

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti menjelaskan yang akan dibahas mengenai representasi *self and the other* dalam tayangan *reality show "Survivor"* di TRANSTV. Sebagai langkah awal yang akan dijelaskan dari sajian data dan pembahasan yaitu latar belakang sosok *host* dan *co-host* dalam tayangan *reality show "Survivor"*. Dalam proses pembahasan secara mendalam, peneliti menggunakan teknik analisis wacana kritis model tiga dimensi dari Norman Fairclough dalam menganalisis *the self and the other* yang dibangun oleh TRANSTV pada tayangan *reality show "Survivor"*.

1. Pembawa Acara *Host* dan *Co-Host*

1.1 Pembawa Acara atau *Host* : Ruben Onsu



Gambar 3.1

Latar belakang seorang Ruben Onsu yang mempunyai nama asli Ruben Samuel adalah sebagai seorang artis laki-laki sebagai presenter, aktor, penyanyi, pelawak dan pebisnis. Lahir di Jakarta, pada 15 Agustus 1983. Ruben Onsu mulai dikenal sebagai seorang *public figure*

setelah membawakan sebuah program acara *Rumpi*. Selain itu sebagai pemain dalam acara komedi *Tawa Sutra* (2008, ANTV), pemandu acara *Supersoulmate Show* (2008, Indosiar) bersama Eko Patrio dan Ivan Gunawan, program *infotainment* seperti, *KISS* (2011, Indosiar), *OBSESI “Obrolan Seputar Selebriti”* (2012, Global TV), *Weekend Seru* bersama Ocha dan *Cari-Cari Pacar* bersama Nico di Global TV, bersama Adul di TRANS7 dalam acara *Belum Cukup Gede*, dan di TRANSTV sebagai *Host* pada program *Happy Family* (2010).

Mengawali karir di dunia hiburan Indonesia melalui *Lenong Bocah* tahun 1990-an. Setelah mulai dikenal oleh masyarakat, Ruben melebarkan sayap di dunia hiburan dengan merambah ke dunia presenter, aktor, penyanyi, juga pelawak. Karya-karya yang membuat Ruben Onsu semakin dikenal masyarakat di dunia hiburan Indonesia seperti, *Tina Toon Dan Lenong Bocah The Movie* (2004), *Anda Puas, Saya Loyo* (2008), *Pijat Atas Tekan Bawah* (2009), *Ummi Aminah* (2012), *Tumbal KM 98* (2015). Prestasi yang pernah diraih oleh Ruben Onsu melalui *Panasonic Awards* sebagai *Presenter Reality Show Terfavorit* dalam program *Happy Family, Me VS Mom* pada tahun 2009, dan *Panasonic Gobel Awards* sebagai *Presenter Kuis/Game Show Terfavorit* pada tahun 2012.

Dihadirkannya Ruben Onsu sebagai sesorang *host* dalam program *reality show “Survivor”* memiliki maksud dan tujuan tersendiri, dapat dipahami bahwa TRANSTV sebagai media massa telah menampilkan

sebagai sosok orang kota. Selain menjadi *host*, pemain film, dan produser musik, Ruben melebarkan sayap dengan menjadi pelawak atau komedian. Sehingga, program ini syarat dengan unsur komedi. Jika dilihat dari latar belakang kehidupan Ruben dahulu sebelum menjadi sosok artis ibukota, ternyata Ruben pernah mengalami bagaimana sulitnya bertahan hidup dan mencari uang sebelum menjadi artis *multitalent*. Ruben sangat paham betul bagaimana rasanya belum memiliki pekerjaan, mencari tempat tinggal seharga dua ratus ribu untuk kamar kos yang kumuh dan sampai akhirnya bisa tinggal di rumah susun setelah bertemu dan memulai karir dengan bergabung ke *Lenong Bocah* dengan Olga Syahputra sebagai proses mengawali karirnya di dunia hiburan Indonesia sederhana. (<https://hype.idntimes.com/entertainment/wina/meski-sekarang-sukses-11-artis-ini-dulu-pernah-susah> diakses pada tanggal 15 September 2016, pada pukul 01.35 WIB)

Reality show "Survivor" menghadirkan Ruben Onsu, telah menampilkan sebuah konstruksi orang kota *modern* yang terlihat masa kini (*modern*) melalui penampilan, bahasa, penggunaan busana atau *wardrobe* yang menunjukkan kelas sosial menengah ke atas "ala media". Representasi yang dihadirkan oleh media melalui Ruben Onsu, merupakan suatu teks yang mengkonstruksikan sebuah realita. Realita yang dihadirkan melalui teks yang ada didalam televisi, merupakan

unsur dari *miss-en-scene*, yang terdiri dari setting, tata cahaya, *make up*, *wardrobe*, dan akting para pemerannya (Devereux, 2003: 162)

Dipilihnya Ruben sebagai seorang *host* pada *reality show* “*Survivor*” menjadi hal penting. Karena, Ruben memiliki *personality* sebagai seorang artis yang khas dengan humornya, memiliki citra dan rasa peduli yang baik, sebagai orang yang perasa atau sensitif akan situasi sosial dan punya sisi modernitas sebagai seorang artis terkenal. Dari *personality* tersebut media menghadirkan Ruben Onsu untuk mewakili sebuah representasi orang kota masa kini. Ruben Onsu hadir dalam tayangan *reality show* “*Survivor*” dengan status kelas menengah atas. Kelas menengah ke atas yang ditampilkan oleh TRANSTV ialah “kelas menengah atas versi media” yakni kota Jakarta sebagai pusat Ibukota yang pusatnya dari segala hal.

Berbicara mengenai kelas sosial atau ketimpangan kelas yang terjadi pada program *reality show* “*Survivor*”, ialah dengan memilih tempat yang pas sebagai lokasi untuk syuting program. Lokasi tersebut merupakan daerah yang notabennya bukan sebagai kota besar yang ada di Indonesia, melainkan daerah-daerah “pelosok dan terpencil” di Indonesia. Daerah-daerah tersebut merupakan mayoritas kelas menengah ke bawah, inilah yang terlihat jelas melalui sosok Ruben Onsu sebagai sosok yang *modern* dari kota sengaja dihadirkan untuk menguatkan ketimpangan kelas yang menjadi sebuah realitas sosial di dalam program *reality show* “*Survivor*”. Seperti yang disampaikan oleh

Marcel Danesi mengenai bagaimana representasi realitas sosial ditampilkan dalam media, yakni :

Permasalahan utama dalam representasi adalah bagaimana realitas sosial atau objek tersebut ditampilkan di dalam media televisi. Representasi juga merupakan sebagai suatu proses perekaman gagasan, pengetahuan, atau pesan secara fisik dengan menggunakan tanda-tanda berupa gambar, suara, dan sebagainya (Marcel danesi, 2010: 03).

Representasi dalam media juga tidak lepas dari unsur kekuasaan media “TRANSTV”. Media dengan kekuasaannya, dibuat sebuah drama realitas untuk menyebarluaskan dan mempengaruhi bagi setiap orang yang menonton tayangan tersebut. Representasi yang ada di media sebagai sebuah praktik dari wacana yang ingin dibangun oleh media. Permasalahan utama dalam representasi adalah bagaimana realitas sosial atau objek tersebut, yakni konsep *the self and the other* ditampilkan dalam media terutama pada program *reality show* “*Survivor*”.

Hadirnya Ruben Onsu sebagai *host* pada tayangan *reality show* “*Survivor*”, untuk memandu setiap perjalanan yang mereka lakukan pada setiap episodenya. Hal tersebut membuat program ini menjadi semakin menarik penonton. Adanya unsur yang berlebihan antara Ruben selaku *host* dengan dua orang *co-host* Bibie Nonie dan Neng Upay sebagai paket lengkap sebagai olok-olokan “kekonyolan” untuk menambah drama-drama realitas yang dibangun dalam program ini.

1.2 Co-Host : Bibi Nonie dan Neng Upay



Gambar 3.2

Latar belakang Bibi Nonie dan Neng Upay adalah mereka berdua merupakan asisten pribadi Ruben Onsu untuk melayani kebutuhannya dalam kegiatan di dunia hiburan Indonesia. Hadirnya Bibi Nonie dan Neng Upay dalam program *reality show* “*Survivor*” juga sama sebagai asisten dari Ruben Onsu. Mereka digambarkan sebagai paket lengkap dari sosok Ruben Onsu. Media TRANSTV melihat hal ini menjadi penting untuk melengkapi unsur komedi atau hiburan yang dihadirkan melalui Bibi Nonie dan Neng Upay, untuk melengkapi peran Ruben Onsu dan menjadi warna pada program *reality show* “*Survivor*”.



Gambar 3.3

Dihadirkannya Bibi Nonie dan Neng Upay membuat program *reality show* “*Survivor*” ini semakin menarik, terutama bagaimana karakteristik Bibi Nonie seperti gambar di atas yang terlihat memiliki *personality* sebagai objek olok-olokan, digambarkan feminim atau “gemulai”, gaya humornya melalui bahasa yang dipakai, menggunakan pakaian yang selalu cerah, serta memiliki rasa peduli yang baik, dan sensitif akan situasi sosial. Sehingga, *personality* tersebut menjadi hal penting bagi media dengan dihadirkannya Bibi Nonie pada program ini. Bibie sendiri dalam kehidupan nyata adalah seorang asisten Ruben yang melayani dan bekerja untuk memenuhi segala kebutuhan disetiap aktifitas yang Ruben sehari-hari selama menjadi artis Ibukota. Dalam hal ini jelas dapat dilihat bahwa kelas Bibi termasuk kelas menengah ke bawah dan ketika hadir dalam program ini seolah-olah ingin mencoba “naik kelas”.

Karakter yang sudah penulis uraikan di atas menjadi sangat penting, karena *personality* yang dimiliki Bibi Nonie dan Neng Upay bisa menjadi umpan untuk ditunggu-tunggu oleh penonton, bahkan penonton menantikan kejutan ataupun konflik yang terjadi pada saat proses perjalanan dalam men-*survive* daerah yang mereka singgahi. James Lull (dalam Gabriella, : 88-89), mengutarakan bahwa *television viewing* atau acara televisi yang ditonton oleh audiens mengkonstruksikan dua hal, pertama munculnya *rituals* dan kedua

adalah *rules*. “*Rituals*” mengacu pada aktifitas reguler yang senantiasa berulang dan dekat dengan kultural televisi. Sedangkan “*rules*” merupakan pemahaman sosial yang mengindikasikan pola-pola tingkah laku, termasuk kontak-kontak rutin yang terjadi di media massa. Dengan adanya ritual dalam aktifitas menonton televisi, para penonton juga menyusun suatu perpanjangan atas keberadaan mereka.

