



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**RELEVANSI PEMBERITAAN TELEVISI DENGAN  
PEMBENTUKAN PERSEPSI MAHASISWA JEPANG TENTANG  
ISLAM PASCAPERISTIWA 9/11**



**SKRIPSI**

**HIMAWAN PRATAMA**

**NPM 0704080302**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA**

**PROGRAM STUDI JEPANG**

**DEPOK**

**JANUARI 2009**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**RELEVANSI PEMBERITAAN TELEVISI DENGAN  
PEMBENTUKAN PERSEPSI MAHASISWA JEPANG  
TENTANG ISLAM PASCAPERISTIWA 9/11**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Humaniora**

**HIMAWAN PRATAMA**

**NPM 0704080302**

**FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN BUDAYA**

**PROGRAM STUDI JEPANG**

**DEPOK**

**JANUARI 2009**

Universitas Indonesia

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Himawan Pratama**

**NPM : 0704080302**

**Tanda Tangan:**

**Tanggal : 2009**

Universitas Indonesia

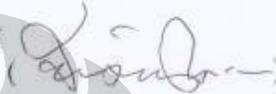
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh

nama : Himawan Pratama  
 NPM : 0704080302  
 Program Studi : Jepang  
 judul : Relevansi Televisi dengan Persepsi Mahasiswa Jepang tentang Islam Pascaperistiwa 9/11

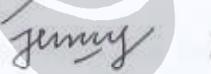
ini telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Humaniora pada Program Studi Jepang, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Jonnie R. Hutabarat, M.A (  )

Pembimbing : Dr. Bachtiar Alam (  )

Penguji : Ermah Mandah, M.A (  )

Penguji : Yenny Simulya, M.A (  )

Ditetapkan di : Depok  
 tanggal : 12 Januari 2009

oleh

Dekan  
 Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya  
 Universitas Indonesia



Dambang Wibawarta  
 NIP. 131882265

Universitas Indonesia

## KATA PENGANTAR

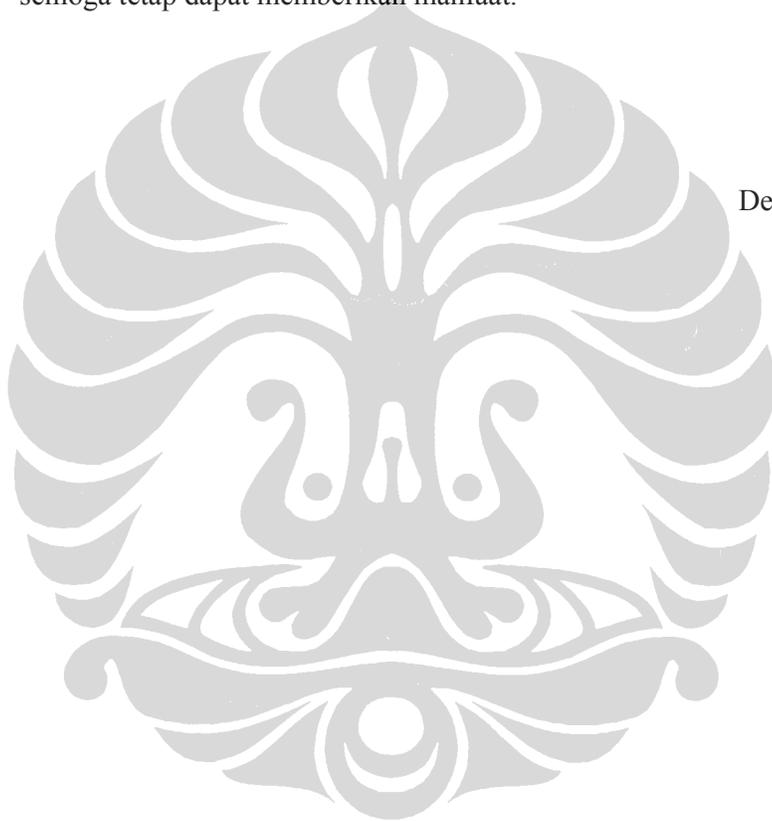
Alhamdulillah puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala kemampuan dan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung selama proses pengerjaan skripsi ini, yaitu:

- Keluarga penulis di Bandung. Bapak, Ibu, dan Harsi yang selalu memberikan *support* di setiap waktu dan tidak henti-hentinya mendoakan penulis. Tidak ada pencapaian apa pun yang akan penulis raih tanpa kehadiran dan dukungan keluarga.
- Dr. Bachtiar Alam selaku pembimbing skripsi.
- Bapak Jonnie R. Hutabarat selaku Koordinator Program Studi Jepang dan atas kesediaannya menjadi ketua siding skripsi ini.
- Ibu Ermah Mandah, M.A dan Ibu Yenny Simulya, M.A yang selalu mendukung penulis dan telah meluangkan waktu untuk membaca dan menguji skripsi ini.
- Ibu Sri Ayu Wulansari yang telah memberikan banyak kritik dan saran bagi penulis dalam menulis skripsi.
- Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Jepang FIB UI yang selama masa studi penulis telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
- Awanis Luthfiyanti yang selalu menyemangati dan mencurahkan perhatian yang tidak terhingga kepada penulis.
- Teman-teman di Program Studi Jepang FIB UI angkatan 2004. Dicky dan Reino terima kasih untuk bantuannya selama proses pengerjaan skripsi. Etas, Destin, Dini, Hana, dan Tita yang telah saling mendukung hingga akhirnya bisa sama-sama menyelesaikan skripsi. Dan teman-teman yang telah memasuki dunia kerja, *good luck!*
- Para senpai dan kouhai yang telah mewarnai hari-hari penulis dengan keceriaan. Oki, Satrio, Sidiq, Akita, Andi, Winny, Ananta, Tata, Akhyar, Dito, Mahbub, Rama terima kasih untuk kebersamaannya selama ini.

Universitas Indonesia

- Fukuda Mitsuru sensei yang telah mendukung penulisan skripsi ini.
- Saudara-saudara di Bandung, Surabaya, Jakarta yang selalu mendoakan penulis.
- Seluruh pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas segala dukungan yang telah diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan namun semoga tetap dapat memberikan manfaat.



Depok 10 Januari 2009

Himawan Pratama

Universitas Indonesia

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Himawan Pratama  
NPM : 0704080302  
Program Studi : Jepang  
Departemen : Masyarakat  
Fakultas : Ilmu Pengetahuan Budaya  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

RELEVANSI PEMBERITAAN TELEVISI DENGAN PERSEPSI  
MAHASISWA JEPANG TENTANG ISLAM PASCAPERISTIWA 9/11

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, Mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Pada tanggal: 8 Januari 2009  
Yang menyatakan

(Himawan Pratama)

Universitas Indonesia

## DAFTAR ISI

<b>HALAMANJUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1       PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1       Latar Belakang.....	1
1.2       Masalah Penelitian.....	6
1.3       Landasan Teori.....	7
1.4       Tujuan Penulisan.....	10
1.5       Sistematika Penulisan.....	10
1.6       Metode Penelitian.....	11
<b>BAB 2       PEMBERITAAN MEDIA TELEVISI JEPANG TERHADAP ISLAMPASCAPERISTIWA 9/11.....</b>	<b>12</b>
2.1       Kekuatan Media Televisi Jepang.....	12
2.2       Pemberitaan Televisi Jepang terhadap Islam Pascaperistiwa 9/11.....	17
2.2.1     Karakteristik Pemberitaan terhadap Islam.....	17
2.2.2     Frekuensi Pemberitaan Televisi Jepang terhadap Islam Pascaperistiwa 9/11.....	20
<b>BAB 3       PERSEPSI MAHASISWA JEPANG TENTANG ISLAM YANG TERBENTUK SETELAH MENONTON PEMBERITAANTELEVISI.....</b>	<b>24</b>
3.1       Mahasiswa dan Televisi.....	24
3.2       Mahasiswa dan Berita Internasional dalam Televisi.....	28
3.3       Persepsi Mahasiswa Jepang terhadap Islam yang Muncul Setelah Menonton Televisi.....	29
3.4       Analisis Relevansi Pemberitaan Televisi terhadap Islam pascaperistiwa 9/11 terhadap persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam.....	34
<b>BAB 4       KESIMPULAN.....</b>	<b>37</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>

## ABSTRAK

Nama : Himawan Pratama  
Pembimbing : Dr. Bachtiar Alam  
Program Studi : Jepang  
Judul : Relevansi Pemberitaan Televisi dengan Pembentukan Persepsi  
Mahasiswa Jepang tentang Islam Pascaperistiwa 9/11

Pascaperistiwa peledakan menara kembar *World Trade Center* pada 11 September 2001 atau 9/11 (dibaca sebagai *nine eleven*) perhatian media massa, termasuk televisi di seluruh dunia mengarah kepada dunia Islam karena dugaan hubungan para pelaku peledakan tersebut dengan negara-negara yang dianggap berafiliasi dengan Islam. Fenomena yang sama juga terjadi pada televisi-televisi Jepang. Pemberitaan terhadap negara-negara yang dianggap berkaitan dengan peristiwa 9/11 maupun berbagai peristiwa yang mengikutinya memenuhi siaran berita internasional dalam televisi Jepang pada saat itu. Media massa terutama televisi kemudian mengkonstruksi identitas dan pemahaman-pemahaman tertentu tentang Islam yang selanjutnya disebarluaskan kepada masyarakat.

Bagi mahasiswa yang merupakan bagian dari kaum intelektual masyarakat Jepang televisi adalah sumber informasi yang utama dan terpercaya. Oleh karena itu mahasiswa Jepang juga menerima informasi-informasi yang disampaikan oleh televisi mengenai Islam dan kemudian membentuk sebuah persepsi mengenai Islam yang didasarkan pada pemahaman yang diperoleh dari televisi.

Dengan teori kultivasi skripsi ini akan menganalisis peran pemberitaan televisi dalam pembentukan persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam pascaperistiwa 9/11. Televisi berperan dalam tumbuhnya pemahaman mengenai apa, bagaimana, dan bagaimana harus merespon Islam. Hal ini tidak terlepas dari besarnya kepercayaan terhadap televisi dan interaksi langsung yang terbatas antara mahasiswa Jepang dengan dunia Islam.

Universitas Indonesia

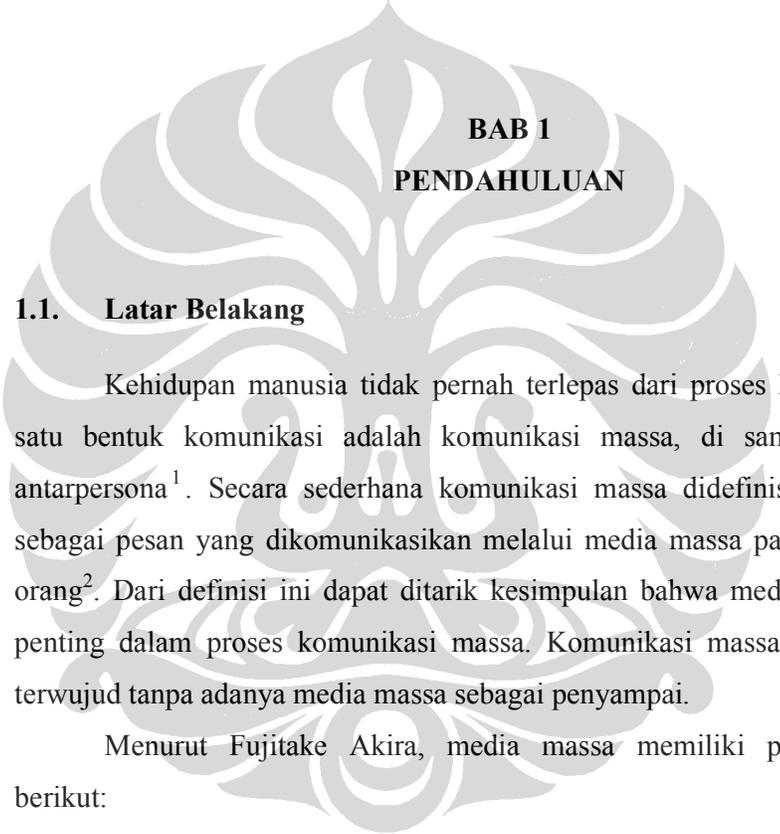
**ABSTRACT**

Name : Himawan Pratama  
Program : Japanese Studies  
Title : The Relevance between Television News and University  
Student's Perception Building about Islam After 9/11 in Japan

After the explosion of World Trade Center, New York in September 11th 2001 (also known as 9/11) mass media, including television from all over the world put their attention to Islamic world due to suspicion that the explosion was arranged by a group which affiliated with Islamic countries. Since then Islam, as a whole, is always being reported as part of terrorisms and wars. This situation also can be seen in Japan. Japanese television built Islam identity and broadcasted it to its viewers.

For Japanese students television is a reliable source of information. Therefore they also use television to learn about Islam. Their perception about Islam, are then, constructed by television.

This research will analyze the role of television news in building Japanese university student's perception about Islam after 9/11 by using cultivation theory. Television plays its role in constructing student's perception about what is Islam and what to do about Islam.



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kehidupan manusia tidak pernah terlepas dari proses komunikasi. Salah satu bentuk komunikasi adalah komunikasi massa, di samping komunikasi antarpersona<sup>1</sup>. Secara sederhana komunikasi massa didefinisikan oleh Bittner sebagai pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang<sup>2</sup>. Dari definisi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa media massa berperan penting dalam proses komunikasi massa. Komunikasi massa tidak akan dapat terwujud tanpa adanya media massa sebagai penyampai.

Menurut Fujitake Akira, media massa memiliki pengertian sebagai berikut:

「マスメディアは、新聞、ラジオ、テレビ、雑誌、書籍、映画、CD、ビデオなど最高度の機械技術手段を駆使して、不特定多数の人々に対して、情報大量生産し、大量伝達する機構およびその伝達システムをいう。」<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar Edisi Revisi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media), hlm 2.

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 3.

<sup>3</sup> Fujitake, Akira, *Zusetsu Nihon no Masu Media*, (Tokyo: Nihon Housou Kyoukai Shuppan Kyoukai), hlm 17.

*“Masu media wa, shinbun, rajio, terebi, zasshi, shoseki, eiga, CD, bideo nado saikoudo no kikai gijutsu shudan wo kushi shi, futokutei tasuu no hitobito ni taishite, jouhou tairyuu seisan shi, tairyuu dentatsu suru kikou oyobi sono dentatsu shisutemu wo iu”*

“Media massa mengacu kepada mekanisme atau sistem komunikasi massal yang memproduksi informasi dalam jumlah besar kepada khalayak yang banyak dan tidak terbatas melalui surat kabar, radio, televisi, majalah, buku, film, CD, video maupun perangkat mutakhir lainnya.”

