

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Karya

Perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia kini sudah berkembang pesat. Dari pesatnya perubahan teknologi yang berkembang ada beberapa dampak positif, seperti mudahnya mendapat informasi (Ramadhani, 2020). Salah satunya pada media massa, seperti televisi kini dikenal sebagai media hiburan yang banyak diminati masyarakat diberbagai kalangan karena siaran televisi di Indonesia ada himbauan batas usia. Suprihono et al., (2019) menjelaskan bahwa dengan perkembangan pertelevisian, jumlah saluran televisi lokal dan nasional semakin meningkat dari tahun ke tahun, begitu pula kualitas dan kuantitasnya. Halini jelas menunjukkan bahwa media televisi masih mempunyai eksistensi di tengah masyarakat. Pembuat konten di industri televisi tidak pernah berhenti meneliti dan menemukan cara baru untuk menyiarkan program audio visual yang berkualitas tinggi. Media massa seperti televisi ini berbeda dengan radio dan media massa lainnya karena televisi satu langkah lebih maju dengan kualitas yang mendukung.

Televisi bisa menghadirkan gambar dan suara yang memudahkan penontonnya menengar, melihat, dan mengerti isi pesan yang diberikan. Berbeda dengan radio yang hanya menghadirkan suara sehingga membuat penonton harus membayangkan dan mencerna isi dari informasi tersebut. Di Indonesia media massa televisi ini berkembang dengan sangat pesat, dapat dibuktikan dari terus bertambahnya jumlah stasiun televisi (La Ode Mohamad Yaser Arafat, 2020). Dalam program televisi yang sedang berlangsung secara terus-menerus dalam satu hari pasti adanya program berita, sinetron, dan masih banyak lagi dalam satu stasiun televisi. Oleh karena itu, televisi tidak hanya menghubungkan penontonnya dengan program acara di televisi, tetapi juga antara kenyataan dan fiksi karena televisi adalah sarana hiburan sekaligus sarana informasi yang dapat dilihat dan didengar. Di televisi ini terkadang cukup sulit untuk membedakan kejadian nyata dengan fiksi

karena biasanya dalam program televisi ada drama yang dibuat agar seolah-olah membuat penonton ketagihan untuk melihatnya dan sering kali beberapa kejadiannya diikuti oleh penonton khususnya anak di bawah umur. Televisi sebagai media massa sangatlah membantu masyarakat dalam hubungan masyarakat karena dengan televisi penyebaran informasi bukan hanya luas, melainkan lebih cepat dan serentak. (Andi Alimuddin, 2015).

Televisi memiliki keunggulan menurut (Yulianita, 1995:63-65) yang pertama ada kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia dalam dunia hiburan, informasi, dan pendidikan. Kedua ada penonton tidak perlu repot naik ke panggung namun bisa menikmatinya dengan nyaman di rumah. Ketiga ada televisi berkomunikasi secara langsung dan akrab, seolah-olah penonton televisi sedang berkomunikasi langsung dengan penyiar atau bertatap muka dengan peristiwa. Lalu yang terakhir, mampu menyajikan suara dan gambar (dapat melihat dan mendengar) atau stasiun jauh. Para *audiens* lebih menyukai menonton televisi karena televisi media massa yang mudah dijangkau untuk mendapatkan informasi terkini dari berita yang ditayangkan pada televisi. Selain itu masih banyak stasiun televisi yang tidak berbayar (gratis) sehingga lebih mudah menjangkau informasi.

Televisi masih menjadi media utama bagi masyarakat Indonesia. Akan tetapi kebutuhan untuk menonton program belum hilang sepenuhnya. Hampir 43% penonton kategori dewasa lebih sering atau selalu mendengarkan acara-acara televisi khusus dan 45% mengatakan bahwa penonton sering atau ketagihan untuk menonton konten serial favorit mereka (Yang, 2019). Penggunaan dan pemenuhan kebutuhan tentang suatu tayangan televisi memiliki potensi ketertarikan dengan media televisi tersebut (Flayelle et al, 2019). Penetrasi televisi di Indonesia masih paling besar di tanah air, bahkan mengungguli penetrasi internet. Tercatat persentase pengguna televisi di tanah air mencapai 81,1% di tahun 2022 (Nielsen, 2022). Dari sisi gender, persentase pengguna televisi sebanyak 51% dipimpin oleh Wanita dan 49% nya laki-laki. Dari sisi usia televisi lebih dijangkau oleh masyarakat Indonesia yang berusia 40 tahun. Berbeda dengan Internet yang kini pengguna internet jauh lebih banyak dijangkau oleh anak muda atau masyarakat

Indonesia yang berusia 30 tahun kebawah dengan persentase 48% perempuan dan 52% laki-laki (Databoks, 2022). Adanya survei yang dilakukan oleh katadata.co.id terhadap 11.500 responden pengguna televisi dan 3.700 responden pengguna ponsel yang memiliki usia 10 tahun ke atas yang dilakukan pada Juni-Agustus tahun 2022 di 11 kota besar Indonesia, yaitu Bandung, Banjarmasin, Denpasar, DKI Jakarta, Surabaya, Greater Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, dan Surakarta.

