

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan televisi sebagai bagian hidup yang tak terpisahkan. Televisi bisa ada di ruang tamu, ruang tidur, dapur bahkan ditempat yang tidak umum. Sejak pagi hingga malam televisi telah dikonsumsi oleh semua orang dari berbagai usia dan kalangan. Fungsinya yang banyak dianggap sebagai hiburan, pemberi informasi dan educator menjadi alasan utama orang memiliki televisi. Bahkan untuk sebagian orang kehadiran televisi di rumah adalah suatu keharusan untuk menunjang unsur kemewahan semata. Hal ini tentu saja sudah jelas melenceng dari fungsi awal televisi. Keberadaan media massa khususnya televisi di Indonesia telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial masyarakat kita. Televisi dengan berbagai macam acara yang ditayangkannya telah mampu menarik minat pemirsanya, disisi lain perkembangan program acara televisi saat ini lebih dirasa mengacu pada trend, bukan atas dasar sasaran dan tujuan program televisi itu sendiri walaupun tidak semua program acara televisi demikian. Sebagai penonton televisi yang sadar akan peran media tentunya kita tidak bisa dibodohi begitu saja.

Kita sebagai penikmat televisi dapat memilih dan memilah program televisi mana yang baik untuk kita tonton. Tetapi kenyataannya di mata masyarakat kita televisi bukan hanya sebagai produk teknologi semata, namun telah menjelma menjadi instrumen yang memungkinkan distribusi

nilai secara meluas. Kita sering melihat televisi mengangkat sebuah realitas kehidupan sehari-hari yang dikemas dalam tayangan *reality show*. Menjamurnya tayangan *reality show* diberbagai stasiun televisi bukan hanya menjadi trend program televisi semata ini namun lebih dari itu adalah alasan ekonomis.

Hal tersebut diduga tidak dapat dilepaskan oleh peran kapitalis sebagai pemilik modal yang memungkinkan kemunculan acara tersebut di televisi. Banyak jenis *reality show* yang bermunculan dengan tema-tema yang tidak inspiratif seperti *reality show* yang banyak menonjolkan sisi kemiskinan. Hal ini tentu diras sangat miris karena orang miskin kerap menjadi objek. Sejarah peradaban manusia mencatat bahwa kemiskinan merupakan salah satu tragedi kemanusiaan terbesar dan hingga sekarang tetap menjadi masalah yang rumit dan kita pun tahu adanya gejala kemiskinan yang semakin memburuk dewasa ini. Selain alasan kemanusiaan dan alasan moral, ada banyak alasan untuk menangani kemiskinan. Namun jika program pengurangan kemiskinan hanya menjadi pencipta kemiskinan kembali, bahkan sampai pada titik ekstrim tertentu maka, kemiskinan akan dijadikan komoditas yang menggiurkan. Lebih mengerikan lagi adalah bahwa kini kemiskinan bukan hanya diciptakan, tapi direduksi sampai pada tahap yang sangat dangkal pada permainan tanda verbal-visual.(Sunardi;2007).

Menurut Teori Marxisme Klasik yang dinamakan *the critique of political economy* menganggap bahwa dalam sistem kapitalis keuntungan mendorong produksi, suatu proses yang berakhir dengan menekan buruh atau pekerja. Hanya ketika pekerja menentang kelompok- kelompok dominan,

cara-cara produksi dapat diubah dan kebebasan pekerja dapat dicapai. Kebebasan tersebut memajukan perkembangan sejarah alami, ketika kekuatan-kekuatan oposisi bersingungan dalam dialektik yang menghasilkan peringkat yang tinggi (Littlejohn, 2009 : 69).

Teori ekonomi media merupakan sebuah pendekatan yang memusatkan perhatian lebih banyak pada struktur ekonomi daripada muatan atau ideologi media. Teori ini fokus ideologi medianya pada kekuatan ekonomi dan mengarahkan perhatian penelitian pada analisis empiris terhadap struktur kepemilikan dan mekanisme kerja kekuatan pasar media. Menurut tinjauan ini, institusi media harus dinilai sebagai bagian dari sistem ekonomi yang juga bertalian erat dengan sistem politik (Dennis McQuail, 1987 : 63).

Vincent Moscow mengatakan bahwa ekonomi politik dipandang sebagai studi mengenai hubungan sosial, khususnya hubungan kekuatan, yang biasanya berbentuk produksi, distribusi, dan konsumsi dari sumber. Hubungan ini timbul dalam hubungan timbal balik antara sumber daya alam proses produksi komunikasi seperti surat kabar, buku, video, film, dan khalayak adalah yang utama (Vincent Moscow, 1998 : 25).

Sedangkan kegunaan ekonomi politik dalam komunikasi adalah untuk menggambarkan dan menjelaskan signifikansi dari bentuk produksi, distribusi, dan pertukaran komoditas komunikasi serta peraturan yang mengatur struktur media tersebut, khususnya oleh negara. Gaya produksi media dan hubungan ekonomi kemudian menjadi dasar atau elemen penentu dalam pikiran kita. Seperti yang kita ketahui, masyarakat memerlukan

informasi dan juga hiburan dengan berbagai cara. Kebutuhan tersebut difasilitasi oleh media yang juga ingin menguatkan kedudukannya dalam sistem ekonomi masyarakat. Hubungan yang terjadi antara produsen dan konsumen ini menjadi hubungan timbal balik yang berkesinambungan. Ketika media massa seperti televisi, surat kabar, dan bahkan internet tunduk pada kepentingan modal, maka kepentingan masyarakat bisa menjadi ambivalen.

Menurut Murdock dan Golding (McQuail: 1987), efek kekuatan ekonomi tidak secara langsung secara acak, tetapi terus-menerus: "Pertimbangan untung rugi diwujudkan secara sistematis dengan memantapkan kedudukan kelompok-kelompok yang sudah mapan dalam pasar media massa besar dan mematikan kelompok-kelompok yang tidak memiliki modal dasar yang diperlukan untuk mampu bergerak. Oleh karena itu, pendapat yang dapat diterima berasal dari kelompok yang cenderung tidak melancarkan kritik terhadap distribusi kekayaan dan kekuasaan yang berlangsung. Sebaliknya, mereka yang cenderung menantang kondisi semacam itu tidak dapat mempublikasikan ketidakpuasan atau ketidaksetujuan mereka karena mereka tidak mampu menguasai sumber daya yang diperlukan untuk menciptakan komunikasi efektif terhadap khalayak luas.

Menurut Vincent Moscow komodifikasi merupakan sebuah proses transformasi hal yang bernilai untuk dijadikan produk untuk dijual. Komodifikasi mendeskripsikan cara kapitalisme melancarkan tujuannya dengan mengakumulasi kapital atau menyadari transformasi nilai guna

menjadi nilai tukar. Komoditas dan komodifikasi adalah dua hal yang memiliki hubungan objek dan proses, dan menjadi salah satu indikator kapitalisme global yang kini tengah terjadi. Dalam ekonomi politik media komodifikasi adalah salah satu bentuk penguasaan media selain strukturasi dan spesialisasi (Moscow, 2009 : 127).

Praktek-praktek komodifikasi menurut Moscow pada media televisi ditandai dengan diubahnya konten atau isi media menjadi komoditas untuk mendapatkan profit. Salah satu strategi dalam pencapaian tersebut ialah memproduksi progam-progam televisi yang sesuai dengan selera pasar sehingga dapat menaikkan *rating*. Penggunaan *rating* sebagai salah satu tolak ukur dalam melihat keberhasilan sebuah progam, *rating* menjadi alat untuk menilai *content* (teks atau produk media) apakah ia layak dijual. Kelayakan ini ditandai seberapa banyak pemasang iklan yang mampu ditarik dalam setiap penayangan progam tertentu. Selain itu, *rating* juga menjadi data dalam mengkomodifikasi *audience*, data *audience* yang terangkum dalam *rating* menjadi pijakan bagi para pemasang iklan untuk memasang produknya di progam tayangan tertentu atau tidak. (Moscow, 2009 : 13).

Keberhasilan stasiun televisi diukur dari seberapa mampu suatu progam yang disiarkan dapat menarik perhatian *audience* (Effendi, 1989 : 287). Menurut Morris (2009 : 342) peringkat progam atau *rating* menjadi hal yang sangat penting bagi pengelola stasiun penyiaran komersial termaksud pada televisi. *Rating* adalah sebuah ukuran kesuksesan suatu progam televisi, yang dilaporkan secara rutin oleh lembaga riset pemirsa, seperti *nielsen Media Research* (AGB). *Rating* menjadi patokan utama,

karena pengiklan (*advertiser*) selalu mencari program siaran yang paling banyak memiliki penonton. Namun disisi lain, hal ini disebut sebagai komodifikasi khalayak (*audience commodification*) karena khalayak dijual kepada pengiklan untuk mendapatkan keuntungan (Moscow, 1996). Menurut Panjaitan dan Iqbal (2006 : 21). Data *rating* akan selalu ditindaklanjuti secara cepat dan konkret oleh stasiun televisi yang bersangkutan, hal ini dilakukan demi bertahan dalam suatu persaingan.

Fenomena *reality show* tentang upaya-upaya membantu rakyat miskin ditayangkan di berbagai stasiun televisi. *Reality show* seperti ini dapat dinyatakan sebagai bentuk komodifikasi kemiskinan semata, dengan memperlakukan objek tanda kemiskinan, memanfaatkan rakyat miskin untuk kepentingan yang bersifat komersil. Mengeruk keuntungan dari merepresentasikan ketidakberuntungan orang lain, mencari nama di atas penderitaan orang lain dengan kedok membantu yang miskin. Kemiskinan yang direpresentasikan dalam program ini tentunya menyimpan berbagai kepentingan. Kemiskinan direduksi sebagai komoditas, disederhanakan atau dilebih-lebihkan (manipulasi). Program *reality show* dibuat dengan penambahan-penambahan (rekayasa) tertentu agar alur ceritanya menjadi lebih sendu dan dramatis.

Program ini dapat dibilang membutuhkan biaya produksi yang sangat murah. Komodifikasi Kemiskinan Oleh Media Televisi tinggi dibandingkan dengan program lainnya. Biaya produksi rendah dan rating tinggi itulah yang biasa disematkan pada program tersebut, sehingga stasiun televisi dapat menekan biaya serendah-rendahnya dan keuntungan setinggi-tingginya, inilah

logika kapitalis yang selalu menekan biaya yang serendah-rendahnya dan berusaha mendapatkan keuntungan yang setinggi-tingginya. Sebagaimana dikatakan Marx, "tendensi konstan kapitalis adalah untuk memaksa ongkos kerja kembali ke angka nol". Alasan memproduksi program *reality show* tidak terlepas dari seberapa besar program tersebut mampu menarik para pengiklan untuk mengiklankan produknya di sela-sela tayangan. Ketika program acara reality show yang bertemakan kemiskinan digarap oleh sebuah rumah produksi dan stasiun televisi untuk menarik pengiklan maka persoalan tersebut merupakan sebuah praktik komodifikasi terhadap objek kemiskinan.

Orang pinggiran di trans 7 merupakan reality show yang sangat lama, sempat tidak beberapa bulan tidak ada tayangan dan sekarang muncul lagi mulai banyak fenomena-fenomena yang diangkat dan dieksplor di jadikan konsumsi publik. Salah satu contoh program reality show yaitu Catatan si Olga yang menggambarkan olga sebagai sosok yang sangat dermawan yang mempunyai banyak uang untuk membantu langsung ke orang yang kurang mampu. Agar tayangan ini sangat meyakinkan pemirsa, Catatan si Olga bukan hanya langsung mencari rakyat yang kurang mampu untuk memberikan bantuan, namun dalam tayangan catatan si olga ini terlalu berlebihan dan di dramatisir agar pemirsa dapat merasakan penderitaan orang tersebut. Dalam Catatan si Olga terlalu di kemas berlebihan dan rekayasa, karena dalam tayangan ini ada beberapa *shoot* yang seharusnya tidak perlu dilakukan, seperti berlari-lari mengejar objeknya, dan menceritakan kehidupan sehari-harinya di dalam mobil mewah si olga.

Orang pinggiran di trans 7 menayangkan wanita dan anak-anak karena wanita adalah sebuah objek yang sangat kuat untuk berperan penting dalam sebuah keluarga, maka dari itu fenomena kapitalis sering mengeksploitasi perempuan yang kuat dan tegar mencari nafkah untuk keluarga dan anak-anaknya, semakin berkembangnya zaman wanita sekarang tidak hanya mengurus rumah dan anak tetapi juga mencari nafkah. Maka dari itu kaum kapitalis memanfaatkan fenomena tersebut, karena tanpa kita sadari wanita mempunyai daya tarik sendiri untuk di tonton, hal ini sangat mempengaruhi rating progam tersebut. Memang acara ini sangat efektif untuk menguras air mata dan merasakan iba untuk mengali dana yang akan nantinya akan di berikan pada si tokoh tersebut.

Banyak pro dan kontra dengan adanya tayangan ini karena ada beberapa episode yang menayangkan anak- anak untuk di eksploitasi, menceritakan bagaimana susahnya hidup dan mencari nafkah untuk membantu keluarganya dan membayar sekolah. Anak sekecil itu seharusnya bermain bersama teman-temanya dan belajar tetapi di dalam tayangan ini malah di jadikan sebuah objek dan melakukan pekerjaan yang keras untuk membantu orang tua. Saat mengamati tayangan ini selalu di jelaskan kalau orang tuanya “sakit dan tidak bisa apa-apa”. Hal ini menginspirasi banyak orang tentunya mengajarkan anak-anak menjadi lebih mandiri. Terlepas dari hal itu banyak sisi negative dalam tayangan tersebut, karena pekerjaan yang berat dan seharusnya di lakukan oleh orang dewasa karena memiliki resiko yang sangat besar.

Orang pinggiran trans 7 ini berbeda dengan program lainnya, karena agar terlihat nyata (*Real reality show*) ini dikemas seperti layaknya dokumenter, menceritakan dan melakukan kegiatan sehari-harinya untuk diliput. Tentunya hal ini tidak terlepas dari campur tangan produser mulai dari cara pengambilan gambar, beking suara, dan backsoundnya menjadikan tayangan ini lebih dramatis dan sangat mengharuhkan. Bahkan tanpa disadari banyak komodifikasi pekerjaannya sehingga terasa berat dan pilu, terutama pekerjaan seorang anak yang membantu orang tuanya untuk mencari nafkah. Seorang anak yang tugasnya sebagai pelajar namun di sini membantu untuk mencari uang dan mempunyai pekerjaan yang sangat berat untuk menjalani hidup demi memenuhi kebutuhannya. Semakin perkembangan zaman pekerja selalu identik dengan kaum perempuan, posisi perempuan kurang beruntung dari pada laki – laki dalam realitas sosialnya.

Ada hubungan produksi-konsumsi yang saling terkait antara objek, pihak penyelenggara program dan penonton (publik). Permasalahan kelompok marginal diproduksi dan diolah oleh pihak penyelenggara acara, lalu dikemas semenarik mungkin sehingga memenuhi selera publik yang mengonsumsi acara tersebut. Kuantitas permasalahan yang dihadapi oleh kaum marginal dan konflik yang terjadi dalam masalah keluarga yang dialaminya untuk mengemas acara tersebut terlihat menarik di televisi. Sisi dramatis menjadi alat untuk menarik perhatian publik. Semakin tinggi kemiskinan atau kesedihan yang dimunculkan, akan berdampak semakin tinggi pula daya konsumsi publik yang mengakibatkan semakin tinggi pula *income* yang diperoleh oleh pihak penyelenggara acara tersebut.

Program *reality show* pertama yang menarik perhatian adalah *Orang Pinggiran*. Acara ini mulai muncul di pertelevisian Indonesia di awal tahun 2000. Acara ini langsung mendapat perhatian dari publik karena acara ini menayangkan dengan berani sebuah gambaran realita kehidupan seseorang yang menyedihkan.

Konsep program ini yaitu membantu orang miskin yang dianggap menarik bagi kedua belah pihak. Masalah tersebut biasanya seputar masalah himpitan ekonomi, kemiskinan yang melanda bertahun-tahun, dan masalah keluarga yang kompleks. Sebelum tayangan ini dibuat penyelidikan terhadap orang miskin dilakukan agar terbentuk narasi-narasi yang ingin disampaikan terhadap publik, reporter yang mengikuti keseharian si objek ini dan tanpa kita ketahui sudah dimodifikasi agar terlihat lebih menyedihkan dan ada sisi dramatisir. Kru yang mempunyai kamera dan peralatan yang canggih hal yang sangat mudah untuk mengatur dan membuat tayangan tersebut lebih mudah dan menarik, adanya narator sebagai pengisi acara dalam tayangan tersebut membuat acara lebih hidup dan mempunyai ciri khas tersendiri.

Kemiskinan merupakan masalah yang muncul di masyarakat berkaitan dengan pemilihan faktor produksi, produktifitas dan tingkat perkembangan masyarakat sendiri, juga berkaitan dengan kebijakan pembangunan nasional yang di laksanakan. Dengan kata lain, masalah kemiskinan ini bisa ditimbulkan oleh hal yang sifatnya alamiah atau kultural juga disebabkan oleh miskinnya strategi dan kebijakan pembangunan yang ada. Para pakar kemiskinan melihat kemiskinan sebagai masalah struktural yakni kemiskinan yang diderita oleh suatu golongan masyarakat karena struktur sosial masyarakat tersebut tidak dapat ikut

menggunakan sumber-sumber pendapatan yang sebenarnya yang tersedia bagi mereka.