Drama realitas yang muncul melalui adegan Ruben, Bibi Nonie, dan Neng Upay itu, bukan sekedar adegan spontan yang terjadi begitu saja. Melainkan sebuah adegan yang sudah diskenario ataupun diarahkan oleh produser program *reality show* “*Survivor*”. Drama-drama tersebut diperlihatkan seolah-olah muncul secara alami seperti tidak ada unsur buatan ataupun akting. Padahal drama realitas yang terjadi merupakan bumbu-bumbu tambahan yang disuguhkan melalui kehadiran Bibi Nonie dan Neng Upay oleh Program *reality show* “*Survivor*” untuk mempermainkan emosi penonton. Dalam hal ini terlihat sangat jelas bahwasannya program *Survivor* telah menampilkan wacana bias kelas sosial antara Ruben Onsu, Bibi Nonie dan Neng Upay. Dalam hal ini, penonton seolah-olah telah diwakilkan keberadaannya melalui sosok Bibi Nonie dan Neng Upay, hal ini lah yang menunjukkan bahwa program “*Survivor*” sesuai dengan konsep *reality show*.

2. Sajian Data dan Pembahasan

Dalam melakukan analisis dan sajian data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis wacana tiga dimensinya Norman Fairclough melalui tiga elemen, yaitu: *text*, *discourse practice*, *sociocultural practice*. Melalui *scene-scene* dan *text (dialog* atau percakapan, video adegan atau tingkah laku, bahasa, *shot* demi *shot*, *gesture*, *property*, dan *wardrobe*) yang dijadikan sebagai sebuah praktik wacana yang ada pada program *reality show* “*Survivor*”. Kemudian dari ketiga elemen Norman Fairclough tersebut akan dilakukan sebuah analisis oleh peneliti dan menjadi sebuah hasil analisis yang menjadi penemuan peneliti.

2.1 Orang Kota Sebagai Pahlawan dalam Tayangan *Reality Show Survivor*.

Reality show yang ditayangkan oleh TRANSTV, merupakan konsep dari sebuah gambaran bahwa media telah menampilkan wacana orang kota sebagai pahlawan. Dalam sub-bab ini peneliti akan membahas bagaimana wacana-wacana pada tayangan *Survivor* muncul dengan menunjukkan bahwa kebahagiaan, kesuksesan, kekayaan, uang, akses, dan kampung atau desa lebih terkutuk dan jauh dari kota. Sehingga kehadiran Ruben Onsu dan tim “*Survivor*” hadir sebagai pahlawan “ala media”

Dalam menganalisis sub-bab ini peneliti akan menampilkan gambaran dalam adegan dan dialog untuk melihat sebuah relasi orang kota dan orang desa yang ditampilkan dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”. Jika dibandingkan dengan *reality show* lainnya seperti *My*

Trip My Adventure (2015), orang desa tidak pernah ditayangkan sebagai sosok yang memiliki semangat hidup untuk lebih baik namun selalu menjadi objek sebagai sosok yang menerima takdir atas keadaan yang terjadi dalam hidup, seperti hidup sederhana, terbatas, memiliki keterbatasan akses di lingkungan.

Sosok orang kota sebagai pahlawan dalam *reality show* “*Survivor*”, ditampilkan pada episode “*Bapak Lumpuh yang Memiliki Istri Bidadari di Bali*” pada tanggal 03 Mei 2016. Dari judul episode tersebut, secara spesifik membuat peneliti melihatnya sebagai tayangan yang menampilkan sosok orang desa dengan memiliki keterbatasan lebih ditonjolkan dibanding konsep petualangannya dalam mengeksplorasi daerah yang didatangi. Sehingga apa yang ditampilkan dan digambarkan dalam episode program ini tidak luput dari persoalan bagaimana teks-teks dalam tayangan *Survivor* ini menunjukkan bahwa kebahagiaan, kesuksesan, kekayaan, uang, akses, tidak bisa didapatkan di desa.

Mulai tahun 2016 program tayangan ini menambah unsur *human interest* sebagai isu yang muncul di pertengahan hingga akhir segmennya, sehingga penambahan unsur yang dilakukan oleh media syarat sebagai nilai komoditas yang dikonstruksikan. Kemunculan ini juga dapat membuat tayangan *Survivor* menjadi lebih beragam dan membuat masyarakat tidak merasa jenuh. Seperti yang dikatakan oleh Charles Wright tentang bagaimana sebuah *reality show* yang hadir lebih

bersifat *human interest*. Maksudnya, agar masyarakat tidak merasa jenuh dengan berbagai isi pesan yang disajikan oleh media. Selain itu, fungsi hiburan media juga berdaya guna sebagai pelarian pemirsa atau masyarakat sasaran terhadap suatu masalah. (Kuswandi, 1996:25)

Dalam episode tayangan ini terdapat empat segmen, keempat segmen tersebut akan peneliti tampilkan melalui potongan-potongan adegan dalam setiap *scene* untuk menganalisis *text-text* sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel Adegan Yang Menggambarkan Sosok Orang. Kota Sebagai Pahlawan Dalam Reality Show “Survivor”.

Gambaran Adegan	Segmen dan Durasi	Dialog dan Ket. Scene
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.4</p>	<p>Segmen 1 00:05:33- 00:06:14</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Ruben dan Bibi membantu pak Ngeneh berjualan canang di Desa</i></p> <p><i>(Dialog)</i> Ruben Onsu : <i>Sekarang waktunya kita membantu Bapak menjual canang.</i> <i>Canang canang...</i> <i>Canang canang...</i> <i>Penjualnya Ruben Onsu nih artis terkenal pasti yang beli bangga.</i></p>

	<p>Segmen 1 00:06:16- 00:06:35</p>	<p><i>(Dialog)</i> Bibi Nonie : <i>Tuh kan pemirsa yang jual Ruben Onsu banyak yang beli.. Pasti bangga deh kalo beli.</i></p>
<p style="text-align: center;">Gambar 3.5</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 3.6</p>	<p>Segmen 1 00:06:29- 00:06:55</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Ruben, Bibi dan Bapak pulang kerumah setelah berjualan canang.</i></p> <p><i>(Narasi)</i> Ruben Onsu: <i>Setelah selesai berjualan canang, kita diajak Bapak untuk ke rumahnya.</i> <i>Nah para Survivor, medan untuk ke rumah Bapak cukup curam.</i> <i>Kita harus menuruni ratusan anak tangga, tanpa adanya rasa mengeluh Bapak harus tetap menuruni anak tangga meskipun kakinya sudah tidak kuat lagi berjualan sejauh ini</i> .</p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.7</p>	<p>Segmen 1 00:07:00- 00:07:21</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Mereka berjalan melewati tangga menuju rumah Bapak</i></p> <p><i>(Dialog)</i> Ruben Onsu : <i>Pak, ini tinggi banget.</i></p>

		<p>Bapak : <i>Iya tinggi tangganya ya?</i></p> <p>Ruben Onsu : <i>Ini kalo hujan pasti curam banget ya Pak, licin loh.. Ih serem deh.. Banyak semut lagi.</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.7</p>	<p>Segmen 2 00:00:04- 00:00:13</p>	<p>(Adegan) <i>Ruben dan tim Survivor datang ke rumah bapak</i></p> <p>(Dialog) Ruben Onsu : <i>Saya kagum liat pekerjaan Bapak dan Adek, boleh saya masuk dan ngobrol dengan Ibu?</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.8</p>	<p>Segmen 2 00:00:14- 00:00:20</p>	<p>(Adegan) <i>Ibu (istri pak Ngeneh) menolak mereka hadir ke rumah.</i></p> <p>(Dialog) Ibu Ngeneh : <i>Megedi megedi, ampunang meriki... (menggunakan bahasa Bali).</i></p> <p>Artinya : Pergi-pergi.. Kalian siapa? Saya tidak kenal!</p>
	<p>Segmen 2 00:00:21- 00:00:37</p>	<p>(Adegan) <i>Ruben dan tim Survivor memberi pengertian ke ibu untuk diizinkan</i></p>

 <p style="text-align: center;">Gambar 3.9</p>		<p><i>berkunjung di rumah.</i></p> <p>(Dialog) Ruben Onsu : <i>Jim.. Jim.. Lu coba ngobrol deh..</i></p> <p>(Narasi) Ruben Onsu : <i>Pemirsa Survivor, Produser kami mencoba menjelaskan tujuan kedatangan kita ke rumah Bapak dan Ibu.</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.10</p>	<p>Segmen 2 00:00:38- 00:01:02</p>	<p>(Adegan) <i>Ruben berbicara di teras rumah bersama keluarga pak Ngeneh.</i></p> <p>(Narasi) Ruben Onsu : <i>Akhirnya setelah dijelaskan, kita diperbolehkan masuk ke rumah Bapak).</i> Ruben Onsu : <i>Maaf Ibu, maaf sekali lagi.. Kenapa Ibu pas kami dateng? Kaget ya?</i> Ibu : <i>Iya.. Soalnya saya gak kenal Pak, Bapak dari mana? Asalnya dari mana? Saya gak tau..</i></p>

 <p style="text-align: center;">Gambar 3.11</p>	<p>Segmen 2 00:01:04- 00:01:19</p>	<p><i>(Dialog)</i> Ruben Onsu : <i>Iya Bu, saya dari Jakarta.. Kebetulan saya bersama tim Survivor. Saya tadi gak sengaja bertemu Bapak yang sedang menjual canang dan kebetulan saya ingin tau seperti apa kehidupan Bapak dan Ibu serta keluarga, hanya seperti itu sih Bu..</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.12</p>	<p>Segmen 2 00:01:20- 00:01:28</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Ibu merasatidak mau dikasihani.</i></p> <p><i>(Dialog)</i> Ibu : <i>Kehidupan saya hanya seperti ini, tapi kalo Bapak bertujuan mengasihani saya, saya masih bisa kok..</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.13</p>	<p>Segmen 2 00:01:29- 00:01:50</p>	<p><i>(Dialog)</i> Ruben : <i>Oh enggak.. Saya bukan bermaksud untuk mengasihani.. Tetapi kami hanya bermaksud bagaimana saya melihat Bapak dan Ibu menjali hidup.. Saya paham dan bahkan saya kagum dengan Ibu dan Bapak yang dalam kehidupan</i></p>

		<p><i>seperti ini tidak mau dikasihaniin gitu.. Dan itu bagus banget.</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.13</p>	<p>Segmen 3 00:04:22- 00:05:00</p>	<p>(Dialog) Ruben Onsu : <i>Tapi Ibu pernah kepikiran gak buat liburan? Kali-kali dong Bu pergi ke mana gitu buat inget-inget masa dulu pas pacaran.</i></p> <p>Bibi Nonie : <i>Iya bener Bu, liburan ke mana gitu, jalan-jalan.</i></p> <p>Ibu : <i>Ya mau liburan ke mana? Saya juga liburan sama siapa? Uang saja saya gak punya?</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.14</p>	<p>Segmen 3 00:05:20- 00:05:45</p>	<p>(Adegan) <i>Ruben, Bibi dan Tim berbicara serius membahas ide ruben yang ingin mengajak keluarga bapak berlibur.</i></p> <p>(Dialog) Ruben Onsu : <i>Dia mau liburan Ji, gua pengen kasih dia liburan ke mana kek gitu.</i></p> <p>Produser Survivor :</p>

		<p><i>Kita mau kasih mereka liburan ke mana Ben? Habis ini tinggal closing, udah kelar, yang penting kita udah nunjukin ke penonton kalo kita udah survive ini tempat. Lagian Ini kan daerahnya lo liat sendiri perkampungan banget kan Ben? Ga mungkin dong.. Persiapan kita juga kesampe ke arah sana.</i></p> <p>Ruben Onsu : <i>Okedeh kalo gitu biar gua aja yang langsung hubungin TRANS TV gimana?</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.15</p>	<p>Segmen 4 00:00:54- 00:01:06</p>	<p>(Adegan) <i>Ruben dansemuanya sudah sampai di depan tempat liburan.</i></p> <p>(Dialog) Ruben Onsu: <i>Sekarang kita sudah sampe buat ngajak Ibu, Pak Ngeneh dan adik-adik untuk berenang.. Yeaaaaay... Yaudah yuk langsung aja kita masuk..</i></p>

 <p style="text-align: center;">Gambar 3.16</p>	<p>Segmen 4 00:01:24- 00:01:06</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Bapak terpeleset di kolam renang karena keterbatasan fisiknya.</i></p> <p><i>(Narasi)</i> Ruben Onsu : <i>Ya ampun saking excited nya menuju kolam renang, Bapak hampir terjatuh para Survivor, untung saya langsung cepat- cepat menolongnya, kalo gak saya gatau apa yang akan terjadi. Aduh... Jalannya hati-hati ya Pak..!</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.17</p>	<p>Segmen 4 00:02:18- 00:03:20</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Ruben meratapi kebahagiaan yang sedang dirasakan keluarga pak Ngeneh</i></p> <p><i>(Narasi)</i> Ruben Onsu : <i>Bisa diliat pemirsa dari sebuah tayangan ini, betapa bahagianya Bapak dan Ibu berenang bersama dan ini pertama kalinya mereka berekreasi bersama.</i></p>

	<p>Segmen 4 00:04:22- 00:05:00</p>	<p><i>(Adegan)</i> <i>Ruben dan tim Survivor berbincang-bincang membahas liburan yang sudah dirasakan oleh keluarga pak Ngeneh.</i></p> <p><i>(Dialog)</i> Ruben Onsu : <i>Adik-adik seneng nggak? Seneng bener? Coba di kamera kasih liat mukanya mana udah cantik. Baik para Survivor, bisa kita liat pada akhirnya mereka senang, tertawa, bahagia, kita bisa liat dari raut wajahnya pemirsa. Itu udah gabisa dibohongin lagi. Jarang kaya gini yak?</i></p> <p>Bibi Nonie : <i>Gapernah malah kaya gini</i></p> <p>Ruben Onsu : <i>Gapernah yah? Iya Gapernah.</i></p>
<p>Gambar 3.18</p>	<p>Segmen 4 00:05:04- 00:05:20</p>	<p><i>(Dialog)</i> Ruben Onsu : <i>Oke pemirsa, kami senang sekali pemirsa untuk kesekian kali kami hadir di tengah-tengah keluarga seperti Bapak dan Ibu.</i></p>
 <p>Gambar 3.19</p>		



Gambar 3.20

Segmen 4

00:05:50-

00:06:49

(Adegan)

Ruben dan tim Survivor memberikan bantuan uang, kebutuhan anak-anak dan tongkat untuk pak Ngeneh yang bisa digunakan sehari-hari.

(Dialog)

Ruben Onsu :

Ibu, Bapak sebelum kami pamit. Ada sesuatu yang ingin kami berikan.

(Disambung adegan)

Bapak diberikan tongkat dan dua buah baju oleh tim Survivor.

Ruben Onsu :

Semoga tongkat ini dapat menemani setiap langkah Bapak, menuju ke suatu kehidupan yang jauh lebih baik lagi.



Gambar 3.21

Segmen 4

00:07:08-

00:08:03

(Dialog)

Ruben Onsu :

Apa yang Bapak dan Ibu perlukan sebenarnya?

Mudah-mudahan ini bisa membantu.

(Ruben menyematkan uang di dalam amplop kepada Ibu)

	<p>Ruben Onsu : <i>Ini mohon diterima Bu, dan ini juga ada titipan dari temen-temen artis mudah-mudahan apa yang saya dan teman-teman kasih bisa berguna.</i></p>
--	--

Pemilihan judul tema pada episode “*Bapak Lumpuh yang Memiliki Istri Bidadari di Bali*” pada tayangan ini, sudah dapat dipastikan bahwa media “TRANSTV” sudah membentuk bagaimana wacana-wacana melalui teks-teks yang mewakilkan. Dari sosok “*bapak lumpuh*” sendiri memiliki sebuah arti kata “*bapak*” dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia sama dengan “*orang laki-laki yang dipandang sebagai orang tua*” dan arti kata “*lumpuh*” yang berarti “*lemah dan tidak bertenaga atau tidak dapat bergerak lagi (tentang anggota badan, terutama kaki)*” (dalam Sulchan Yasin, 2002: 182), Dalam dua kata tersebut seolah-olah menjadi hal yang menjelaskan bahwa orang lumpuh itu sebagai takdir yang harus diterima oleh si Bapak, sehingga dalam konteks ini sungguh menjadi sasaran empuk bagi TRANSTV untuk dijadikan sebagai objek demi mendapatkan *rating* yang tinggi.

Melalui analisa yang dapat peneliti gambarkan dalam adegan dan dialog tabel di atas, peneliti kemudian dapat menggolongkan ciri dan karakteristik orang desa dan orang kota pada tayangan *reality show* “*Survivor*” dalam tabel oposisi biner di bawah ini:

Tabel 3.2 Tabel Oposisi Biner

Orang Kota	Orang Desa
Berpakaian bagus	Berpakaian Jelek
Menolong	Ditolong
Modern	Tradisional
Kaya	Miskin
Memberi	Diberi
Melawan Takdir	Menerima Takdir
Pekerjaan Bervariasi	Pekerjaan Relatif Sama
Kehidupan sosial biasa	Kehidupan sosial berwarna

Melalui tabel 3.2 dapat dilihat bahwa menolong, memberi, kaya, modern merupakan salah satu sifat yang mewakilkan orang kota yang mana hal tersebut merupakan hal yang dianggap sudah biasa. Seperti yang banyak dipahami dalam budaya Indonesia, orang kota “*kaya karena dari kota*” adalah orang memiliki uang banyak. Sehingga sikap “menolong” yang ditampilkan oleh TRANSTV melalui Ruben, menampilkan sikap positif yang dimiliki oleh orang kota tersebut. Bahwa sikap memberi, menolong, itu hanya dimiliki orang kota dan orang desa hanya memiliki sikap diberi dan ditolong.

Penggambaran sosok Ruben Onsu, Bibi Nonie dan Keluarga Bapak Ngeneh terlihat pada **tabel 3.1 gambar dan dialog (3.4), (3.5), (3.7), (3.10), (3.13), (3.19), (3.20) dan (3.21)**. Sebagai artis Ibukota, sosok pahlawan yang dihadirkan oleh TRANSTV tidak luput juga dari konsep orientalisme, Said (1987). *The self and the other* hadir sebagai wacana yang direpresentasikan melalui sosok Ruben Onsu sebagai *self* dan keluarga pak Ngeneh sebagai *other* dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”. Kemunculan tersebut dapat dilihat melalui *scene-scene* yang ada disela-sela

saat kegiatan mereka berlangsung. Pada episode ini dapat terlihat bagaimana dua konsep ini dibuat oleh TRANSTV sendiri saling berkolaborasi. Dalam *scene* pada edegan dan dialognya, menunjukkan sebuah teks dari sisi kepahlawanan yang dihadirkan media. *Scene-scene* tersebut memperlihatkan oposisi biner antara Ruben Onsu dan Bibie Nonie yang merepresentasikan orang Jakarta “Kota” dan keluarga Pak Ngeneh di daerah tertinggal “Desa”.

Pada tabel 3.1 gambar (3.4)

Ruben Onsu:

Sekarang waktunya kita membantu Bapak menjual canang.

Canang canang... Canang canang...

Penjualnya Ruben Onsu nih artis terkenal pasti yang beli bangga.

(Dialog Ruben Onsu, segmen 1, min 00:05:33-00:06:14).

Pada tabel 3.1 gambar (3.5).

Bibi Nonie: Tuh kan pemirsa yang jual Ruben Onsu banyak yang beli.. Pasti bangga deh kalo beli.

(Dialog Bibi Nonie, Segmen1, min 00:06:16-00:06:35).

Berdasarkan potongan teks di atas, peneliti melihat teks yang dihadirkan melalui sosok Ruben sebagai realitas orang kota yang dikonstruksikan oleh media. Dari adegan tersebut terdapat sebuah pesan lewat *text* yang dibuat oleh TRANSTV pada Ruben Onsu yang menganggap dirinya sebagai seorang artis terkenal “ibu kota”. Ruben dengan mudah menolong Pak Ngeneh dalam menjual canang kepada masyarakat sekitar. Sehingga, Ruben dilihat sebagai sosok pahlawan yang menolong Pak Ngeneh. Arti kata “**menolong**” yang berarti “*membantu untuk meringankan beban (penderitaan, kesukaran dan sebagainya)*” (dalam Sulchan Yasin, 2002: 193).

Reality show “Survivor” yang ditampilkan oleh TRANSTV merupakan program tayangan *reality show “Survivor”* versi media yang membuktikan bahwa media telah menampilkan sebuah komunikasi dalam media melalui drama realitas dari wacana kepahlawanan yang ada di tayangan tersebut. Drama realitas yang dihadirkan sebagai komunikasi melalui media, memiliki peran penting dalam mempengaruhi budaya melalui penyebaran atau diseminasi informasi. Memiliki kedudukan sangat penting karena secara langsung menyajikan suatu cara dalam memandang realitas (Morissan, 2013: 547).

Setelah melihat melalui adegan pada **gambar (3.4)** dan **gambar (3.5)**, peneliti dapat melihat dari sudut pandang lain yaitu melalui sebuah dialog dalam adegan tersebut. Dialog tersebut sesungguhnya menunjukkan bahwa Ruben Onsu dan Bibi Nonie sedang menjadi *self* sebagai isu utama yang sebenarnya terlihat dalam tayangan *reality show “Survivor”*. Ruben diperlihatkan kagum dan bahagia melihat masyarakat di desa sekitar yang terlihat tertarik melihat ia dapat **membantu** Pak Ngeneh berjualan canang. Jika kita lihat melalui latar belakang Ruben sebagai artis terkenal “orang kota”, kegiatan berjualan merupakan kegiatan yang tidak pernah ia lakukan. Dari latar belakang tersebut, kehadiran Ruben yang muncul sebagai orang kota hadir pada tayangan ini sebagai umpan kepada masyarakat supaya dapat membeli canang yang mereka jual melalui bahasa yang mereka gunakan. Akan tetapi, apakah bahasa yang digunakan Ruben dan Bibi Nonie pada **tabel 3.1 gambar (3.4) dan**

gambar (3.5) dipergunakan seperti menunjukan pengukuhan representasi Jakarta sebagai artis Ibukota. Bahasa merupakan bentuk wacana dalam teori sedangkan wacana dalam konsep itu adalah isu. Selaras dengan pendapat Onong, diantara sekian banyak lambang yang bisa digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, sebab bahasa dapat menunjukan pernyataan seseorang mengenai hal-hal, baik yang terjadi saat sekarang maupun waktu yang lalu dan masa yang akan datang (Onong, 2000: 6).

