

BAB II

REALITY SHOW BERTEMA SOSIAL

A. Ide Dasar

Popularitas *reality show* di Indonesia hadir saat disiarkannya sebuah program yang bertema cinta yang diberi nama “Katakan Cinta”. “Katakan Cinta” adalah *reality show* pertama di Indonesia yang disiarkan sejak 19 Januari 2003 di RCTI setiap hari Minggu pukul 16.30 WIB. Menurut data rating AC Nielsen yang kini telah berganti nama menjadi AGB Nielsen, “Katakan Cinta” adalah program *reality show* dengan *shared audience* mencapai 25% dari seluruh pemirsa televisi yang menyaksikan seluruh acara televisi pada jam siarannya. Selain itu, “Katakan Cinta” terpilih sebagai *reality show* terfavorit dalam ajang Panasonic Awards 2003, dan nominator *reality show* terfavorit Panasonic Awards 2004.

Reality show adalah jenis program acara televisi dimana pendokumentasiannya berlangsung tanpa dilengkapi skenario dan menggunakan pemain dari khalayak umum biasa. Berbagai tema yang biasa diangkat dalam *reality show* diantaranya permasalahan sosial, kompetisi, kemanusiaan, pencarian bakat, mengekspose kehidupan sehari-hari, percintaan, bahkan menjahili orang (www.wikipedia.com).

Kesuksesan RCTI menyiarkan “Katakan Cinta” menggugah stasiun televisi lain untuk membuat acara *reality show* serupa sebagai pesaing. *Reality show* dengan tema percintaan menjadi semakin *booming*, seperti SCTV dengan Playboy Kabel, Kontak Jodoh, dan Harap-harap Cemas (H2C), Pacar Usil, Cinta Lama Bersemi Kembali (CLBK), Cinta Lokasi, Masihkah Kau Mencintaiku, dan masih banyak lainnya. Lalu ketika *reality show* bergerak dari tema percintaan maka TPI muncul dengan program Uka-Uka, Trans TV dengan Dunia Lain.

Seiring dengan maraknya tayangan *Reality show* yang marak di pertelevisian, maka fenomena inilah yang dibaca oleh kreator program televisi untuk menciptakan tayangan Reality Show bertemakan sosial dimana ingin menciptakan tayangan *reality show* yang memiliki kedekatan dengan pemirsanya. Dengan begitu muncul lah saat ini *reality show* yang sering ditayangkan dalam jam-jam *prime time* industri pertelevisian swasta Indonesia, semisal Minta tolong, Uang Kaget, dibayar lunas, bedah rumah dan Jika Aku Menjadi dimana acara-acara yang mengangkat tema tentang *reality show* tersebut banyak diproduksi oleh *Production House Dream Light* dan kemudian menjadi hak siar beberapa stasiun televisi swasta lain : *RCTI, SCTV,* dan *Trans TV*.

Dalam karya ini penulis lebih memperhatikan kajian pada permasalahan status sosial dalam ekonomi masyarakat yang menjadi inti penelitian dalam kajian Terkait tayangan media massa bertemakan sosial yang marak berkembang di Negeri ini, dimana dalam penayangannya tidak hanya memberikan hiburan semata kepada penontonya, akan tetapi juga telah beralih fungsi menjadi sebuah alternatif bagi kalangan menengah ke bawah, seakan sebagai rejeki yang turun dari langit, ketika tayangan seperti "*uang kaget*" yang sebagai pimpinan produser oleh Helmy Yahya tiba-tiba datang di tengah kebutuhan orang miskin sebagai dewa penolong memberikan sejumlah uang besar yang harus dibelanjakan habis seketika. Lainnya lagi adalah *reality show "dibayar lunas"* di mana hadir di tengah kebutuhan orang miskin yang sangat membutuhkan uang untuk membayar hutangnya.

Dari kedua contoh tayangan *reality show* di atas sekilas secara pandangan paradigma positif memang membantu kebutuhan orang miskin di tengah

kebutuhan dan keterbatasan ekonomi. Dengan *talent* yang ada dalam acara tersebut datang sebagai sosok yang membantu menyelesaikan penderitaan orang miskin tersebut. Dalam tayangannya (*reality show*) tersebut menampilkan dua sisi yang berbeda, satu orang miskin yang sangat membutuhkan dan yang kedua adalah orang kaya yang hadir untuk menolong.