Media massa memiliki kelebihan dalam hal jangkauannya kepada masyarakat yang banyak dan tidak terbatas. Media massa berpotensi sebagai pembawa pesan (*message carrier*) kepada masyarakat dalam lingkup yang luas, bahkan menembus batas negara. Lebih jauh lagi, disebutkan bahwa manusia hidup dengan ketergantungan terhadap media massa<sup>4</sup>.

McQuail menyebutkan bahwa media massa berbeda dengan institusi pengetahuan lainnya karena beberapa keistimewaannya sebagai berikut<sup>5</sup>:

1. Memiliki fungsi pengantar atau pembawa berbagai pengetahuan. Hal ini juga berarti media massa memiliki kemampuan untuk memainkan peran institusi lain.
2. Menyelenggarakan kegiatan dalam lingkungan publik sehingga dapat dijangkau oleh anggota masyarakat secara bebas, sukarela, umum, dan murah.
3. Dalam media massa hubungan antara pengirim dengan penerima seimbang.
4. Menjangkau lebih banyak orang dibandingkan institusi lainnya seperti sekolah, orang tua, agama, dan sebagainya.

Selanjutnya McQuail menyatakan bahwa berdasarkan asumsi mengenai media massa di atas, lingkungan simbolik di sekitar (informasi, gagasan, kepercayaan, dan sebagainya) sebagian besar kita dapatkan melalui media massa dan media pulalah yang mampu mengaitkan semua unsur lingkungan simbolik

<sup>4</sup> *Ibid*, hlm 15.

<sup>5</sup> McQuail, Dennis, *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 1987), hlm 52.

yang berbeda. Menurut McQuail lingkungan simbolik itu semakin kita miliki bersama jika kita semakin berorientasi pada sumber yang sama, dalam lingkungan sosial yang sama. McQuail melanjutkan dengan menyatakan bahwa meskipun setiap individu atau kelompok memiliki dunia persepsi dan pengalaman masing-masing, namun mereka memerlukan kadar persepsi yang sama terhadap realitas tertentu sebagai prasyarat kehidupan sosial yang baik. Sehubungan dengan itu, sumbangan media massa dalam menciptakan persepsi mungkin lebih besar daripada institusi lainnya<sup>6</sup>.

Media massa memberikan pengaruh yang kuat di bidang sosial dan budaya suatu masyarakat<sup>7</sup>. Walaupun perkembangan media massa terbilang baru, namun kehadirannya memainkan peranan yang penting dalam membentuk dan merefleksikan persepsi masyarakat terhadap sesuatu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga, persepsi memiliki dua arti. Pertama adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu ; serapan. Arti kedua adalah proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancaindranya. Dalam *Oxford Advanced Learner's Dictionary 7th Edition*, persepsi (*perception*) adalah:

*“an idea, a belief or an image you have as a result of how you see or understand something.”*

“ide, kepercayaan, atau citra yang dimiliki sebagai hasil dari cara pandang atau pengertian terhadap sesuatu.”

Memasuki abad ke 20, jenis media massa semakin beragam. Salah satu bentuk media massa yang paling menyedot animo masyarakat untuk terus mengamati, bahkan hingga mengikuti pesan yang disampaikan adalah televisi. Melalui penggabungan media audio dan visual, televisi menjelma menjadi ikon baru dalam komunikasi massa. Jangkauan yang luas, serta kemampuan untuk terus menarik minat masyarakat menjadikan televisi sebagai media yang sangat berpengaruh dalam menyampaikan pesan.

Berdasarkan data yang diperoleh Agee (2001:279), televisi adalah jenis media massa yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia. 99% orang Amerika memiliki televisi di rumahnya<sup>8</sup>. Menurut penelitian yang dilakukan oleh

<sup>6</sup> *Ibid*, hlm 52.

<sup>7</sup> [http://www.wikipedia.org/media\\_influence](http://www.wikipedia.org/media_influence)

<sup>8</sup> Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah, *op.cit.*, hlm 134.

NHK, 95% masyarakat Jepang menyaksikan televisi setiap hari selama rata-rata tiga jam<sup>9</sup>. Dengan besarnya intensitas kontak antara masyarakat dengan televisi, dapat diperkirakan bahwa pesan yang dibawa oleh televisi, terlepas dari reaksi masyarakat, tersampaikan kepada sebagian besar masyarakat.

Salah satu berita yang sangat menarik perhatian media massa di berbagai negara adalah peristiwa pengeboman *World Trade Center* di New York, Amerika Serikat pada tanggal 11 September 2001 yang kemudian disusul oleh invasi Amerika ke Afghanistan, lalu Irak. Frekuensi pemberitaan peristiwa-peristiwa tersebut dalam media massa, dan peristiwa-peristiwa yang berhubungan dengannya, dapat dikatakan sangat tinggi. Hal ini juga terjadi pada televisi. Berbagai program berita menyiarkan liputan dari apa yang terjadi di negara-negara yang bersangkutan.

Afghanistan dan Irak, yang menjadi pusat perhatian setelah invasi Amerika, dikenal oleh dunia sebagai salah satu negara Islam. Pelaku pengeboman *World Trade Center* dan tokoh-tokoh yang mendalangi peristiwa tersebut, walaupun menimbulkan perdebatan yang sengit, juga diduga berasal dari kelompok Islam radikal. Oleh karena itu pemberitaan media massa seputar peristiwa yang dikenal dengan istilah 9/11 ini juga sering dikaitkan dengan Islam.

Fenomena dikaitkannya Irak, Afghanistan, dan seluruh rangkaian kejadian 9/11 dalam berita-berita yang disampaikan oleh media massa telah menimbulkan sentimen yang luar biasa terhadap penganut agama Islam terutama di sebagian negara Barat<sup>10</sup>.

Lalu bagaimana dengan media massa di Jepang?

Menurut Fukuda Mitsuru dalam penelitiannya, fenomena dikaitkannya Islam dengan beberapa negara, terutama negara-negara Timur Tengah, dalam pemberitaan mengenai Islam pasca 9/11 juga terjadi di televisi-televisi Jepang<sup>11</sup>. Peristiwa tersebut begitu menyedot perhatian media massa Jepang sehingga pada saat itu berita internasional dipenuhi dengan liputan-liputan mengenai negara-

<sup>9</sup> Gatzon, Barbara, *Media and Communication: Current Issues and Future Research*, <http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/Gatzen.html>

<sup>10</sup> Ibrahim, Idy Subandi, *Media dan Citra Muslim: dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog* (Yogyakarta & Bandung: Jalasutra) hlm xxv.

<sup>11</sup> Fukuda Mitsuru, *Isuramu wa Dou Katararetaka?*, dalam *Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57* edisi 3 tahun 2007 (Tokyo: Keio Gijuku Daigaku)

negara yang bersangkutan, terutama Irak. Sejalan dengan penelitian Fukuda, Itou Masahito juga mencatat bahwa Islam tidak pernah diliput sebanyak pascaperistiwa 9/11 sebelumnya<sup>12</sup>.

Hubungan historis dan kultural Jepang dengan dunia Islam yang masih tergolong baru, serta jumlah penganut agama Islam yang sangat kecil persentasenya dari populasi total Jepang membuat masyarakat Jepang kurang memiliki kedekatan dengan Islam, sehingga media massa menjadi sumber terbesar bagi mereka untuk mengenal Islam. Dengan kurang tersedianya sumber informasi primer mengenai Islam, masyarakat Jepang dapat dikatakan mengandalkan media massa, termasuk televisi sebagai jendela penghubung dengan dunia Islam, sesuatu yang sangat jauh dari kehidupan keseharian mereka<sup>13</sup>.

Mahasiswa adalah salah satu unsur dalam masyarakat Jepang. Mahasiswa juga dapat dikatakan sebagai representasi dari kaum intelektual Jepang. Sebagai bagian dari masyarakat Jepang, tentu saja mahasiswa juga merupakan konsumen dari media massa termasuk televisi. Mahasiswa menghabiskan waktu rata-rata hampir dua jam dalam sehari untuk menyaksikan televisi dan televisi merupakan jenis media massa yang paling sering digunakan oleh kalangan mahasiswa.<sup>14</sup>

Frekuensi mahasiswa Jepang yang tinggi dalam menonton televisi dapat diartikan bahwa mereka juga tidak terlepas dari berita-berita televisi seputar peristiwa 9/11 dan berbagai peristiwa lain yang mengiringinya. Berdasarkan penelitian Hagiwara Shigeru, sebagian besar mahasiswa di Tokyo mengandalkan televisi sebagai sumber informasi, termasuk informasi mengenai dunia internasional karena kurangnya interaksi langsung mereka dengan orang asing atau sumber primer lainnya. Pemberitaan di televisi mengenai dunia Islam pascaperistiwa 9/11 (lebih tepatnya ketika Perang Irak) yang pada saat itu mendominasi berita internasional telah mengakibatkan munculnya pandangan

---

<sup>12</sup> Itou, Masahito, *Masu Media ga Tsukutta Bunmei no Shoutotsu*, dalam *Atarashii Sensou to Media : 9.11 Igo no Jaanarizumu wo Kenshou Suru*, (Tokyo: Akashi Shoten) hlm 27.

<sup>13</sup> Dalam wawancara dengan Fukuda Mitsuru melalui e-mail pada tanggal 15 Juli 2008.

<sup>14</sup> <http://www.standard.co.jp/teens/summary.pdf> (diunduh pada tanggal 16 oktober 2008)

negatif terhadap Islam maupun negara-negara yang dianggap berhubungan dengan Islam<sup>15</sup>

Skripsi ini akan mencoba mengisi kekosongan dari penelitian Fukuda dan Hagiwara dalam hal studi relevansi pemberitaan televisi terhadap persepsi mahasiswa Jepang mengenai Islam dengan menganalisis pemberitaan-pemberitaan mengenai Islam di dalam televisi Jepang pascaperistiwa 9/11, terutama Perang Irak (penelitian Fukuda) dalam membentuk persepsi mengenai Islam yang muncul di kalangan mahasiswa Jepang setelah menyaksikan pemberitaan televisi Jepang tentang dunia Islam pascaperistiwa 9/11 (penelitian Hagiwara).

## 1.2 Masalah Penelitian

Sejak peristiwa peledakan *World Trade Center* pada tanggal 11 September 2001 dan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengannya, terutama Perang Irak, media massa Jepang meliput dunia Islam lebih dari sebelumnya. Pada saat itu berita-berita luar negeri di dalam televisi-televisi Jepang didominasi oleh pemberitaan yang, langsung maupun tidak langsung, berhubungan dengan Islam.

Masyarakat Jepang dalam kehidupannya tidak dapat terlepas dari media televisi sebagai sumber informasi. Mahasiswa adalah salah satu elemen masyarakat Jepang yang secara aktif memanfaatkan televisi untuk mengetahui berbagai perkembangan di dunia. Tentunya intensitas mahasiswa dalam menonton televisi membuatnya juga tidak terlepas dari pemberitaan televisi terhadap dunia Islam pascaperistiwa 9/11 yang pada akhirnya sedikit banyak membentuk persepsi mereka terhadap Islam.

Dengan demikian masalah penelitian dalam skripsi ini adalah bagaimana peran media massa, khususnya televisi, dalam membentuk persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam terutama pascaperistiwa 9/11.

---

<sup>15</sup> Hagiwara Shigeru, *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007 (Tokyo: Keio Gijuku Daigaku)

### 1.3 Kerangka Teoretis

Seiring dengan perkembangan media massa, penelitian mengenai komunikasi massa dan media massa pun mengalami kemajuan dari waktu ke waktu. Berbagai studi telah dikembangkan untuk menjelaskan fungsi, peran, maupun pengaruh dari media massa terhadap masyarakat. Bersamaan dengan perkembangan itu pula muncul upaya-upaya untuk menjelaskan secara general bagaimana suatu media massa mampu berpengaruh terhadap pembentukan opini publik dalam masyarakat.

Teori awal tentang komunikasi massa (disebut sebagai teori peluru) menganggap bahwa media massa memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap pembentukan opini publik. Penelitian-penelitian selanjutnya menunjukkan dampak yang lebih moderat dari komunikasi massa, misalnya model dampak terbatas (*limited effects theory*) dan model dampak kuat (*powerful effects model*)<sup>16</sup>.

Studi komunikasi massa selanjutnya, dengan riset yang mendalam, menghasilkan berbagai teori-teori baru. Salah satunya adalah teori kultivasi (*cultivation theory*) yang digagas oleh George Gerbner. Teori kultivasi dikembangkan untuk menjelaskan dampak menyaksikan televisi pada persepsi, sikap, dan nilai-nilai orang<sup>17</sup>.

#### **Teori Kultivasi**

Kultivasi memiliki arti pengajaran pandangan bersama tentang dunia sekitar, peran-peran bersama, dan nilai-nilai bersama<sup>18</sup>. Secara sederhana kultivasi adalah pembentukan pandangan bersama yang mendefinisikan dan mendeskripsikan berbagai realitas sosial, dan mengarahkan apa yang harus dilakukan terhadap realitas sosial tersebut.

Analisis kultivasi adalah studi tentang kontribusi independen televisi terhadap konsepsi realitas sosial pemirsa<sup>19</sup>. Analisis kultivasi meneliti peran

<sup>16</sup> Severin, J. Warner, James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta: Kencana) hlm. 314-319.

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 319.

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm. 320.

<sup>19</sup> Shanahan, James, Michael Morgan, *Television and Its Viewers*, (Cambridge: Cambridge University Press), hlm. 4.

televisi dalam membentuk pengetahuan maupun persepsi pemirsanya tentang berbagai realitas sosial.

Karena analisis kultivasi mengkaji ‘pengajaran bersama’ yang berarti melibatkan masyarakat luas maka analisis ini memandang adanya tugas untuk menyampaikan berbagai hal yang akan disampaikan kepada masyarakat luas. Fungsi tersebut dimainkan oleh cerita (*story*).

Menurut George Gerbner<sup>20</sup>, sejak dahulu manusia menggunakan cerita sebagai media untuk menyampaikan berbagai pesan. Gerbner membagi cerita menjadi tiga jenis yang berbeda namun saling berkaitan, yaitu :

1. Mengungkapkan bagaimana sesuatu bekerja (*to reveal how things work*),
2. Mendeskripsikan sesuatu (*to describe what thing are*), dan
3. Memberitahukan apa yang harus dilakukan terhadap sesuatu (*to tell what to do about something*).

Idealnya ketiga jenis cerita di atas saling menyeimbangkan satu sama lain. Dalam budaya yang dikendalikan secara komersial, cerita jenis ketiga lebih terlihat berperan dibandingkan dua jenis pertama. Saat ini cerita-cerita tersebut salah satunya disampaikan melalui televisi.