Berdasarkan UU Nomor 40 Tahun 1999 tentang pers, media massa berfungsi untuk menginformasikan, mendidik, menghibur, dan pengawasan sosial (social control) pengawas perilaku publik dan penguasa. Keberhasilan media massa dalam berperan sebagai agent of change dapat dilihat dari pengaruh media massa terhadap individu dan masyarakat (Marhaeni, 2004). Akan tetapi, melihat pengaruh teknologi zaman sekarang membuat media massa mulai sedikit peminatnya karena dengan adanya ponsel yang mempermudah untuk mengakses internet dan lebih praktis. Media sosialpun saat ini menjadi prioritas kebutuhan banyak masyarakat Indonesia. Sosial media adalah sebuah media online yang mempermudah manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu (Gusnita & Alviani, 2018). Saat ini, masyarakat Indonesia dapat dengan bebas mengkonsumsi beragam program, konten, atau bahkan film tanpa harus melihat di televisi. Hal ini karena ada situs yang menyediakan segala fasilitas untuk melihat atau menonton tayangan video dengan dapat dilihat berkali-kali melalui *platform* Youtube (Akbar, 2018; Mangole et al., 2017). Program televisi kini pun bisa dilihat dari Youtube karena Youtube juga memiliki beragam jenis program yang diminati oleh masyarakat Indonesia, contohnya seperti berita terbaru, vlog, konten-konten, dan masih banyak lagi.

Saat ini program televisi masih kurang untuk membahas seputar kesehatan, khususnya mengenai donor kornea mata. Donor kornea mata sangatlah penting untuk dibahas karena masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui informasi lengkap mengenai donor kornea mata. Informasi mengenai kesehatan sangatlah dibutuhkan di Indonesia karena masih banyak masyarakat Indonesia yang

kurang edukasi mengenai kesehatan. Maka dari itu, dari tulisan ini penulis akan membuat sebuah program televisi tentang kesehatan yang bernama Magiforse yang memiliki kepanjangan Mari Berbagi Informasi Kesehatan yang saat ini mengarah pada donor kornea mata. Penulis ingin menjangkau banyak khalayak untuk mendapatkan informasi mengenai donor kornea mata. Berdasarkan informasi dari Rumah Sakit Cicendo bahwa “donor mata adalah suatu tindakan menyumbangkan sebagian mata (kornea/selaput bening mata) untuk ditransplantasikan pada mata orang lain yang memerlukan”. Kornea adalah lapisan terluar yang jernih dari mata. Fungsi utama kornea mata adalah untuk memfokuskan cahaya. Kornea terdiri dari protein dan sel (JEC, 2019).

Kornea mata bisa saja rusak akibat kecelakaan, terkena benda asing yang masuk ke lapisan mata, dan bahkan ada yang dari lahir sudah mengalami cacat kornea yang diharuskan untuk *transplantasi* kornea mata. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui tentang donor mata. Bagi masyarakat Indonesia yang ada di pedalaman yang mengalami kerusakan mata, informasi ini sangat penting untuk digali sehingga sampai ke masyarakat pedalaman. Selain itu, masih banyak yang takut mengira bahwa donor mata ini adalah “mengganti bola mata dengan bola mata yang baru milik orang lain”. Hal ini disebabkan oleh masyarakat Indonesia masih banyak yang belum paham bahwa menjadi donor mata itu bukan sesuatu hal yang bertentangan dengan agama, selain itu masyarakat Indonesia ini takut karena mengira akan terjadi hal-hal negatif seperti akan digentayangi oleh pemilik mata tersebut, kemudian banyak keluarga yang tidak setuju karena takut membayangkan operasi pengangkatan mata, selain itu masyarakat juga belum tahu bahwa kornea mata yang diberikan ini gratis tidak dipungut biaya. Kemudian yang terakhir banyak masyarakat Indonesia yang tidak mengetahui bagaimana caranya untuk mendaftarkan dirinya menjadi calon donor mata maupun penerima donor mata.

Dilihat dari hubungan genetik antara donor (donor jaringan atau organ) dan penerima (penerima jaringan atau organ), ada kemungkinan membagi transplantasi menjadi tiga kategori:

1. Auto transplantation, yaitu transplantasi di mana pendonor dan penerimanya satu individu.
2. Homo transplantation, yaitu transplantasi di mana pendonor dan penerima donornya terdiri dari individu yang sama jenisnya. Pada transplantasi ini bisa terjadi pendonor dan penerimanya dua individu yang masih hidup, bisa juga terjadi antara donor yang telah meninggal dunia yang disebut dengan cadaver donor .
3. Hetero transplantation, yaitu transplantasi yang pendonor dan penerimanya berlainan jenisnya, seperti transplantasi yang donornya hewan dan resipiennya manusia.

Wakil Sekretaris Eksekutif Bank Mata DKI Jakarta Theresia Lisa mengatakan, di antara penduduk Indonesia yang berjumlah 250 juta jiwa, persentase pendonor kornea lokal masih rendah. Berdasarkan data Bank Mata DKI, hingga saat ini sudah ada 12.000 pendonor kornea. Begitu pula bagi calon donatur, pendaftaran masih terus masuk. Dalam mendonorkan kornea mata kita harus terlebih dahulu disetujui oleh beberapa pihak yang pertama ada rumah sakit atau bank mata karena mereka akan cek apakah kornea mata kita layak atau tidak, lalu dari pihak keluarga apakah setuju dengan hasil keputusan yang sudah kita ambil.

## **1.2 Tujuan Karya**

1. Karya ini menjelaskan proses cara donor kornea mata untuk masyarakat Indonesia yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun.
2. Karya ini mengajak masyarakat Indonesia untuk lebih peduli lagi terhadap informasi tentang donor kornea mata.
3. Karya ini mengungkap atau memaparkan pandangan pemuka agama terhadap pengakaman para penerima donor dan pendonor.
4. Karya ini memiliki target sebanyak total keseluruhan video 500 penonton dalam seminggu.

### 1.3 Kegunaan Karya

1. Memberikan Informasi ke khalayak khususnya bahwa donor kornea mata ini dapat dilakukan dengan mudah
2. Menumbuhkan ilmu jurnalistik agar semakin berkembang di program televisi.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA