.kapanlagi.com/showbiz/televisi/rosihan-anwar-tv-indonesia-hanya-kejar-rating-0lpyyxs.html> pada 24 Mei 2021 pukul 15.00 WIB

<sup>74</sup> "Evaluasi Tahunan TV: KPI Soroti Peningkatan Jumlah Sanksi di SCTV dan Indosiar" *KPI*, 1 Februari 2021. Diakses melalui <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36098-evaluasi-tahunan-tv-kpi-soroti-peningkatan-jumlah-sanksi-di-sctv-dan-indosiar> pada 24 Mei 2021 pukul 17.00 WIB

media kampanye dalam pemilihan umum calon presiden dan wakil presiden Indonesia di Tahun 2019 yang bertujuan untuk menggiring opini masyarakat untuk menjatuhkan dan menjelek-jelekkan pihak lawan dalam pemilu tersebut.

Dampak dari pengabaian fungsi edukasi dapat ditinjau dengan Teori Efek Media Massa. Jennings Bryant dan Dolf Zillmann menyebutkan bahwa media massa dapat menyebabkan dampak sosial, kultural, dan psikologi terhadap audiens. Pengabaian fungsi edukasi juga dapat ditafsirkan sebagai pelanggaran UU RI No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Pasal 4 dari tersebut menyebabkan bahwa penyiaran mempunyai kewajiban sebagai media berita, pendidikan, pertunjukan yang positif, kontrol dan pemersatu sosial, ekonomi, dan kultur peradaban. Pengabaian fungsi edukasi dapat menyebabkan rusaknya moral bangsa oleh konten-konten yang memiliki *engagement* tinggi namun tidak menghadirkan hiburan yang sehat dan edukatif.

**Kedua**, literasi media masyarakat Indonesia masih rendah. Secara sederhana, literasi media adalah kekuatan untuk menyelami, menganalisa, dan menata ulang visualisasi media. Kekuatan ini dibutuhkan agar audiens sebagai resipien informasi dari media menjadi faham tentang cara suatu informasi di media disusun dan disalurkan.<sup>75</sup> Jika seseorang atau sekelompok orang memiliki literasi media yang tinggi, maka seharusnya orang tersebut tidak mudah terpengaruh oleh konten-konten yang tidak sehat yang disampaikan oleh media.

Sayangnya, literasi masyarakat Indonesia masih tergolong belum cukup tinggi, baik dari media konvensional maupun media *online*. Berdasarkan survei PISA tahun 2019, Indonesia menempati posisi 62 dari 70 negara ditinjau dari tingkat literasinya.<sup>76</sup> Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia belum mengerti kedalaman dari suatu informasi. Sementara dari sisi digital, Kominfo menyebutkan bahwa literasi digital masyarakat masih berada

---

<sup>75</sup> Iriantara Yosol, *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media (2009)

<sup>76</sup> Muhammad Syarif Bando, "Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 dari 70 Negara" *Tribun*, 22 Maret 2021. Diakses melalui <https://www.tribunnews.com/nasional/2021/03/22/tingkat-literasi-indonesia-di-dunia-rendah-ranking-62-dari-70-negara> pada 24 Mei 2021 pukul 16.30 WIB

pada 'level cukup'. Hasil tersebut menunjukkan bahwa masyarakat belum sepenuhnya bijak dalam menanggapi konten yang ada di media massa.<sup>77</sup>

Berdasarkan Teori Komunikasi Massa, perkembangan media massa seharusnya diimbangi dengan sejumlah faktor, seperti angka melek huruf, perkembangan ekonomi, kemajuan TIK, dan sebagainya. Perkembangan media massa tanpa perkembangan literasi membawa risiko tersendiri dalam masyarakat. Masyarakat akan lebih mudah percaya kepada konten-konten negatif (termasuk *hoax*) sehingga akan mengganggu ketahanan sosial budaya Indonesia. Oleh karena itu, peningkatan literasi masyarakat perlu dijadikan agenda prioritas pemerintah.

**Ketiga**, regulasi media sudah tidak relevan dalam mengatur operasionalisasi media massa di Indonesia. Salah satu kerangka peraturan perundang-undangan yang sudah tidak relevan adalah UU Penyiaran. Indonesia masih menggunakan aturan penyiaran dari tahun 2002, atau lebih dari 18 tahun tanpa pembaharuan. Padahal, mekanisme penyiaran sudah sangat berubah jika dibandingkan tahun 2002. Siaran saat ini tidak hanya dilakukan oleh stasiun televisi, tapi juga individu melalui bentuk layanan *over the top* seperti melakukan *live* di akun Instagram dan YouTube masing-masing. Perubahan tersebut sesuai dengan salah satu teori media yang berkembang, yakni Teori Budaya Partisipasi. Berdasarkan teori tersebut, masyarakat pada saat ini tidak hanya bersifat sebagai audiens/resipien dari informasi, melainkan juga sebagai produsen dari informasi tersebut. Peran masyarakat yang sekarang bisa menjadi prosumer (produsen-konsumer) ini yang belum diatur dalam UU Penyiaran dan menjadi salah satu poin yang perlu dilakukan pembaharuan.

Selain itu, setidaknya ada tiga permasalahan lainnya dalam UU Penyiaran yang belum diatur ataupun diatur tetapi dampaknya masih terbatas. Pertama, masalah kepemilikan bisnis konglomerasi media. Kebanyakan media sekarang berbentuk *group* dan banyak juga yang masuk ke dunia politik, sehingga banyak kelompok media yang digunakan sebagai forum

---

<sup>77</sup> Ferdinandus Setu, "Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020, Akses Internet Makin Terjangkau" *Kominfo*, 20 November 2020. Diakses melalui [https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran_pers) 24 Mei 2021 pk.16.45 WIB



berpolitik.<sup>78</sup> Kedua, lemahnya kewenangan KPI untuk menjatuhkan sanksi. Selama ini, sanksi yang bisa dijatuhkan hanya penghentian siaran dan administratif. Hal ini menyebabkan konten-konten tidak mendidik masih bisa ditayangkan. Ketiga, tidak terlaksananya sistem stasiun jaringan. Selama ini, informasi dan siaran TV hanya berpusat dengan persoalan di Ibu kota dan mengabaikan hak siaran berita masyarakat dari luar Daerah Khusus Ibukota.<sup>79</sup>

**Keempat**, belum cukup memadainya kapasitas pers dan insan jurnalis untuk menjalankan fungsi-fungsi media. Kompetensi dan kapasitas wartawan akan mempengaruhi konten yang mereka produksi, dan pada akhirnya mempengaruhi kualitas media yang menaungi mereka. Untuk menjaga kompetensi wartawan dan mendorong peningkatan kualitas profesional jurnalis, jenjang sertifikasi wartawan melalui penjenjangan yang terukur telah disusun oleh Dewan Pers. Dengan demikian, sertifikasi jurnalis merupakan langkah yang tepat, menuju peningkatan ahli profesi sebagai wartawan yang kompeten dan terbukti.

Sayangnya, niat Dewan Pers untuk melakukan profesionalisasi terhadap pekerjaan wartawan belum disambut baik oleh wartawan itu sendiri. Perusahaan media pun tidak mewajibkan wartawannya untuk mengikuti sertifikasi yang dilaksanakan oleh Dewan Pers. Selain itu, tekanan *peer pressure* dari asosiasi dan perkumpulan jurnalis juga masih rendah sehingga wartawan kurang terdorong untuk mengikuti uji sertifikasi wartawan. Bahkan, Dewan Pers sendiri tidak mengetahui jumlah pasti wartawan dari seluruh Indonesia. Dengan perkiraan jumlah wartawan mencapai 100 ribu, Dewan Pers menyatakan wartawan yang bersertifikasi hanya 16 ribu, atau 1,6%. Hal ini menyebabkan masyarakat mengonsumsi berita dari wartawan-wartawan yang belum terbukti kompetensi dan kredibilitasnya.

Permasalahan kompetensi karyawan dapat dikaitkan dengan dua kerangka teori. Jika ditinjau dari Teori Efek Media Massa, berita-berita yang

---

<sup>78</sup> "Masalah Penyiaran Butuh Reformasi Menyeluruh, Permohonan Uji Materi RCTI dan iNews ke MK Salah Kaprah" *The Conversation*, 4 September 2020. Diakses melalui <https://theconversation.com/masalah-penyiaran-butuh-reformasi-menyeluruh-permohonan-uji-materi-rcti-dan-inews-ke-mk-salah-kaprah-145412> pada 24 Mei 2021 pukul 17.45 WIB

<sup>79</sup> "4 Permasalahan Krusial dalam Pelaksanaan UU Penyiaran" *Hukum Online*, 11 Juni 2016. Diakses melalui <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt575c0cc15d7be/4-permasalahan-krusial-dalam-pelaksanaan-uu-penyiaran/> pada 24 Mei 2021 pukul 17.50 WIB

diproduksi oleh wartawan yang kurang berkompeten akan menimbulkan dampak psikologis, sosial, dan kultural terhadap masyarakat. Dampak-dampak negatif tersebut bisa berujung kepada perpecahan, konflik, bahkan hingga pelanggaran hukum akibat berita-berita yang negatif dan tidak mengaktualkan keadaan yang seharusnya. Oleh karena itu, dampak-dampak negatif dalam berbagai aspek tersebut perlu diminimalisir untuk memperkuat ketahanan sosial budaya di Indonesia.

Sementara itu, permasalahan ini juga terkait dengan Teori Budaya Partisipasi dimana audiens berperan sebagai prosumer media. Hal tersebut berarti masyarakat dapat berperan juga untuk memproduksi berita layaknya seorang wartawan. Produksi berita tanpa sumber yang tepat dan kredibel berpotensi membahayakan dan menyesatkan mengingat berita tersebut dikonsumsi oleh banyak orang di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, peran masyarakat sebagai prosumer – dan mungkin lebih tepat disebut wartawan kurang berkompeten – juga perlu menjadi perhatian dari Dewan Pers dan asosiasi/persatuan jurnalis seluruh Indonesia.

