

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media elektronik, khususnya televisi mampu mempengaruhi pola pikir dan persepsi masyarakat karena informasi melalui media televisi bersifat aktual dan faktual. Media televisi lebih banyak diminati oleh masyarakat luas dibandingkan dengan media lainnya, hal ini dikarenakan media televisi lebih praktis dan mudah dijangkau hingga pelosok. Mudah dijangkau yang dimaksud yaitu masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi serta hiburan sesuai dengan kebutuhan individu masing-masing, meskipun masyarakat yang tinggal di daerah terpencil.

Televisi merupakan salah satu bagian dari media elektronik yang bersifat audio-visual. Mudahnya mengakses informasi melalui televisi, merupakan salah satu alasan media elektronik ini paling digemari oleh masyarakat luas. Seiring dengan berkembangnya televisi swasta di Indonesia, peran media televisi menjadi sangat penting. Dengan adanya televisi swasta di Indonesia, salah satunya memberikan efek pada bidang pembangunan ekonomi dan bisnis sedang menjadi tren saat ini.

Ekonom Robert Wagner meramalkan bahwa tren ekonomi di tandai dengan berkurangnya peran pemerintah dalam sektor perekonomian. Justru pihak swasta akan menjadi andalan. Maka, peran televisi mengalami pergeseran dalam arti jenis informasi yang diharapkan dan dibutuhkan oleh pemirsa lebih berorientasi pada masalah-masalah ekonomi bisnis (Kuswandi, 2008:1).

Perkembangannya televisi swasta di Indonesia, mengakibatkan Banyaknya persaingan bisnis yang ketat. Sehingga para pemilik

televisi swasta berlomba-lomba saling berusaha untuk memberikan tayangan pada program acara tanpa melihat nilai-nilai yang bersifat edukasi, khususnya pada anak-anak. Hal ini dikarenakan, pemilik televisi hanya mengejar rating demi menarik perhatian para pengiklan sehingga memperoleh keuntungan yang besar.

Rating merupakan alat ukur untuk mengetahui seberapa banyak pemirsa dalam menonton tayangan televisi. Menurut Drs. Wawan Kuswandi dalam bukunya yang berjudul "*Komunikasi Massa (Analisis Interaktif Budaya Massa)*" rating adalah bagian citra stasiun TV yang berhubungan langsung dengan iklan dan nilai pemirsa. Rating TV menjadi alat kekuasaan untuk mengukur pertumbuhan stasiun TV. Rating cenderung berperan ganda. Pada sisi memenuhi tuntutan umum, namun tidak mewakili berbagai selera pemirsa. Rating TV lebih banyak berbicara tentang iklan. Rating tidak menghormati selera pemirsa TV.

Televisi menjadi konsumsi di berbagai kalangan tanpa batasan usia. Tayangan-tayangan televisi memiliki daya tarik yang mempengaruhi seseorang untuk meluangkan waktunya demi menikmati tayangan televisi baik sebagai informasi, pengetahuan, pendidikan maupun hiburan. Banyaknya tayangan televisi saat ini jauh dari nilai-nilai edukatif, dalam hal ini penonton harus lebih selektif dalam memilih program-program yang baik untuk dikonsumsi.

Televisi memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan televisi dalam hal menyajikan unsur-unsur pesan bagi penonton, karena bersifat audio visual lebih menarik dan mudah dipahami. Stasiun televisi dalam berbagai program acara dikemas sedemikian mungkin untuk dapat menarik perhatian penonton. Program acara mistis "Mr. Tukul Jalan-Jalan" dikemas dengan efek gambar yang bernuansa horror dan angker, efek suara yang memberikan pengaruh kepada penontonnya ketakutan, selain itu menampilkan ahli spiritual, dan menggambarkan makhluk ghaib, hal ini yang menjadikan pemirsa

tertarik memilih program tersebut, sehingga banyaknya persaingan memberikan pengaruh negatif terutama terhadap hilangnya persepsi dari menyajikan program acara yang berkualitas.