Alih-alih sedang membantu Pak Ngeneh berjualan canang, Ruben Onsu menggunakan bahasa yang digunakan sebagai teks pastinya sesuai dengan skenario yang dibuat oleh TRANSTV pada tayangan ini. Bahasa teks yang dihadirkan berupa kalimat “*Penjualnya Ruben Onsu nih artis terkenal pasti yang beli bangga*”. Teks dalam dialog tersebut memiliki makna yang mempertegas bahwa ketika canang dijual oleh Pak Ngeneh hasilnya akan bertolak belakang jika Ruben langsung yang menjualnya. Secara tidak langsung media “TRANSTV” semakin merendahkan sosok Pak Ngeneh sebagai orang desa yang tidak punya *power* atau daya tarik yang sama dengan Ruben ketika Pak Ngeneh yang menjual canang tersebut. Sehingga dalam teks ini, konteks *self and other* semakin terlihat karena subjek yang ditampilkan bukan orang biasa melainkan artis Ibukota. Sehingga, bahasa yang dihadirkan Ruben Onsu pada dialog ini menunjukan sikap dari Jakarta sebagai pahlawan yang memiliki dominasi atas permasalahan.

Terlepas dari itu, sosok Bibi Nonie sebagai paket pelengkap Ruben Onsu, dihadirkan oleh TRANSTV juga ikut-ikutan menggunakan bahasa sebagai bentuk *text* pada dialog. Sehingga, bentuk *text* yang hadir di sini seolah-olah merepresentasikan kembali wacana pahlawan orang kota “*self*” sebagai pahlawan kepada masyarakat di desa tertinggal “*other*” untuk membeli canang. Hal tersebut menghasilkan adanya sebuah *reflective*, yakni sebuah pandangan tentang makna yang dibuat. Makna yang dipahami itu adalah objek, personal, ide, atau kejadian yang berlangsung pada dunia nyata. Sehingga, bahasa yang digunakan Ruben dan Bibi Nonie pada dialog di atas berfungsi layaknya cermin yang merefleksikan arti sebenarnya (Hall dalam Burton, 2000: 177). Jadi, dapat dipahami kembali bahwa drama realitas yang dihadirkan oleh media melalui Bibi Nonie, memperlihatkan bahasa yang bekerja sebagai refleksi sederhana tentang kebenaran yang ada pada perilaku dan realitas sosial sebagai orang Jakarta.

Pada tabel 3.1 gambar (3.7)



Ruben Onsu : Pak ini tinggi banget.

Bapak : Iya tinggi tangganya ya?

Ruben Onsu : Ini kalo hujan pasti curam banget ya Pak, ini licin loh..

Ih serem deh pemirsa.. Banyak semut lagi..

(Dialog Ruben Onsu, Segmen 1, min 00:07:00-00:07:21)

Pada dialog dan adegan ini, melalui teks yang dihadirkan. Peneliti melihat melalui konteks situasi terlebih dahulu yang digambarkan oleh TRANSTV. Konteks situasi yang dihadirkan media berupa adegan Ruben dan Pak Ngenah yang berjalan menuju ke rumah setelah selesai berjalan seperti pada gambar di atas. Pada saat di perjalanan pulang, media memanfaatkan sebuah tangga yang menjadi akses masyarakat di daerah desa tersebut. Sehingga pada *scene* ini, media memperlihatkan drama realitas melalui Ruben Onsu dan Bibi Nonie sebagai orang kota yang melewati tangga menurun, licin dan curam. Dari sinilah teks yang dihadirkan media melalui bahasa pada dialog dan adegan ini dapat dilihat. Situasi yang dihadirkan media untuk memberikan wacana kepada penonton, bahwa Ruben melewati jalan tangga menurun yang licin dan berlumut dibuat dramatisir, sehingga secara tidak sadar konsep *self and other* hadir.

Drama realitas merepresentasikan *self* yang melihat *the other* terlihat pada bahasa yang digunakan Ruben Onsu, gambar pada tabel di atas terdapat *text* dengan dialog seperti kalimat : “*Pak ini tinggi banget*” dan “*ini kalo hujan pasti curam banget ya Pak, ini licin loh.. ih serem deh pemirsa.. banyak semut lagi..*”. *Text* di atas jelas terlihat bagaimana *scene* dan dialog yang ada pada tayangan *reality show* “*Survivor*”

tersebut saling berkaitan. Suasana yang dihadirkan dan akses desa sebagai tempat terjadinya teks ini muncul, selaras dengan apa yang dikatakan Hymes, yakni :

Menurut Hymes (dalam Mulyana, 2005:23) *setting and scene*, yaitu latar dan suasana. Latar (*setting*) lebih bersifat fisik, yang meliputi tempat dan waktu terjadinya tuturan. *Scene* adalah latar psikis yang lebih mengacu pada suasana psikologis yang menyertai peristiwa.

Dari latar fisik dan latar psikis menurut Hymes, dapat terlihat hadirnya sebuah drama realitas yang direpresentasikan melalui sosok Ruben sebagai orang Jakarta “Kota” oleh TRANSTV. Jika dilihat dari perspektif orang kota yakni TRANSTV, Ruben dan Bibi Nonie sedang menjadi *self* yang diperlihatkan media sedang menjalankan aktifitas yang tidak biasa mereka lakukan. Tetapi bagaimana dengan sebaliknya, jika dilihat dari perspektif orang desa? Orang desa pada adegan ini representasikan oleh Pak Ngeneh, melihat itu adalah sesuatu yang sudah biasa ia lakukan setiap hari.

Pada tabel 3.1 gambar (3.20) dan (3.21).





Ruben Onsu : Ibu, Bapak sebelum kami pamit. Ada sesuatu yang ingin kami berikan.

(Adegan Bapak diberikan tongkat dan dua buah baju oleh tim Survivor.)

Ruben Onsu : Semoga tongkat ini dapat menemani setiap langkah Bapak, menuju ke suatu kehidupan yang jauh lebih baik lagi.

(Dialog Ruben Onsu, Segmen 4, min 00:05:50-00:06:49)

Ruben Onsu : Apa yang Bapak dan Ibu perlukan sebenarnya? Mudah-mudahan ini bisa membantu.

(Disambung dengan adegan Ruben menyematkan uang di dalam amplop kepada Ibu)

Ruben Onsu : Ini mohon diterima Bu, dan ini juga ada titipan dari temen-temen artis mudah-mudahan apa yang saya dan teman-teman kasih bisa berguna.

(Dialog Ruben Onsu, Segmen 4, min 00:07:08-00:08:03)

Penjabaran teks **tabel 3.1 gambar (3.21) dan (3.22)**, selain menolong sebagai wacana pahlawan yang dihadirkan. Pada adegan dan dialog ini peneliti mengajak untuk melihat sisi kepahlawanan lain dari wacana pada teks yang ditampilkan oleh TRANSTV melalui tayangan *reality show* “*Survivor*”. Pembahasan *text* kali ini adalah sosok orang kota yang direpresentasikan oleh Ruben Onsu yang digambarkan selalu “*memberi*” yang berarti “*menyerahkan (membagikan, menyampaikan sesuatu)*” (dalam Sulchan Yasin, 2002: 192). Sehingga hal tersebut adalah bentuk

representasi dari wacana pahlawan sebagai orang yang memberi dengan memberikan sebuah tongkat dan uang sebagai pesan secara fisik yang terlihat langsung. Representasi tersebut sama seperti yang dikatakan oleh Danesi, bahwa “permasalahan utama dalam representasi adalah bagaimana realitas sosial atau objek yang dihadirkan oleh media merupakan suatu proses perekaman pesan secara fisik dengan menggunakan tanda-tanda (gambar, suara, dan sebagainya)” (Marcel Danesi, 2010:03).

Pada adegan dan dialog di atas menggambarkan bagaimana wacana kepahlawanan melalui teks yang dibuat oleh media ”TRANSTV” pada tayangan *Survivor* muncul melalui sosok Ruben Onsu. Sosok pahlawan hadir dengan menunjukkan bahwa kebahagiaan, rasa syukur, uang itu hanya dapat dirasakan oleh orang desa ketika semua itu diberikan oleh orang kota yang direpresentasikan langsung oleh Ruben Onsu dalam adegan dan dialog. Hasil dari drama realitas kemiskinan yang disuguhkan media dalam tayangan *reality show* “*Survivor*” tersebut dapat menarik hati para *audiens* yang menonton dan dapat meningkatkan rasa empati masyarakat yang menonton. Dalam logika media inilah yang menjadi keuntungan TRANSTV yang menyebabkan angka *rating and share* melonjak tinggi, dengan menjual isu-isu tersebut sebagai komoditas di media.

Teks-teks yang sudah peneliti analisis di atas merupakan hasil dari sebuah proses bagaimana wacana kepahlawan yang dihadirkan TRANSTV melalui tayangan *reality show* “*Survivor*” itu terbentuk atau

di produksi "*Discourse Practice*". Dalam membuat sebuah *Discourse*, teks yang ada dalam tayangan *reality show* "*Survivor*", telah dengan sengaja dibuat oleh para pekerja media melalui wacana kepahlawanan melalui sosok Ruben Onsu dan Bibi Nonie untuk ditampilkan atau dipublikasikan kepada khalayak seperti yang dikemukakan oleh Ibnu Hamad, yakni :

Adanya sebuah strategi dalam membuat sebuah *discourse*, diantaranya adalah strategi *priming* yang merupakan strategi mengatur ruang atau waktu untuk publikasian wacana dihadapan khalayak (Ibnu Hamada dalam Syaiful, 2013: 95).

Media menggunakan kepopuleran Ruben Onsu, direpresentasikan ke dalam wacana kepahlawanan sebagai orang kota dijadikan sebuah membenaran bentuk realitas orang kota. Wacana kepahlawanan tersebut sebagai bentuk realitas yang dihadirkan atau digambarkan oleh media bahwa orang kota selalu **menolong** dan **memberi** seperti pahlawan melalui perspektif orang kota, tanpa melihat dan menilai setiap permasalahan dari sudut pandang orang desa. Dalam hal ini peneliti melihat dalam memproduksi teks, media "TRANSTV" bersifat "tidak netral" karena dalam teks tersebut media merefleksikan nilai-nilai baru yang mengarahkan penonton untuk percaya bahwa kota itu sebagai pahlawan sebagai alasan untuk menjalankan sebuah kepentingan "komodifikasi" dalam media. Kepentingan-kepentingan yang terjadi di balik sebuah realitas yang dihadirkan media adalah sebagai komodifikasi.

Dari pembahasan di atas terlihat adanya komodifikasi dalam tayangan ini dengan menampilkan realitas kehidupan pak Ngeneh yang lekat dengan kesedihan, keterbatasan dan kemiskinan. Sehingga tayangan tersebut membuat kesan dramatisasi. Sehingga para pemirsa akan hanyut dalam skenario yang sebenarnya dibuat oleh media.

Text di dalam media adalah hasil proses wacana media (*Discourse Practice*). Di dalam proses tersebut, nilai-nilai, ideologi, dan kepentingan media turut serta. Hal tersebut memperlihatkan bahwa media “tidak netral” sewaktu mengkonstruksi realitas sosial (Aliah Darma, 2009:10).