**Kelima**, media *online* dan media sosial lebih dominan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dibandingkan media konvensional. Sebenarnya, tidak masalah apakah media massa di kemajuan era teknologi komunikasi mulai melakukan transisi ke operasional *online* dan meninggalkan bentuk-bentuk konvensional. Hal yang menjadi permasalahan adalah banyaknya media *online* dan akun media sosial yang turut berperan dalam memproduksi berita yang belum terbukti kebenarannya. Lebih lanjut lagi, banyak media *online* dan akun media sosial yang belum terbukti kredibilitasnya untuk memproduksi berita yang edukatif kepada masyarakat. Hal ini menyebabkan risiko masyarakat untuk terpapar informasi-informasi yang negatif dan tidak benar semakin meningkat.

Dewan Pers mencatat per tahun 2019 ada 168 media *online* yang terverifikasi. Untuk membuktikan bahwa mereka telah lolos verifikasi dari Dewan Pers, maka diberikan QR Code yang dapat diperiksa oleh masyarakat untuk membedakan mana media *online* yang asli dan mana media *online* yang tidak. Permasalahannya adalah, jumlah media yang terverifikasi tidak mencapai satu persen dari jumlah media *online* yang ada di Indonesia. Dewan

Pers memperkirakan ada 43.300 media yang tidak terdata, termasuk situs-situs radikal yang tidak berbadan hukum dan media yang tidak berbentuk perusahaan pers. Bahkan, ada 14 kasus dimana media-media palsu menggunakan nama dari media besar dengan membuat *url* atau alamat *website* yang mirip dengan media besar tersebut.<sup>80</sup>

Permasalahan juga terjadi di media sosial, Hingga pertengahan April 2021, *Virtual Police* yang menjadi salah satu program prioritas Kapolri telah menegur sedikitnya 329 akun media sosial agar menghapus maupun merevisi pesan yang disampaikan melalui media sosial. Namun terdapat 91 akun yang tidak menghapus maupun merevisi pesannya di media sosial sehingga terpaksa diblokir oleh Kepolisian.<sup>81</sup> Banyaknya pelanggaran yang dilakukan di media sosial membuktikan bahwa penyampaian informasi di media sosial kurang kredibel untuk menjadi sumber informasi utama masyarakat.

**Keenam,** peran kementerian dan lembaga kurang optimal dalam mengoptimalkan peran media belum maksimal. Peran berbagai kementerian dan lembaga sudah disusun dalam berbagai kebijakan dan regulasi. Berdasarkan UU No. 32 Tahun 2002, penyelenggaraan pemberitaan diatur oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang keputusannya wajib ditaati oleh semua lembaga penyiaran. Kemudian, UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi dan transaksi elektronik, melindungi kepentingan umum, melakukan pencegahan, hingga melindungi data elektronik strategis adalah difasilitasi oleh Pemerintah. Terakhir, berdasarkan UU No. 5 Tahun 2017 mengenai Pemajuan Kebudayaan, Pemerintah juga wajib menggunakan dan memanfaatkan media untuk melakukan pemajuan kebudayaan.

Berkaitan dengan peran media massa, ada beberapa fungsi dimana peran kementerian dan lembaga belum optimal. Sejauh ini, KPI sebagai komisi penyiaran perannya masih terbatas karena sanksi yang dijatuhkan terbatas pada sanksi administratif. Kemudian, KPI juga masih belum maksimal dalam

---

<sup>80</sup> "43.300 Media tak Terdaftar di Dewan Pers" *Merdeka*, 16 Mei 2018. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/43300-media-tak-terdaftar-di-dewan-pers.html> pada 24 Mei 2021. Pukul 19.15 WIB

<sup>81</sup> Sholahuddin Al Ayyubi, "Virtual Police Tegur 329 Akun Media Sosial, 91 Bandel" *Kabar Bisnis*, 13 April 2021. Diakses melalui <https://kabar24.bisnis.com/read/20210413/16/1380556/virtual-police-tegur-329-akun-media-sosial-91-bandel> pada 24 Mei 2021 pukul 16.45 WIB

melakukan pencegahan sehingga konten-konten negatif masih terus diproduksi oleh stasiun televisi. Padahal, frekuensi publik bersifat terbatas dan harus digunakan semaksimal mungkin untuk kepentingan nasional Indonesia.

Kemudian, Pemerintah – khususnya Kemenkominfo – juga belum maksimal dalam mencegah konten-konten negatif di media sosial. Upaya Kominfo masih terbatas pada penanggulangan, yakni *takedown* atau pemblokiran akses terhadap situs/akun tertentu. Padahal, jumlah konten negatif di media sosial sangat banyak dan bahkan cenderung kurang terkendali. Per Februari 2021, Kominfo menerima aduan 1.347.179 laporan konten negatif di media sosial, dengan konten terbanyak mengandung pornografi dan *hoax*.<sup>82</sup> Langkah *takedown* dan pemblokiran akses internet tersebut penting untuk dilakukan mengingat adanya akun-akun pro-separatisme serta akun-akun hoaks yang digunakan untuk memecah-belah persatuan bangsa dan mendiskreditkan pemerintah. Hal ini dapat diamati dari peristiwa gelombang demonstrasi 212 serta gerakan separatisme dan kerusuhan yang diprovokasi di Papua. Namun demikian, tahapan pemblokiran ini tentu juga harus dilandasi oleh regulasi yang utuh (mulai dari peringatan hingga pemblokiran, serta rekomendasi dari institusi yang berwenang).

Permasalahan ini dapat ditinjau berdasarkan Teori Efek Media Massa. Teori ini menyebutkan akan terdapat dampak sosial-budaya dan psikologis yang akan diterima oleh audiens ketika mengonsumsi konten di media massa. Apabila peran kementerian dan lembaga belum optimal untuk mencegah dan menanggulangi konten-konten negatif di media sosial, maka masyarakat akan lebih banyak mengonsumsi konten-konten negatif tersebut dan akan merasakan dampak negatif dari aspek sosial-budaya dan psikologis. Dengan demikian, peran Pemerintah dibutuhkan agar dampak negatif tersebut bisa diminimalisir.

**Ketujuh**, peran Dewan Pers dan asosiasi jurnalis belum optimal. Dewan Pers merupakan lembaga mandiri yang memiliki fungsi untuk menaungi kebebasan pers, menyusun dan mengontrol kode etik jurnalistik,

---

<sup>82</sup> Fauziah Murshid, "Kominfo: Ada 1,3 Juta Konten Negatif Laporan Warganet" *Republika*, 15 April 2021. Diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/qlbxi396/kominfo-ada-13-juta-konten-negatif-laporan-warganet> pada 24 Mei 2021 pukul 16.50 WIB

mengusahakan penyelenggaraan pengaduan masyarakat, mendukung organisasi/lembaga pers dalam mengatur regulasi pers, hingga mendata perusahaan pers. Salah satu kekurangan dari tugas Dewan Pers adalah lembaga tersebut cenderung kurang aktif dalam menjalankan fungsifungsinya, dalam artian mereka cenderung 'menunggu bola' dibandingkan 'menjemput bola'.

Hal ini terlihat dari beberapa permasalahan sebelumnya. Pertama, terkait dengan sertifikasi wartawan. Dewan Pers tidak mewajibkan tes tersebut dan hanya melaksanakan tes kepada para wartawan yang berkenan mengikuti tes tersebut. Kedua, terkait pendataan perusahaan pers. Pendataan perusahaan pers seharusnya dilakukan dengan lebih gencar dan tegas agar tidak ada situs-situs yang mengaku sebagai media dapat memproduksi konten berita yang berpotensi merugikan masyarakat. Selama ini, sertifikasi dan verifikasi perusahaan pers hanya dilakukan apabila ada permohonan dari perusahaan pers tersebut, jumlahnya pun masih sangat sedikit. Oleh karena itu, Dewan Pers harus lebih aktif dalam menjalankan tugas dan fungsinya.

Sementara itu, asosiasi jurnalis yang terbesar dan tertua di Indonesia adalah Persatuan Wartawan Indonesia (PWI). PWI beranggotakan seluruh wartawan se-Indonesia dan memiliki cabang di berbagai tingkatan daerah di Indonesia. Berdasarkan pasal 4 AD/ART dari PWI, beberapa fungsi dari PWI antara lain: memupuk kepribadian dan komitmen wartawan, meningkatkan ketaatan terhadap kode etik, mengembangkan kemampuan profesional wartawan, memperjuangkan kesejahteraan wartawan, hingga memperjuangkan kebebasan pers.<sup>83</sup>

Kehadiran PWI selaku *peer group* dari wartawan seluruh Indonesia seharusnya dapat mendorong kesejahteraan dan profesionalitas jurnalis. Sayangnya, PWI belum mampu mendorong profesionalitas dari wartawan karena belum mewajibkan anggotanya untuk melakukan sertifikasi wartawan yang dilaksanakan oleh Dewan Pers. Padahal, langkah tersebut penting untuk meningkatkan profesionalitas wartawan yang terukur dan teruji, Oleh karena

---

<sup>83</sup> "Peraturan Dasar, Peraturan Rumah Tangga, Kode Etik Jurnalistik, dan Kode Perilaku Wartawan Persatuan Wartawan Indonesia", Pasal 4

itu, PWI sebagai *peer group* seharusnya lebih maksimal dalam mendorong profesionalitas wartawan.