Ketua komisi penyiaran Indonesia Judhariksawan program televisi yang berkualitas dinilai mampu memberi inspirasi dan pembelajaran bagi masyarakat. Sehingga program tersebut dapat menjadi teladan sebagai acara atau lembaga penyiaran yang baik. Kekuatan media televisi dibandingkan dengan media lainnya sudah diakui bahwa banyaknya penonton yang meluangkan waktunya untuk menyaksikan program acara di televisi. Namun sayangnya, program acara televisi saat ini tidak semuanya tayangan yang disajikan bersifat positif, karena minimnya unsur informasi, pendidikan, sosial budaya bahkan berkurangnya etika dan norma masyarakat pada program acara di televisi. Ada beberapa tayangan yang dianggap kurang baik, sebab tayangan televisi tersebut kurang memikirkan unsur etika dalam tayangan tersebut. Dalam acara televisi memberikan dampak negatif terutama pada pemirsa wanita. Televisi sangat berpengaruh pada perilaku kehidupan sehari-hari khususnya pada kelompok lemah.

Komoditas juga menjadi bagian dari strategi proses produksi di televisi. Menurut Yadi Supriadi dalam bukunya *Periklanan, Persrektif Ekonomi Politik Media*, Komoditas merupakan sesuatu yang tampil dalam bentuk tontonan secara fantastis. Tampilnya komoditas sebagai tontonan pada akhirnya tidak dapat dipisahkan dari sikap perhatian (attention) kita. Sebagai sebuah kondisi psikologis, perhatian itu bisa berupa hubungan antara stimulus, problem-problem konsentrasi, acuan, maupun kefokusannya (Carry, 2002:459). Melalui media televisi yang memiliki kekuatan pada audiovisual atau untaian kata-kata dalam tayangan tersebut, mampu menampilkan tayangan televisi untuk memberikan daya tarik terhadap penonton terhadap suatu komoditas. Menurut Carry, pada posisi ini tontonan berfungsi sebagai

seperangkat teknik untuk mengatur dan mengarahkan tubuh pada beragam pemenuhan kebutuhan.

Kaum wanita dalam dunia televisi, tanpa disadari telah dijadikan sebagai komoditas. Banyaknya yang menggunakan wanita sebagai komoditas dalam beberapa produk di televisi seperti pada dunia periklanan, menggunakan wanita sebagai objek untuk memasarkan produk dengan menonjolkan beberapa bagian tubuh wanita sehingga hanya sebatas dinikmati sebagai konsumsi komoditas semata oleh berbagai pihak. Selain dunia periklanan, pencitraan wanita dalam sinetron diposisikan sebagai tokoh utama yang lemah, teraniaya serta menjadi korban kekerasan. Perempuan digambarkan sebagai sosok yang lemah, mudah menangis, emosional dan manja, hal ini memberikan stereotype lemah terhadap kaum perempuan.

Cuplikan pada Layar Kemilau "Istri Muda yang Jahat" di MNCTV Jumat, 11 November 2011, pukul 12.00 WIB. Tayangan yang menggambarkan dua tokoh perempuan dengan karakter yang sangat kontras. Halimah sebagai istri tua memiliki sifat sabar dan tidak berontak sedangkan Aliyah sebagai istri muda digambarkan sosok perempuan yang sering judi dan mabuk serta kasar terhadap Halimah. Setelah kita menyimak tayangan-tayangan sinetron di televisi, kita bisa melihat juga stereotype perempuan Indonesia. Di satu sisi, mereka adalah perempuan-perempuan dengan tampilan kejam, berontak, iri hati, dan penuh nafsu keserakahan. Namun di sisi lain, perempuan-perempuan tersebut juga ditampilkan sebagai perempuan cantik dan baik hati layaknya seorang Bidadari penolong. Gambaran seperti yang kemudian direproduksi terus menerus dan pada gilirannya seolah-olah menjadi bagian gambaran nyata sehari-hari perempuan Indonesia.