Dari dua kutub yang ditampilkan dalam acara tersebut yakni orang miskin yang sangat membutuhkan dan orang kaya yang datang menolong dapat di perhatikan bahwa tayangan yang direpresentasikan adalah orang miskin adalah seseorang yang serba kekurangan secara ekonomis dan talent yang digunakan dalam acara tersebut adalah penolong yang seakan hadir menjadi dewa penyelamat atas orang miskin.

B. Perpaduan Si Miskin dan Si Kaya dalam Media

Isu kemiskinan di negeri ini sudah tak lazim menjadi perhatian khusus Pemerintah khususnya sebagai aparaturnya Negara dan Masyarakat sebagai Masyarakat sosial pada umumnya. Sebagai kebutuhan fundamental sandang, pangan, dan energi merupakan topik khusus yang yang tidak hanya ramai di perbincangkan dalam media televisi. Namun hal itu juga telah dijadikan sebuah tayangan yang direpresentasikan media lewat *film-film, Iklan* dan *reality show* atau tayangan-tayangan lainnya dalam media.

Namun demikian, dalam tayangannya juga jelas menggambarkan mengenai status sosial. Kelompok sosial masyarakat kelas bawah dicirikan sebagai warga yang tidak memiliki kemampuan finansial yang dibutuhkannya untuk pemenuhan kebutuhan pokok. Biasanya hal ini disebabkan karena dirinya tidak memiliki

pekerjaan yang layak, semisal gelandangan, pemulung, dan pengemis. Kondisi demikian kemudian dikontraskan dengan seorang tokoh “penolong” yang memiliki kekayaan uang dalam jumlah yang banyak.

Keluarga, lengkap dengan rumah besar, pakaian modis mobil bermerek, perabotan tiruan dari Eropa serta pembantu-pembantunya merupakan gambaran kemapanan di Indonesia. Seperti dalam “*Film Rumah Kaca*” yang dimainkan meyakinkan oleh Rafi Achmad, yang merepresentasikan dua kutub antara persahabatan orang miskin dan orang kaya. Dalam film tersebut menceritakan tak cukup banyak keinginan Rara sebagai anak orang miskin, hanya mengharapakan rumahnya memiliki jendela yang dapat menutupi rumahnya dari dingin malam. Adalah sebuah gambaran realitas yang menggambarkan fenomena perbedaan status sosial yang sangat kental bahwa bisa saja orang miskin dan orang kaya berdampingan dalam pesan layar lebar sampai layar kaca namun pada prinsipnya sekalipun dibantu secara material oleh si kaya, si miskin tetaplah si miskin yang di tampilkan hanyalah berpangku tangan pada si kaya. Di mana hanya semakin memperkuat posisi Aldo yang berperan sebagai orang kaya ditampilkan sosok dewa penolong bagi si miskin.

Dalam penulisan ini bukan menyoroti Aldo sebagai anak yang lebih berkecukupan secara material. Sekilas apa yang dilakukan Aldo dalam film tersebut sudah merupakan hal kewajaran dalam tatanan kepekaan sosial, dan memang yang dilakukannya patut diapresiasi dalam berkhidupan sosial. Namun penayangan film ini yang hanya mempertegas kembali posisi kaum elite yang mayoritas sebagai dewa penolongnya bagi orang miskin.

Robinson telah menginterpretasikan huru-hara 1973 – 1974 sebagai akibat dari kontradiksi yang terjadi di antara fraksi-fraksi kelas kapitalis.