Seperti permasalahan sebelumnya, permasalahan ini juga dapat ditinjau melalui Teori Efek Media Massa. Menurut Elisabeth Perse, perlu adanya tindakan untuk memitigasi dan mengontrol dampak media terhadap individu. Peran tersebut juga seharusnya dipegang oleh Dewan Pers dan PWI selaku lembaga non-pemerintah dalam bidang media massa. Oleh karena itu, Dewan Pers dan PWI diharapkan mampu turut serta dalam profesionalisasi wartawan.

Sejumlah tantangan di atas berdampak pada ketahanan sosial-budaya masyarakat Indonesia. Ketahanan sosial dan budaya dapat diartikan sebagai kemampuan individu maupun kelompok masyarakat untuk bertindak dan menginterpretasi, menyelenggarakan, dan tetap berperan dalam menangkul keadaan yang tidak pasti menyangkut sosial dan budaya. Kondisi sosial budaya yang tidak menentu lebih lanjut dapat diartikan sebagai sebuah kondisi terdapatnya ancaman baik laten maupun yang terlihat berpotensi melunturkan bahkan menghilangkan identitas beserta produk kebudayaan; baik yang bersifat tampak maupun tidak tampak. Konsep ketahanan sosial budaya tersebut mengandung tiga dimensi, yakni: kemampuan identifikasi masalah, kemampuan adaptasi lingkungan, dan kemampuan mengikuti perubahan secara fleksibel dan dinamis.<sup>84</sup>

Jika peran media masih belum optimal, terdapat beberapa potensi dampak yang akan dirasakan oleh masyarakat. *Pertama*, kehidupan masyarakat makin kurang teredukasi melalui pemberitaan dan tayangan di media konvensional, *online*, maupun media sosial. Hal ini dikarenakan konten yang dikonsumsi oleh masyarakat setiap waktu mengandung konten-konten negatif. Padahal, media berperan sebagai alat untuk memberikan edukasi massal kepada masyarakat Indonesia.

*Kedua*, masyarakat semakin mudah terprovokasi, mudah terpengaruh konten-konten negatif dalam media massa. Hal tersebut akan cenderung mengakibatkan polarisasi masyarakat semakin tajam. Konten-konten negatif

---

<sup>84</sup> Agus Suwigyo (2018) Praktik Kewargaan Sehari-hari Sebagai Ketahanan Sosial Masyarakat Tahun 1950-an (Sebuah Tinjauan Sejarah). Jurnal Ketahanan Nasional. Vol. 24, No.1, April 2018, Hal 94-116

yang tidak terkontrol di media massa berpotensi memancing konflik diantara kelompok masyarakat yang berbeda. Ketidakmampuan Pemerintah dan lembaga-lembaga terkait untuk mengendalikan konten yang diproduksi oleh media massa akan menyebabkan adanya konten-konten yang menyinggung kelompok masyarakat tertentu.

*Ketiga*, dampaknya kerukunan sosial di masyarakat melemah. Hal ini juga terkait dengan melemahnya toleransi dalam masyarakat akibat informasi media yang negatif yang tayang dan beredar di media massa. Melemahnya toleransi dan kerukunan sosial di masyarakat akan meningkatkan potensi disintegrasi yang akan mengganggu persatuan dan kesatuan masyarakat Indonesia. Media sosial seharusnya tempat dimana Pemerintah bersama-sama dengan masyarakat untuk membangun konstruksi mengenai toleransi.<sup>85</sup> Beberapa akun media sosial memang telah berusaha untuk membangun pesan-pesan toleransi. Namun masih ada ratusan bahkan ribuan media sosial yang memproduksi konten-konten intoleran di media massa.

#### 15. **Solusi dalam Mengoptimalkan Peran Media Sebagai Sarana Publikasi dan Sosial untuk Meningkatkan Ketahanan Sosial Budaya**

Menyikapi permasalahan yang telah disebutkan dalam sub-bab sebelumnya, terdapat beberapa solusi yang bisa ditawarkan untuk mengoptimalkan peran media untuk penguatan ketahanan sosial budaya. Solusi tersebut pun melibatkan semua pemangku kepentingan yang ada dalam urusan media massa. Oleh karena itu, diperlukan solusi yang komprehensif dan holistik untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut.

**Pertama**, diperlukan solusi agar media massa tidak terlalu berorientasi keuntungan dan tidak mengabaikan fungsi edukasi. Solusi ini pun dapat mengacu kepada Teori Jarum Hipodermis yang dikemukakan oleh Elizabeth Noelle-Neumann yang menjelaskan bahwa media massa memiliki pengaruh kuat dalam mengontrol khalayak massa serta mengubah dan mempengaruhi perilaku individu. Oleh karena itu, media massa harus mengedepankan fungsi edukasi disamping *profit* untuk mempengaruhi perilaku masyarakat Indonesia.

---

<sup>85</sup> Danar Kristiana Dewi dan Lulus Sugeng Triandika, "Konstruksi Toleransi pada Akun Media Sosial Gusdurian" *Jurnal LENTERA*, Vol. 4, No.1 (2020)

Untuk mengurangi orientasi *profit* dalam media massa, diperlukan regulasi lebih besar yang mengatur mengenai kepemilikan dan *media group*. Hal ini berfungsi agar *media group* Indonesia tidak memonopoli frekuensi publik yang ditujukan untuk kepentingan umum masyarakat Indonesia. Kondisi ini bahkan dapat dieksploitasi untuk kepentingan politik dalam pemilu, karena monopoli sejumlah perusahaan media yang berafiliasi dengan pasangan calon kandidat. Oleh karena itu, harus diatur pula regulasi terkait batasan-batasan yang wajib dipatuhi media dalam kaitannya dengan penyelenggaraan pemilu.

Kemudian, untuk mendorong fungsi edukasi dalam media massa, harus ada regulasi yang mengatur mengenai penyiaran dan siaran pers. Idealnya, harus ada proporsi waktu tertentu yang ditujukan agar stasiun televisi selaku media massa paling populer di Indonesia dapat berperan dalam edukasi masyarakat Indonesia. Fungsi edukasi juga dapat dijalankan oleh media *online* dengan menghadirkan konten-konten yang memuat edukasi. Perlu dipahami bahwa konten edukasi tidak semata-mata konten yang melakukan pengajaran secara monoton, tetapi konten edukasi juga dapat dibuat dan dikemas dengan menarik sehingga para audiens tertarik untuk menonton/melihat konten tersebut. Salah satu konten yang dapat dicontoh adalah konten yang diproduksi oleh *National Geographic*. Stasiun televisi yang memproduksi konten edukatif tersebut mampu menarik lebih dari 27 juta penonton setiap bulannya.<sup>86</sup> Hal ini mampu dijadikan pelajaran oleh berbagai stasiun televisi maupun media *online* yang ada di Indonesia.

Akan tetapi, perlu diperhatikan bahwa konten-konten edukasi tersebut sesuai dengan "kearifan lokal (*local wisdom*)" yang ada di Indonesia dan dapat membangun karakter bangsa Indonesia. Menurut Conrad Kottak, kearifan lokal merujuk pada sebuah istilah yang muncul dari persoalan kepedulian masyarakat baik terhadap lingkungan tinggalnya dan identitasnya yang diwujudkan oleh serangkaian aturan, pantangan, dan norma yang berlaku secara lokal. Dengan demikian, konten yang diproduksi oleh media massa pun

---

<sup>86</sup> "National Geographic" *Disney Sales*. Diakses melalui <https://www.disneyadsales.com/our-brands/national-geographic/#:-:text=DIGITAL,audience%20of%2027M%20users%20monthly> pada 24 Mei 2021 pukul 20.00 WIB



tidak boleh bertentangan dengan nilai dan adat istiadat yang berlaku di Indonesia.

Oleh karena itu, terdapat beberapa aksi yang dapat dilaksanakan. Pertama, diperlukan pemahaman mendalam mengenai aturan, norma, dan adat istiadat yang menjadi acuan hidup bagi warga negara Indonesia. Perlu diingat bahwa Indonesia merupakan bangsa yang mempunyai kemajemukan suku, adat, kebiasaan, dan kultur budaya yang beraneka ragam. Oleh sebab itu, Pemerintah bersama dengan KPI perlu menentukan budaya apa yang diterima oleh masyarakat Indonesia secara umum tanpa mengundang konflik antar kebudayaan.

Kedua, diperlukan juga koordinasi dan sinergi dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan untuk memproduksi konten-konten yang akan dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Kemendikbud merupakan Kementerian yang berwenang dalam bidang edukasi di masyarakat. Dengan demikian, konten edukasi dengan berwawasan kearifan lokal yang akan diproduksi tentu akan lebih tepat sasaran. Kemendikbud juga dapat melakukan sosialisasi kepada para siswa atau pelajar yang sekarang masih melakukan proses belajar dari rumah untuk mempelajari mengenai kebudayaan dan kearifan lokal dari televisi mereka masing-masing.

Ketiga, komponen yang paling penting dalam setiap program adalah adanya pengawasan yang berkala dan berkelanjutan. Meskipun sudah ada ketentuan untuk melakukan edukasi dan sosialisasi berbasis kearifan lokal, akan ada perusahaan-perusahaan pers yang melanggar jika sanksinya hanya terbatas pada sanksi administratif. Oleh karena itu, diperlukan sanksi yang lebih tegas kepada perusahaan pers, misalnya: harus memperbesar porsi siaran edukasi, sanksi denda, bahkan jika memungkinkan larangan siaran/menerbitkan berita dalam satu periode waktu tertentu. Berbagai sanksi tersebut tidak digunakan untuk mengancam, tetapi untuk memastikan perusahaan pers mengikuti ketentuan yang berlaku.

**Kedua**, dibutuhkan solusi untuk meningkatkan literasi media masyarakat Indonesia. Literasi masyarakat Indonesia perlu ditingkatkan agar masyarakat mampu memahami (*understanding*) – tidak hanya mengetahui (*knowing*) – inti dan pesan yang disampaikan dalam suatu konten media massa. Dengan

pemahaman terhadap konten dan berita yang lebih baik, maka diharapkan masyarakat Indonesia semakin bijak untuk menyikapi konten yang mereka temukan di media sosial. Upaya untuk meningkatkan literasi juga terkait dengan Teori Efek Media Massa, dimana audiens akan terpengaruh secara psikologis, sosial, dan budaya dari informasi melalui produk digital yang ada di media massa. Dengan demikian, literasi diperlukan untuk meminimalisir dampak negatif kepada masyarakat Indonesia.

Pembahasan mengenai solusi peningkatan literasi dapat dibagi menjadi dua bagian, yakni peningkatan literasi secara keseluruhan dan peningkatan literasi digital. Dalam dunia pendidikan, ada beberapa tindakan yang dapat dipenuhi untuk memajukan literasi setiap warga negara Indonesia. Salah satu langkah yang saat ini telah digalakkan adalah upaya membangun budaya membaca di kalangan peserta didik melalui Gerakan Literasi yang dilaksanakan seminggu sekali di berbagai sekolah. Selain itu, materi tentang pembudayaan membaca dan literasi juga menjadi inti dari pelajaran Bahasa Indonesia yang menjadi mata pelajaran wajib peserta didik selama dua belas tahun menempuh pendidikan formal.<sup>87</sup> Namun gerakan tersebut dampaknya masih terbatas karena lemahnya pendampingan guru dalam Gerakan Literasi. Selama ini, gerakan literasi dilakukan tanpa pendampingan khusus dan hanya dilakukan di satu periode tertentu. Padahal, membangun budaya literasi perlu dibangun dengan intens dan harus dilakukan pendampingan khusus

Kemudian, juga dibutuhkan berbagai upaya untuk meningkatkan literasi digital mengingat kemajuan teknologi informasi yang ada di era globalisasi seperti saat ini. Upaya meningkatkan literasi digital dapat dibudayakan melalui peningkatan fasilitas publik untuk mendukung literasi digital, sosialisasi kepada masyarakat, hingga mengadakan pelatihan literasi digital di berbagai institusi pendidikan. Peningkatan fasilitas publik dibutuhkan agar masyarakat semakin terbiasa untuk mengoperasikan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari mereka. Sementara itu, edukasi dan sosialisasi bertujuan agar masyarakat mengetahui penggunaan teknologi digital secara tepat dan

---

<sup>87</sup> P. Suryo, "Budaya Literasi Penting! Bagaimana Cara Membangun Budaya Literasi" *Merah Putih*, 27 Februari 2020. Diakses melalui <https://merahputih.com/post/read/budaya-literasi-penting-bagaimana-cara-membangun-budaya-literasi> pada 24 Mei 2021 pukul 20.45 WIB

mampu meningkatkan literasi digital masyarakat Indonesia.<sup>88</sup> Dengan ketiga langkah tersebut, diharapkan literasi digital masyarakat semakin meningkat dan masyarakat semakin bijak untuk menyikapi berbagai konten yang ada di media massa.

**Ketiga**, dibutuhkan solusi agar perumusan regulasi di bidang media agar lebih *update* dan sesuai dengan perkembangan masa kini bahkan mungkin di masa depan. Permasalahan dari regulasi di sektor media adalah kerangka kebijakan dan regulasi yang ada tidak *up to date* dengan perkembangan zaman masa kini. Jika mengacu kepada Teori Komunikasi Massa, disebutkan bahwa media massa dapat diterapkan untuk mewujudkan manfaat informasi, *entertainment*, hingga kemaslahatan khusus. Dengan demikian, diperlukan solusi agar penggunaan media massa sesuai dengan fungsinya. Oleh karena itu, terdapat beberapa potensi solusi yang dapat dimaksimalkan oleh penyelenggara negara, baik Pemerintah selaku lembaga eksekutif (penyelenggaran pemerintahan) maupun DPR selaku lembaga legislatif (penyusun regulasi)

Pemerintah selaku lembaga eksekutif merupakan merupakan pengambil kebijakan tertinggi dalam urusan media. Oleh karena itu, diperlukan berbagai pertimbangan agar peraturan media yang ada saat ini mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Salah satu langkah yang bisa diaktifkan kembali oleh Pemerintah khususnya Kominfo adalah dengan membentuk *roadmap* pembangunan media Indonesia. *Roadmap* ini pernah dikembangkan oleh Kominfo untuk pembangunan media dalam periode singkat, periode sedang, dan periode lama hingga tahun 2015. Sayangnya, belum ada pembahasan lebih lanjut mengenai *roadmap* tersebut setelah tahun 2015.<sup>89</sup> Padahal, *roadmap* tersebut dibutuhkan untuk pembangunan media dalam jangka panjang agar Pemerintah dan lembaga terkait tidak mengeluarkan kebijakan secara spontanitas. Visi jangka panjang inilah yang kurang diwujudkan dalam pembangunan media saat ini. Hal ini tentu mengganggu

---

<sup>88</sup> "Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital di Masyarakat" *Jurnal Abe*, 6 Desember 2019. Diakses melalui <https://www.jurnalabe.com/2019/12/literasi-digital-di-masyarakat.html> pada 24 Mei 2021 pukul 21.00 WIB

<sup>89</sup> Uji Agung Santosa, "Media Massa Indonesia Kurang Kembangkan Pendidikan" *Kontan*, 25 Agustus 2014. Diakses melalui <https://nasional.kontan.co.id/news/media-massa-indonesia-kurang-kembangkan-pendidikan> pada 24 Mei 2021 pukul 21.11 WIB

perumusan regulasi yang ada di legislatif karena tidak ada visi jangka panjang yang dipegang oleh Pemerintah.

*Roadmap* tersebut juga terkait dengan fungsi legislasi yang dimiliki oleh badan legislatif, yakni DPR. DPR harus segera memulai pembahasan RUU di bidang media untuk memperbaharui regulasi yang sudah belasan tahun diadopsi tanpa pembaharuan. Penyusunan regulasi tersebut perlu melibatkan para pemangku kepentingan yang paham mengenai regulasi di bidang media, seperti Kominfo, KPI, PWI, Dewan Pers, akademisi, tokoh masyarakat, hingga masyarakat umum. Lebih pentingnya lagi, penyusunan RUU di bidang media tersebut perlu diselaraskan dengan pembangunan media dalam jangka panjang. Dengan demikian, diharapkan kerangka regulasi yang dibentuk oleh DPR tidak bertentangan dengan kerangka kerja pembangunan media yang berusaha dibentuk oleh Pemerintah sekaligus memastikan pembaharuan tersebut sesuai dengan kepentingan para pemangku kepentingan terkait. DPR dan Pemerintah juga harus segera menyelesaikan topik perdebatan yang masih menghambat adanya revisi UU di bidang media (khususnya RUU Penyiaran) diantaranya adalah perdebatan mengenai tugas dan fungsi KPI, konsep peralihan digital *single mux*, hingga perdebatan mengenai peran Pemerintah dalam mengatur peran media dan perusahaan pers.<sup>90</sup>

**Keempat**, dibutuhkan solusi untuk meningkatkan kapasitas jurnalis/insan pers agar dapat mendukung optimalisasi peran media. Masih banyak jurnalis yang belum memiliki sertifikasi wartawan yang menjadi salah satu standar yang digunakan oleh Dewan Pers. Selain itu, para wartawan juga harus beradaptasi dengan kehadiran media sosial dan media *online* lainnya yang memungkinkan individu tidak hanya menjadi konsumen, melainkan juga produsen dari konten tersebut seperti yang telah disampaikan dalam Teori Budaya Partisipasi. Oleh sebab itu, dibutuhkan beberapa usaha sistematis yang dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas jurnalis secara bertahap.

Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah dengan mewajibkan tes sertifikasi wartawan yang sebelumnya dianggap opsional. Apabila Dewan

---

<sup>90</sup> Nabilla Tashandra, "Tak Kunjung Rampung, Ini Hambatan Revisi UU Penyiaran" *Kompas*, 10 Juni 2017. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2017/06/10/13001461/tak.kunjung.rampung.ini.hambatan.revisi.uu.penyiaran> pada 24 Mei 2021 pukul 21.30 WIB

Pers tidak mampu mewajibkan tes tersebut, Dewan Pers dapat meminta bantuan Pemerintah untuk memerintahkan perusahaan media untuk mewajibkan wartawannya untuk mengikuti tes sertifikasi. Dewan Pers juga perlu memberikan penjelasan kepada para wartawan dan perusahaan media bahwa tes sertifikasi bukanlah sebuah alat yang digunakan oleh Pemerintah untuk mengekang wartawan dan membatasi kebebasan pers. Tes sertifikasi hanya ditujukan untuk meningkatkan kapasitas dari wartawan tersebut dalam melakukan tugasnya.

Langkah berikutnya, para wartawan yang tersertifikasi harus membantu perusahaan medianya dalam menjelaskan dan mengklarifikasi berita-berita bohong maupun konten-konten yang bermuatan negatif dalam media sosial maupun media *online* lainnya. Perlu dipahami bahwa budaya partisipasi masyarakat saat ini tidak bisa dikembalikan ke budaya non-partisipatif yang pada umumnya terjadi di tahun 1900-1990. Untuk mengikuti perkembangan zaman, maka wartawan terverifikasi juga perlu untuk berperan sebagai klarifikator dan validator yang tersebar di media massa. Dengan ribuan validator, diharapkan wartawan mampu menguasai diskursus di media massa dengan berita-berita yang positif dan terbukti kebenarannya. Dengan demikian, jumlah konten-konten yang negatif dan tidak benar dapat dikurangi jumlahnya secara signifikan sehingga mampu mengurangi dampaknya kepada masyarakat umum selaku konsumen dari konten-konten tersebut.

