

BAB 4

KESIMPULAN

Televisi merupakan media yang tidak bisa dilepaskan dari masyarakat, terutama masyarakat modern. Berbagai macam acara, mulai dari hiburan sampai berita merupakan konsumsi sehari-hari masyarakat di dunia, tidak terkecuali di Jepang. Penggunaan televisi sebagai salah satu media utama disebabkan karena televisi mudah untuk diakses, dan hampir setiap keluarga memiliki televisi. Televisi memiliki berbagai macam keunggulan dibandingkan surat kabar atau radio yang hanya memanfaatkan salah satu indera, seperti penglihatan maupun pendengaran. Televisi memiliki kemampuan persuasif yang lebih baik dibandingkan radio maupun surat kabar, karena televisi seolah memiliki kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan penontonnya. Hal inilah yang membuat televisi menjadi media massa yang paling sering dikonsumsi masyarakat, termasuk masyarakat Jepang.

Bagi masyarakat Jepang, televisi dapat memberikan berbagai macam peranan dalam kehidupan sehari-hari. Mulai dari hiburan, seperti drama, komedi, *talk show*, sampai acara musik merupakan beberapa acara televisi yang paling banyak ditonton oleh masyarakat Jepang. Selain hiburan, kebutuhan lain masyarakat yang dapat dipenuhi oleh siaran televisi adalah informasi. Televisi merupakan media yang paling mudah diakses dan dipercaya oleh masyarakat pada saat membutuhkan informasi sehari-hari. Acara-acara informasi seperti berita, acara olahraga, dan lainnya dapat disaksikan sehari-hari melalui televisi.

Selama Piala Dunia 2002 berlangsung, setiap acara yang disiarkan oleh televisi Jepang, baik acara yang bertemakan hiburan maupun informasi, dikaitkan dengan berbagai hal yang berhubungan dengan turnamen. Acara-acara tersebut menyiarkan setiap hal tentang Piala Dunia 2002 secara intensif, sehingga memudahkan masyarakat Jepang mendapatkan informasi-informasi terbaru selama kompetisi dilaksanakan. Satu hal yang menarik dari penyiaran Piala Dunia oleh televisi Jepang adalah tingginya frekuensi informasi mengenai tim nasional Jepang. Tingginya waktu penyiaran mengenai tim nasional sendiri, baik mengenai tim nasional secara kolektif maupun mengenai para pemain secara individu

merupakan sebuah tanda, bahwa media Jepang mencoba mengajak masyarakatnya untuk lebih memperhatikan prestasi tim nasionalnya sendiri, yang berjuang mewakili nama Jepang. Hal ini merupakan bukti bahwa televisi Jepang memiliki andil dalam membentuk rasa nasionalisme masyarakat Jepang.

Berbagai macam bentuk nasionalisme ditunjukkan oleh masyarakat Jepang selama Piala Dunia 2002, mulai dari merayakan di jalan-jalan sampai meneriakkan “*Nippon!*” sampai larut malam untuk merayakan kemenangan tim nasional. Piala Dunia 2002 merupakan salah satu *event* yang menjadi penanda bangkitnya nasionalisme di dalam masyarakat Jepang, yang sebelumnya dianggap sedang mengalami krisis identitas.

Besarnya tingkat penggunaan televisi oleh masyarakat merupakan salah satu faktor yang membuat televisi sanggup membentuk rasa kebangsaan terhadap masing-masing individu masyarakatnya. Seperti yang telah dinyatakan oleh Scannell, televisi juga memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi nasionalisme masyarakat dengan membawa peristiwa utama ke dalam ruang pribadi masyarakat.

Hal inilah yang terjadi di Jepang selama Piala Dunia 2002 berlangsung. Televisi membentuk nasionalisme masyarakat Jepang dengan menyiarkan salah satu *event* paling megah yang ada di dunia, yaitu Piala Dunia. Dengan berbagai macam acara mengenai Piala Dunia 2002 selama sebulan turnamen berlangsung, televisi menciptakan antusiasme, animo, dan yang terpenting rasa bangga sebagai orang Jepang ke dalam masing-masing masyarakat Jepang yang menyaksikan acara-acara tersebut.