Khalayak sasaran kelompok lemah ini adalah kaum wanita. Kaum wanita menjadi sasaran intervensi tayangan televisi dengan berbagai macam corak ragam acaranya. Kaum wanita

memperlakukan sajian televisi sebagai barang konsumsi indrawi semata (kebutuhan fisiologis dan psikologis). Seharusnya kaum wanita menyikapi secara kritis dan analitis televisi (Kuswandi,2008:63). Contohnya pada tayangan Reality Show salah satu tayangan acara televisi yang menjadi booming saat ini.

Reality show merupakan program acara televisi yang memberikan tayangan realita kehidupan tanpa unsur rekayasa. Reality show merupakan salah satu acara hiburan dengan melibatkan masyarakat biasa. Reality show “orang pinggiran” di Trans7 mendapatkan apresiasi dari KPI karena program reality show tersebut mampu memberikan inspirasi kepada masyarakat.

Tayangan “Curhat dengan Anjasmara” bisa dikatakan tidak sukses, karena reality show tersebut yang ditayangkan TPI (sekarang MNC TV), KPI Pusat memutuskan untuk menghentikan program reality show KPI Pusat memilih program Curhat dengan Anjasmara telah melakukan pelanggaran dalam UU No 32 tahun 2002 tentang Penyiaran serta P3 dan SPS karena menyajikan tema-tema dewasa yang tidak layak ditayangkan di televisi. Program tersebut sering kali menampilkan kekerasan verbal dan fisik secara dominan dari awal sampai akhir acara sehingga tidak layak untuk di tayangkan.

Banyaknya penyimpangan yang terjadi dalam tayangan reality show yang sudah di atur dalam skenario yang didramatisir sehingga tayangan tersebut penuh adegan yang bersifat berlebihan demi mengejar rating.

Penulis meneliti sebuah tayangan Reality Show yang ada di salah satu stasiun tv swasta yakni ANTV dengan acara reality show nya yang berjudul “Panah Asmara Arjuna” .ANTV, salah satu televisi swasta Indonesia sebelum berubah orientasi, pada awalnya merupakan media elektronik yang membidik pasar anak muda dan remaja. Hampir setiap hari yang disajikan musik yang disenangi anak muda .meskipun akhirnya berubah menjadi televisi umum, kebijakan ini

kelas akan berkaitan dengan program-program yang disiarkan (Nurudin, 2011:123). ANTV yang merupakan salah satu stasiun televisi swasta saat ini sedang ngtren dalam program acara yang bertemakan india. ANTV terus menerus menyajikan berbagai serial kolosal india setelah berhasilnya pada tayangan Mahabharata dan Mahadewa di ANTV yang memiliki rating yang tinggi.

Rating Program Televisi Indonesia dalam akun jejaring sosialnya menayangkan Daily Rating Acara TV pada Jumat (8/8), dimana tayangan serial Mahabharata antv menduduki posisi kedua dengan 4.4/20.6 (sebanyak 4.4 dari 20.6 penonton acara tersebut) setelah tayangan sinetron Ganteng-Ganteng Serigala SCTV 5/20.6. Sedangkan serial kolosal India lainnya yang juga tayang di antv menempati posisi kelima dengan 3.7/18.1 (Wiyanti, 2014). Selain itu, ANTV juga menghadirkan aktor-aktor bollywood sebagai pemeran Mahabarata ke Indonesia dengan tujuan memberikan kepuasan pada Fans Mahabharata. Salah satu aktor tersebut telah di agendakan dan dikontrak secara eksklusif oleh ANTV untuk berperan sabagai aktor utama dalam reality show terbaru ANTV. Hal ini menjadi alasan ANTV untuk meluncurkan program acara reality show terbaru dengan melibatkan salah satu pemain Mahabarata Shaheer Sheikh yang berperan sebagai Arjuna.