Teks diproduksi dan disebar oleh media TRANSTV, hal ini berorientasi pada bagaimana TRANSTV menjadikan sebuah wacana dalam teks tersebut untuk meraih keuntungan dari setiap teks yang ditampilkan. Melihat dari pembuat program dan kepemilikan media yang menampilkan wacana. TRANSTV sebagai stasiun televisi berskala Nasional menampilkan sebuah wacana representasi bagaimana orang kota itu selalu menolong, memberi sebagai pahlawan “ala” media serta konsep *self and other* sebagai pemanis sebagai drama realitas yang dibuat dan menjadi realitas di masyarakat. Media massa sebagai alat penyebar informasi paling cepat guna untuk mempengaruhi khalayak yang menonton dan hal inilah yang menjadi salah, karena media TRANSTV terutama pada *reality show* “*Survivor*” hanya menampilkan realitas dari sisi perspektif orang kota “Ruben dan Media” itu sendiri.

Media sering kali dikontrol oleh pemilik kekuasaan (pemilik modal) yang memiliki tujuan hanya untuk sebuah kepentingan, yaitu demi mendapatkan keuntungan untuk menjual tayangan ini. Tujuannya untuk memperoleh *rating* khalayak dengan target dan derajat tertentu. Sehingga ada hal penting dalam penyampaian konstruksi sosial di media massa, menurut Burhan Bungin , yakni :

Keberpihakan semu masyarakat, merupakan bentuk dari keberpihakan ini dalam bentuk empati, simpati dan berbagai partisipasi kepada masyarakat, namun pada dasarnya adalah untuk “menjual berita” dan menaikkan *rating* untuk kepentingan kapitalis (Bungin, 2008:196).

Media “TRANSTV” sengaja memiliki kepentingan mengemas program *reality show* “*Survivor*” dengan menghadirkan sosok Ruben Onsu sebagai sosok orang kota yang dijadikan sebagai sebuah pembenaran. Sehingga, dalam hal ini penonton akan percaya bahwa dengan melihat tayangan ini akan menimbulkan perspektif yang membuat posisi orang desa semakin termajinakan.

Membahas *discourse practice* dalam menganalisis wacana, tidak luput juga dari pembahasan mengenai teks yang diproduksi, didistribusi dan untuk siapa teks tersebut ditujukan “segmentasi”. Teks-teks yang diproduksi biasanya melalui tahap proses bagaimana teks itu diproduksi dan didistribusi yang semua telah dipikirkan oleh *crew* atau pekerja media adalah orang-orang yang ada di balik proses untuk membuat dan menciptakan teks-teks yang ada pada tayangan *reality show* “*Survivor*”. Teks-teks itu seperti drama-drama realitas dari beberapa aktifitas yang

terdapat skenario dan adegan-adegan yang dibuat oleh produser dan tim kerja atau pekerja media program *reality show* “*Survivor*”. Akan tetapi tanpa mereka sadari, mereka hanya dijadikan sebagai umpan untuk meraih keuntungan bagi pemilik media “TRANSTV” yang merupakan kepemilikan dari Chairul Tanjung dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

Sebagai pemilik industri media, apa yang muncul dalam program *reality show* “*Survivor*” selalu berhitung dengan kalkulasi ekonomi. Media dengan kekuatan dan peluang yang dimilikinya akan melihat setiap celah yang menguntungkan dan menjadi komoditas. Sisi kepahlawanan dan kemiskinan pada episode ini, menjadikan sosok Pak Ngeneh sebagai “bapak lumpuh” yang memiliki keterbatasan fisik digarap oleh para pekerja media melalui media massa menjadi problem menarik. Media massa dengan berbagai kepentingan turut memperkeruh bahkan mereduksi persoalan kesusahan hidup yang dirasakan Pak Ngeneh. Dalam hal ini, media seolah-olah menunjukkan tidak ada upaya untuk membantu hingga keluar dari keadaan yang dialaminya. Kesenangan yang didapatkan dengan cara dibantu, diberi dan ditolong hanya dialami sesaat, dan selanjutnya mereka kembali menemukan dirinya dalam keadaan sebelumnya. Padahal apabila ditelisik lebih jauh, komodifikasi seperti ini lebih mengerikan karena hanya mengejar jatah iklan (Saiful, 2010:216).

Adanya produksi teks seperti pada teks di atas yang di buat oleh para pekerja teks membuat khalayak sebagai konsumsi teks akan berfikir bahwa kinerja para pekerja yang menghadirkan bentuk kepahlawan dengan memberi dan menolong sangat inspiratif dan menarik. Akhirnya membuat khalayak akan setia untuk melihat dan memilih tayangan *reality show "survivor"*. Ini terbukti bahwa realitas yang dibentuk media yang mana memiliki kepentingan-kepentingan untuk mendapatkan pencitraan tersebut melalui teks-teks yang menghadirkan bentuk kepahlawanan tersebut.

Melihat realitas yang menunjukkan wacana kepahlawanan dalam tayangan *reality show "survivor"*, mempunyai nilai yang layak jual. Tayangan yang dalam kenyataannya tidak hanya tayang untuk masyarakat yang butuh hiburan, tetapi tayangan tersebut mempunyai konsumsi lain selain masyarakat, yaitu para pemilik iklan yang mereka benar-benar ingin memasang iklan ke media jika tayangan tersebut memiliki *rating* tinggi. Dalam hal ini para pekerja media termasuk produser dan media punya tujuan untuk memperoleh keuntungan dari drama realitas yang ditayangkan, yaitu perolehan *rating*.

Tahap ketiga dari analisis sub-bab ini, peneliti melihat melalui dimensi *sociocultural practice*. Dalam dimensi ini peneliti melihat analisis tentang situasi kultur sosial, budaya, ideologi, situasi yang ada dan berkembang di Indonesia. Peran Ruben juga hadir mewakili media sebagai sosok pahlawan. Kemiskinan dan keterbatasan fisik dipahami

media terutama para pekerja media dan masyarakat, melihat realitas yang dihadirkan dalam teks-teks pada sub-bab ini adalah peneliti melihat para pekerja media seperti menunjukkan ketidakadilan sosial oleh sebagian masyarakat yang disebut difabel atau penyandang cacat. sebagai objek yang perlu dikasihani, menjadi sampah masyarakat, perlu ditolong dengan uang bukan dengan sistem dan sebagai takdir yang tidak bisa diubah dan karena peran pemerintah yang kurang tepat memberlakukan kebijakan negara. Sehingga, pemahaman tersebut merupakan akibat dari kondisi *discourse* yang selama ini ada dan secara tidak langsung media mewacanakan kembali.

Undang-undang No.4 tahun 1997 menegaskan bahwa difabel merupakan bagian masyarakat Indonesia yang juga memiliki kedudukan, hak, dan kesempatan yang sama. Mereka juga mempunyai hak dan kesempatan yang sama dalam segala aspek kehidupan dan penghidupan.

Pada pasal 6 dijelaskan bahwa setiap difabel berhak memperoleh:

- 1) Pendidikan pada semua satuan, jalur, jenis, dan jenjang pendidikan.
- 2) Pekerjaan dan penghidupan yang layak sesuai jenis dan derajat kecatatan, pendidikan, dan kemampuannya.
- 3) Perlakuan yang sama untuk berperan dalam pembangunan dan menikmati hasil-hasilnya.
- 4) Aksesibilitas dalam rangka kemandiriannya.
- 5) Rehabilitas bantuan sosial, dan pemeliharaan taraf kesejahteraan sosial; dan
- 6) Hak yang sama untuk menumbuhkembangkan bakat, kemampuan, dan kehidupan sosialnya, terutama bagi difabel anak dalam lingkungan keluarga dan masyarakat.

Selaras dengan apa yang dikatakan Norman Fairclough (dalam Syaiful, 2013: 105), bahwasannya analisis pada praktik sosiokultural itu bisa melihat dari operasionalisasi melalui tingkat situasional yang di mana pada tingkat ini menggambarkan teks dalam suasana yang berkembang. Dihadirkannya sosok Pak Ngeneh yang miskin, *difabel* dan Ruben Onsu sebagai sosok pahlawan oleh media pada sub-bab ini, merupakan hasil dari refleksi praktik sosial yang berkembang di masyarakat, sosial, dan Negara.

Tayangan yang dihadirkan pada teks di atas disampaikan kepada pemirsa seakan-akan bersifat *simplistik* dimana kemiskinan dan keterbatasan fisik dalam tayangan *reality show* tersebut hanya diperlihatkan seputar keluarga mereka sendiri. Dimana ketika kebahagiaan, kehidupan yang layak harus menjadi tanggung jawab mereka sendiri tanpa mengharapkan bantuan dari siapapun termasuk dalam hal ini adalah pemerintah. Tetapi dalam tayangan ini bukan pemerintah yang memberikan mereka kebahagiaan, akan tetapi sosok *the self* (Ruben, Bibi Nonie) memberikannya.

2.2 Identitas Jakarta dalam Tayangan *Reality Show* “*Survivor*”

Pengukuhan wacana orang Jakarta sebagai kota dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”, digambarkan media lebih beradab, mendominasi, serta memiliki sifat yang peduli terhadap permasalahan-permasalahan di desa tertinggal. Bagaimana media menghadirkan

representasi desa? secara tidak langsung desa mengakui bahwa diri mereka tidak lebih unggul dari Jakarta. Hal tersebut dijelaskan melalui analisis-*analisis* pada sub-bab ini. *Scenes* pada sub-bab ini memperlihatkan oposisi biner desa dan kota. Wacana orang kota dihadirkan media melalui Ruben Onsu dan Bibi Nonie sebagai representasi identitas Jakarta pada tayangan program *reality show* “*Survivor*”.

Mengapa identitas Jakarta? Karena dalam tayangan *reality show* “*Survivor*” ini ada hal menarik yang ditemukan peneliti melalui sosok Jakarta yakni Ruben Onsu, Bibi dan Neng Upay. Mereka adalah sosok yang dihadirkan media melalui identitas Jakarta dengan cara memberikan gambaran mereka dalam berpenampilan, berpakaian, dan bertindak sesuai dengan identitas Jakarta yang dihadirkan media. Hal inilah yang ada dalam sub-bab ini membuat peneliti ingin menunjukkan Ruben Onsu sebagai identitas Jakarta yang berada di desa dan berinteraksi dengan masyarakat desa.

Bentuk-bentuk identitas Jakarta tersebut dihadirkan oleh media pada tayangan *reality show* “*Survivor*”, dapat dilihat melalui cara berpakaian Ruben Onsu dan Bibie Nonie yang terlihat modern, berperilaku sebagai orang kota yang *modern*, berani, peduli, percaya diri, selalu memberikan nasehat kehidupan kepada masyarakat daerah tertinggal, dan memiliki pikiran terbuka yang menunjukkan bahwa orang kota memiliki pemikiran lebih maju. Bentuk identitas jakarta yang dihadirkan media tersebut

adalah tayangan yang baik bagi pelaku media karena tayangan ini dapat menghasilkan *rating* sangat laris dijual.

