

Fetisisme Ras Kaukasoid dan Ras Mongoloid Sebagai Strategi Pemasaran dalam Sinetron Indonesia

Dimas Yudhistira, Aquarini Priyatna, Dade Mahzumi
Universitas Padjadjaran Bandung
Jl. Raya Bandung – Sumedang Km.21 Jatinangor, 45363

ABSTRACT

Popular culture that rises with industrialization influences the production of film in Indonesia. One of genres of Indonesia's film is soap opera. Soap opera has two sides, the first side as market commodity and the second side as popular art, which categorized itself as kitsch. As producing their product, soap opera has to see through the background of its society. This research used qualitative method. The research results most of Indonesian are Malaya that have colonized by Caucasian and Mongolian before 1945 and after that. It causes effect of fantasies that create the stereotype about Caucasian and Mongolian appearances. Stereotype makes Malaya have fetishism about Caucasian and Mongolian's appearance. Director of soap opera uses this kind of fetishism as appeal to audiences in Indonesia. Displaying the racial half-bred of body of actress and actor in soap opera is become one of marketing strategy to promote soap opera. This is why half-breed actress and actor always get the important role in Indonesian soap opera.

Keywords: soap opera, kitsch, race, fetishism

ABSTRAK

Budaya populer yang tumbuh seiring dengan industrialisasi memengaruhi produksi perfilman di Indonesia. Salah satu genre perfilman di Indonesia adalah sinetron. Sinetron yang dikategorikan sebagai produk seni *kitsch* memiliki dua kriteria yaitu sebagai komoditi seni yang populer dan sebagai komoditi dagang yang menghasilkan keuntungan ekonomis. Sebagai sebuah produk seni *kitsch* yang merupakan dasar pembuatan karyanya adalah selera masyarakat kebanyakan maka sinetron harus jeli dalam melihat keadaan dan latar belakang masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menggambarkan masyarakat Indonesia yang merupakan ras Melayu telah dijajah oleh ras Kaukasoid dan Mongoloid sebelum tahun 1945 dan setelahnya. Efek dari penjajahan ini adalah ras Melayu telah ditanami fantasi yang menjadi stereotip mengenai ras Kaukasoid dan Mongoloid yang berakhir dengan fetisisme. Fetisisme ini dijadikan sebagai strategi pemasaran oleh produser dan sutradara untuk menarik antusiasme calon penonton sinetron. Caranya dengan menampilkan aktor dan aktris Melayu keturunan Kaukasoid dan Mongoloid sebagai pemeran utama.

Kata kunci: sinetron, seni *kitsch*, ras, fetisisme

PENDAHULUAN

Budaya populer yang tumbuh beriringan dengan budaya industrialisasi telah memengaruhi banyak aspek kehidupan dalam masyarakat. Salah satu yang dipengaruhi adalah aspek kesenian. Seni populer adalah seni yang dikreasikan untuk dikonsumsi oleh orang banyak atau massa. Seni populer mengharuskan karyanya digemari massa. Seni populer sering dikaitkan dengan seni *kitch* yaitu seni yang karya seninya atau produk seninya berselera rendah dan bertujuan untuk kepentingan ekonomi. Contoh dari produk seni *kitch* adalah sinetron (sinema elektronik).

Budaya industrialisasi memungkinkan seniman dapat membuat sebuah produk seni atau sebuah karya yang dapat dikonsumsi secara luas oleh masyarakat. Hal ini membuat karya seni berubah menjadi sebuah komoditi yang diperdagangkan dalam budaya populer. Dampaknya pembuatan karya seni menjadi bergantung pada selera masyarakat luas atau selera massa. Masyarakat atau lebih tepatnya selera masyarakat yang didasari oleh latar belakang lingkungan tempat tinggal, pendidikan, pekerjaan dan gaya hidup, memengaruhi pembuatan sebuah karya seni.

Bila berbicara dalam konteks industrialisasi, seniman tidak bekerja sendiri dalam menciptakan sebuah karya. Selain ada campur tangan dari selera masyarakat, kreativitas seniman juga ditentukan oleh pemilik modal. Pemilik modal berpengaruh dalam terciptanya sebuah karya seni karena dalam industriasi memproduksi seni untuk massa membutuhkan media massa dan dana yang besar. Pemilik modal memiliki keunggulan akses untuk menyentuh masyarakat dengan lebih luas sehingga memungkinkan sebuah karya seni dapat dikonsumsi oleh masyarakat luas. Hal ini merupakan tujuan utama dari kedua belah pihak pemilik modal dan seniman. Seni-

man ingin karyanya dikenal, diapresiasi dan dapat dijual, juga pemilik modal ingin sebuah karya seni tersebut menjadi sumber pendapatan baginya. Kreativitas telah menjadi sebuah mata pencaharian dalam budaya populer.