Dalam penelitiannya tentang kultivasi George Gerbner memusatkan televisi sebagai objek penelitian. Penggunaan televisi didasarkan oleh beberapa asumsi sebagai berikut<sup>21</sup>:

1. Jumlah perhatian terhadap televisi yang jauh melebihi jumlah perhatian terhadap jenis media massa lain. Masyarakat menghabiskan waktu dengan televisi lebih dari media massa lainnya.
2. Perhatian kita terhadap televisi telah dimulai sebelum timbulnya perhatian terhadap media massa lain. Pada umumnya masyarakat saat ini telah menonton televisi bahkan sebelum kemampuan mereka untuk membaca, atau bahkan berbicara, terbentuk. Televisi disebut pula sebagai salah satu bagian dari keluarga.

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hlm. ix.

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm 20-21.

3. Televisi adalah media massa yang lebih mudah digunakan dan diakses. Tidak seperti media cetak, televisi tidak memerlukan pemirsanya untuk melek huruf untuk menggunakannya. Televisi juga relatif lebih murah dari pada peralatan internet, dan dibandingkan dengan radio, televisi memiliki kemampuan untuk “mempertunjukkan” pesan yang disampaikan.
4. Dan yang terpenting, televisi berbeda dari media massa lainnya dalam hal kemampuannya menjangkau seluruh lapisan masyarakat dalam menyampaikan gambar dan pesan yang ingin disampaikan.

Para pendukung teori kultivasi menyatakan bahwa interaksi yang rutin dan lama dengan televisi dapat menyebabkan pemirsa televisi memiliki pandangan-pandangan tentang dunia yang berbeda dari pandangan-pandangan orang yang jarang menyaksikan televisi, seperti dikemukakan oleh James Shanahan dan Michael Morgan<sup>22</sup> :

*“... So if we spend hours a day watching television, over the weeks, months, and years, we might be expected to pick up a thing or two, and to think about life and the world in ways different from people who rarely watch television. Or, to extend this a bit further: a person who has the sort of values, beliefs, mindset, lifestyle and outlooks most congruent with the images, messages, and stories of television, and who therefore would be drawn to (or choose to) spend a great deal of time watching the medium, would likely find those beliefs and outlooks to be nourished and sustained over the long run. If not, why do so many continue to watch?”*

Berdasarkan penelitian kultivasi pemirsa yang menghabiskan banyak waktunya dalam satu hari untuk menonton televisi (*hard-viewer*) membentuk suatu citra realitas yang tidak konsisten dengan kenyataan<sup>23</sup>, misalnya pemirsa yang sering menonton tayangan dengan unsur kekerasan cenderung untuk merasa tidak aman dan menganggap kemungkinan dirinya terlibat dalam kekerasan cukup besar. Contoh lain adalah pemirsa yang gemar menyaksikan drama televisi Amerika menganggap bahwa persentase orang Amerika yang bekerja di bidang hukum cukup besar karena tokoh-tokoh yang muncul dalam drama sering kali

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm 2-3.

<sup>23</sup> Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, dan Siti Karlinah, *op.cit.* hlm 66.

berhubungan dengan dunia hukum, sedangkan pada kenyataannya hanya sedikit orang Amerika yang memiliki pekerjaan berkaitan dengan hukum. Pemirsa “berat” di Amerika juga menaksir jumlah penduduk dunia yang bermukim di Amerika adalah sebanyak 20%, padahal sebenarnya hanya 6%. Hal ini disebabkan oleh acara-acara dan pemberitaan di televisi Amerika yang memusatkan perhatian pada Amerika<sup>24</sup>.

Teori kultivasi menyatakan bahwa televisi dengan karakter pesan yang sistematis dan konsistensinya sepanjang waktu, memiliki pengaruh yang signifikan dalam sebuah masyarakat. Teori kultivasi berkesimpulan bahwa media adalah pembentuk masyarakat.<sup>25</sup>

#### **1.4 Tujuan Penulisan**

Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memahami lebih lanjut mengenai media massa di Jepang. Media massa khususnya televisi memegang peranan penting dalam masyarakat Jepang saat ini. Melalui televisi persepsi masyarakat Jepang mengenai berbagai hal dapat dikonstruksi. Mahasiswa merupakan salah satu bagian dari masyarakat Jepang yang dalam kehidupan sehari-harinya menggantungkan kebutuhan terhadap informasi sebagian besar kepada media massa, terutama televisi.

Dengan menggunakan teori kultivasi, skripsi ini akan mencoba untuk menganalisis relevansi pemberitaan media televisi dengan persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam pascaperistiwa 9/11.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini terdiri dari empat bab, yaitu bab pendahuluan, bab isi yang akan diuraikan dalam dua bab, dan bab penutup.

Pada Bab 1 diuraikan latar belakang, penjabaran masalah, kerangka teoritis, tujuan penulisan, penguraian sistematika penulisan, dan metode penelitian.

Bab 2 berisi penjelasan pemberitaan-pemberitaan televisi Jepang terhadap Islam pascaperistiwa 9/11.

---

<sup>24</sup>Severin, J. Warner, James W. Tankard, Jr, *op.cit.* hlm 321.

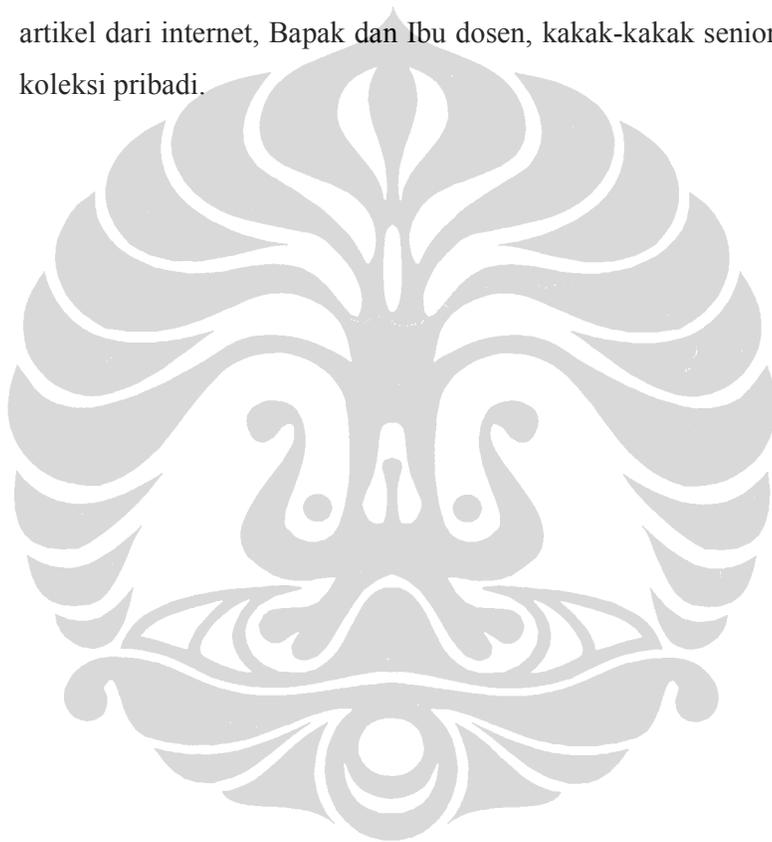
<sup>25</sup> McQuail, Dennis, *op.cit.* hlm 99.

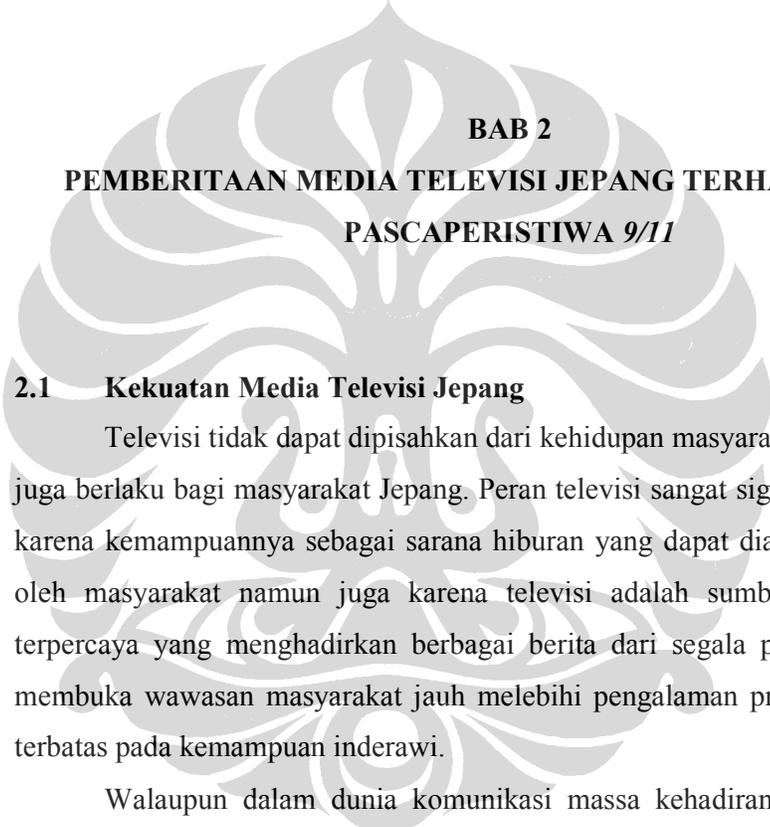
Bab 3 berisi penjelasan persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam yang terbentuk setelah menonton pemberitaan televisi pascaperistiwa *9/11*.

Terakhir, pada Bab 4 dipaparkan kesimpulan dari keseluruhan skripsi ini.

#### **1.6 Metode Penelitian**

Skripsi ini menggunakan metode studi kepustakaan. Bahan-bahan untuk penulisan skripsi ini diperoleh dari Perpustakaan FIB UI, Perpustakaan PSJ UI, Perpustakaan FISIP UI, Perpustakaan Tokyo University of Foreign Studies, artikel dari internet, Bapak dan Ibu dosen, kakak-kakak senior, teman-teman, dan koleksi pribadi.





**BAB 2**  
**PEMBERITAAN MEDIA TELEVISI JEPANG TERHADAP ISLAM**  
**PASCAPERISTIWA 9/11**

**2.1 Kekuatan Media Televisi Jepang**

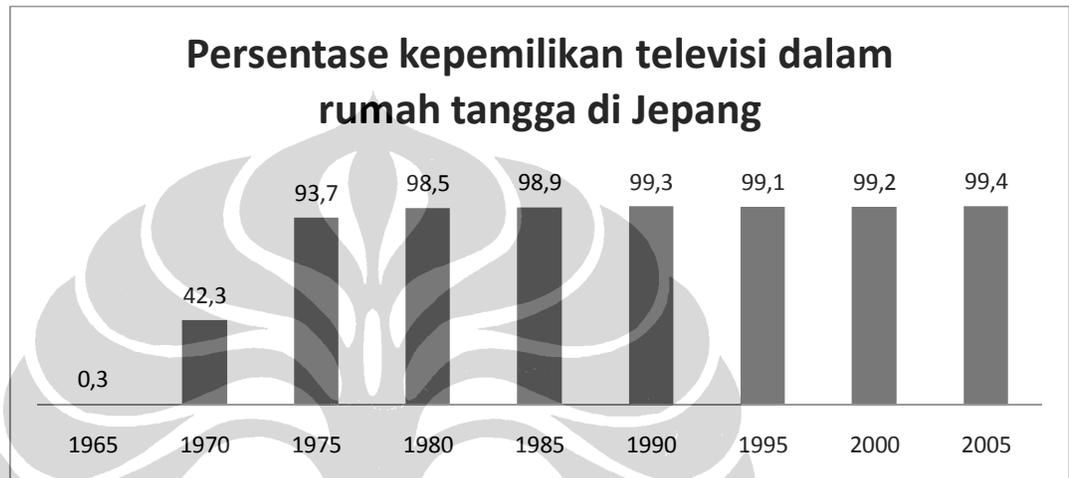
Televisi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Hal ini juga berlaku bagi masyarakat Jepang. Peran televisi sangat signifikan tidak hanya karena kemampuannya sebagai sarana hiburan yang dapat diakses secara mudah oleh masyarakat namun juga karena televisi adalah sumber informasi yang terpercaya yang menghadirkan berbagai berita dari segala penjuru dunia yang membuka wawasan masyarakat jauh melebihi pengalaman pribadi mereka yang terbatas pada kemampuan inderawi.

Walaupun dalam dunia komunikasi massa kehadiran televisi tergolong baru, namun perkembangan dan penyebarannya dalam masyarakat berlangsung secara cepat dan menyeluruh.

Di Jepang perkembangan dan penyebaran televisi yang berlangsung pesat dapat dilihat dari kepemilikan televisi di setiap rumah tangga. Grafik 1 menunjukkan bahwa persentase kepemilikan televisi dalam sebuah rumah tangga di Jepang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 1965 televisi masih dianggap sebagai sebuah barang mewah sehingga bersama mesin cuci dan kulkas disebut dengan istilah ‘tiga perangkat dewa’ 三種類の神器 (*san shurui no*

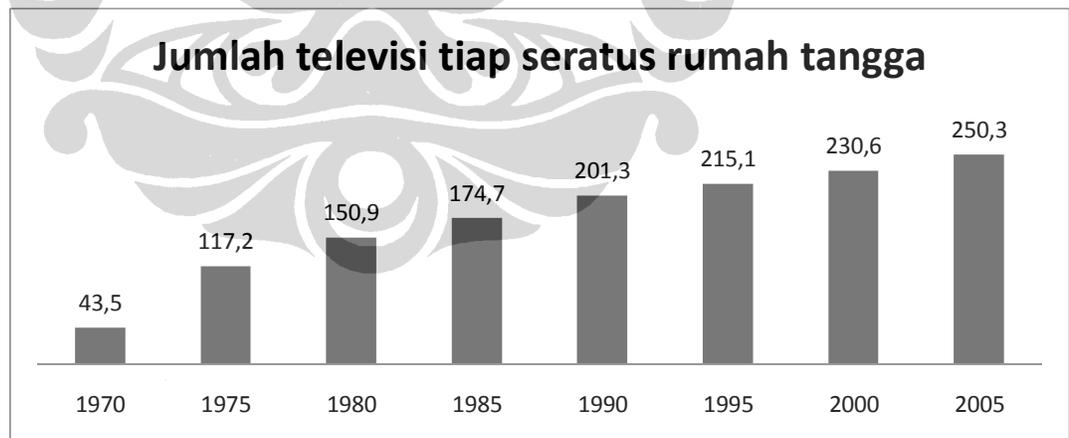
*jingi*)<sup>26</sup>. Di tahun 1970 televisi mulai menjadi barang yang populer, dan pada tahun 1975 hampir seluruh rumah tangga di Jepang (93,7%) memiliki televisi dan sejak itu jumlahnya terus meningkat. Pada tahun 2005 kepemilikan televisi dalam rumah tangga Jepang mencapai 99,4%, dengan kata lain hampir seluruh rumah tangga memiliki televisi.