**Kelima**, diperlukan solusi agar peran media sosial dan media *online* saat ini mampu memperkuat kearifan lokal masyarakat Indonesia. Seperti yang telah disebutkan dalam Teori Komunikasi Massa, media massa di era modernisasi lebih dominan dalam mengkampanyekan budaya Barat dan mempertaruhkan budaya tradisional serta keotentikan kultur peradaban daerah suatu masyarakat. Dengan makin dominannya budaya-budaya Barat, maka diperlukan upaya untuk memperkuat kembali kearifan lokal yang ada di Indonesia. Merujuk kepada pendapat Alfian, Kearifan lokal merupakan pengetahuan dan pandangan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari mereka. Media massa seharusnya menunjukkan dan memperkuat cara-cara hidup bangsa Indonesia dan bukan mempromosikan cara hidup masyarakat Barat yang kebudayaannya pasti kurang sesuai dengan kebudayaan

masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan solusi agar peran media mampu memperkuat kearifan lokal.

Ada beberapa langkah yang dapat dilakukan. Pertama, memperkuat fungsi media untuk pemajuan kebudayaan. Berdasarkan UU No. 5 Tahun 2017 mengenai Pemajuan Kebudayaan, pihak-pihak yang diwajibkan untuk melakukan publikasi yang berhubungan dengan inventarisasi, proteksi, pengusahaan, dan perlindungan objek pemajuan kebudayaan hanya terbatas kepada media Pemerintah Pusat dan Daerah. Padahal, agar *audience* yang dijangkau semakin besar, maka dibutuhkan keterlibatan media-media yang ada di Indonesia untuk melakukan publikasi tersebut. Bagaimanapun, objek pemajuan kebudayaan tersebut merupakan warisan dari cara hidup masyarakat kita di waktu lampau. Oleh sebab itu, setiap media hendaklah diberikan kewajiban proporsional untuk membantu melakukan publikasi mengenai objek pemajuan kebudayaan.

Kedua, adalah dengan memperkuat kaitan antara perusahaan media/pers dengan kelompok-kelompok sipil masyarakat yang berada di akar rumput. Kearifan lokal tidak akan ditemukan oleh perusahaan media apabila mereka menolak untuk terjun ke akar rumput dan memahami cara hidup bangsa Indonesia. Dengan memahami cara hidup bangsa Indonesia, maka pers/media akan menemukan permasalahan yang dapat diangkat dan bisa dijadikan solusi bagi perkembangan Indonesia. Oleh karena itu, berbagai perusahaan media/pers perlu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan berbagai kelompok masyarakat di Indonesia.

Keenam, dibutuhkan solusi untuk meningkatkan peran kementerian dan lembaga dalam mengoptimalkan peran media, khususnya terkait dengan ketahanan sosial budaya. Lembaga-lembaga yang diharapkan berperan lebih dalam mengoptimalkan peran media adalah Kominfo dan KPI selaku dua lembaga terbesar yang mengendalikan media di tanah air.

Satu diantara hal yang perlu disoroti adalah peran Kominfo dalam melakukan pencegahan terhadap kemunculan informasi dari produk elektronik yang negatif di saluran resmi komunikasi berita. Selama ini, peran Kominfo sebagian besar hanya di bagian penanggulangan, yakni melalui pemblokiran, pemutusan akses, hingga penutupan sementara (*suspension*) terhadap akun-

akun media sosial. Padahal, seharusnya Kominfo juga berfokus pada pencegahan agar masyarakat Indonesia tidak sepenuhnya terpapar informasi dari produk elektronik yang negatif yang ada di media. Apabila Kominfo hanya berfokus kepada penanggulangan, maka masyarakat sudah akan terlanjur terpapar konten-konten negatif yang dapat merugikan.

Tindakan yang dapat dijalankan oleh Kominfo ialah seperti mewajibkan pendaftaran akun media sosial dengan foto KTP dan penggunaan NIK sebagai salah satu komponen pendaftaran. Jika semua media sosial teregistrasi dengan nomor identitas, maka pemilik akun tersebut akan berpikir ulang apabila ingin menyebarkan konten-konten negatif dan berita bohong.<sup>91</sup> Selain itu, langkah ini juga dapat mencegah anak-anak di bawah umur untuk mengakses media sosial yang penuh konten-konten negatif. Langkah ini juga membutuhkan kerja sama dengan pihak perusahaan media sosial yang berada di Indonesia.

Kemudian, KPI selaku komisi di bidang penyiaran yang ada di Indonesia juga harus lebih tegas terhadap stasiun televisi yang melanggar ketentuan penyiaran. Meskipun sanksi saat ini terbatas pada sanksi administratif, KPI dapat meminta stasiun televisi tersebut untuk mengumumkan bahwa mereka melanggar ketentuan yang ditetapkan oleh KPI. Selama ini, sanksi yang diberikan oleh KPI hanya berada di balik layar, sementara audiens tidak mengetahui bahwa stasiun televisi tersebut telah diberikan sanksi oleh KPI. Dengan begitu, diharapkan stasiun televisi merasakan efek sosial dari pelanggaran ketentuan KPI tersebut.

Terakhir, dibutuhkan solusi untuk mengoptimalkan peran Dewan Pers dan asosiasi jurnalis (PWI). Selama ini, peran Dewan Pers dan PWI masih terbatas mengingat mereka adalah organisasi non-pemerintah yang bergerak di luar pemerintahan. Dewan Pers merupakan lembaga non-pemerintah utama yang dapat mendorong profesionalisme wartawan. Oleh karena itu, Dewan Pers perlu mendorong anggotanya untuk segera melakukan sertifikasi wartawan sebagai bagian dari upaya untuk melakukan profesionalisasi

---

<sup>91</sup> Lia Harahap, "Penggunaan NIK KTP untuk Registrasi Medsos Dijamin Bikin Jera Penyebar Hoax" *Merdeka*, 10 Februari 2018. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/penggunaan-nik-ktp-untuk-registrasi-medsos-dijamin-bikin-jera-penyebar-hoax.html> pada 24 Mei 2021 pukul 21.45 WIB

terhadap wartawan. Untuk meningkatkan jumlah partisipasi wartawan dalam tes sertifikasi yang dilaksanakan oleh Dewan Pers, maka Dewan Pers perlu berkomunikasi intensif dengan perusahaan media, Pemerintah melalui Kominfo, PWI, hingga KPI. Komunikasi intensif tersebut dibutuhkan agar Dewan Pers mampu melakukan proposal ide bahwa sertifikasi wartawan merupakan suatu hal yang menjadi prioritas bersama bagi industri media di Indonesia. Selain itu, Dewan Pers juga perlu memberikan potongan harga kepada wartawan-wartawan yang berminat untuk mengikuti sertifikasi wartawan sehingga makin banyak wartawan yang berminat untuk mengikuti tes tersebut.

Di sisi lain, dibutuhkan juga *peer pressure* dari wartawan yang tergabung dalam PWI. PWI adalah organisasi yang menaungi wartawan di seluruh Indonesia sehingga mereka diharapkan mampu mengadvokasi dan memberikan bantuan agar para wartawan di Indonesia mendapatkan kemudahan akses dan informasi mengenai tes sertifikasi wartawan tersebut. PWI juga perlu berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan lainnya agar ada kesamaan visi antara wartawan dan regulator dalam industri media di Indonesia.





## BAB IV PENUTUP

### 16. Simpulan

Berdasarkan latar belakang, tinjauan pustaka dan pembahasan optimalisasi peran media untuk meningkatkan ketahanan sosial budaya, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

- a. Peran media sebagai sarana publikasi dan sosial saat ini dapat dicermati dari beberapa kondisi antara lain; (1) Media massa terlalu berorientasi kepada keuntungan dan mengabaikan fungsi edukasi; (2) Literasi media masyarakat Indonesia masih rendah; (3) Regulasi media sudah tidak relevan untuk mengatur operasionalisasi media massa di Indonesia; (4) Belum cukup memadainya kapasitas perusahaan Pers dan jurnalis untuk menjalankan fungsi-fungsi media seperti seharusnya; (5) Media *online* dan media sosial lebih dominan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat dibanding media konvensional; (6) Peran Kementerian dan Lembaga kurang optimal dalam optimalisasi peran media; (7) Peran Dewan Pers dan asosiasi keprofesian jurnalis belum optimal.
- b. Peran media yang belum optimal dapat berdampak multi-aspek terhadap ketahanan sosial budaya masyarakat, di antaranya: (1) masyarakat makin kurang teredukasi akibat pemberitaan dan tayangan di media konvensional, *online*, maupun media sosial; (2) masyarakat semakin mudah terprovokasi, mudah terpengaruh konten-konten negatif di media massa; (3) melemahnya kerukunan sosial di tengah kemajemukan masyarakat Indonesia.
- c. Berkaitan dengan solusi untuk mengoptimalkan peran media sebagai sarana publikasi dan sosial, maka dapat dilakukan beberapa langkah strategis antara lain: (1) Pengaturan mengenai kepemilikan media massa dan *media group*; (2) Pembaharuan regulasi yang mengatur penyiaran dari insan pers; (3) Penguatan kerja sama antara Kemendikbudristek dengan perusahaan pers dalam produksi konten budaya; (4) Pengawasan konten-konten edukatif secara berkelanjutan. (5) Optimalisasi peran guru dalam Gerakan Literasi Nasional; (6)

Pembiasaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi digital dengan bertanggung jawab, melalui penyediaan fasilitas publik, sosialisasi dan edukasi, serta pelatihan kepada masyarakat; (7) mengembangkan *roadmap* pengelolaan media dan diintegrasikan dalam peraturan perundang-undangan; (8) Peningkatan kapasitas perusahaan media dan jurnalis dapat dilaksanakan melalui berbagai program, seperti: sertifikasi wartawan, serta peningkatan peran jurnalis dan perusahaan Pers untuk memvalidasi dan klarifikasi berita-berita bohong; (9) kewajiban pendaftaran akun media sosial menggunakan KTP; (10) Peningkatan sinergi antara KPI dan Kemenkominfo.