Media “TRANSTV” menciptakan cara berfikir bahwa orang kota identitas “Jakarta” adalah superior dan desa adalah inferior. Superioritas adalah bentuk kepribadian yang berorientasi pada perbaikan-perbaikan hidup menuju manusia yang sempurna atau superior (Asri, 2015:40). Kepribadian inferior adalah kepribadian yang mengarah kepada pribadi yang tidak bisa disebut sebagai pribadi yang sempurna, melainkan pribadi yang lebih rendah dari superioritas.

Gambar-gambar di bawah ini menunjukkan bagaimana orang Jakarta “kota” ketika mereka datang, melihat langsung, dan merasakan daerah terpencil “desa” yang digambarkan oleh media dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”.

Ruben, Bibie dan Upay menjadi pusat perhatian oleh masyarakat sekitar (min 00: 15:57 – 00:18:00).



Gambar 3.23



Gambar 3.24

Konsep liyan “*the other*” (desa) yang melihat “*the self*” (kota) pada konsep orientalisme, Said (1987), dihadirkan media melalui teks-teks yang ada dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”. Seperti teks pada gambar di atas menunjukkan identitas Jakarta yang muncul melalui sosok Ruben, Bibie, dan Neng Upay sebagai “*the self*”. Teks tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Desa melihat mereka sebagai artis terkenal yang berasal dari Jakarta “Kota” sedang melakukan perjalanan di daerah terpencil. Sehingga, identitas Jakarta yang dihadirkan media dalam adegan tersebut membuat masyarakat desa menganggap mereka sebagai liyan. Terbukti dengan terlihatnya antusiasme masyarakat desa yang ingin melihat Ruben sebagai artis terkenal berada di tengah-tengah mereka yang ingin melihat segala ucapan, perilaku, dan sikapnya sehingga berpotensi mengundang perhatian khalayak. Sehingga apapun yang terjadi kepada mereka senantiasa mengundang minat khalayak.

Identitas Jakarta dalam teks di atas digambarkan media melalui realitas kehadiran Ruben, Bibi, dan Upay di desa itu disajikan dalam sebuah kemasan yang spektakuler. Realitas tersebut bagi media melalui kehadiran Ruben sebagai orang kota “artis”, seakan-akan sudah memberikan penjelasan bahwa media bisa menghadirkan kaum modernisme di desa. Oposisi biner antara desa dan kota yang terlihat adalah media menggambarkan masyarakat desa itu orang lain yang bukan bagian dari orang kota ketika mereka melihat ada rruben, Bibi dan Upay di tengah-tengah mereka.

Gambar di bawah ini menunjukkan identitas Jakarta yang dihadirkan media melalui sosok Ruben Onsu yang dapat dilihat dari gaya berpakaian Ruben, Bibie dan Neng Upay ketika hadir di desa.



Gambar 3.25



Gambar 3.26

Scene pada gambar di atas menggambarkan bagaimana tayangan *reality show* “*Survivor*” menghadirkan identitas Jakarta melalui sosok Ruben, Bibie, dan Upay yang digambarkan media datang dari tempat jauh terlihat seperti orang modern. Pada gambar di atas peneliti melihat cara Ruben, Bibie dan Upay yang hadir untuk menarik simpati orang banyak ketika mereka berada di tengah jalan sebagai fenomena yang dihadirkan media yang mempertunjukkan perayaan simbol-simbol modernitas. Hal tersebut terlihat dari cara berpakaian bagus “branded” yang digunakan mereka seperti berkacamata hitam, berktopi, berkoper, dengan gaya orang kota. Apalagi gambaran tersebut dihadirkan melalui sosok Ruben Onsu yang jelas sebagai seorang artis Ibukota yang lebih *modern* dan dekat dengan unsur kemewahan sebagai Identitas Jakarta.

Selera artis-artis Indonesia memang patut diacungi jempol. Mereka menggunakan barang-barang branded sesuai dengan karakternya. Hal tersebut bukan hanya menambah cantik atau tampan wajah mereka, tetapi juga membuat penampilan mereka modis atau fashionable. Tak hanya itu, mereka kerap berpenampilan ciamik, mereka juga suka memakai barang-barang bermerek yang terlihat mungkin itu hanya sebagai barang biasa dalam keseharian. Namun

ketika melihat harganya yang cukup fantastis membuat kita terkejut dibawanya. (<http://www.selebupdate.com/harga-barang-artis/30134> diakses pada 2 oktober 2016, 07.16 WIB).

Peran Ruben, Bibi dan Upay sebagai artis Ibukota, dihadirkan media sebagai representasi identitas Jakarta. Dari artikel di atas, terutama dalam aktifitas mereka menggunakan pakaian atau atribut yang digunakan sebagai *host*. Ruben, Bibi dan Upay dituntut untuk senantiasa berpakaian keren, karena media TRANSTV sengaja menyajikan hal tersebut guna untuk memperkuat identitas diri mereka sebagai artis. Dalam hal ini drama realitas dalam gambar di atas tersebut menjadi luar biasa ketika dilihat oleh orang desa. Karena Ruben, Bibi dan Upay ditampilkan bukan seperti orang biasa. Mereka ditampilkan sarat dengan ikon-ikon dunia hiburan dan atmosfer modernisme. Pakaian dan atribut yang mereka gunakan pada gambar tersebut dipenuhi dengan lebel-lebel budaya populer. Dari koper, kacamata, topi yang memiliki label merek-merek terkenal.

Karena itu akan membuat mereka semakin menunjukkan identitas mereka sebagai sosok artis Ibukota “Jakarta”. Bagaimana Ruben diperlihatkan dalam balutan busana modern atau lazim menurut standar orang kota “ala” media. Sehingga, teks di atas semakin menunjukkan sosok Ruben Onsu, Bibie, dan Upay hadir seperti orang kota yang tidak “tertinggal”.

Tabel 3.3 Adegan dan dialog ruben berinteraksi dengan masyarakat desa dan tim kreatif.

Gambaran Adegan	Segmen dan durasi	Dialog dan keterangan Scene
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.27</p>  <p style="text-align: center;">Gambar 3.28</p>	<p>Segmen 1 00:05:47- 00:05:49</p>	<p>Ruben Onsu : <i>Hai bang? Lagi pada ngapain Lo?</i></p> <p>Bapak-bapak : <i>Hai Ben..</i></p> <p>(Adegan) : <i>Ruben berjalan menuju bibir dengan Bibi Nonie dan Neng Upay ke pinggir pantai dan melihat masyarakat desa sedang bekerja.</i></p>
 <p style="text-align: center;">Gambar 3.29</p>	<p>Segmen 1 00:06:26- 00:06:37</p>	<p>(Adegan) : <i>Ruben bersantai dan duduk dengan Bibi Nonie dan Neng Upay dipinggir tebing pantai lalu tim kreatif memberikan arahan kepada ruben untuk meloncat.</i></p> <p>Crew : <i>Hei Ben, coba dong lo loncat dari atas ke bawah?</i></p>

		<p>Ruben : <i>heh enak banget lo ngomong. Gw disuruh ngomong kita akan coba,kita akan coba</i></p> <p>Crew : <i>Lah harus begitu dong. Lo tau enggak acara lo ini apa ?</i></p> <p>Ruben : <i>Survivor</i></p> <p>Crew : <i>nah itu lo tau</i></p> <p>Ruben : <i>ya, tapi lo tanya dulu sama artisnya bisa apa enggak ?</i></p>
--	--	---

Pada dialog di atas menunjukkan bagaimana ruben menggunakan bahasa “Lo” sebagai bentuk komunikasi melalui bahasa yang digunakan untuk berinteraksi dengan masyarakat. Menurut Norman Fairclough (1995), wacana adalah bahasa yang digunakan untuk merepresentasikan suatu praktik sosial maupun identitas sosial. Istilah kata “Lo, Gue” adalah kata sehari-hari yang dilakukan oleh masyarakat Jakarta yang secara khusus dimiliki oleh Betawi (suku asli daerah Jakarta) sebagai bahasa keseharian dan sudah melekat sebagai Identitas Jakarta.

GUE atau GW adalah bahasa “resmi” yang kini banyak digunakan oleh kebanyakan orang (terutama orang dari suku betawi) untuk menyebut “saya atau aku”. Kata ini merupakan bahasa betawi yang digunakan secara luas, jauh sebelum bahasa prokem dikenal orang. Sedangkan LO atau LU sama seperti “gue” kata ini pun sudah digunakan oleh suku betawi sejak bertahun-tahun lalu dan menjadi kata untuk menyebut “anda atau kamu”. (Dimuat dari jurnal forum ilmiah Nurhasanah, Nina.2014. *Pengaruh Bahasa Gaul Terhadap Bahasa Indonesia*. Vol 11 No 1. Jakarta: Universitas EsaUnggul).

Dalam hal ini dapat diketahui bahwa bahasa yang digunakan Ruben sebagai wujud wacana dalam bentuk lisan yang dihadirkan media untuk mencerminkan identitas Jakarta, seperti yang dikatakan oleh Aliah Dharma yakni:

Wujud wacana dalam bentuk lisan merupakan suatu penggalan ikatan percakapan dalam rangkaian percakapan yang lengkap yang telah menggambarkan suatu situasi, maksud, dan rangkaian penggunaan bahasa. (Dharma,2009:10)

Semua teks-teks di atas, memperlihatkan bagaimana wacana orang kota itu hadir melalui identitas Jakarta. Hal tersebut dijadikan kepentingan oleh media “TRANSTV” sebagai daya tarik kepada masyarakat atau khalayak untuk menonton tayangan *reality show* “*Survivor*”.

Dari semua teks di atas, identitas jakarta yang diberikan kepada sosok Ruben melalui ikon, pakaian yang modern, kebiasaan menggunakan mobil, menggunakan alas kaki, berpikiran terbuka, dan cara bertutur. Hal tersebut berbanding terbalik ketika peneliti melihat sejarah hidup Ruben dimasa lalu sebelum menjadi artis Ibu kota yang terkenal, sebenarnya Ruben bisa dikatagorikan sama seperti orang desa yang jauh dari bentuk-bentuk identitas Jakarta. Ketika sudah menjadi artis terkenal dan menjadi *host* dalam tayangan *reality show* “*survivor*”, identitas yang dulu sebelum menjadi artis ia tinggalkan.

Segala bentuk modernitas yang dihadirkan dalam *reality show*, ketika hadir di desa Ruben merubah kebiasaan dan penampilan yang

sebenarnya dulu pernah ia rasakan. Menurut Bikhu Parekh dalam buku *Rethinking Multiculturalism*, Identitas Nasional adalah tentang siapa yang menjadi bagian dari komunitas itu dan diberi hak untuk membuat klaim-klaim terhadapnya. Kaum minoritas tidak merasa menjadi bagian dari komunitas jika definisi identitas yang kuat malah mengasingkan mereka dan menganggap mereka sebagai orang asing. Ketika beberapa pemimpin komunitas melayu menegaskan bahwa negaranya adalah melayu dan bukan malaysia orang malaysia, mereka membuat orang-orang melayu sebagai pemilik satu-satunya atas komunitas tersebut dan memperlakukan orang-orang Cina, India, dan lainnya sebagai orang asing yang harus diterima namun tidak diberi hak dan kewarganegaraan yang sama (Parekh, 2008:308).

Dalam menganalisis wacana, selanjutnya peneliti melihat pada hasil proses wacana (*discourse practice*), tahap ini menunjukkan mengenai wacana yang hadir dalam teks-teks yang diproduksi, didistribusikan oleh pekerja media, dan untuk siapa teks tersebut ditujukan atau konsumsi teks (segmentasi) melalui nilai-nilai, ideologi, dan kepentingan media. Seperti yang dikatakan Lull (dalam Sobur, 2001:11), bahwa wacana yang hadir dalam teks, adalah hasil dari tahap *discourse practice*. Hal tersebut mengingatkan bahwa para pekerja media (produser, kreatif, *production asistent*) dan pemilik media adalah kerja kolektif yang setiap bagian memiliki kepentingan. Sehingga teks yang muncul sesungguhnya tidak lahir dengan sendirinya, tapi merupakan hasil dari diskusi di ruang kerja.

Dalam hal ini media menempatkan teks melalui realitas-realitas yang dihadirkan sebagai objek diperbincangkan secara terbuka melalui ranah publik sebagai sasaran segmentasi atau konsumsi teks sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar secara luas.

Wacana orang kota melalui identitas Jakarta yang dihadirkan media, kadang kala sebagai bidang dari semua pernyataan (*statement*) serta sebagai sebuah individualisasi kelompok pernyataan. Maka dari itu, sebuah teks yang ditampilkan dalam tayangan *reality show* “*Survivor*” adalah sebuah wacana yang kemudian tidak muncul begitu saja. Sehingga, teks seperti ucapan, perilaku, penampilan, serta pemahan kota yang lebih maju dan terdepan dipengaruhi oleh faktor dari mana dan bagaimana teks tersebut diproduksi.

Media membuat teks dalam tayangan *reality show* “*Survivor*” selalu mengarah pada perspektif Jakarta “Orang Kota” sebagai budaya di media saat ini. Lahirnya modernisasi kehidupan telah banyak merubah cara pandang dan pola hidup masyarakat, sehingga peradaban yang terlahir adalah terciptanya budaya masyarakat konsumtif dalam lingkungan kapitalis “media”. Fenomena ini sudah menjadi bagian dari budaya hasil para pembuat teks yaitu para penguasa industri budaya “media” terutama pekerja media yang sengaja menampilkan budaya orang kota diwacanakan media selalu sarat dengan identitas Jakarta.

Budaya yang ada pada tayangan *reality show Survivor* menggambarkan orang daerah melalui perilaku identitas Jakarta ke desa. Sehingga dari pemahaman di atas dapat dipahami bagaimana kekuasaan media yang masif dilakukan, bisa mempengaruhi lingkungan sekitar. Hal itu terjadi karena adanya kuasa budaya di media, bahwa gerakan kebudayaan Jakarta oleh media TRANSTV yang menjadi adikuasa budaya pada tayangan *Reality Show Survivor*. Dalam hal ini, yang berperan adalah siapa yang berkuasa di medialah yang membentuk sebuah budaya. Gerakan kebudayaan ini seolah-olah Jakarta menjadi kebudayaan centrum dan desa yang menjadi tempat syuting diposisikan sebagai wilayah peri-peri atau pinggiran.

Dalam perkembangannya, media massa memang sangat berpengaruh dari peran kehidupan sosial, budaya ekonomi, hingga politik. Dari aspek sosial dan budayanya, media adalah institusi sosial yang membentuk realitas yang dianggap sebagai ekspresi sosial yang berlaku umum. Secara ekonomi, media berfungsi sebagai ladang institusi bisnis. Dalam hal ini media sebagai industri yang mengkhhususkan pada produksi dan distribusi komoditas, sekaligus menjawab pertanyaan tentang spesifikasi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Ekonomi politik media melibatkan tiga komponen penting seperti yang dikemukakan oleh Surya Halim yakni:

Ekonomi politik media melibatkan tiga komponen penting pemilik sarana produksi kapitalis (pemilik modal), dominasi pemikiran (hegemoni) dan upaya mempertahankan ketidaksetaraan antara kelas penguasa dan kelas tertindas (subordinat) (Halim, 2013:40).

Selain dari aspek sosial, budaya dan ekonomi media. Secara politik, media memberikan ruang bagi kepentingan berbagai kelompok sosial dan politik. Peran ekonomi politik dalam kehadiran media-media di Indonesia yang berpusat di Jakarta memiliki pengaruh yang kuat. Mengapa kemudian banyak media yang berpusat di Jakarta? Keberpusatan media tidak bisa dipungkiri oleh adanya dominasi politik pemerintah yang pernah berperan sangat kuat dalam kehidupan media pada era kekuasaan rezim orde baru (Nurudin, 2004:81).

Salah satunya media TRANSTV yang menayangkan tayangan *reality show* “*Survivor*” berada di Jakarta. Sehingga tayangan yang dihadirkan media selalu refleksinya dekat dengan Jakarta. Tayangan-tayangan yang hadir sebagai wacana melalui identitas Jakarta yang ada di media itu refleksinya dekat dengan Jakarta yang hadir sebagai *sociocultural practice*. Hal tersebut terjadi karena selain dilihat dari bagaimana media itu dekat dengan Jakarta, atau perspektif Jakarta. Dalam mengkonstruksi realitas, padakenyataannya media tidak sekedar merepresentasikan realitas yang merupakan hasil dari produksi teks. Munculnya identitas Jakarta dalam tayangan ini tidak lepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi media. sehingga konstruksi itu terjadi disebabkan oleh kekuatan-kekuatan besar yang memegang kendali media. Dalam hal ini, konteks situasi budaya dan sosial yang hadir dan dekat di media menjadi hal penting seperti apa dan bagaimana teks itu muncul.

Sociocultural practice adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks diluar teks dan konteks di sini memasukan banyak hal. Seperti konteks situasi, lebih luas konteks dari praktik institusi dari media sendiri dalam hubungannya dengan masyarakat dan budaya serta politik tertentu (Fairclough dalam Aliah Darma, 2009: 90).

Orang kota sebagai identitas Jakarta yang hadir dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”, merupakan bagian dari interaksi pelaku industri media “TRANSTV” dengan industri global untuk melakukan komodifikasi dan hegemonisasi akan identitas Jakarta dari hasil refleksi media Jakarta kepada sosok orang kota, terutama dalam sub-bab ini melalui Ruben Onsu. Identitas Jakarta yang ditampilkan oleh media ini juga akan semakin kuat, mengingat sosok orang kota yang ditampilkan dengan identitas Jakarta adalah sebagai cara untuk memperkokoh *stereotype* bahkan rasisme yang sudah terbangun di tengah masyarakat terhadap kelompok tertentu “orang kota dan orang desa”. Hal inilah menjadi situasi (*sociocultural practice*) yang ada di masyarakat Indonesia dengan teks-teks yang dibuat media melalui identitas Jakarta yang ada di media dan terus berkembang sampai sekarang.

2.3 Konstruksi Media : Kota melihat Desa

Pada sub bab ketiga ini, peneliti akan menampilkan lebih detail mengenai bagaimana kota dari perspektif media melalui sosok Ruben dan Upay melihat desa. Wacana orang Jakarta sebagai kota yang terbentuk dalam tayangan *reality Show* “*Survivor*”, mengkonstruksikan kota sebagai *the self* yang melihat *the other*. Peneliti melihat kecendrungan bahwa orang kota memberikan penjelasan melalui wacana yang

ditampilkan kepada khalayak terhadap apa yang mereka rasakan ketika melakukan aktifitas berternak di desa seperti pada masyarakat desa pada umumnya. Sehingga hal tersebut oleh media (TRANSTV) dijadikan sebagai objek dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”.

Sebagian besar masyarakat pedesaan memanfaatkan ternak sebagai usaha. sektor peternakan merupakan salah satu sumber lain dari pendapatan petani di samping tanaman pangan. Dari hasil pendapatan usaha ternak tersebut dapat diperoleh besar kontribusi terhadap pendapatan keluarga, di mana pendapatan keluarga dari usaha ternak adalah pendapatan bersih usaha ternak ditambah dengan nilai input bidang lain yang diusahakan sendiri oleh peternak (Ginting, 2012:3)

Wacana kota dalam memandang desa, dihadirkan media melalui Ruben Onsu dan Upay dalam episode spesial “*menjadi peternak sapi*”. Tayangan *reality show* “*Survivor*” ini memilih peternakan sapi yang ada di desa sebagai lokasi syuting episode tersebut. Ruben dan Upay ditantang oleh tim kreatif untuk melakukan aktifitas berternak seperti yang biasa dilakukan oleh masyarakat desa dalam beraktifitas sehari-hari di kandang sapi peternakan. Peneliti melihat dalam episode ini, media melalui sosok Ruben dan Upay mengkonstruksikan desa sebagai tempat yang tidak sesuai dengan mereka.

Konstruksi sosial media massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat dan luas sehingga konstruksi sosial berlangsung dengan sangat cepat dan sebarannya merata. Realitas yang terkonstruksi itu juga membentuk opini massa. Massa cenderung apriori dan opini massa cenderung sinis (Bungin,2008:194).

Scene pada sub-bab, tayangan *reality show* “*Survivor*” menampilkan ketidaknyamanan orang kota ketika berada di desa.

Sebagai orang kota, mereka digambarkan merasa tidak sesuai dengan keadaan yang mereka temui di desa. Terutama dalam melakukan aktifitas berternak di kandang peternakan sapi. Dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”, wacana ketidaknyamanan tersebut ditampilkan melalui sosok Ruben dan Upay.

Salah satu bentuk tersebut ditampilkan melalui adegan-adegan yang menggambarkan jijiknya Ruben dan Upay memandikan sapi, membersihkan kandang sapi yang bau, becek, kotor. Seperti pada gambar adegan dan dialog di bawah ini :



Gambar 3.30 Ruben Dan Upay Membersihkan Ingus Sapi Menggunakan Tangan Dan Tisu Oleh Tim *Survivor* (Min 00:01:14-00:02:30).

(Dialog)

Ruben Onsu : *Ayo dong pay ? yaelah. Masa begini doang masa lo gabisa sih ?*

Upay : *Gamau ah, gak gitu ah. Tapi itu “Jorok”.*



Gambar 3.31

(Dialog)

Ruben Onsu : Ayo Pay, sebagai peternak sejati lo harus lakukan ini sebenarnya. Semangaaat!

Upay : Ngak ah Gamau Gua. Bodo amat.



Gambar 3.32

(Dialog)

Ruben Onsu : Pake Tisu nih gak usah pake tangan, Cepetan. Ayo dong Cepetan Upay itu dikit lagi nih durasi. tunjukin ke pemirsa kalo kita bisa, kalo gw gabisa nanti balik ke jakarta kan kotor gendong Thalia.

Upay : Udah ahhh ih ih ih gw jijik ben.!