**Grafik 1**



(Disarikan dari *Jouhou Media Hakusho 2007*)

**Grafik 2**



(Disarikan dari *Jouhou Media Hakusho 2007*)

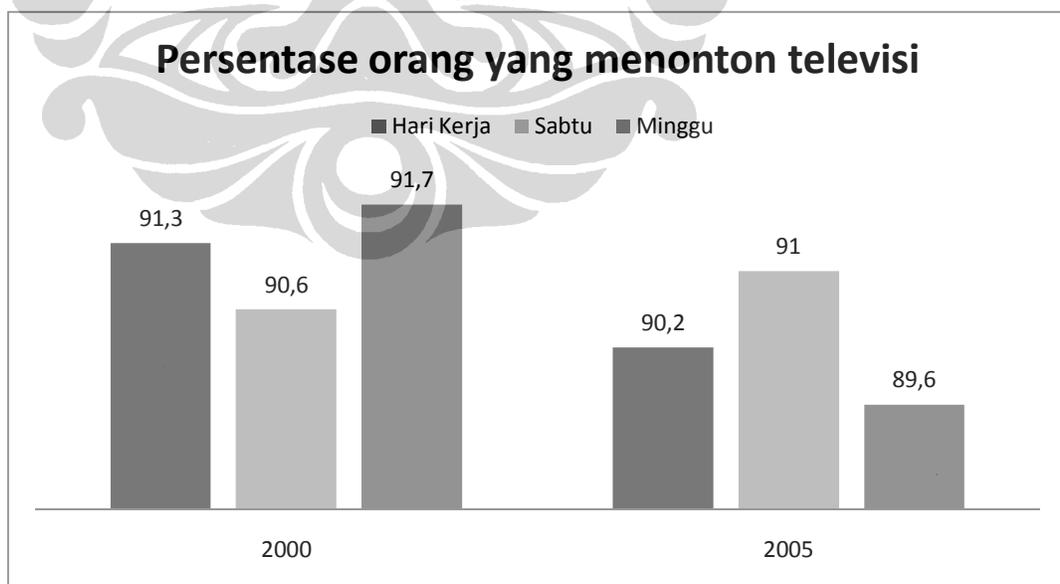
<sup>26</sup> Katou Tetsuro, *Koudo Keizai Seichou wa Nani wo Kaetaka?* Diunduh dari <http://homepage3.nifty.com/katote/seichou.html> pada tanggal 22 November 2008.

Grafik 2 di atas menggambarkan kepemilikan televisi per seratus rumah tangga di Jepang. Seperti halnya ditunjukkan oleh grafik 1, jumlah televisi yang dimiliki oleh rumah tangga di Jepang meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 1975 pada seratus rumah tangga terdapat 117,2 televisi atau 1,172 pada satu rumah tangga. Angka tersebut terus menanjak hingga mencapai 201,3 pada tahun 1990 dan di tahun 2005 pada seratus rumah tangga terdapat 250,3 televisi, dengan kata lain rata-rata televisi yang dimiliki oleh setiap rumah tangga di Jepang melebihi dua unit.

Grafik 1 dan grafik 2 mengindikasikan bahwa saat ini televisi adalah media yang dimiliki tidak hanya oleh kalangan tertentu tetapi hampir oleh seluruh rakyat Jepang. Namun dalam komunikasi massa kepemilikan terhadap sebuah media tidak memiliki arti apabila media tersebut tidak dipergunakan. Agar pesan yang disampaikan oleh televisi dapat mencapai sasaran tentunya masyarakat tidak hanya cukup memiliki televisi, tetapi harus secara aktif menggunakannya.

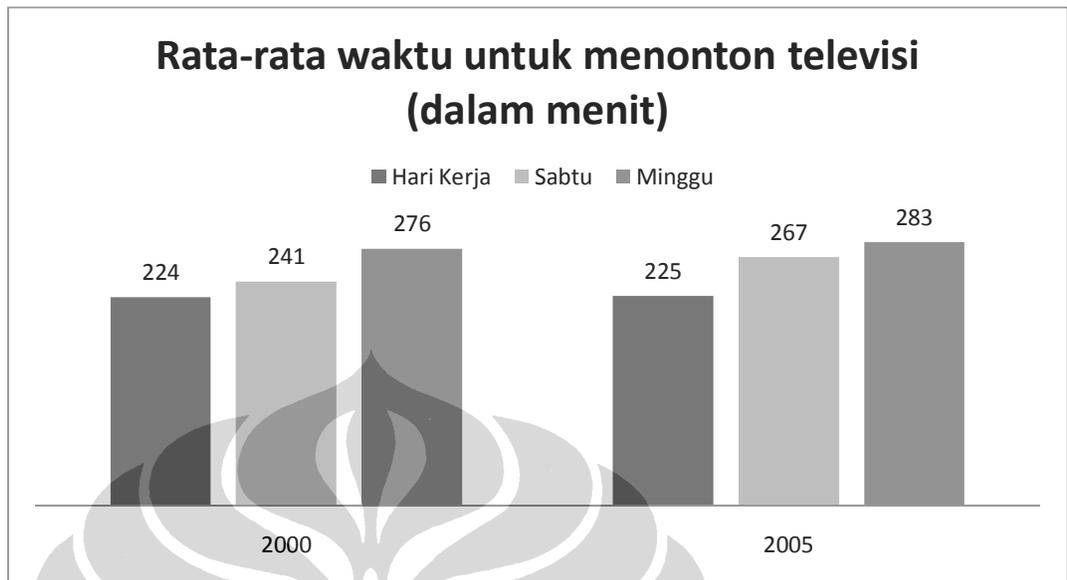
Grafik 3 dan 4 memberikan gambaran bagaimana masyarakat Jepang secara aktif menggunakan televisi baik sebagai media hiburan maupun sebagai sumber informasi.

**Grafik 3**



(Disarikan dari *Jouhou Media Hakusho 2007*)

Grafik 4



(Disarikan dari *Jouhou Media Hakusho 2007*)

Kedua grafik di atas menjelaskan bahwa sebagian besar, atau dapat dikatakan hampir seluruh masyarakat Jepang menonton televisi secara aktif. Grafik 3 menjelaskan pada tahun 2000 bahwa masyarakat Jepang, baik pada hari kerja maupun pada hari Sabtu dan Minggu, rata-rata (90%) menyaksikan televisi. Data tersebut juga tidak mengalami perubahan yang signifikan pada tahun 2005.

Pada grafik 4 dijelaskan bahwa pada tahun 2000 pada hari kerja masyarakat Jepang dari semua kelompok umur rata-rata menonton televisi selama 224 menit atau lebih dari tiga setengah jam. Angka ini melonjak pada hari Sabtu dan Minggu menjadi 241 dan 276 menit. Dengan kata lain frekuensi menonton televisi naik pada hari libur kerja. Data pada tahun 2005 juga menunjukkan kecenderungan yang sama, namun mengalami kenaikan dibanding tahun 2000. Pada tahun 2005 masyarakat Jepang rata-rata menonton televisi selama 225 menit (naik 1 menit), pada hari Sabtu 267 menit (naik 26 menit), dan pada hari Minggu melonjak menjadi 283 menit (naik 6 menit).

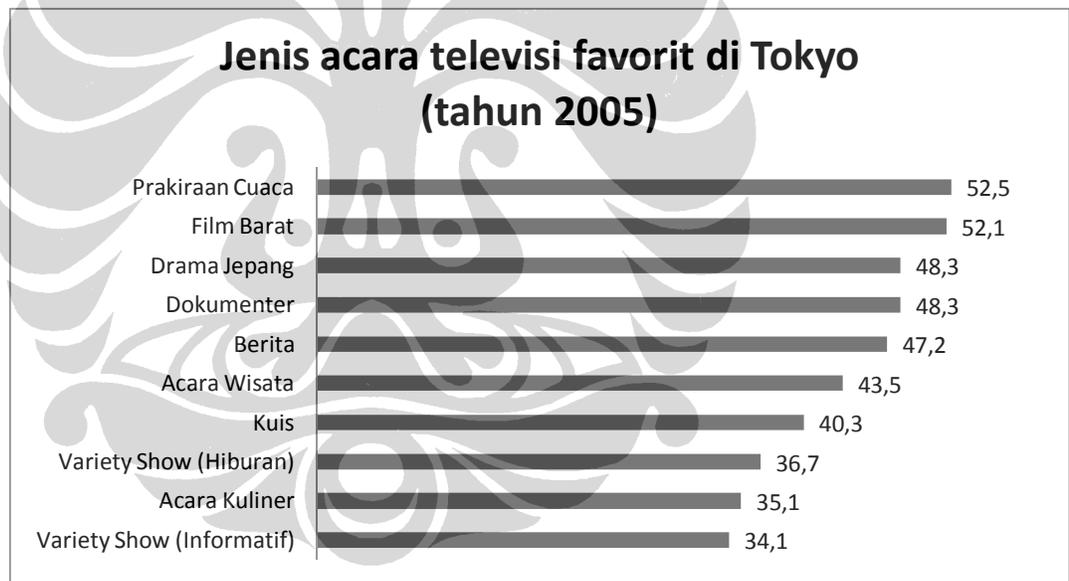
Data-data di atas menunjukkan bahwa televisi adalah jenis media yang sangat akrab dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Jepang. Setiap hari

masyarakat Jepang secara umum dapat dikatakan aktif menggunakan media televisi.

Walaupun data menunjukkan kecenderungan penggunaan televisi yang sangat besar dalam masyarakat Jepang namun mengingat salah satu ciri khas televisi yang besar yaitu sebagai media hiburan, masih terlalu dini untuk mengklaim bahwa acara berita di televisi, termasuk berita tentang Islam pascaperistiwa 9/11, diterima oleh masyarakat Jepang secara luas. Perkembangan televisi yang sangat pesat, juga dalam hal jumlah *channel* dan variasi acara, membuat masyarakat Jepang bebas memilih apa yang hendak mereka tonton.

Grafik 5 menunjukkan jenis acara televisi yang digemari oleh masyarakat Jepang di Tokyo pada tahun 2005.

**Grafik 5**



(Sumber: *Jouhou Media Hakusho 2007*)

Dari grafik 5 bisa disimpulkan bahwa meskipun jenis acara favorit, yang tentu saja juga ditonton oleh masyarakat secara luas, adalah acara hiburan seperti film Barat dan drama Jepang, namun berita televisi juga memiliki tempat tersendiri dalam masyarakat Jepang. Sebanyak 47,2% atau hampir setengah dari masyarakat Jepang di Tokyo menyatakan bahwa berita adalah acara televisi

favorit mereka. Angka ini belum termasuk mereka yang menonton berita namun tidak menganggapnya sebagai acara favorit atau hanya menonton sebagai selingan.

Data di atas mengindikasikan bahwa berita di dalam televisi Jepang disaksikan oleh sebagian besar masyarakat Jepang. Maka tidak salah apabila dikatakan bahwa berita yang disampaikan oleh televisi secara efektif mengenai kepada audiensnya, yaitu masyarakat Jepang. Dapat diasumsikan pula bahwa berita-berita yang muncul mengenai Islam pascaperistiwa 9/11 juga disaksikan oleh sebagian masyarakat Jepang.

## **2.2 Pemberitaan Televisi Jepang terhadap Islam Pascaperistiwa 9/11**

### **2.2.1 Karakteristik Pemberitaan terhadap Islam**

Said (1981) menyatakan bahwa permasalahan terbesar yang dihadapi oleh Islam adalah munculnya simbol-simbol Islam yang dibentuk oleh media<sup>27</sup>.

Said menyebutkan bahwa terdapat lima ciri pemberitaan media tentang Islam<sup>28</sup>, yaitu :

1. Dibentuk simbol-simbol yang dianggap sebagai ciri khas Islam.
2. Keseluruhan isi pesan dan arti dibatasi.
3. Dirancang sebuah situasi politik yang mempertentangkan antara 'Kami' dengan 'Islam'.
4. Gambaran terhadap Islam yang dipersempit juga memiliki pengaruh yang besar terhadap dunia Islam sendiri.
5. Media massa mendikte tidak hanya mengenai apa yang disebut sebagai 'Islam', tetapi juga sistem budaya, politik informasi dan pengetahuan, serta kebijakan pemerintah.

Kemunculan Islam dalam media sering kali dibatasi apabila keberadaannya dikaitkan dengan berbagai masalah seperti masalah minyak dunia dan masalah terorisme. Kecenderungan pemberitaan tersebut menurut Said dimulai sejak Revolusi Iran yang kemudian dilanjutkan peristiwa terorisme di Kedutaan Besar Amerika untuk Iran<sup>29</sup> dan berlanjut hingga saat ini.

<sup>27</sup> Dalam Fukuda Mitsuru, *Isuramu wa Dou Katararetaka?*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007 (Tokyo: Keio Gijuku Daigaku), hlm 49.

<sup>28</sup> *Ibid*, hlm 49.

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm 50.

Selanjutnya Said menyatakan bahwa media memainkan peran *labelling* dalam pemberitaan terhadap Islam. Menurutnya *labelling* tersebut memiliki dua fungsi, yaitu fungsi identifikasi identitas secara simplistik, dan generalisasi yang melahirkan dua pihak, yaitu ‘Kami’ dan ‘Islam. Said mengkritik generalisasi tersebut karena menurutnya Islam tidak dapat hanya dianggap sebagai sebuah identitas tunggal karena keragaman yang terdapat di dalamnya. Berkaitan dengan pernyataan Said, Fukuda (2007) menyatakan bahwa masalah yang sama memiliki kemungkinan untuk juga terjadi dalam media massa Jepang<sup>30</sup>.

Berdasarkan penelitian Fukuda, ditemukan beberapa ciri dalam pemberitaan terhadap Islam selama Perang Irak, yaitu:

1. Pembentukan *dialogical network*.

Salah satu ciri pemberitaan terhadap Islam yang ditemukan oleh Fukuda adalah penghubungan tokoh-tokoh yang muncul dalam berita sebagai sebuah kesatuan walaupun pada kenyataannya terpisah dan tidak saling bertemu. Contohnya adalah berita mengenai ancaman yang dilakukan oleh kelompok teroris jaringan Al Qaida pada tanggal 18 November 2003 yang ditayangkan oleh Asahi TV dalam acara berita *News Station*. Dalam berita tersebut dimunculkan kelompok teroris jaringan Al Qaida, rakyat Irak, Presiden Amerika George W. Bush, Walikota kota Livingstone, Inggris, dan Perdana Menteri Jepang pada saat itu, Koizumi Junichiro. Gambar-gambar yang ditampilkan merupakan kumpulan dari peristiwa-peristiwa yang terpisah namun disajikan sebagai sebuah kesatuan. Inilah yang disebut sebagai *dialogical network*. Dengan cara ini berita-berita tersebut dirancang menjadi kesatuan yang koheren<sup>31</sup>.