## 17. Rekomendasi

- a. Pemerintah perlu menegaskan kembali penerapan regulasi dalam menata dan menguasai media, terutama media televisi dan media sosial, seperti yang dilakukan oleh Amerika Serikat dan Singapura, karena peran dan fungsi media sangat mempengaruhi hajat hidup orang banyak dan berdampak pada keutuhan NKRI.
- b. Pemerintah dan DPR bersama seluruh pemangku kepentingan terkait perlu merevisi UU Pers dan UU Penyiaran agar lebih adaptif dengan tantangan disrupsi di era 4.0, dengan memasukkan substansi berupa kewajiban dan sanksi bagi perusahaan media dalam upaya memajukan budaya lokal maupun nasional.
- c. Kemenkominfo perlu bersinergi dengan pemilik perusahaan media massa, para pimpinan redaksi dan para *influencer* yang memiliki jumlah pengikut di atas satu juta, untuk menyediakan slot khusus dalam memuat konten yang berisi nilai-nilai budaya lokal di jam tayang primer atau lini masa akun medsos mereka, agar dapat menjangkau seluruh segmen khalayak.
- d. Kemenkominfo perlu bekerja sama dengan kalangan akademisi dan lembaga penelitian untuk mengkaji dan memetakan perilaku digital masyarakat Indonesia dalam upaya penguatan peran media massa, khususnya media *online* dan media sosial yang sangat dipengaruhi oleh perilaku digital penggunaannya atau masyarakat pada umumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Arsyad, Azhar. 2002 *Media Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Iswandi, Syaputra. 2013 *Rezim Media*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan Jakarta. 2016. *Analisis Partisipasi Kebudayaan*. Jakarta: Pusat Data dan Statistik Pendidikan dan Kebudayaan, Kemdikbud.
- McQuail, Denis. 2010. *McQuail's Mass Communication Theory* (6<sup>th</sup> edition). London: Sage Publication Ltd
- Sedyawati, Edy. 2006. *Budaya Indonesia: Kajian Arkeologi, Seni, dan Sejarah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Soekanto, Soerjono. 2002. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Winardi. 1996. *Perilaku Organisasi (Organizational Behaviour)*. Bandung: Tarsito
- Yosal, Iriantara. 2009. *Literasi Media: Apa, Mengapa, Bagaimana*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

### JURNAL

- Alfian, Magdalia. 2013 "Potensi Kearifan lokal dalam Pembentukan Jati Diri dan Karakter Bangsa". Prosiding The 5<sup>th</sup> ICSSIS; "Ethnicity and Globalization".
- Chomsky, Noam. 1997. *What Makes Mainstream Media Mainstream*, Z Magazine
- Dewi, Danar Kristiana dan Triandika, Lulus Sugeng. 2020. "Konstruksi Toleransi pada Akun Media Sosial Gusdurian. *Jurnal LENTERA*, Vol. 4, No.1
- Halik, Abdul. 2015. Peran Media Massa Dalam Komunikasi Antar Budaya. *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. II, No. 1, Desember : 83 - 92
- Istiawati, F.N. 2019. Pendidikan Karakter Berbasis Nilai-Nilai Kearifan Lokal Adat Ammatoa dalam Menumbuhkan Karakter Konservasi." *Cendikia*, 10(1): 1-18
- Kaplan, Andres & Haenlein, Michael. 2010."User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons*.
- Keck, Markus dan Sakdapolrak, Patrick. 2013 "What is Social Resilience? Lessons Learned and Ways Forward" *ERDKUNDE* 67, No.1: 5-19
- Khatimah, Husnul. 2018. *Posisi dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat*, Tasamuh, Vol 16 No 1.

- Koentjaraningrat. 1979. *Manusia dan Kebudayaan Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Lang, Annie. 2013. "Discipline in crisis? The shifting paradigm of mass communication research". *Communication Theory*. 23 (1): 10–24.
- Mujahidin, Akhmad. 2016. Peranan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Ekonomi dan Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Syariah, Vol. 15 No. 2, Desember 2016*.
- Nahak, Hildigardis M.I. *Upaya Melestarikan Budaya Indonesia di Era Globalisasi*, Jurnal Sosiologi Nusantara, Vol 5, No 1.
- Paladino, Brandon. 2018. "Democracy Disconnected: Social Media's Caustic Influence on Southeast Asia's Fragile Republics" *Brookings*.
- Pratama, Bangkit Ary dan Parmadi, Anom. 2019. "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kecenderungan Sikap Apatitis Terhadap Lingkungan Sekitar Pada Siswa SMP N 1 Sukoharjo, Kec/Kab Sukoharjo, Jateng" *Indonesian Journal on Medical Science* 6, No.1
- Saryani, "Pariwisata dan Ketahanan Sosial Budaya". 2013. *Jurnal Ketahanan Nasional* 19, No.1
- Suwigyo, Agus. 2018. Praktik Kewargaan Sehari-hari Sebagai Ketahanan Sosial Masyarakat Tahun 1950-an (Sebuah Tinjauan Sejarah). *Jurnal Ketahanan Nasional. Vol. 24, No.1, April 2018, Hal 94-116* :<http://dx.doi.org/10.22146/jkn.31239>.
- Warmbrodt, John. Sheng, Hong dan Hall, Richard "Understanding the Video Bloggers' Community" *International Journal of Virtual Communities and Social Networking* 2, No.2 (2010): 43-59

## **PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 1999 mengenai Pers

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 mengenai Penyiaran

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2016 mengenai Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 mengenai Pemajuan Kebudayaan

Peraturan Presiden RI Nomor 18 Tahun 2020 mengenai Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024

**SUMBER INTERNET**

- “4 Permasalahan Krusial dalam Pelaksanaan UU Penyiaran” *Hukum Online*, 11 Juni 2016. Diakses melalui <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt575c0cc15d7be/4-permasalahan-krusial-dalam-pelaksanaan-uu-penyiaran/> pada 24 Mei 2021 pukul 17.50 WIB
- “43.300 Media tak Terdaftar di Dewan Pers” *Merdeka*, 16 Mei 2018. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/43300-media-tak-terdaftar-di-dewan-pers.html> pada 24 Mei 2021. Pukul 19.15 WIB
- “Apa Kabar Revisi UU Penyiaran?” *Liputan 6*, 9 Maret 2021. Diakses melalui <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4502480/apa-kabar-revisi-uu-penyiaran> pada 15 April 2021 pukul 11.00 WIB
- “Awat, Aneka Dampak Buruk Televisi” *Berita Satu*, 30 Desember 2011. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/kesehatan/23730/awat-aneka-dampak-buruk-televisi> 11 April 2021 pukul 12.00 WIB
- “Bagaimana Memajaki Para Selebgram dan Influencer Media Sosial?” *BBC*, 16 Januari 2019. Diakses melalui <https://www.bbc.com/indonesia/indonesia-46819844> pada 15 April 2021 pukul 16.00 WIB
- “Cara Menghitung Pajak Influencer, Cara Bayar, dan Lapor SPT Pajaknya” *Klik Pajak*. Diakses melalui [https://klikpajak.id/blog/perhitungan/cara-menghitung-pajakinfluencer/#Dasar\\_Penghitungan\\_PPh\\_Orang\\_Pribadi\\_sebagai\\_Influencer](https://klikpajak.id/blog/perhitungan/cara-menghitung-pajakinfluencer/#Dasar_Penghitungan_PPh_Orang_Pribadi_sebagai_Influencer) pada 15 April 2021 pukul 11.00 WIB
- “Covid-19 dan dampaknya pada tren konsumsi media”, diakses dari <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/covid-19-dan-dampaknya-pada-tren-konsumsi-media/>, pada 31 Mei 2021 pukul 11.25 WIB
- “Dilema Kemerdekaan Pendapat dan Konten Negatif Media Sosial” *CNN Indonesia*, 18 Agustus 2020. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200818130525-185-536829/dilema-kemerdekaan-pendapat-dan-konten-negatif-media-sosial> pada 11 April 2021 pukul 12.45 WIB

- “Evaluasi Tahunan TV: KPI Soroti Peningkatan Jumlah Sanksi di SCTV dan Indosiar” *KPI*, 1 Februari 2021. Diakses melalui <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/36098-evaluasi-tahunan-tv-kpi-soroti-peningkatan-jumlah-sanksi-di-sctv-dan-indosiar> pada 13 April 2021 pukul 14.00 WIB
- “ Fanatisme Fans K-Pop: Candu dan Bumbu Remaja” *Kumparan*, 6 Januari 2017. Diakses melalui <https://kumparan.com/kumparank-pop/fanatisme-fans-k-pop-candu-dan-bumbu-remaja/full> pada 11 April 2021 pukul 13.00 WIB
- “Indonesia Malaysia Sepakat Bangun Program Siaran Bersama” *Tempo*, 12 Juni 2008. Diakses melalui <https://bisnis.tempo.co/read/125254/indonesia-malaysia-sepakat-bangun-program-siaran-bersama> pada 13 April 2021 pukul 18.30 WIB
- “Joint Statement on Strengthening Media Exchanges and Cooperation Between ASEAN and China” *ASEAN*, 2019. Diakses melalui <https://asean.org/storage/2019/11/Final-ASEAN-China-Joint-Statement-on-Strengthening-Media-Exchanges-and-Cooperation-between-ASEAN-and-China.pdf> pada 14 April 2021 pukul 10.00 WIB
- “Kualitas Program Anak TVRI Paling Baik” diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/22/kualitas-program-anak-tvri-paling-baik> pada 8 Juli 2021 pukul 20.17 WIB
- “Layanan Streaming Mulai Menggeser Televisi Konvensional” diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/22/layanan-streaming-mulai-menggeser-televisi-konvensional> pada 8 Juli 2021 pukul 20.00 WIB
- “Masalah Penyiaran Butuh Reformasi Menyeluruh, Permohonan Uji Materi RCTI dan iNews ke MK Salah Kaprah” *The Conversation*, 4 September 2020. Diakses melalui <https://theconversation.com/masalah-penyiaran-butuh-reformasi-menyeluruh-permohonan-uji-materi-rcti-dan-inews-ke-mk-salah-kaprah-145412> pada 24 Mei 2021 pukul 17.45 WIB
- “Medsos Sebabkan Gangguan Mental pada Orang Indonesia” *CNN Indonesia*, 26 Juni 2019. Diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20190626100119-255-406497/medsos-sebabkan-gangguan-mental-pada-orang-indonesia> pada 11 April 2021 pukul 12.30 WIB