Pada program acara reality show “Panah Asmara Arjuna” di kemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian pemirsa terutama pada penggemar acara televisi Mahabarata serta Fans fanatic Shaheer Sheikh di Indonesia. Ratusan perempuan Indonesia mengikuti audisi yang di adakan oleh pihak ANTV dalam acara “ Panah Asmara Arjuna”. Dalam acara tersebut Shaheer Sheikh berinteraksi langsung dengan para penggemarnya (perempuan) yang sudah lolos dalam mengikuti acara tersebut. Perempuan yang masuk audisi memiliki sebutan yaitu “dewi-dewi”.

Dewi - dewi akan mengikuti proses karantina, dewi - dewi menjalani kehidupan sehari-hari selama 90 hari. Gerak-gerik seluruh aktivitas mereka direkam serta diawasi setiap hari dengan menggunakan kamera CCTV yang terpasang di setiap sudut rumah kecuali di kamar mandi. Tayangan ini menampilkan kegiatan sehari-hari tanpa menggunakan naskah dan dilakoni oleh dewi-dewi. Mereka berusaha untuk tampil apa adanya. Setiap hari Shaheer Sheikh akan datang untuk memberikan tantangan yang wajib dijalani oleh dewi-dewi, acara *Diary* tayang setiap Senin-Jumat pada pukul 22.30 WIB. Setiap minggu akan ada yang akan tereliminasi, eliminasi hadir setiap Sabtu pada pukul 21.00 WIB, dan Sang Dewi yang mendapatkan Cinta Arjuna dipilih secara langsung oleh Shaheer Sheikh sebagai Sang Arjuna. Sang Dewi mendapatkan hadiah sebuah mobil serta berkencan dengan Shaheer Sheikh selama sepekan di India.

Dewi-dewi tersebut dalam acara reality show “Panah Asmara Arjuna” sosok perempuan digambarkan dan diposisikan merendahkan harga diri serta martabat perempuan. Reality show tersebut, ditampilkan perempuan membanggakan dirinya dan merasa pantas untuk merebut hati sang Arjuna, menunjukkan sikap yang agresif tingkat tinggi, dramatic, emosi tak terkontrol hingga saling bertengkar dengan melontarkan kata-kata kasar demi bertahan di karantina serta kontestan dipaksa saling bersaing tidak sehat untuk memperebutkan hati Pria.

Mahadewi bisa dibilang sebagai asisten Sang Arjuna, sebab Mahadewi memiliki hak dalam menentukan untuk menolong dewi-dewi yang berada pada posisi “Bharatayuda” dan Mahadewi juga berhak memilih pemenang dalam permainan/tantangan untuk dinner bersama Arjuna. Posisi Mahadewi akan selalu mendampingi Arjuna walaupun Arjuna dinner dengan dewi lainnya.

Komodifikasi perempuan dalam tayangan panah asmara arjuna ditunjukkan dengan adanya perempuan diposisikan merendahkan

harga diri serta martabat, serta perempuan dalam tayangan ini diadu untuk menciptakan konflik. Latar belakang inilah, penulis tertarik untuk meneliti wanita sebagai komoditas dalam acara reality show “Panah Asmara Arjuna”, di ANTV.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah yaitu “Bagaimana wanita sebagai komoditas dalam acara reality show “Panah Asmara Arjuna” di ANTV.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui wanita sebagai komoditas dalam acara reality show “Panah Asmara Arjuna”.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini ditujukan untuk menambah wawasan terhadap penelitian yang berkaitan tentang media dengan kajian menggunakan analisis wacana.

1.4.2 Manfaat Akademi

Wanita sebagai komoditas dalam acara reality show “Panah Asmara Arjuna”, di ANTV.

1.4.3 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber masukan pada tayangan reality show terutama pada masyarakat luas agar lebih cerdas memilih dan memahami program tayangan di televisi yang mendidik atau tidak. Sebagai referensi bagi para peneliti lain yang akan melakukan penelitian dengan tema maupun metode yang sama sekaligus dapat menambah wawasan dan pengetahuan.