2. Terjadinya kekacauan kategori

Ciri kedua yang dikemukakan oleh Fukuda adalah pihak-pihak yang dimunculkan dalam berita seringkali terdiri dari kategori yang tidak sejajar<sup>32</sup>. Sebagai contoh adalah berita mengenai peristiwa terorisme yang dilakukan bersamaan dengan perayaan Assyura, hari besar bagi penganut Islam Shiah, yang

---

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm 50.

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm 55-56.

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm 59.

ditayangkan pada tanggal 3 Maret 2004 pada stasiun televisi TBS dalam acara berita *News 23* dan kemudian dilanjutkan oleh komentar pakar di bidang yang berkaitan. Dalam berita tersebut dikatakan bahwa dengan perpecahan antara Shiah dan Sunni akan berdampak bagi perpecahan Amerika. Fukuda mengkritik pemberitaan ini dengan menyatakan bahwa telah terjadi kekacauan kategori. Dengan kata lain Shiah dan Sunni yang tergolong ke dalam kategori agama tidak seharusnya disejajarkan dengan Amerika yang merupakan anggota kategori negara. Menurut Fukuda keadaan akan berbeda apabila yang disandingkan dengan Amerika bukanlah agama melainkan Irak sebagai sesama bagian dari kategori negara<sup>33</sup>.

### 3. Islam sebagai sebab

Dalam pemberitaan mengenai berbagai peristiwa selama Perang Irak, Fukuda menyatakan bahwa Islam sebagai sebuah ajaran seringkali dijadikan sebagai sebab peristiwa-peristiwa tersebut<sup>34</sup>.

Pemberitaan pembebasan tiga warga negara Jepang yang menjadi korban penculikan teroris di Irak pada tanggal 16 April 2004 di stasiun televisi NHK dalam acara *News 10* menyebutkan bahwa keberadaan wanita sebagai salah satu tawanan tersebut telah melunakkan perlakuan para teroris. Berita tersebut menyatakan bahwa ajaran Islam yang melarang kekerasan terhadap wanita menjadi dasar pembebasan tiga warga negara Jepang tersebut. Berita-berita seperti ini dinilai akan berdampak bagi penilaian pemirsa bahwa Islam adalah pemikiran dibalik segala tindakan terorisme yang berlangsung pascaperistiwa 9/11 termasuk terorisme di Irak.

### 4. Islam sebagai ancaman

Fukuda menilai bahwa media massa Jepang, yang sebenarnya tidak memiliki kaitan yang sangat besar dengan berbagai aksi terorisme pascaperistiwa 9/11, telah menimbulkan ketakutan atau perasaan terancam terhadap Islam dengan pemberitaannya. Berita-berita seputar aksi terorisme tersebut biasanya dihubungkan dengan kepentingan-kepentingan Jepang seperti pengiriman pasukan

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm 60.

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm 61-63.

bela diri Jepang ke Irak maupun kebijakan-kebijakan pemerintah Jepang berkenaan dengan pencegahan aksi terorisme<sup>35</sup>.

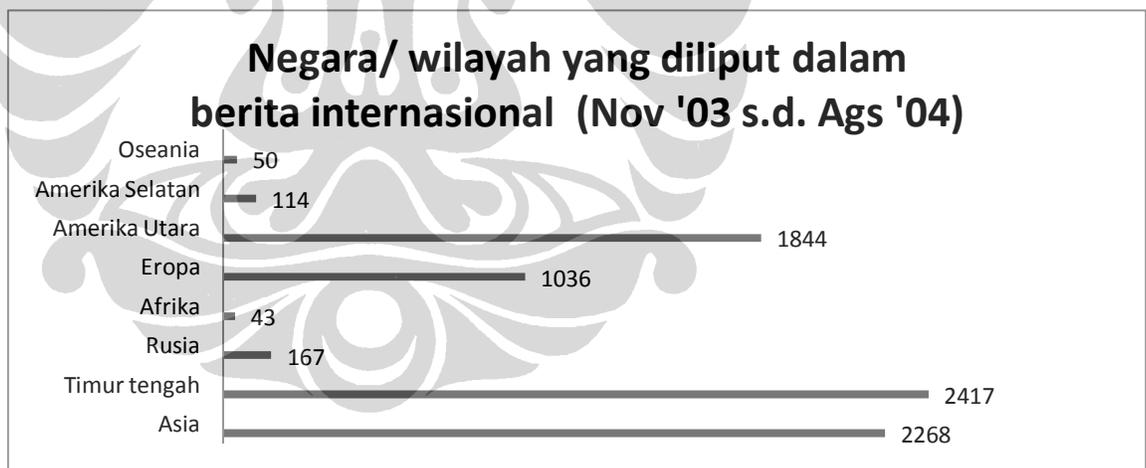
### 2.2.2 Frekuensi Pemberitaan Televisi Jepang terhadap Islam pascaperistiwa 9/11

Peristiwa 9/11 dan berbagai rangkaian peristiwa setelahnya telah menarik perhatian media massa dari berbagai belahan dunia, tidak terkecuali media massa Jepang, untuk meliput peristiwa-peristiwa tersebut.

Selama periode November 2003 hingga Agustus 2004 dalam empat tayangan berita di tiga stasiun televisi Jepang, *News 10* (NHK), *News 23* (TBS), *News Station*, dan *Houdou Station* (Asahi TV), tercatat 4.253 berita internasional dengan total waktu tayang sebanyak 195 jam 22 menit 23 detik<sup>36</sup>.

Grafik 6 di bawah ini menunjukkan negara-negara yang diliput oleh televisi Jepang selama periode November 2003 sampai dengan Agustus 2004.

**Grafik 6**



(Sumber: *Isuramu wa Dou Katararetaka?*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Dari data di atas dapat dilihat bahwa selama bulan November 2003 hingga sepuluh bulan berikutnya tayangan berita internasional dalam televisi Jepang

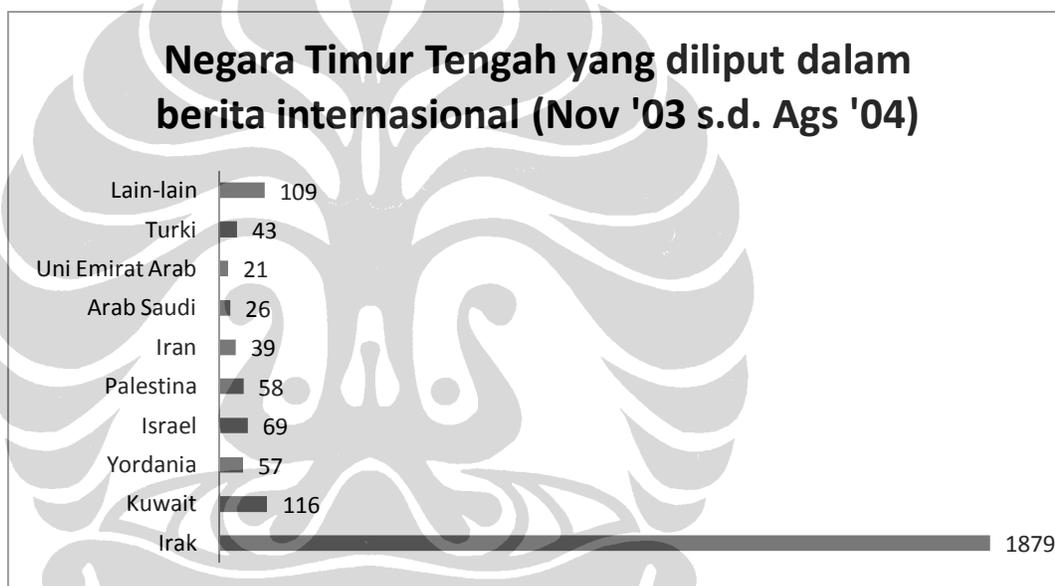
<sup>35</sup> *Ibid*, hlm 63-64.

<sup>36</sup> *Ibid*, hlm 51.

didominasi oleh berita-berita yang berkaitan dengan Timur Tengah. Grafik 7 menjelaskan negara-negara di kawasan Timur Tengah yang muncul dalam berita-berita internasional tersebut.

Fukuda menjelaskan bahwa dalam media massa Jepang pemberitaan yang berkaitan dengan Timur Tengah seringkali disangkutpautkan dengan Islam<sup>37</sup>, sehingga diasumsikan bahwa pemberitaan mengenai Timur Tengah dalam televisi Jepang juga dapat disebut sebagai pemberitaan tentang Islam, yang karakteristik pemberitaannya telah dijelaskan pada subbab sebelumnya.

**Grafik 7**



(Sumber: *Isuramu wa Dou Katararetaka?*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007)

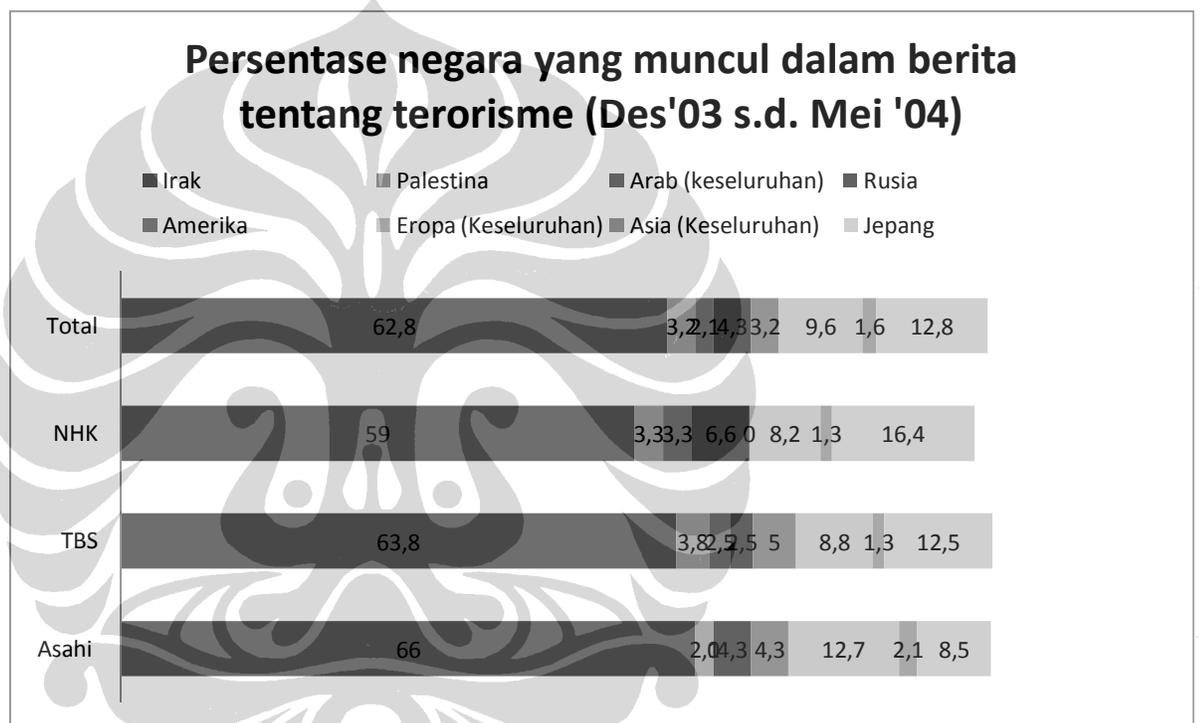
Grafik 7 menunjukkan bahwa di antara negara-negara Timur Tengah, selama bulan November 2003 hingga Agustus 2004. Irak adalah negara yang frekuensi pemberitaannya di dalam televisi paling banyak. Hal ini dapat dipahami mengingat pada periode tersebut tengah berlangsung Perang Irak, yang merupakan salah satu rangkaian peristiwa pascaperistiwa 9/11. Perhatian media

<sup>37</sup> Fukuda Mitsuru. Re: *Nihon no Masu Media Eikyuu*. E-mail kepada penulis. 15 Juli 2008.

massa pada saat itu tertuju pada Irak yang, seperti kebanyakan negara Timur Tengah lainnya, dianggap sebagai negara Islam.

Keseluruhan data yang ditampilkan pada bab ini menunjukkan bahwa berita-berita mengenai Islam pascaperistiwa 9/11 yang mendominasi tayangan berita dalam televisi Jepang yang memiliki jumlah pemirsa sangat besar di seluruh Jepang.

**Grafik 8**



(Sumber: *Guroobaru Risuku Shakai wo Hyoushou Suru Kokusai Tero Houdou* dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 56 tahun 2006)

Dari grafik di atas tampak bahwa Irak merupakan negara yang paling sering diberitakan dalam kaitan dengan aksi terorisme. Bila dilihat dari jumlah berita terorisme yang disiarkan oleh NHK, TBS, dan Asahi TV, lebih dari 60% memiliki kaitan dengan Irak. Maka dapat disimpulkan bahwa berita-berita

internasional yang menampilkan Irak dalam televisi-televisi Jepang sebagian besar berkaitan dengan aksi terorisme.

Dengan mempertimbangkan karakteristik pemberitaan televisi Jepang terhadap Islam, asumsi bahwa berita-berita mengenai aksi terorisme di Irak juga merupakan berita mengenai Islam tidaklah berlebihan karena dalam penyampaiannya berita-berita tersebut seringkali turut melibatkan Islam, sebagai contoh dengan menggunakan kata-kata seperti *Islam genri shugi* ইসলাম原理主義 (fundamentalisme Islam), *Islam kagekiha* ইসলাম過激派 (Islam garis keras, Sunni, Shiah, dan sebagainya).

Karakteristik pemberitaan televisi Jepang terhadap Islam sebenarnya dapat dikatakan tidak mengalami perubahan dalam artian pemberitaannya selalu dikaitkan dengan berbagai isu-isu yang terjadi di negara-negara yang dianggap berafiliasi dengan Islam seperti terorisme, perang, dan masalah minyak, namun setelah peristiwa 9/11 frekuensi pemberitaan terhadap dunia Islam mengalami peningkatan yang sangat drastis bahkan sempat mendominasi tayangan berita internasional dalam televisi Jepang.

**BAB 3**

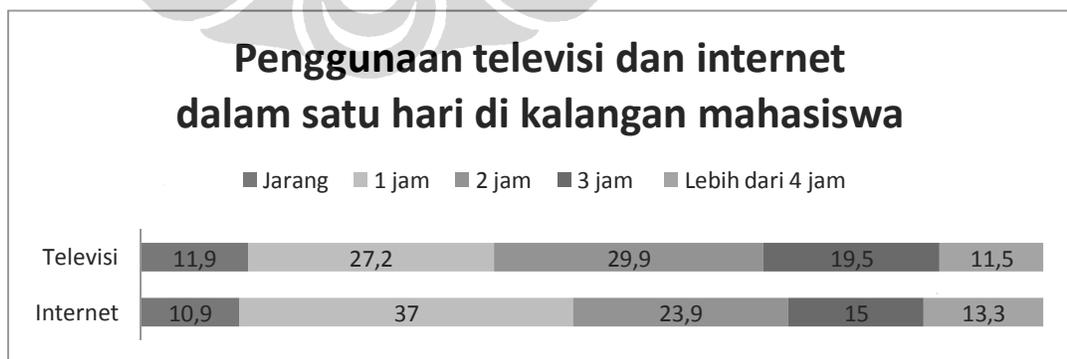
**PERSEPSI MAHASISWA JEPANG TENTANG ISLAM  
YANG MUNCUL SETELAH MENONTON TELEVISI  
PASCAPERISTIWA 9/11**

**3.1 Mahasiswa dan Media Televisi**

Mahasiswa merupakan salah satu unsur penting dalam masyarakat Jepang modern. Keberadaan mahasiswa sebagai calon penerus bangsa yang secara intelektual terlatih menjadikan mereka menempati posisi yang khusus dalam masyarakat. Mahasiswa adalah representasi kaum intelektual dalam masyarakat.

Sebagai bagian dari masyarakat yang menggantungkan kebutuhan informasi kepada media massa, kehidupan mahasiswa juga tidak dapat dilepaskan dari peran media massa. Grafik 9 menunjukkan frekuensi penggunaan media televisi dan internet dalam satu hari di kalangan mahasiswa.

**Grafik 9**



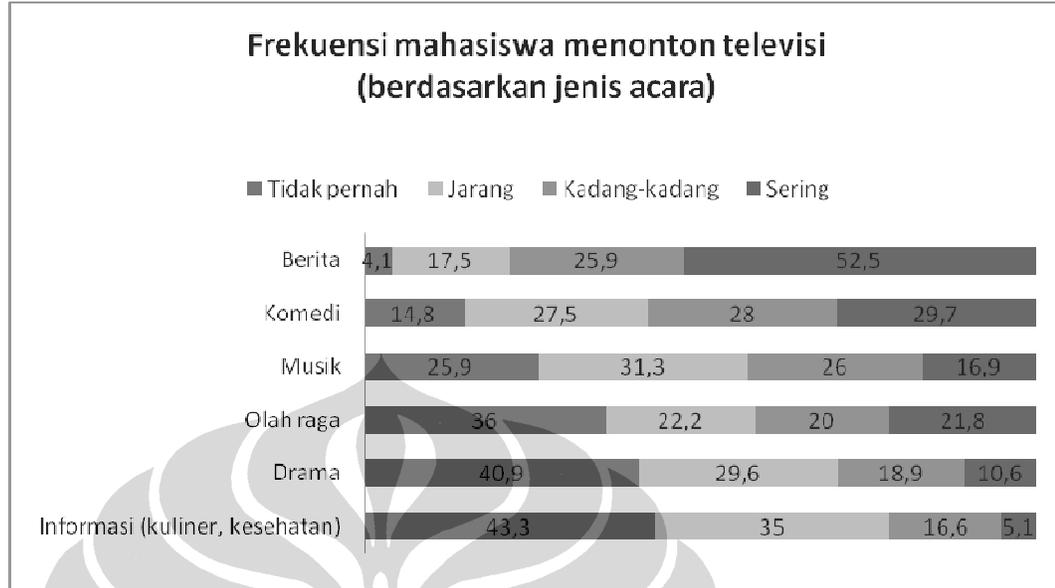
(Sumber: *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam *Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou* No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Data di atas menunjukkan bahwa dalam satu hari hampir 90% mahasiswa menggunakan internet dan televisi. Sepintas terlihat bahwa mahasiswa yang menggunakan internet selama kurang lebih satu jam dalam sehari lebih banyak dari pada mahasiswa yang menonton televisi selama satu jam dalam sehari. Namun bila dilihat lebih jauh, mahasiswa yang menonton televisi lebih dari satu jam, yang disebut *hard-viewer* oleh Gerbner, jauh melampaui mahasiswa yang menggunakan internet lebih dari satu jam dalam sehari. Mahasiswa lebih banyak menghabiskan waktunya untuk menonton televisi dibandingkan menggunakan internet maupun media massa lainnya.

Frekuensi penggunaan televisi yang sangat besar di kalangan mahasiswa Jepang mengakibatkan berbagai pesan yang disampaikan oleh televisi secara efektif tersampaikan kepada mahasiswa. Terlepas dari konten yang disiarkan oleh televisi, mahasiswa merupakan konsumen yang besar bagi televisi Jepang.

Grafik 10 menjelaskan jenis acara yang paling sering ditonton oleh mahasiswa. Walaupun berbagai jenis acara hiburan seperti komedi, musik, dan drama maupun acara musik dan siaran pertandingan olah raga mewarnai televisi Jepang saat ini, namun siaran berita adalah jenis acara televisi yang paling sering ditonton oleh mahasiswa. Sebanyak 52,5% menyatakan dirinya sering menyaksikan siaran berita di dalam televisi. Jumlah tersebut melonjak melebihi 75% bila digabungkan dengan mahasiswa yang 'kadang-kadang' menonton siaran berita di televisi.

Grafik 10



(Sumber: *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam *Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou* No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Tingginya frekuensi mahasiswa Jepang dalam menonton siaran berita dalam televisi Jepang disebabkan oleh tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap berita televisi. Sebagai representasi kaum intelektual mereka harus terus mengikuti berbagai perkembangan yang terjadi baik di dalam maupun di luar negeri, dan untuk itu mereka harus memperoleh informasi dari sumber yang dianggap terpercaya. Pilihan tersebut jatuh kepada televisi.

Tabel 1

**Tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap media massa**

	Dapat Dipercaya	Sebagian Besar Dapat Dipercaya	Kurang Dapat Dipercaya	Tidak Dapat Dipercaya	Tidak pernah menonton/membaca
Acara berita	38,3	45,9	7,2	1,5	7,1

NHK					
Surat kabar	36,8	49,7	8,2	1,2	4,0
Acara berita TV swasta	14,9	62,2	17,5	2,3	3,2
Koran olah raga	7,2	21,4	42,2	12,9	16,3
Talk show TV	3,2	24,1	53,7	12,7	6,3
Majalah mingguan	2,8	17,5	50,4	16,8	12,4
Internet	2,2	9,4	48,8	28,7	10,9

(Sumber: *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Dari tabel 1 tampak bahwa televisi, baik NHK sebagai televisi pemerintah maupun televisi swasta, dan surat kabar adalah jenis media yang mejadi sumber informasi terpercaya bagi mahasiswa. Sebanyak 38,3% mahasiswa menyatakan bahwa acara berita NHK dapat dipercaya. Angka tersebut menurun drastis pada acara berita televisi swasta (14,9%), namun apabila angka dari mahasiswa yang menganggap berita televisi swasta ‘sebagian besar dapat dipercaya’ diikutsertakan, maka jumlahnya melampaui 75%. Dengan kata lain baik NHK maupun televisi swasta memiliki predikat yang baik sebagai sumber informasi terpercaya di kalangan mahasiswa Jepang.

### 3.2 Mahasiswa dan Berita Internasional dalam Televisi

Kepercayaan mahasiswa Jepang yang besar terhadap informasi yang disampaikan oleh televisi juga berarti informasi-informasi mengenai dunia internasional di dalam televisi diterima secara aktif dan menjadi referensi utama mahasiswa dalam memahami situasi di berbagai belahan dunia. Tabel 2 membuktikan bahwa televisi adalah sumber bagi mahasiswa untuk mengetahui perkembangan dunia internasional.

**Tabel 2** **Sumber berita internasional**  
(berdasarkan jenis informasi)

	Televisi	Surat kabar	Majalah	Inter-net	Keluarga teman	lain - lain	Tidak tertarik
Informasi perang dan terorisme	74,7	7,7	0,4	12,1	0,4	0,3	4,4
Informasi bencana dan berbagai kejadian	70,1	7,0	0,6	14,6	0,6	0,2	7,0
Informasi olah raga	62,6	2,7	0,7	15,5	0,8	0,2	17,5
Informasi politik dan kondisi sosial	60,9	11,3	1,2	14,5	0,9	0,4	10,8
Informasi film dan musik	47,0	0,8	13,1	26,1	2,4	1,6	9,0
Informasi bisnis dan ekonomi	39,9	10,4	2,5	13,4	0,9	0,4	32,5
Informasi pariwisata dan kuliner	35,7	0,4	16,7	18,5	1,4	1,2	26,2
Informasi <i>fashion</i>	21,6	0,7	35,3	10,6	0,7	0,4	30,5

(Sumber: *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Dari tabel 2 terlihat bahwa dalam hampir seluruh jenis berita internasional, hiburan maupun informasi lainnya, mahasiswa mempercayakan televisi sebagai sumber utama. Salah satu hal menarik yang dapat diambil dari data di atas adalah sebanyak 74,7% mahasiswa Jepang memperoleh informasi mengenai perang dan terorisme dari televisi. Mahasiswa mempercayakan televisi sebagai sumber berita-berita internasional mengenai tindakan-tindakan terorisme.

Bila data di atas dihubungkan dengan data-data mengenai fenomena besarnya frekuensi dan kecenderungan pemberitaan televisi Jepang terhadap terorisme yang sebagian besar dihubungkan dengan beberapa negara seperti Irak

dan Afganistan yang dianggap berafiliasi dengan Islam dan karenanya terorisme dihubungkan dengan Islam pada bab sebelumnya, maka tidak salah apabila disebutkan bahwa informasi-informasi seputar terorisme yang diberikan oleh televisi memiliki relevansi dengan pembentukan persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam terutama pascaperistiwa 9/11. Penggunaan televisi sebagai sumber informasi mengenai terorisme tentunya berdampak kepada penerimaan mahasiswa Jepang terhadap persepsi tentang Islam yang dibentuk oleh televisi.

### **3.3 Persepsi Mahasiswa Jepang terhadap Islam yang Muncul Setelah Menonton Televisi**

Untuk menganalisis persepsi mahasiswa Jepang terhadap Islam yang muncul setelah menonton pemberitaan terhadap Islam dalam televisi, dengan mempertimbangkan kecenderungan pemberitaan mengenai Islam yang sering kali dihubungkan dengan Timur Tengah dan negara-negara di wilayah tersebut, maka data mengenai persepsi mahasiswa Jepang terhadap bangsa Arab dan persepsi terhadap negara Irak juga dapat dianggap mewakili persepsi mahasiswa Jepang terhadap Islam.

Tabel 3 di bawah menunjukkan persepsi mahasiswa Jepang terhadap lima bangsa di dunia Amerika, Korea, Cina, Arab, dan Jepang sendiri. Salah satu hal yang paling menonjol dari data di bawah adalah berbeda dengan bangsa lainnya, sebagian besar mahasiswa Jepang merasa bahwa bangsa Arab tidak sesuai dengan hampir seluruh kategori sifat yang diajukan. Dibandingkan dengan Amerika, misalnya, yang oleh mahasiswa Jepang dianggap memiliki kecocokan (dipilih oleh lebih dari 50% responden) dengan sepuluh kategori sifat yang diajukan atau Cina dengan lima kategori, hanya satu kategori sifat yang dipilih oleh lebih dari 50% mahasiswa Jepang yang dianggap memiliki kecocokan dengan bangsa Arab, yaitu kategori 'percaya takhayul' atau dalam bahasa Jepang (bahasa dalam data asli) disebut sebagai *meishin bukai* (迷信深々) dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 52,9%.

Tabel 3

## Persepsi mahasiswa terhadap masyarakat suatu negara atau wilayah

	Amerika	Korea	Cina	Arab	Jepang
senang berrekreasi	<b>80,3</b>	5,0	4,0	15,7	30,0
ceria	<b>89,6</b>	3,3	3,5	25,7	4,3
kemampuan ritmis baik	<b>69,7</b>	3,5	4,1	27,2	5,8
mudah bergaul	<b>67,4</b>	16,1	8,1	12,5	32,9
individualistis	<b>69,0</b>	19,1	24,4	11,3	15,9
ekspresi diri kuat	<b>83,8</b>	44,7	<b>52,5</b>	17,9	4,2
sentimental	<b>51,4</b>	46,3	49,4	24,9	11,0
nasionalis	<b>62,4</b>	<b>68,8</b>	<b>69,0</b>	36,0	6,9
egois	<b>57,8</b>	27,7	39,3	9,8	17,9
pekerja keras	3,8	<b>56,0</b>	<b>50,6</b>	14,2	<b>69,4</b>
orientasi kelompok	8,1	28,2	40,0	27,9	<b>68,3</b>
percaya takhayul	9,6	24,7	35,3	<b>52,9</b>	29,4
kolot	1,5	46,4	<b>62,0</b>	26,0	34,1
cinta keluarga	<b>59,5</b>	<b>51,7</b>	40,2	37,2	28,4
hangat	22,4	23,4	13,7	25,6	<b>55,6</b>

(Sumber: *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 t tahun 2007)

Data dalam tabel 3 di satu sisi bukan menggambarkan bahwa mahasiswa Jepang merasa bahwa kategori sifat yang diberikan dianggap tidak memiliki kecocokan dengan bangsa Arab, namun lebih menggambarkan kurangnya pemahaman mahasiswa Jepang terhadap bangsa Arab sehingga mereka tidak

mampu untuk menentukan sifat-sifat yang dapat menggambarkan bangsa Arab. Hal ini kemungkinan besar diakibatkan oleh terbatasnya kesempatan mereka untuk berinteraksi langsung dengan bangsa Arab. Relatif sedikitnya bangsa Arab yang menetap di Jepang dan sebaliknya orang Jepang yang pernah pergi atau menetap di Timur Tengah menyebabkan hubungan sosial dan kultural antara dua bangsa tersebut tidak terlalu dekat. Selain itu pengetahuan masyarakat Jepang tentang bangsa Arab sebagian besar berasal dari berita-berita media massa. Media-media hiburan seperti film, novel, dan sebagainya yang dihasilkan oleh bangsa Arab, yang sebenarnya mampu menggambarkan kehidupan sosial maupun keadaan masyarakat sebenarnya dan luput dari perhatian media massa seperti televisi maupun surat kabar, pun jarang mendapat tempat dalam masyarakat Jepang<sup>38</sup>.

