

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Realitas pertelevisian di Indonesia dalam menjalankan fungsi sebagai media pendidikan yang direpresentasikan dalam bentuk visual melalui komik-strip *Sukribo* tersebut, masih menampakkan sisi buramnya. Dari hasil analisis dan interpretasi data, *Sukribo* merepresentasikan karakter televisi Indonesia sebagai medium yang sarat dan dominan akan tayangan hiburan. Medium televisi masih berorientasi untuk mengakomodir kepentingan pemilik modal, bukan masyarakat luas sebagai pemirsanya.

Dari 4 fungsinya, televisi yang mengemban fungsi: mendidik dan mencerdaskan khalayak, tidak hadir sepenuhnya dengan berbagai tayangan program yang diharapkan. Pemirsa sekadar disuguhi tayangan “*Yang seru, lucu, dan banyak kuis berhadiah*”. *Sukribo* dengan lugas menunjukkan bahwa hal itu tidak mendidik. Ungkapan *Sukribo* bahwa, “*Benar, jadi bodo*”, telah mengungkap betapa khalayak “telah diperbodoh” oleh iming-iming sejumlah rupiah. Kemasan program yang tidak mencerdaskan itu berimbas dan mengkondisikan keengganan masyarakat untuk terus mengasah nalar dan mengembangkan pengetahuannya.

Dalam judul “*Sub-Trend*”, *Sukribo* menunjuk efek atau dampak dari pembodohan itu. Khalayak meniru-ulang ucapan presenter Tukul Arwana, “*Kembali ke laptop!*” meski tanpa kehadiran alat teknologi itu di tengah masyarakat. Ada semacam sinisme bahwa, seolah siapa pun yang tidak memiliki

“pengetahuan” tentang ungkapan itu (*kembali ke laptop*) adalah ‘*ndeso*’, ‘*kuper*’ dan, ‘*ketinggalan jaman*’.

Lebih jelas lagi, agar tidak disebut sebagai orang yang ‘*ketinggalan jaman*’, ia meniru secara total dengan mempermak penampilannya agar sama/mirip dengan Tukul Arwana, pencipta trend tersebut. Identitas atau karakter seorang Sukribo pun hilang dan bertukar rupa Tukul Arwana. Kenyataannya, efek ini terjadi di tengah masyarakat. Televisi mengajarkan khalayak untuk merombak total identitasnya untuk menjadi menjadi “sesuatu/seseorang yang lain”.

## **B. SARAN**

Sebagai saran, perlu suatu kajian yang lebih *komplit* terhadap mandat fungsi mendidik atau mencerdaskan yang diamanatkan oleh institusi media televisi. Apa yang penulis terima selama aktif menjadi pelajar – telah cukup membekali – pengetahuan bahwa, kenyataan selalu berbeda pada praktiknya. Kampus sebagai institusi pendidikan, semestinya dapat bersuara lebih keras lagi terhadap realitas “penyelewengan” fungsi media televisi dari institusi tersebut.

Dengan demikian, masyarakat dapat senantiasa memperoleh pembandingan bagi pengetahuan dan praktik pengontrolan terhadap setiap tayangan yang tidak mencerdaskan. Berbagai forum, ruang serta jaringan dapat dimanfaatkan untuk itu. Persoalannya, sejauh ini tidak kelihatan ada upaya untuk membangun jejaring itu dari sebatas hanya ‘khalayak penikmat’ menjadi: suatu “masyarakat sadar media” yang kritis terhadap isi tayangan program televisi.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

Budiman, Kris. 2003. *Semiotika Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik dan Yayasan Seni Cemeti.

Budiman, Kris. 2005. *Ikonisitas: Semiotika Sastra dan Seni Visual*. Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.

Darwanto, Drs. S.S. 2007. *Televisi Sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Setiawan, Muhammad Nasir. 2002. *Menakar Panji Koming: Tafsiran Komik Karya Dwi Koen Pada Masa Reformasi Tahun 1998*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.

Siregar, Ashadi. 2001. *Menyingkap Media Penyiaran: Membaca Televisi, Melihat Radio*. Yogyakarta: LP3Y.

Sobur, Drs. Alex, M.Si., 2001. *Analisis Teks Media: Sebuah Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Sobur, Drs. Alex, M.Si., 2003. *Semiotika Komunikasi*, Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.

Suprpto, Tommy. 2006. *Berkarier di Bidang Broadcasting*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Wuryanto, Budi dan Wanda Djatmiko. 2007. *Awas, Informasi Sampah: Matikan Televisi, Tetaplah Membaca dengan Cerdas*. Yogyakarta: De Locomotif.

## **B. SURAT KABAR**

Kompas, 07 September 2008. *Parade Iklan Waktu Sahur (Tayangan Ramadhan)*.

Kompas, 07 September 2008. *Ramadhan dan Rezeki Artis*. Minggu.

Suara Merdeka, 18 Juli 2005. Irkham, Agus M. *Televisi, Kaya Laba Miskin Wacana*.

## **C. INTERNET**

DetikCom. *'Smack Down' Renggut Nyawa Siswa SD dan Berujung Proses Hukum*. <http://www.detiknews.com/index.php/detik.read/tahun/2006/bulan/11/tgl/23/time/153111/idnews/711885/idkanal/10>. Diakses pada 6 Mei 2009.

DetikCom. *Ayah Korban Harap Lativi Hentikan Tayangan Smack Down*. <http://www.detiknews.com/index.php/detik.read/tahun/2006/bulan/11/tgl/23/time/153111/idnews/711885/idkanal/10>. Diakses pada 6 Mei 2009.

Imawan, Teguh. *Glokalisasi Tayangan dan Acara Kontes Popularitas*. <http://teguhimawan.blogspot.com/2008/09/parade-iklan-waktu-sahur-tayangan.html>. Diakses pada 8 Mei 2009.

Indonesia.go.id. *Hampir Semua TV Swasta Belum Peduli Terhadap Penyajian.*

[http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com\\_content&task=view&id=5918&Itemid=821](http://www.indonesia.go.id/id/index.php?option=com_content&task=view&id=5918&Itemid=821). Diakses pada 6 Mei 2009

MelayuOnline.com. *Komik: Dalam Budaya Humor.*

<http://melayuonline.com/ind/news/read/7355/melayuonline.id/balaikajian/>  
Diakses pada 8 Januari 2009.

Organisasi.org. *Sinetron Berseri TV Indonesia Banyak Yang Tidak Mendidik Bikin Ketagihan.* <http://organisasi.org/sinetron-berseri-tv-indonesia-banyak-yang-tidak-mendidik-bikin-ketagihan>. Diakses pada 8 Mei 2010.

Perspektifbaru.Com. *Ahmad Faisal Ismail: Komik Mulai Bangkit.*

<http://www.perspektifbaru.com/wawancara/518>. Diakses pada 6 Januari 2009.

Write.Inc.Com. *Ahmad Faisal Ismail.* <http://writeinc.wikidot.com/faisal-ismail>.

Diakses pada 6 Januari 2009.