Bentuk ketidaknyaman melalui drama-drama realitas tersebut ditampilkan melalui narasi dan dialog yang menggunakan perspektif sebagai orang kota dalam memandang desa. Adegan di atas menunjukkan Ruben dan Upay saat sedang mencoba membersihkan ingus sapi. Aktifitas tersebut adalah hal yang biasa dilakukan oleh masyarakat desa pada umumnya. Namun media mencoba menampilkan realitas yang berbeda ketika aktifitas tersebut dilakukan oleh Ruben dan Upay.

Realitas sendiri sebenarnya merupakan nilai yang di produksi dan di reproduksi secara kreatif oleh manusia menggunakan kekuatan konstruksi sosial dikarenakan sifat manusia yang aktif dan berekspresi. Sejatinya nilai tersebut merupakan pandangan seseorang terhadap sesuatu atau seseorang lainnya dengan pandangan seseorang terhadap sesuatu atau seseorang lainnya dengan pandangan subjektif yang kemudian dianggap objektif. Disinilah terjadi konstruksi dan rekonstruksi yang memaknakan sebuah realitas dan memantapkan realitas tersebut dalam institusi sosial yang ada (Bungin,2009: 82).

Media memperlihatkan bagaimana kota melihat desa sebagai “*the other*” dalam adegan dan dialog pada gambar (3.30), (3.31) dan (3.32), Ruben dan Upay dikonstruksikan bahwa mereka seperti tidak nyaman dan merasa terancam ketika berada di desa, terutama dalam adegan membersihkan ingus sapi. Dalam adegan tersebut, terlihat bentuk penolakan Ruben melalui ucapan seperti pada dialog “*gw gak bisa nanti balik ke jakarta kan kotor gendong Thalia*”. Kalimat dalam dialog tersebut seolah-olah mewakili dan mengungkapkan perasaan yang dirasakan oleh Ruben sebagai orang kota. Kata “kotor” yang diungkapkan Ruben, dalam bahasa Indonesia hal tersebut berarti “sesuatu

hal yang tidak bersih (tentang situasi dan kondisi)”, (dalam Sulchan Yasin, 2002: 165).

Bentuk ketidaknyamanan Ruben juga sama halnya yang dirasakan oleh Upay. Penolakan yang ditampilkan tidak hanya melalui kata-kata yang terdapat dalam dialog, tetapi juga ditampilkan melalui ekspresi seperti yang ada pada gambar (3.31). Dalam adegan tersebut, Upay dibantu oleh tim kreatif untuk membersihkan kandang sapi karena dia merasa takut dan jijik dengan hal tersebut. Karena Upay tidak biasa melakukan aktifitas tersebut ketika berada di kota. Dialog dalam adegan tersebut juga menunjukkan ekspresi Upay yang merasa sangat tidak nyaman ketika berada di desa tersebut. Seperti “*Udah ahhh ih ih ih gw jijik ben*”. Kata “jijik” yang diungkapkan Upay, dalam bahasa Indonesia berarti “rasa tak suka, mual, muak karena kotor, keji dan sebagainya”, (dalam Sulchan Yasin, 2002: 134).

Potongan adegan Ruben dan Upay ditantang oleh Tim *Survivor* untuk memandikan Sapi yang ada di Peternakan (min 00:05:07-00:08:55)



Gambar 3.33

Gambar di atas menunjukkan reaksi dan ekspresi ketidaknyamanan Ruben ketika berada dekat dengan sapi yang ada di kandang yang bau dan kotor.



Gambar 3.34

Gambar di atas menunjukkan reaksi Upay dengan mengangkat kakinya yang terlihat sekali sangat merasa tidak nyaman ketika disuruh melepas sepatu dan harus menginjak langsung lantai yang becek dan terdapat banyak kotoran sapi.



Gambar 3.35

Dalam gambar tersebut, Upay terlihat menunjukkan ekspresi histeris karena tidak sanggup untuk berlama-lama berada di kandang sapi akibat dari rasa jijik yang ia rasakan.



Gambar 3.36

Gambar di atas menunjukkan tindakan yang dilakukan Upay ketika berada di kandang sapi yang bau dan kotor. Reaksi dan ekspresi tersebut menunjukkan bentuk ketidaknyamanan Upay terhadap situasi yang ia hadapi. Berdasarkan potongan adegan Ruben dan Upay yang ada di atas, media menunjukkan konstruksi mengenai wacana kota dalam memandang desa. Wacana tersebut ditampilkan melalui adegan, ekspresi serta penggunaan bahasa dalam dialog. Narasi dalam dialog tersebut menunjukkan bentuk ketidaknyamanan orang kota ketika berada di desa. Terutama dalam tayang *reality show* “*survivor*” yang menunjukkan sifat Ruben dan Upay yang selalu dekat dengan hal-hal yang beradab dan bersih, tidak seperti di desa yang identik dengan kotor.

Media memperlihatkan bagaimana media melihat desa dengan menunjukkan bentuk penolakan Ruben dan Upay dalam bahasa, ekspresi teks di atas. Hal tersebut dipahami melalui sosok kota “*the self*” dalam sebuah wacana kota melihat desa oleh media, terutama dalam tayangan *reality show* “*Survivor*”. Wacana kota dalam memandang desa yang dihadirkan media selalu mengambil sesuatu yang sudah dianggap maklum oleh dimasyarakat, terutama mengenai kehadiran sosok orang kota yang selalu tidak bisa menerima keadaan (merasa tidak nyaman) ketika mereka berada di desa. Paradigma kritis melihat realitas yang ditampilkan oleh media merupakan dominasi dari kuasa kelompok-kelompok dominan atau penguasa dan hal tersebut bukan realitas yang sebenarnya, melainkan hasil dari konstruksi yang dibangun oleh media (TRANSTV) itu sendiri.

Analisis wacana kritis berpandangan bahwa media bukan entitas yang netral melainkan sesuatu yang dikuasai oleh kelompok dominan. Pandangan ini percaya bahwa media adalah sarana dimana kelompok dominan dapat mengontrol kelompok yang tidak dominan dengan menguasai dan mengontrol media (Viya, 2016:72). Dalam hal ini sosok kota yang ditampilkan melalui sosok Ruben dan Upay menunjukkan bahwa melakukan aktifitas seperti orang desa adalah hal yang tidak bias atau *upnormal*. Namun hadirnya mereka di desa menunjukkan bahwa mereka merasa tidak nyaman, seperti pada narasi dalam dialog yang ditampilkan dalam adegan acara tersebut.

Oleh sebab itu dalam *discourse practice*, para pekerja media TRANSTV yang membuat teks sedemikian rupa melalui adegan-adegan dalam teks tersebut. Dengan kata lain, bagaimana dan kenapa kemudian teks itu muncul adalah karena merupakan hasil dari pekerja media dan sudah dipengaruhi pada saat produksi teks sebagai orang yang memproduksi teks dan mengkonsumsi teks (segmentasi di masyarakat Indonesia) yang menerima dan mengkonsumsi teks tersebut. Bahwa dalam praktik wacana, keterkaitan produksi teks dan konsumsi teks kepada khalayak menjadi sebuah kesatuan yang tidak bisa dihindarkan.

Peneliti melihat bahwa teks yang hadir merupakan hasil dari sumber daya yang ada di dalam media seperti para pekerja media, para pekerja media hampir seluruhnya sudah melekat dengan budaya dan sosial orang kota atau jakarta yang mengadopsi gaya hidup atau cara pandang urban terhadap orang desa. Sehingga dapat dibayangkan media bisa membentuk bahkan bisa memaksakan sudut pandangnya yang memang tidak selalu dilakukan secara sengaja, tetapi hasilnya tetap sama. Dalam artian apa yang dihadirkan media melalui wacana kota melihat desa sudah pasti khalayak melihat atau menganggap desa itu seperti apa yang dihadirkan media “perspektif kota”. Media telah memainkan peranan yang sangat penting atas praktik-praktik hegemoni yang dilakukan untuk kepentingan-kepentingan dari kelas kapitalis.

Seperti yang dikemukakan oleh Machyudin Agung Harahap (2013:86) faktor ketika media memproduksi dan mengkonsumsi isinya terdapat peranan ideologi (dalam studi ini ideologi kapitalisme). Ideologi tersebut dimungkinkan berimplikasi terhadap bidang lain, seperti ekonomi, politik, sosial budaya dan lain-lain.

Dalam tahap produksi teks, media memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan dari drama realitas yang dihadirkan, yakni TRANSTV dalam tayangan *reality show* "Survivor" yang ingin memperoleh *rating*. Dengan adanya rasa ketidaknyamanan Ruben dan Upay berada di desa, media menunjukkan bahwa tayangan ini tidak lepas dari kepentingan ekonomi media. Secara tidak langsung media TRANSTV membutuhkan pengiklan untuk keberlangsungan hidup program *reality show* "Survivor". Kenaikan *rating* tentunya menjadi tolak ukur sebuah media dalam hal ini TRANSTV. Besarnya *rating* per program sekaligus menjadi ukuran jumlah penonton pada sebuah acara di stasiun televisi pada jam dan hari tertentu.

Analisis praktik sosiokultural didasarkan pada asumsi bahwa konteks sosial yang ada di media mempengaruhi wacana yang muncul dalam media. praktik ini memang tidak berhubungan langsung dengan produksi teks, tapi dalam tahap ini menentukan bagaimana teks di produksi dan dipahami oleh khalayak (Syaiful, 2013:104)

Media televisi merupakan bagian dari perubahan budaya yang ada dalam masyarakat, karena banyak menyampaikan nilai dan makna baru ke lingkungan masyarakat. Bahkan Fiske dalam Burton, menyebut televisi sebagai pendorong dan sirkulator makna-makna. Para pemilik kekuasaan di balik media mendorong munculnya makna tertentu untuk

bisa muncul di masyarakat yang merupakan khalayaknya dan kemudian mensirkulasikannya dalam lingkungan sosial khalayaknya. Sehingga, makna tersebut kuat tertanam dibenak masyarakat (Fiske dalam Burton, 2007: 24)

Penggambaran desa di media televisi khususnya dalam tayangan *reality show "Survivor"* ternyata masih sangat bias. Peran media dalam mengkonstruksikan desa memperlihatkan bagaimana kota melihat desa, masih memahami bahwa desa dalam tayangan ini ditempatkan sebagai sebuah wilayah yang kotor tidak seperti kota. Hal tersebut tentu saja tidak terlepas dari sosial budaya dan *sociocultural practice* yang ada dan berkembang di media Indonesia itu sendiri yang menganut paham Jakarta centris, dimana situasi media televisi terutama TRANSTV sangat dekat dengan Jakarta. Sehingga dalam mengkonstruksikan desa kepada khalayak merupakan perspektif Jakarta seperti kota melihat desa pada sub-bab ini.

Media memang bukan yang melahirkan dan yang membentuk peran orang desa dan orang kota seperti yang hadir di dalam teks-teks yang dibuat pada sub-bab ini. Namun media dengan situasi budayanya yang Jakarta "kota" sebagai mayoritas malah membuat bahwa kehadiran sosok Ruben dan Upay di desa seperti desa itu terlihat "*otherness*" yang jijik, kotor dan melalui tayangan ini dihadirkan kepada khalayak di masyarakat dan justru malah memperkokoh, melestarikan, bahwa "desa" itu tidak lebih beradab dari kota.