Di sisi lain dipilihnya kategori sifat ‘percaya takhayul’ oleh lebih dari setengah responden mungkin dapat dianggap sebagai bentuk dari kecenderungan masyarakat Jepang, dalam hal ini mahasiswa, untuk menghubungkan bangsa Arab dengan agama tertentu yaitu, dengan mempertimbangkan kecenderungan pemberitaan media massa Jepang yang merupakan sumber informasi, Islam.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, dalam bahasa Jepang ‘percaya takhayul’ disebut sebagai *meishin bukai*. Kata *meishin* berarti kepercayaan atau keyakinan atau agama yang tidak dapat dijelaskan secara logis, bahkan dianggap bertentangan dengan peradaban manusia modern<sup>39</sup>, sedangkan *bukai* memiliki arti ‘dalam’ atau ‘sungguh-sungguh’, sehingga *meishin bukai* secara keseluruhan bermakna kepercayaan yang mendalam terhadap suatu agama yang dianggap tidak umum oleh masyarakat. Hal ini menunjukkan dua hal. Pertama adalah asingnya Islam bagi mahasiswa Jepang. Islam merupakan sesuatu yang jauh dari kehidupan mahasiswa Jepang maupun masyarakat Jepang pada umumnya sehingga sulit bagi mereka untuk menjelaskan Islam. Ketidakdekatan antara mahasiswa Jepang dengan Islam pada akhirnya memunculkan persepsi yang dibentuk dari sumber sekunder seperti media massa. Dan mengingat pemberitaan media, terutama

---

<sup>38</sup> Fukuda Mitsuru. Re: *Nihon no Masu Media Eikyuu*. E-mail kepada penulis. 3 Juli 2008.

<sup>39</sup> Diterjemahkan dari kamus *Koujien* edisi enam.

televisi, terhadap Islam maka tidaklah mengherankan bahwa persepsi yang tumbuh adalah persepsi negatif.

Kedua adalah bagi sebagian besar mahasiswa Jepang, bangsa Arab tidak dapat dipisahkan dari Islam. Keduanya dianggap merupakan suatu kesatuan. Terdapat kecenderungan untuk menyamakan atau menghubungkan bangsa Arab dengan Islam sehingga bagi mereka persepsi mengenai bangsa Arab tidak dapat dilepaskan dari persepsi mengenai Islam.

Tabel 4 menunjukkan persepsi mahasiswa Jepang terhadap enam negara, Amerika Serikat, Jepang, Italia, Irak, Jerman, Cina, dan Korea Selatan. Dengan metode yang sama dengan data pada tabel 3 di atas, tabel 4 menjelaskan kategori-kategori sifat yang oleh mahasiswa Jepang dianggap tepat untuk menggambarkan suatu negara.

Senada dengan data sebelumnya persepsi mahasiswa Jepang tentang suatu negara cenderung berhubungan dengan persepsi mereka tentang bangsa yang menempati negara tersebut. Contohnya adalah bangsa atau rakyat Amerika yang diasosiasikan dengan sifat-sifat 'senang berrekreasi', 'ceria', 'kemampuan ritmis baik', 'individual', 'ekspresi diri kuat', 'mudah bergaul', 'sentimental', 'nasionalis', 'egois', dan 'cinta keluarga', berhubungan dengan sifat-sifat yang diasosiasikan dengan negara Amerika 'kaya', 'maju', 'kuat', 'penuh semangat', 'berbahaya', dan 'bebas'. Pengasosiasian suatu negara dengan sifat-sifat yang mirip dengan sifat-sifat yang dianggap mencirikan bangsa yang menempati negara tersebut mungkin dapat dikatakan sebagai sebuah kewajaran karena tentu saja sebuah negara tidak dapat dipisahkan dari rakyat atau bangsa yang menempatinnya sehingga persepsi mengenai suatu negara juga berarti persepsi mengenai rakyatnya.

**Tabel 4**

	Amerika	Jepang	Italia	Irak	Jerman	Cina	Korea Selatan
aman	5,2	<b>81,4</b>	28,8	0,5	37,9	5,4	19,1
dapat dipercaya	14,9	47,1	19,8	1,7	35,5	5,3	11,6

kaya	<b>88,7</b>	<b>84,7</b>	<b>51,4</b>	1,3	<b>55,0</b>	17,4	19,5
maju	<b>90,4</b>	<b>70,8</b>	34,2	0,8	<b>51,6</b>	18,5	19,7
modis	36,4	36,8	<b>84,6</b>	0,7	28,7	1,9	5,1
bersejarah	10,5	42,6	<b>55,2</b>	26,8	41,0	<b>74,4</b>	27,5
tradisional	6,5	48,5	44,9	18,7	31,5	<b>63,1</b>	48,3
kaya kebudayaan	42,1	<b>60,9</b>	<b>69,9</b>	9,8	41,6	<b>51,2</b>	29,5
kuat	<b>89,7</b>	14,7	10,6	10,9	41,9	35,9	7,8
penuh semangat	<b>61,3</b>	25,5	31,1	7,7	30,6	40,6	29,4
bebas	<b>84,7</b>	<b>52,2</b>	41,7	1,7	29,7	5,9	6,3
lemah	1,4	19,5	2,6	22,0	0,7	5,1	11,6
miskin	2,1	1,7	2,0	<b>63,1</b>	0,7	24,1	7,8
berbahaya	<b>53,0</b>	4,2	7,8	<b>86,0</b>	2,8	29,9	18,3

(Disarikan dari *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken 13 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*, dalam Media Komyunikeeshon Kenkyuu Gaiyou No. 57 edisi 3 tahun 2007)

Berkaitan dengan persepsi mengenai negara Irak dalam tabel di atas, maka dapat dipertimbangkan pula kaitannya dengan data sebelumnya mengenai persepsi tentang bangsa Arab, dan oleh karenanya kaitan dengan persepsi tentang Islam yang dimiliki mahasiswa Jepang dapat ditarik.

Data pada tabel 4 menyebutkan bahwa kategori sifat yang diasosiasikan oleh lebih dari 50% responden mahasiswa Jepang dengan Irak adalah 'miskin' (dengan persentase 63,1%) dan 'berbahaya' (dengan persentase 86,0%). Hal ini sepertinya tidak dapat dipisahkan dari terjadinya Perang Irak yang merupakan salah satu rangkaian peristiwa setelah peledakan *World Trade Center* di New York, Amerika Serikat. Pemberitaan media massa, yang merupakan sumber utama informasi mengenai dunia asing bagi sebagian besar masyarakat, terhadap Irak sejak saat itu dikhususkan kepada Perang Irak dan berbagai kejadian di seputar perang tersebut.

Karakteristik pemberitaan media massa, termasuk televisi, yang seringkali menyangkutpautkan Irak yang berada dalam situasi perang maupun negara-negara lain, sebagian besar di wilayah Timur Tengah, dengan Islam pada akhirnya menumbuhkan persepsi yang buruk tentang Islam dalam masyarakat Jepang. Persepsi bahwa Irak merupakan negara yang ‘miskin’ dan ‘berbahaya’ pun kemungkinan besar dapat berubah menjadi persepsi tentang Islam.

### **3.4 Analisis Relevansi Pemberitaan Televisi terhadap Islam pascaperistiwa 9/11 terhadap persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam**

Persepsi mahasiswa Jepang tentang bangsa Arab maupun Irak yang timbul setelah menyaksikan pemberitaan televisi juga dapat dipertimbangkan sebagai persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam. Karakteristik pemberitaan media televisi, sebagai media yang dianggap terpercaya, terhadap peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan 9/11 dan serangkaian peristiwa setelahnya yang selalu dihubungkan dengan Islam telah berperan dalam membentuk persepsi masyarakat Jepang tentang Islam secara umum.

Pengasosiasian sifat-sifat seperti ‘percaya takhayul’, ‘miskin’, maupun ‘berbahaya’ dengan dunia Islam oleh mahasiswa Jepang dapat dikatakan memiliki korelasi dengan pemberitaan televisi tentang Islam pascaperistiwa 9/11. Pemberitaan televisi telah melahirkan persepsi tertentu mengenai Islam.

Dengan mendasarkan argumentasi pada teori kultivasi maka televisi telah berperan sebagai ‘pencerita’ yang menyampaikan informasi-informasi kepada khalayak yang luas, yaitu, dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jepang. Televisi adalah penyampai informasi bagi mahasiswa Jepang mengenai berbagai hal, salah satunya adalah tentang Islam yang jauh dari kehidupan sehari-hari mereka.

Dalam pemberitaan terhadap Islam televisi Jepang menyampaikan ‘cerita’, atau informasi, yang berperan:

1. Mendefinisikan dan mendeskripsikan apakah yang disebut sebagai Islam,
2. Mengungkapkan berbagai hal seputar Islam, dan
3. Mengarahkan masyarakat tentang bagaimana harus bersikap terhadap Islam.

Dengan ketiga peran yang telah dijalankan oleh televisi dalam memberitakan Islam, maka televisi dapat dikatakan telah memainkan peran penyampai cerita (*story*) yang dalam analisis kultivasi merupakan media untuk menyampaikan pandangan-pandangan atau pemikiran-pemikiran mengenai berbagai realitas sosial, atau, dalam penelitian ini, Islam. Televisi telah menanamkan berbagai pengetahuan tentang Islam dan mengarahkan bagaimana seharusnya bertindak terhadap Islam. Televisi membentuk sebuah pemahaman tertentu mengenai Islam yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat.

Pemberitaan televisi Jepang tentang Islam yang membentuk pemahaman tertentu terhadap Islam tersebut disampaikan dengan frekuensi yang sangat tinggi dan bahkan pemberitaan tentang Islam pascaperistiwa 9/11 jumlahnya, baik dalam hal jumlah waktu maupun jumlah pemberitaan, melampaui pemberitaan dunia internasional lainnya. Frekuensi pemberitaan yang sangat tinggi terhadap Islam pascaperistiwa 9/11 dibarengi dengan tingkat konsumsi yang sangat besar dari masyarakat Jepang terhadap informasi-informasi yang diberitakan oleh televisi. Sebagian masyarakat Jepang menggunakan televisi untuk memperoleh informasi mengenai berbagai peristiwa yang terjadi di dalam maupun luar negeri.

Mahasiswa Jepang juga merupakan salah satu elemen masyarakat Jepang yang mempercayakan kebutuhannya kepada televisi. Bagi mahasiswa Jepang televisi adalah jenis media massa yang dianggap dapat dipercaya. Tingkat kepercayaan mahasiswa Jepang terhadap televisi melebihi tingkat kepercayaan terhadap jenis-jenis media massa lainnya, seperti surat kabar, majalah, maupun internet.

Kepercayaan yang tinggi terhadap pemberitaan televisi juga ditunjukkan dalam kepercayaan mereka terhadap pemberitaan mengenai aksi-aksi terorisme dan peperangan di berbagai belahan dunia. Televisi merupakan sumber informasi utama mahasiswa Jepang untuk mengetahui berbagai peristiwa yang berkaitan dengan terorisme dan peperangan.

Pascaperistiwa 9/11 pemberitaan media massa secara keseluruhan mengenai aksi terorisme dan peperangan diarahkan pada negara-negara seperti Afghanistan yang diduga berkaitan dengan peristiwa 9/11, Irak yang diinvasi oleh Amerika Serikat, dan negara-negara lain yang dianggap berafiliasi dengan Islam.

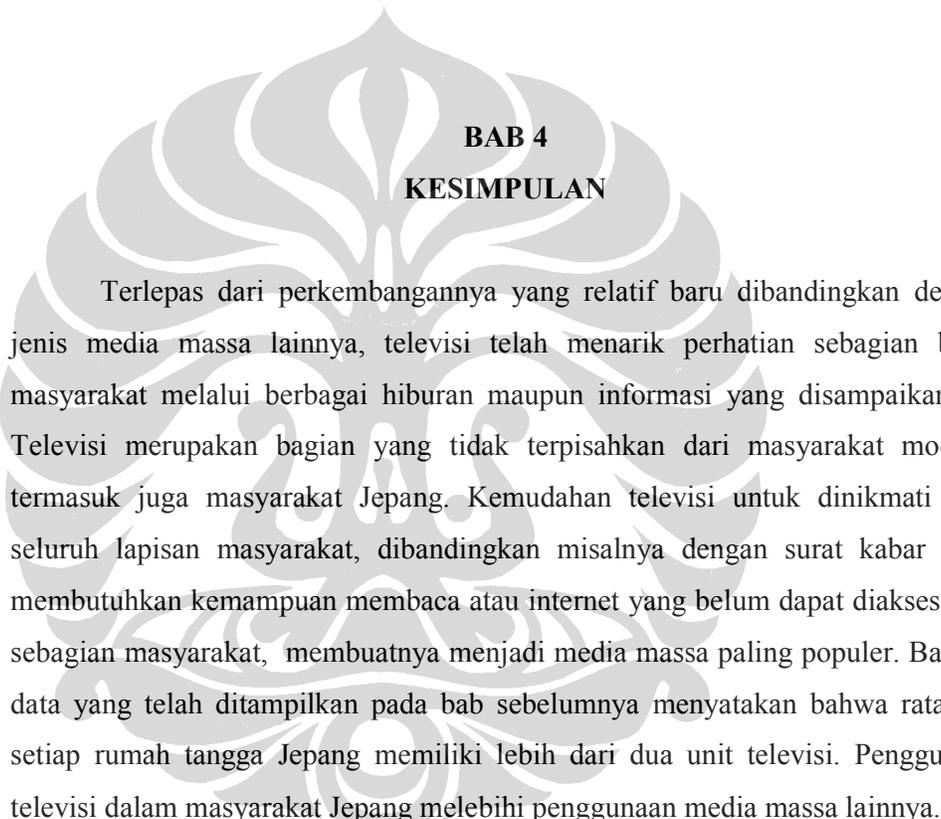
Anggapan tentang hubungan antara negara-negara tersebut dengan Islam oleh media dijadikan alasan untuk mengaitkan Islam dengan negara-negara tersebut. Oleh karenanya penjelasan mengenai berbagai aksi terorisme dan peperangan yang terjadi di negara-negara tersebut tidak pernah dilepaskan hubungannya dengan Islam.

Pengaitan hubungan antara Islam dengan negara-negara yang diberitakan berkaitan dengan aksi-aksi terorisme pascaperistiwa 9/11 pada akhirnya tidak hanya menimbulkan persepsi yang negatif mengenai negara-negara tersebut namun juga berimplikasi pada munculnya persepsi negatif terhadap Islam.

Mahasiswa Jepang yang sebagian besar mempercayakan kebutuhan informasinya berkenaan dengan isu-isu terorisme dan peperangan kepada televisi pada gilirannya, sebagai akibat dari interaksi yang intens dengan berita-berita dalam televisi, memiliki persepsi yang negatif tidak hanya kepada negara-negara yang diberitakan namun juga kepada Islam.