- “National Geographic” *Disney Sales*. Diakses melalui <https://www.disneyadsales.com/our-brands/nationalgeographic/#:~:text=DIGITAL,audience%20of%2027M%20users%20monthly> pada 24 Mei 2021 pukul 20.00 WIB
- “Pemerintah ingin media sosial dimanfaatkan untuk hal produktif” diakses melalui [https://www.kominfo.go.id/content/detail/8637/pemerintah-ingin-media-sosial-dimanfaatkan-untuk-hal-produktif/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8637/pemerintah-ingin-media-sosial-dimanfaatkan-untuk-hal-produktif/0/sorotan_media) pada 8 Juli 2021 pukul 13.00 WIB
- "Pentingnya Kebudayaan sebagai Pondasi Karakter Bangsa", Diakses dari <https://nasional.kompas.com/read/2019/12/24/06360051/pentingnya-kebudayaan-sebagai-pondasi-karakter-bangsa?page=all>, pada 1 Juni 2021 pukul 14.55 WIB.
- “Riset: Netizen di Indonesia paling Tak Sopan se-Asia Tenggara”. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210225115954-185-610735/riset-netizen-di-indonesia-paling-tak-sopan-se-asia-tenggara> pada 20 Agustus 2021 pukul 19.36 WIB.
- “Riset Tentang Budaya Lokal Minimalisir Salah Penafsiran, 24 Oktober 2019 <http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/35381-riset-tentang-budaya-lokal-minimalisir-salah-penafsiran> pada 11 April 2021 pukul 12.15 WIB
- “Sekilas tentang Aturan Konten TV Amerika” *Komisi Penyiaran Indonesia*, 11 Februari 2013. Diakses melalui [http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/24-dunia-penyiaran/31106-sekilas-tentang-aturan-konten-tv-amerika#:~:text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20regulasi%20utama,DPR\)%2C%20serta%20Mahkamah%20Agung.&text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20koran%20dan,yang%20terkait%20dengan%20pemerintah%20pusat](http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/24-dunia-penyiaran/31106-sekilas-tentang-aturan-konten-tv-amerika#:~:text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20regulasi%20utama,DPR)%2C%20serta%20Mahkamah%20Agung.&text=Di%20Amerika%20Serikat%2C%20koran%20dan,yang%20terkait%20dengan%20pemerintah%20pusat). Pada 13 April 2021 pukul 17.20 WIB
- “Social Media Penetration in Southeast Asia as of January 2021, by Country” *Statista*. Diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/487981/social-penetration-in-southeast-asian-countries/> pada 13 April 2021 pukul 17.25 WIB
- “Theory and Strategy of Socio-Cultural Resilience” *Pascasarjana Interdisipliner Universitas Brawijaya*. Diakses melalui <https://ppsub.ub.ac.id/akademik/>

program-studi-interdisipliner/ wasantanas3/silabus/theory-and-strategy-of-socio-cultural-resilience/ pada 9 April 2021 pukul 15.00 WIB

“Tingkat Literasi Indonesia Rendah, Rerking 62 dari 70 Negara”. Diakses dari <https://perpustakaan.kemendagri.go.id/?p=4661> pada 1 Juni 2021 pukul 16.30 WIB

“Upaya Peningkatan Kemampuan Literasi Digital di Masyarakat” *Jurnal Abe*, 6 Desember 2019. Diakses melalui <https://www.jurnalabe.com/2019/12/literasi-digital-di-masyarakat.html> pada 24 Mei 2021 pukul 21.00 WIB

Abdillah, “Infografis: 5 Influencer Indonesia dengan Jumlah Pengikut Terbanyak” *Liputan 6*, 7 Agustus 2020. Diakses melalui <https://id.berita.yahoo.com/infografis-5-influencer-indonesia-dengan-060053037.html> pada 13 April 2021 pukul 16.00 WIB

Aida, Nur Rohmi. “3 Hal yang Perlu Diketahui soal Apa Itu Polisi Virtual, dari Tugas hingga Cara Kerja” *Kompas*, 26 Februari 2021. Diakses melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2021/02/26/083100665/3-hal-yang-perlu-diketahui-soal-apa-itu-polisi-virtual-dari-tugas-hingga?page=all> pada 15 April 2021 pukul 16.30 WIB

Ashar, Syamsul. “Pidana di UU ITE Efektif Menjerat Pengguna Medsos, Hingga Oktober ada 324 Kasus” *Kontan*, 1 November 2020. Diakses melalui <https://nasional.kontan.co.id/news/pidana-di-uu-ite-efektif-menjerat-pengguna-medsos-hingga-oktober-ada-324-kasus> pada 13 April 2021 pukul 15.00 WIB

Ayyubi, Sholahhudin Al. “Virtual Police Tegur 329 Akun Media Sosial, 91 Bandel” *Kabar Bisnis*, 13 April 2021. Diakses melalui <https://kabar24.bisnis.com/read/20210413/16/1380556/virtual-police-tegur-329-akun-media-sosial-91-bandel> pada 24 Mei 2021 pukul 16.45 WIB

Azman. *Penggunaan Media Massa dan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Komunikasi*, Jurnal Peurawi ; Media Kajian Komunikasi Islam, Vol 1 no 1 tahun 2018. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/308788-penggunaan-media-massa-dan-media-sosial-a59672b6.pdf> pada 1 Juni 2021 pukul 17.00 WIB

Bando, Muhammad Syarif. “Tingkat Literasi Indonesia di Dunia Rendah, Ranking 62 dari 70 Negara” *Tribun*, 22 Maret 2021. Diakses melalui



<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/03/22/tingkat-literasi-indonesia-di-dunia-rendah-ranking-62-dari-70-negara> pada 24 Mei 2021 pukul 16.30 WIB

Dahono, Yudo. "Data: Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia 2020-2021" *Berita Satu*, 15 Februari 2021. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/digital/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia20202021> pada 13 April 2021 pukul 16.15 WIB

Deign, Jason. "How the Internet is Changing the Way We Watch Television" *Cisco*, 6 Januari 2013. Diakses melalui <https://newsroom.cisco.com/feature-content?type=webcontent&articleId=1119737> pada 13 April 2021 pukul 17.00 WIB

Greiner, Andrew. Seth Fiegerman, Ivory Sherman, dan Tiffany Baker, "Facebook at 15: How a College Experiment Changed the World" *CNN*, 1 Februari 2019. Diakses melalui <https://edition.cnn.com/interactive/2019/02/business/facebook-history-timeline/index.html> pada 13 April 2021 pukul 17.15 WIB

Harahap, Lia. "Penggunaan NIK KTP untuk Registrasi Medsos Dijamin Bikin Jera Penyebar Hoax" *Merdeka*, 10 Februari 2018. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/peristiwa/penggunaan-nik-ktp-untuk-registrasi-medsos-dijamin-bikin-jera-penyebar-hoax.html> pada 24 Mei 2021 pukul 21.45 WIB

Kemp, Simon. "15,5 Users Join Social Every Second (and Other Key Stats to Know)" *Hootsuite*, 27 Januari 2021. Diakses melalui <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-socialmedia/#:~:text=Social%20media%3A%20there%20are%20now,of%20the%20world's%20total%20population.> Pada 13 April 2021 pukul 16.25 WIB

Mashabi, Sania. "Polemik Raffi Ahmad, Ahli Sarankan Pemerintah Lebih Pilih Community Influencer" *Kompas*, 15 Januari 2021. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2021/01/15/13230371/polemik-raffi-ahmad-ahli-sarankan-pemerintah-lebih-pilih-community> pada 15 April 2021 pukul 16.10 WIB

Morissan. Faktor-Faktor Yang Paling Berpengaruh Terhadap Isi Pesan Media, *Jurnal Visi Komunikasi*. Diakses dari <http://digilib.mercubuana.ac.id>

/manager/t!@file\_artikel\_abstrak/ Isi\_Artikel\_839879807449.pdf pada 31 Mei 2021 pukul 15.00 WIB

Murshid, Fauziah. "Kominfo: Ada 1,3 Juta Konten Negatif Laporan Warganet" *Republika*, 15 April 2021. Diakses melalui <https://www.republika.co.id/berita/qrlbxi396/kominfo-ada-13-juta-konten-negatif-laporan-warganet> pada 24 Mei 2021 pukul 16.50 WIB

Pan, Bihao. "What Does the Future of TV in Southeast Asia Look Like" *IAB Sea+India*, Desember 2020. Diakses melalui <https://iabseaindia.com/future-tv-southeastasia/> pada 13 April 2021 pukul 17.30 WIB

Prabowo, Haris. "AJI: Revisi UU Pers Bisa Membumihanguskan Perusahaan Media" *Tirto*, 11 Juni 2020. Diakses melalui <https://tirto.id/aji-revisi-uu-pers-bisa-membumihanguskan-perusahaan-media-fGNW> pada 15 April 2021 pukul 10.00 WIB

Pratama, Bangkit Ary; dan Anom Parmadi, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kecenderungan Sikap Apatis Terhadap Lingkungan Sekitar Pada Siswa SMP N 1 Sukoharjo, Kec/Kab Sukoharjo, Jateng" *Indonesian Journal on Medical Science* 6, No.1 (2019)

Ratih, Dewi. *Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Tradisi Misalin Di Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis*. Diakses dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/istoria/article/view/24184> pada 1 juni 2021 pukul 14.40 WIB

Riyanto, Andi Dwi. "Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2020". Diakses melalui <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> pada 13 April 2021 pukul 15.17 WIB

Santosa, Uji Agung. "Media Massa Indonesia Kurang Kembangkan Pendidikan" *Kontan*, 25 Agustus 2014. Diakses melalui <https://nasional.kontan.co.id/news/media-massa-indonesia-kurang-kembangkan-pendidikan> pada 24 Mei 2021 pukul 21.11 WIB

Saroh, Mutaya. "Survei: Pesan Intoleransi Bertebaran di Media Sosial" *Tirto*, 6 Januari 2017. Diakses dari <https://tirto.id/survei-pesan-intoleransi-bertebaran-di-media-sosial-cfeY> pada 9 April 2021 pukul 12.50 WIB

Setiawan, Aria Aditya. Peran Media Massa Dalam Meningkatkan Kualitas Kepemerintahan Lokal Berbasis Human Security Di Kota Jayapura.

Diakses dari <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/politika/article/download/5096/4622>. Pada 31 Mei 2021 pukul 14.00 WIB

Setu, Ferdinandus. "Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020, Akses Internet Makin Terjangkau" *Kominfo*, 20 November 2020. Diakses melalui [https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/content/detail/30928/siaran-pers-no-149hmkominfo112020-tentang-hasil-survei-indeks-literasi-digital-nasional-2020-akses-internet-makin-terjangkau/0/siaran_pers) pada 13 April 2021 pukul 15.14 WIB

Stephanie, Conney. "Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia Melek Media Sosial" *Kompas*, 24 Februari 2021. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial#:~:text=Dalam%20laporan%20berjudul%20Digital%202021,penetrasinya%20sekitar%2061%2C8%20persen> pada 11 April 2021 pukul 12.20 WIB

Suryo, P. "Budaya Literasi Penting! Bagaimana Cara Membangun Budaya Literasi" *Merah Putih*, 27 Februari 2020. Diakses melalui <https://merahputih.com/post/read/budaya-literasi-penting-bagaimana-cara-membangun-budaya-literasi> pada 24 Mei 2021 pukul 20.45 WIB

Tashandra, Nabilla. "Tak Kunjung Rampung, Ini Hambatan Revisi UU Penyiaran" *Kompas*, 10 Juni 2017. Diakses melalui <https://nasional.kompas.com/read/2017/06/10/13001461/tak.kunjung.rampung.ini.hambatan.revisi.uu.penyiaran> pada 24 Mei 2021 pukul 21.30 WIB





LAMPIRAN-1

# ALUR PIKIR

## OPTIMALISASI PERAN MEDIA UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN SOSIAL BUDAYA

PERAN MEDIA  
SAAT INI

### RUMUSAN MASALAH

**BAGAIMANA  
MENGOPTIMALKAN  
PERAN MEDIA  
UNTUK  
MENINGKATKAN  
KETAHANAN  
SOSBUD ?**

### PERTANYAAN-2 KAJIAN

1. BAGAIMANA PERAN MEDIA SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DAN SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN SOSBUD SAAT INI ?
2. MENGAPA PERAN MEDIA DAPAT BERDAMPAK MULTI-ASPEK TERHADAP KETAHANAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT INDONESIA?
3. BAGAIMANA SOLUSI DALAM MENGOPTIMALKAN PERAN MEDIA SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DAN SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KETAHANAN SOSIAL BUDAYA ?

- PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN
- KERANGKA TEORETIS
- DATA DAN FAKTA

**OPTIMALISASI  
PERAN MEDIA**

FAKTOR-FAKTOR LINGKUNGAN  
STRATEGIS YANG BERPENGARUH

**(GLOBAL, REGIONAL DAN NASIONAL)**

KETAHANAN  
SOSIAL BUDAYA  
TANGGUH

PERAN MEDIA  
MAKIN  
OPTIMAL

**MARKAS BESAR**  
**KEPOLISIAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA**  
**STAF SUMBER DAYA MANUSIA**

---

**LAMPIRAN-2**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



**NAMA LENGKAP** : BUDI SANTOSA, S.I.K., M.Si.  
**JABATAN** : DIRRESNARKOBA POLDA KALTIM  
**TMT JABATAN** : 01-05-2020  
**TMPT TGL LAHIR** : KABUPATEN PURBALINGGA , 03-07-1970  
**NRP** : 70070368  
**PANGKAT/GOL** : KOMISARIS BESAR POLISI / IVC  
**STATUS** : NIKAH (K3)  
**AGAMA** : KRISTEN  
**SUKU** : JAWA  
**NAMA ISTRI** : LUCIA SRI INDRATI

**A. PENDIDIKAN UMUM**

1	SD	03OAOA 311254	01-01-1983
2	SMP	03OBOB 1661757	01-01-1986
3	SMA	03OC0H0285812	01-01-1989
4	S2	194/UN171/S2/2016	01-01-2016

**B. PENDIDIKAN KEPOLISIAN DAN DIKBANG**

1	AKPOL	SEMARANG	10-07-1992
2	PTIK	S1/ ILMU KEPOLISIAN-JAKARTA	14-06-2004
3	SESPIMEN	LEMBANG BANDUNG	12-12-2008

**C. RIWAYAT KEPANGKATAN**

1	IPDA	40/ABRI/1992	01-08-1992
2	IPTU	SKEP/1443/IX/1995	01-10-1995
3	AKP	SKEP/1459/IX/1998	01-10-1998
4	KOMPOL	SKEP/461/VI/2004	01-07-2004
5	AKBP	SKEP/262/VI/2008	01-07-2008
6	KOMBES	KEP/1386/XII/2017	01-01-2018

**D. RIWAYAT JABATAN**

1.	PAMA POLDA JATENG	12-07-1993
2.	PAMAPTA POLRES BREBES	10-08-1993
3.	KAPOLSEK KETANGGUNGAN POLRES BREBES, POLDA JATENG	01-09-1994
4.	KASAT RESKRIM POLRES BREBES , POLDA JATENG	01-02-1996
5.	KASUBAG IDENT POLWIL PEKALONGAN , POLDA JATENG	01-04-1998
6.	KASAT RESKRIM KLATEN, POLDA JATENG	30-09-1999
7.	KAPOLSEK SMG UTARA POLRESTABES SEMARANG POLDA JATENG	15-02-2001
8.	KASUBBAGSELEK BAGDALPERS ROSDM POLDA JATENG	30-11-2001
9.	KASUBBAGROHJAS BAGWATPERS ROSDM POLDA JATENG	18-06-2002
10.	PAMA PTIK DALAM RANGKA DIK	30-09-2003
11.	PAMA POLDA SUMSEL SELESAI DIK PTIK	17-06-2004
12.	KANIT SUBDIT 1 DITRESKRIMUM POLDA SUMSEL	04-08-2004
13.	WAKAPOLRES MUSI BANYUASIN POLDA SUMSEL	15-10-2004
14.	KASUBDIT 3 DITRESKRIMSUS POLDA SUMSEL	31-01-2007
15.	PAMEN POLDA KALTIM SELESAI DIK SESPIMMEN	12-12-2008

16.	KASUBDIT 2 DITRESNARKOBA POLDA KALTIM	05-02-2009
17.	KASUBDIT 3 DITRESKRIMSUS POLDA KALTIM	18-11-2009
18.	KAPOLRES KUTAI TIMUR POLDA KALTIM	19-10-2011
19.	WADIRRESKRIMUM POLDA KALTIM	09-09-2013
20.	DIRRESKRIMSUS POLDA PAPUA BARAT	30-10-2017
21.	DIRRESKRIMSUS POLDA PAPUA BARAT (PERUBAHAN TYPE POLDA)	22-04-2020
22.	DIRRESNARKOBA POLDA KALTIM	01-05-2020

**E PENDIDIKAN PENGEMBANGAN DAN PELATIHAN**

1	DIKBANGSPES DI DIKLAT RESERSE	1993-04-24
2	DIKBANGSPES DI DIKLAT RESERSE	1995-03-25
3	PELATIHAN DI LUAR STRUKTUR	2010-04-02
4	DIKBANGSPES DI JCLEC	2014-10-17
5	DIKBANGSPES DI JCLEC	2015-02-13
6	DIKBANGSPES DI DIKLAT RESERSE	2015-10-13

**F. TANDA KEHORMATAN**

1	SATYA LENCANA PENGABDIAN 8 TAHUN	2000-01-24
2	SATYA LENCANA PENGABDIAN 16 TAHUN	2007-06-12
3	SATYA LENCANA PENGABDIAN 24 TAHUN	2017-01-26
4	BINTANG BHAYANGKARA NARARIYA	2017-06-15

**G. DAFTAR ANAK**

NAMA	TEMPAT/TANGGAL LAHIR	PENDIDIKAN	STATUS
1 IMANUEL SETYO INDRADI SANTOSA	SEMARANG, 19 APRIL 2002	IUP FAKULTAS HUKUM UGM SEMESTER 1	ANAK KANDUNG
2 EFRA IMANDA ROSMANINGTYAS SANTOSA	YOGYAKARTA, 30 MEI 2003	IUP ILKOM UI JAKARTA SEMESTER 1	ANAK KANDUNG
3 GRACIA IMANIA PUTRI SANTOSA	JAKARTA, 7 FEBRUARI 2009	SMP KELAS 1	ANAK KANDUNG