Menurutnya, opsi datang dari sebagian intelektual kelas menengah dan para pemimpin dari elemen-elemen dari kelompok bisnis pribumi. Para kritikus-kritikus ini terbukti tidak mampu atau enggan mendirikan aliansi politik dengan pekerja. Sebagaimana yang terjadi dalam skema politik tahun 1973-1974 secara keseluruhan Pada film-film kesukaan intelektual radikal saat itu, kelas bawah tidak berbicara melainkan "dibicarakan" (direpresentasikan/diinterpretasikan). Film Mamad dan siapapun yang di representasikannya bukanlah patner oposisi politik dalam diskursus tersebut. Orang miskin di representasikan sebagai kelompok yang tidak berdaya secara social, dan secara tekstual mereka di sulap menjadi bisu (*Robinson dalam Sen, 1994: 206*)

Kehadiran dua kutub yakni golongan mampu dan tidak mampu, hampir sama dengan kehadiran peran protagonis dan antagonis. Keduanya hampir selalu dihadirkan secara bersamaan untuk memperkuat identitasnya satu sama lain. Bahkan keduanya bisa disebut sebagai pasangan yang tidak dapat dipisahkan.

Sedangkan dalam realitas yang nyata, fakta kelas sosial dapat dilihat lewat salah satu indikatornya yakni dengan cara memperbandingkan gaya hidup antar kedua kelas sosial yakni sosok si miskin dan si kaya.

Membanjirnya tayangan-tayangan media yang menampilkan klasifikasi tentang si kaya dan si miskin dimulai pada film-film tahun 1973-1974. Cerita Si Mamad yang naskahnya ditulis dan di sutradarai oleh Sjuman Djaja, meraih status klasik dalam sinema Indonesia (Sen, 1994:56).

Dalam ceritanya terpaksa Mamad mencari uang tambahan untuk biaya medis kelahiran anak, dia mulai mencuri peralatan tulis kantor dan kemudian menjualnya ke sebuah toko salah satu pusat perbelanjaan besar di Jakarta. Saat ia menerima uang dari penjaga toko atas jualannya, bosnya yang bernama Sablun datang yang ternyata adalah pemilik toko tersebut. Walaupun Sablun tidak menaruh perhatian pada masalah itu, Mamad mengejar Sablun untuk menjelaskan keadaannya. Sablun tancap gas dan berkata, 'saya paham'. Apa yang menjadi

kejahatan kecil bagi si Sablun adalah krisis moral yang dasyat bagi si Mamad. Sablun adalah kepala sebuah Departemen Pemerintah dan juga memiliki perusahaan yang menyediakan kebutuhan alat-alat tulis bagi departemennya. Sablun pun adalah salah seorang yang pragmatis dan bukan bos yang pelit.

Akhir cerita si miskin Mamad akhirnya meninggal dan pada saat pemakaman Budiman (sahabat Mamad) yang hadir memberikan penghormatan terakhir bagi jenazah mengatakan : "Mamad telah pergi, dan dunia telah kehilangan seorang yang saya kenal sebagai manusia paling agung.....Mamad jujur dan terus terang. Dia mati lantaran kejujuranya".

Cerita sosok si Mamad merupakan kolase anak Negeri yang dikemas dalam format menyedihkan dalam potret kemiskinan. Mengundang rasa haru, iba, menyedihkan, dan menginspirasi bahwa orang miskin patut dikasihani dan dibantu. Contoh cerita Mamad dalam film tak sebatas hanya dibicarakan oleh kaum intelektual, liberal yang menangkap peluang cerita kehidupan kemiskinan lalu mengemasnya dalam acara hiburan media yang mengumbar kesedihan, iba dan air mata. Nampaknya si miskin adalah hal yang menjadi topik pembicaraan namun si miskin sendiri tak mampu berbicara dalam perihal kehidupannya yang melarat.

Drama-drama tersebut layaknya drama penguras air mata yang sekedar hanya untuk kepentingan komoditas. Diangkat dari sebuah realitas nyata namun di angkat sebagai kepentingan industri semata. Yang mana menjual permasalahan kemiskinan seperti tangis, susah, sakit-sakitan dan lain sebagainya sebagai komoditas industri.