Orang pinggiran merupakan semi dokumenter yang bercerita mengenai perjuangan orang pinggiran yang berjuang, untuk bisa bertahan hidup meskipun kehidupan mereka terus tergerus oleh perkembangan zaman. Memenuhi berbagai kebutuhan hidup meskipun dengan keterbatasan dan ketertinggalan menjadi inspirasi bagi penonton. Motivasi dan semangat mereka menjalani hidup dapat mengatasi halangan yang ada. Orang pinggiran sendiri sebenarnya memiliki definisi sebagai orang yang terpinggirkan, baik karena memang mereka tidak kompeten di bidang tersebut atau karena tidak mendapatkan kesempatan untuk berkarya atau yang lebih pahit lagi adalah karena mereka dianggap tidak bisa sebab berbeda pola cara pandang dengan orang yang memegang kekuasaan (Saputra, 2007 : 310).

Reality show “Orang Pinggiran” ini merupakan program yang berjenis semi dokumenter. Berkaitan dengan hal tersebut dalam buku film *Art :An Introductions*, David Brodwell menuliskan adanya tipe-tipe film yang dibedakan dari bentuknya . Brodwell menggunakan kata tipe dan bukan jenis untuk membedakanya dengan *genre* (Jenis). Tipe – tipe tersebut adalah film fiksi, film dokumenter, film animasi, dan film eksperimental. Dalam pembagian jenis-jenis film yang dilakukan oleh David brodwell di atas tidak ada istilah semi dokumenter seperti apa yang dijelaskan dalam penjelasan program *reality show* “Orang Pinggiran”Tans 7, sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya istilah semi dokumenter merupakan sebuah keadaan dimana suatu

keadaan yang nyata dibumbui drama dan settingan di dalamnya serta dibalut dengan penyajian yang menyerupai dokumenter.

Dalam setiap kali episodnya memiliki cerita masing-masing dengan *talent* dan cerita kehidupan masing-masing yang akan disuguhkan kepada pemirsa dengan bantuan narasi sedemikian rupa sehingga membuatnya dapat menarik minat penonton. Dengan acara yang mengeksploitasi kemiskinan tersebut, stasiun televisi dan rumah produksi mendapat keuntungan yang cukup tinggi. Hal ini bukan hanya terjadi pada media televisi, namun menjadi fenomena umum pada tiap industri kapitalis. Disana ada segelintir elit yang mengeruk keuntungan dari suatu permainan ini. Representasi kemiskinan ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menarik pangsa iklan setinggi mungkin. Dengan demikian, bagaimana kemiskinan dikomersialisasikan untuk kepentingan sebuah industri media televisi.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah melakukan observasi terlebih dahulu berupa pengamatan terhadap tayangan reality show “Orang Pinggiran” trans 7 peneliti mengamati episode demi episode yang ditayangkan oleh program tersebut, dan peneliti tertarik mendalami satu episode yang berjudul “Kerinduan Seorang Ibu” yang ditayangkan pada hari Rabu 8 Juli pukul 14. 45 – 15. 15 di Trans 7. Kemudian peneliti mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku atau adegan – adegan dengan melihat dan mengamati *talent* yang ada. Sehingga ditemukan suatu fenomena komodifikasi kelompok marjinal oleh kaum kapitalis dalam tayangan tersebut, hal ini mendorong peneliti untuk menganalisis wacana kritis dengan metode CDA (*Critical Discourse Analysis*). Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik

melakukan penelitian tentang **“Komodifikasi Kelompok Marjinal dalam Tayangan *Reality Show* “Orang Pinggiran” di Trans 7 (Sebuah Analisis wacana kritis).**

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dibuat rumusan masalah permasalahan yaitu bagaimana program reality show “Orang Pinggiran” di Trans 7 mengkomodifikasi kaum marginal khususnya perempuan dan anak – anak untuk mengeruk keuntungan.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana kaum kapitalis dalam hal ini adalah program *reality show* “Orang Pinggiran” di trans 7 dalam mengkomodifikasi kaum marjinal khususnya perempuan dan anak – anak untuk mengeruk keuntungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Manfaat akademis pada Penelitian ini adalah diharapkan dapat menjadikan kontribusi dan sebagai sumber pengetahuan yang dapat dikembangkan bagi mahasiswa di jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis Penelitian ini adalah agar dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang sejenis di bidang ilmu Komunikasi mengenai program acara tanpa adanya unsur komodifikasi sehingga masyarakat memahami program acara reality show.