Dalam kerangka teori kultivasi, munculnya persepsi negatif mahasiswa Jepang tentang Islam dapat dijelaskan sebagai hasil dari proses kultivasi atau proses pembelajaran bersama mengenai berbagai realitas sosial melalui cerita yang disampaikan oleh media televisi. Televisi menyajikan ‘cerita’ atau informasi mengenai Islam kepada mahasiswa Jepang. Informasi tersebut diterima oleh mahasiswa Jepang yang sebagian besar memberikan penilaian tinggi terhadap reliabilitas televisi. Kemudian dengan mendasarkan argumentasi pada berita-berita yang didapat dari televisi, mahasiswa Jepang membentuk persepsi tertentu mengenai Islam. Mahasiswa Jepang telah secara langsung ‘terkultivasi’ oleh pemberitaan-pemberitaan televisi Jepang terhadap Islam pascaperistiwa 9/11.

Interaksi yang terbatas antara mahasiswa Jepang dengan dunia Islam mengakibatkan mahasiswa Jepang menggantungkan kebutuhan informasinya kepada televisi yang kemudian membentuk persepsi mereka tentang Islam. Sesuai dengan analisis kultivasi, fenomena ini dapat dijelaskan sebagai bentuk kultivasi yang dimainkan oleh televisi terhadap mahasiswa Jepang. Televisi Jepang dapat dikatakan membentuk persepsi mahasiswa yang belum tentu sesuai dengan realitas dunia Islam yang sebenarnya atau hanya sebagian dari keseluruhan realitas yang ada.



## **BAB 4**

### **KESIMPULAN**

Terlepas dari perkembangannya yang relatif baru dibandingkan dengan jenis media massa lainnya, televisi telah menarik perhatian sebagian besar masyarakat melalui berbagai hiburan maupun informasi yang disampaikannya. Televisi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat modern, termasuk juga masyarakat Jepang. Kemudahan televisi untuk dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat, dibandingkan misalnya dengan surat kabar yang membutuhkan kemampuan membaca atau internet yang belum dapat diakses oleh sebagian masyarakat, membuatnya menjadi media massa paling populer. Bahkan data yang telah ditampilkan pada bab sebelumnya menyatakan bahwa rata-rata setiap rumah tangga Jepang memiliki lebih dari dua unit televisi. Penggunaan televisi dalam masyarakat Jepang melebihi penggunaan media massa lainnya.

Bagi mahasiswa Jepang yang merupakan bagian dari kaum intelektual masyarakat Jepang, diperlukan suatu media untuk memperoleh informasi-informasi baik dari dalam maupun luar negeri. Keterbatasan mahasiswa untuk mengakses informasi dari sumber primer dan kebutuhan akan informasi-informasi tersebut membuat mereka mencari sumber informasi alternatif, yaitu media massa. Dari berbagai macam jenis media massa yang tersedia, pilihan utama jatuh kepada televisi. Televisi terutama dimanfaatkan sebagai sumber informasi baik mengenai peristiwa-peristiwa yang terjadi di dalam negeri maupun berbagai kejadian di luar

negeri. Sebagian besar mahasiswa Jepang menghabiskan waktu lebih dari satu jam dalam satu hari untuk menonton televisi.

Alasan terbesar mahasiswa memilih televisi sebagai media massa utama bagi mereka, selain karena kemudahan akses seperti yang telah dijelaskan di atas, adalah karena televisi dinilai menyampaikan berita-berita yang kebenarannya dapat dipertanggungjawabkan. Mahasiswa Jepang sebagian besar menganggap bahwa televisi, baik NHK maupun televisi swasta, selalu menyiarkan informasi yang relatif dapat dipercaya. Tingkat kepercayaan yang besar terhadap informasi-informasi yang disampaikan oleh televisi inilah yang kemudian mendorong mahasiswa Jepang untuk menjadikan televisi sebagai media massa yang paling banyak digunakan.

Sejak peristiwa 9/11 media massa di seluruh dunia mengarahkan perhatian kepada dunia Islam yang ditengarai memiliki hubungan dengan pihak-pihak yang terlibat dalam aksi terorisme yang telah memakan korban jiwa tak terhitung. Hal ini juga terjadi pada media massa Jepang, termasuk televisi Jepang. Pemberitaan mengenai peristiwa 9/11 yang terjadi pada tanggal 11 September 2001 dan berbagai peristiwa yang menyertainya, seperti invasi Amerika Serikat ke Afghanistan dan Perang Irak, menjadi pusat perhatian televisi Jepang. Berita-berita internasional dalam televisi Jepang pada saat itu didominasi oleh pemberitaan terhadap negara-negara yang terlibat dalam berbagai peristiwa tersebut, yaitu, sebagian besar adalah Afghanistan, Irak, dan beberapa negara Timur Tengah lain yang dianggap berafiliasi dengan Islam.

Dalam pemberitaan terhadap negara-negara yang dianggap berhubungan dengan aksi-aksi terorisme pascaperistiwa 9/11 maupun terhadap aksi terorisme itu sendiri televisi Jepang memiliki kecenderungan untuk membangun hubungan antara aksi-aksi tersebut dengan Islam secara keseluruhan. Dalam menjelaskan mengenai fenomena maraknya aksi terorisme di wilayah-wilayah yang diberitakan, terutama Timur Tengah, kaitan dengan Islam selalu dibangun sedemikian rupa sehingga seolah tampak bahwa memang ada relasi yang jelas antara terorisme dengan Islam.

Mahasiswa sebagai pengguna televisi yang menggunakan waktu yang relatif banyak untuk menonton televisi, tentunya tidak luput dari berita-berita

televisi mengenai dunia Islam pascaperistiwa 9/11. Frekuensi pemberitaan televisi yang sangat besar terhadap dunia Islam pada saat itu bertemu dengan tingginya tingkat kepercayaan dan banyaknya waktu yang digunakan mahasiswa Jepang untuk menonton televisi.

Pemberitaan televisi Jepang memiliki karakteristik yang cenderung menghubungkan peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan 9/11 maupun berbagai peristiwa lainnya setelah itu dengan Islam. Tidak salah apabila dikatakan bahwa pemberitaan tersebut diterima oleh mahasiswa Jepang yang memanfaatkan televisi sebagai sumber informasi, terutama informasi yang berkenaan dengan dunia internasional. Lebih spesifik lagi adalah informasi mengenai terorisme dan peperangan di berbagai negara.

Dampak dari pemberitaan terhadap Islam tersebut adalah terbentuknya persepsi yang negatif tentang Islam di kalangan mahasiswa Jepang. Dengan menyandarkan argumen pada informasi-informasi yang diperoleh dari televisi, mahasiswa mempersepsikan dunia Islam dengan sifat-sifat seperti 'percaya takhayul', 'miskin', maupun 'berbahaya'.

Munculnya persepsi negatif tentang Islam di kalangan mahasiswa Jepang bila dilihat lebih jauh lagi merupakan sebuah fenomena yang menarik. Relatif terbatasnya akses mahasiswa Jepang dan masyarakat Jepang secara umum terhadap informasi mengenai Islam, serta hubungan historis dan kultural antara Jepang dengan dunia Islam yang tidak terlalu dekat, membuat mahasiswa kurang memiliki pengetahuan yang memadai mengenai Islam. Terlepas dari berbagai fakta tersebut mahasiswa Jepang memiliki persepsi yang negatif terhadap Islam. Bila mengingat kehadiran media massa, terutama televisi sebagai informasi untuk mengenal dunia internasional bagi mahasiswa Jepang, maka tidak salah bila dikatakan bahwa televisi memiliki relevansi dalam pembentukan persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam pascaperistiwa 9/11.

Televisi sebagai media massa yang dipercaya oleh sebagian besar mahasiswa Jepang sebagai penyampai informasi yang kredibel memiliki peran dalam pembentukan persepsi mahasiswa tentang Islam. Dalam hubungan yang kurang dekat antara mahasiswa Jepang dengan dunia Islam, televisi berperan dalam mendefinisikan apa, siapa, bagaimana yang disebut sebagai Islam. Melalui

pemberitaannya, di satu sisi televisi menghadirkan Islam dalam jangkauan mahasiswa Jepang, namun di sisi lain juga menyebarkan identitas Islam yang terbentuk dari konstruksi yang dibangun oleh televisi sendiri. Peran televisi cukup signifikan dalam membentuk persepsi awal mahasiswa tidak hanya mengenai Islam, namun juga mengenai berbagai hal lain yang terjadi di dunia yang tidak dapat dijangkau secara langsung oleh mahasiswa.

Namun demikian meskipun persepsi awal mahasiswa Jepang mengenai Islam memang sebagian besar dibentuk oleh televisi tetapi pada akhirnya pengalaman pribadi masing-masing individu mahasiswa lah yang selanjutnya membentuk pemahaman mereka tentang Islam. Interaksi pribadi dengan penganut agama Islam, pengalaman berkunjung ke negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, berbagai informasi yang didapat baik melalui kuliah, penelitian mengenai Islam dan sebagainya juga turut berperan dalam menciptakan persepsi tentang Islam. Terlalu dini untuk menyatakan bahwa seluruh persepsi mahasiswa Jepang tentang Islam dibangun dari informasi-informasi yang didapat dari televisi walaupun tetap saja pengetahuan awal berkenaan dengan Islam, seperti yang telah ditunjukkan oleh data, diperoleh dari televisi sebagai media massa yang dipercaya keakuratannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ardianto, Elvinaro, Lukianti Komala, dan Siti Karlinah. *Komunikasi Massa*. 2007. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi*. 2008. Jakarta: Kencana.
- Chomsky, Noam. *Media Control: The Spectacular Achievement of Propaganda*. 2002. New York: Seven Stories Press.
- Feldman, Ofer. *Politics and the News Media in Japan*. 1993. Michigan: The University of Michigan Press.
- Foreign Press Center. *About Japan, Series 7: Japan's Mass Media*. 2004. Tokyo: Foreign Press Center.
- Fujitake, Akira. *Zusetsu Nihon no Masu Media*. 2000. Tokyo: Nihon Housou Shuppan Kyokai.
- Hagiwara, Shigeru. *Henyou suru Media to Nyuusu Houdou: Terebi Nyuusu no Shakai Shinrigaku*. 2001. Tokyo: Maruzen.
- Hagiwara, Shigeru. *Terebi Nyuusu no Sekaizou*. 2007. Tokyo: Keisou Shobou.
- Hagiwara, Shigeru dan Yoko Kunihiro. *Terebi to Gaikoku Imeeji: Media Sutereotaipingu Kenkyuu*. 2004. Tokyo: Keisou Shobou.
- Haralombos, Michael, Martin Holborn, dan Robin Heald. *Sociology: Themes and Perspectives*. 2004. London: Harper Collins Publishers Ltd.

- Hisako, Masahiko. *9.11 to Nihon no Gaikou*. 2002. Tokyo: Koudansha.
- Heuvel, Jon Vanden dan Everette E. Dennis. *The Unfolding Lotus: East Asia's Changing Media*. 1993. New York: The Freedom Media Studies Center, Columbia University.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Media dan Citra Muslim: dari Spiritualitas untuk Berperang menuju Spiritualitas untuk Berdialog*. 2005. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Ikegami, Akira. *Otona mo Kodomo mo Wakaru Isuramu Sekai no Daigimon*. 2006. Tokyo: Koudansha.
- Joseph, Joe. *The Japanese: Strange But Not Strangers*. 1993. London: Viking.
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. 1987. Jakarta: Erlangga.
- Naito, Masanori. *Atarashii Sensou to Media: 9.11 Igo no Jaanarizumu wo Kenshou suru*. 2003. Tokyo: Akashi Shoten.
- Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. 2007. Yogyakarta: LkiS.
- Rivers, William L. et.al. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. 2003. Jakarta: Kencana.
- Said, Edward W. *Isuramu Houdou*. 1986. Tokyo: Japan Uni Agency.
- Said, Edward W. *Orientalism*. 1978. New York: Random House.
- Sakurai, Keiko. *Nihon no Musurimu Shakai*. 2003. Tokyo: Chikuma Shinsho.
- Shanahan, James dan Michael Morgan. *Television and its Viewers*. 1999. United Kingdom: Cambridge.
- Severin, Werner J. dan James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. 2008. Jakarta: Kencana.
- Dentsuu Souken, *Jouhou Media Hakusho 2007*. 2007. Tokyo: Diamond.

### **Internet**

Chandler, Daniel. *Cultivation Theory*.

<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/cultiv.html>.

(19 September 2008 pukul 10:14)

- Fukuda, Mitsuru. *Gurobaaru Risuku Shakai wo Hyoushou suru Kokusai Tero Houdou*.  
<http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication>. (16 Februari 2008 pukul 16:39)
- Fukuda, Mitsuru. *Isuramu wa Dou Katararetaka?*  
<http://www.mediacom.ac.jp/publication>. (22 November 2007 pukul 18:32)
- Gatzen, Barbara. *Media and Communication: Current Issues and Future Research*.  
<http://www.japanesestudies.org.uk/discussionpapers/Gatzen.html>  
 (17 September 16:43)
- Hagiwara, Shigeru. *Daigakusei no Media Riyou to Gaikoku Ninshiki: Shutoken13 Daigaku de no Chousa Houkoku*.  
<http://www.mediacom.ac.jp/publication>. (19 Juli 2008 pukul 00:06)
- Hagiwara, Shigeru. *Terebi wo Chuushin to suru Daigakusei no Media Riyou Joukyou (2001): Shutoken 7 Daigaku de no Chousa Kekka no Houkoku*.  
<http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2002/kiyou52/11.pdf>.  
 (16 Oktober 2008 pukul 16:58)
- Katou, Tetsuro. *Koudo Seichou wa Nani wo Kaetaka?*  
<http://homepage3.nifty.com/katote/seichou.html>. (22 September 2008 pukul 12:11)
- NHK Housou Bunka Kenkyujo. *2005 nen Kokumin Seikatsu Jikan Chousa Houkokusho*.  
[http://www.nhk.or.jp/bunken/research/life/life\\_20060210.pdf](http://www.nhk.or.jp/bunken/research/life/life_20060210.pdf).  
 (16 Oktober 2008 pukul 17:17)
- Phillips, Carrie dan Jennifer Bonds. *Survey of Communication Theory: Cultivation Theory*. <http://com.hilbert.edu/students/papers/carolina-1999/1999cultivation.html>. (19 September 2008 pukul 10:06)

Standard Advertising. *Jakunensou Seikatsu Koudou Jikan Chousa: Chousa Samarii*. <http://www.standard.co.jp/teens/summary.pdf>. (16 Oktober 2008 pukul 16:38)

Takayama, Ryuutarou. *Daigakusei no Intaanetto nado no Riyo ni Kan suru Chousa*. [http://www3.toyama.ac.jp/takayama/class/2007/seminar/somple\\_tabulati\\_on.pdf](http://www3.toyama.ac.jp/takayama/class/2007/seminar/somple_tabulati_on.pdf). (16 Oktober 2008 pukul 17:24)

[http://www.wikipedia.org/media\\_influence](http://www.wikipedia.org/media_influence) (18 September 2008 pukul 11:55)