Berikut adalah judul-judul tipikal dari film-film orde baru gelombang pertama yang mengangkat kemiskinan : *Yatim, Sebatang Kara (1974), Jangan Biarkan Mereka Lapar, Ratapan Si Miskin (1975) dan Nasib Si Miskin (1977)*. Dalam film ini tokoh-tokoh Prontagonisnya yang masih muda dan yatim piatu, jatuh miskin lalu melarat hingga akhirnya nasib baik merubah kehidupam mereka di mana roman-roman akhir cerita film penguras air mata ini ditemukan oleh teman, famili atau kerabat-kerabat. Yang menjadikan film ini memiliki tempat di mata penontonnya di mana kemiskinan dapat berubah begitu saja atas moral gampangan dari para dermawan yang memperhatikan orang miskin (dalam film)

C. Tema Status Sosial

Tema – tema tayangan yang hampir sama, yakni yang mengangkat kehidupan kelas bawah juga dapat ditemukan pada beberapa tayangan televisi lainnya. Semisal tayangan yang berjudul “Tolong”. Tayangan tersebut menceritakan masyarakat kelas bawah dengan segala masalah yang dihadapinya. Sebagai solusinya, ia kemudian akan dibantu untuk keluar dari masalah tersebut. Tayangan ini sedikit berbeda dengan tayangan “Jika Aku Menjadi” terutama pada formatnya yang tidak dibuat partisipatif sebagaimana yang ada dalam tayangan “Jika Aku Menjadi”.

Namun demikian, dalam tayangan ini juga jelas menggambarkan mengenai status sosial. Kelompok sosial masyarakat kelas bawah dicirikan sebagai warga yang tidak memiliki kemampuan finansial yang dibutuhkannya untuk pemenuhan kebutuhan pokok. Biasanya hal ini disebabkan karena dirinya tidak memiliki pekerjaan yang layak, semisal gelandangan, pemulung, dan pengemis. Kondisi

demikian kemudian dikontraskan dengan seorang tokoh “penolong” yang memiliki kekayaan uang dalam jumlah yang banyak.

Selain itu, sebenarnya hampir di setiap tayangan televisi juga menampilkan realitas kelas bawah. Baik itu secara langsung maupun lewat perbandingan – perbandingan tayangan yang menampilkan keglamoran kelas atas. Semisal dalam tayangan sinetron-sinetron remaja, kedua kutub tersebut kerap ditampilkan secara bersamaan. Bahkan hal ini menjadi daya tarik tayangan tersebut karena menampilkan realitas yang terlihat nyata sebagaimana yang terdapat dalam realitas yang sebenarnya.

Kehadiran dua kutub yakni golongan mampu dan tidak mampu, hampir sama dengan kehadiran peran protagonist dan antagonis. Keduanya hampir selalu dihadirkan secara bersamaan untuk memperkuat identitasnya satu sama lain. Bahkan keduanya bisa disebut sebagai pasangan yang tidak dapat dipisahkan. Sedangkan dalam realitas yang nyata, fakta kelas sosial dapat dilihat lewat salah satu indikatornya yakni dengan cara memperbandingkan cara hidup antar orang menengah keatas dengan orang menengah kebawah.

Kelas sosial yang paling jelas juga dapat diamati lewat adat dan budaya yang masih dipegang teguh oleh warga Yogyakarta. Eksistensi Sri Sultan masih dipandang sebagai Raja Mataram yang menguasai wilayah Yogyakarta. Maka tidak heran jika Sultan dan seluruh keluarganya pun selalu mendapatkan penghormatan dari warga Yogyakarta. Perannya sebagai Raja, telah mengantarkan dirinya menduduki kelas sosial tertinggi dalam konteks budaya. Posisinya itu pun telah mengantarkan dirinya menjadi Gubernur DIY, sehingga kemudian Sultan menduduki strata sosial tertinggi dalam konteks politik pemerintahan di wilayah Provinsi DIY.

Identitas kelas sosial ini tampak jelas ketika Sultan mengadakan pertemuan bersama pada abdi dalemnya. Sebagai Raja, tentu saja Sultan duduk di atas singgasana kebesarannya, sedangkan para abdi dalem dibiarkan lesehan atau tidak menggunakan kursi. Identitas ini pun dapat disaksikan lewat simbol – simbol arsitektur keraton. Misalnya di Bangsal Ponconiti hanya tersedia satu kursi untuk Sultan saja. Demikian halnya yang terdapat di Mesjid Keraton atau Mesjid Kauman. Lantai mesjid dibiarkan berlapis-lapis. Mulai dari yang terendah hingga yang tertinggi. Awalnya lantai-lantai tersebut diperuntukan bagi seluruh warga keraton namun disesuaikan dengan status sosialnya.