Salah satu karya seni yang terus diproduksi dalam budaya populer adalah tayangan televisi seperti *sit-kom*, sinetron, dan film. Jurnal ini akan memfokuskan pada sinetron karena sinetron hadir tidak terlalu lama dengan hadirnya stasiun televisi swasta di Indonesia yang membuat masyarakat Indonesia 'rajin' menonton televisi. Sinetron adalah produk seni yang diproduksi untuk massa luas. Sinetron adalah sebuah komoditi yang dikonsumsi oleh massa dengan dua alat indra mereka yaitu mata dan telinga. Mata adalah alat yang dibutuhkan dalam menikmati film, karena bila film tersebut tidak bersuara kita masih dapat untuk menikmatinya (walupun menjadi berkurang kenikmatannya) berbeda bila tampilan gambarnya yang hilang, kita tidak akan dapat menikmati film bila gambarnya hilang meski suaranya terdengar. Hemat penulis, gambar adalah esensi dari sinetron. Maka, citra harus direpresentasikan dengan apik agar menarik perhatian massa untuk mau mengonsumsi sinetron tersebut.

Sinetron adalah produk budaya populer karena sangat mementingkan penampilan citra. Piliang berpendapat bahwa budaya populer adalah budaya yang dibangun atau dikonstruksi oleh apa yang disebut dengan 'imajinasi populer' (*popular imagination*), yaitu imajinasi dan fantasi yang dibangun secara sadar oleh orang atau sekelompok orang (Piliang, 2009:119). Citra yang ditangkap oleh mata saat menonton sinetron adalah citra yang sudah dikonstruksi dan dibingkai dengan fantasi dan imajinasi, sehingga membuat citra tersebut menarik untuk dilihat. Caranya beragam, mulai dari mengatur posisi kamera, peng-

aturan pencahayaan, *editing* gambar dan penambahan latar belakang musik.

Selain pengaturan teknis, pemilihan aktor dan aktris berdasarkan ras juga menjadi bagian penting dalam membuat sinetron. Sineas yang berkarya di Indonesia, menempatkan aktor atau aktris yang berdarah campuran (keturunan Melayu dan Eropa atau Asia Barat) sebagai pemeran utama dalam sinetronnya. Hal ini dapat dilihat jelas pada sinetron yang tayang di Indonesia. Contohnya pada sinetron *Anugerah* (2011-2012), *Cinta dan Anugerah* (2009-2010), *Putri yang Ditukar* (2010-2011) dan *Yang Muda Yang Bercinta* (2013) para aktor dan aktris berdarah campuran memainkan peran utama dalam ceritanya. Mereka para aktris dan aktor keturunan mendapatkan peran utama yang membuat wajah mereka lebih sering disorot kamera dan ditampilkan di televisi. Aktor dan aktris semacam Samuel Zylgwyn, Nabila Syakieb dan Yasmine Wildblood akrab menghiasi layar televisi Indonesia. Sebagai sebuah karya seni kitsch penokohan aktor dan aktris berdarah keturunan bukan tanpa alasan. Pembuat sinetron, sadar akan adanya perbedaan cara melihat objek pada setiap individu. Aktor dan aktris Melayu mempunyai citra dan daya tarik yang berbeda dengan aktor dan aktris keturunan. Perbedaan citra ini digunakan sebagai peluang untuk mendapatkan perhatian penonton sinetron. Tulisan ini membahas bagaimana sinetron sebagai seni *kitsch* menggunakan perbedaan ras dalam penokohan ceritanya. Hal ini akan berkaitan dengan strategi pemasaran sinetron dan kenapa penonton menikmati citra dari aktor dan aktris ras keturunan di sinetron. Dalam tulisan ini penulis akan memaparkan terlebih dahulu mengenai perkembangan sinetron di Indonesia, bagaimana sinetron dikonstruksi, dan apa yang 'dijual' oleh sinetron kepada penontonya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif sendiri menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2007:4) merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Denzim dan Lincoln dalam Moleong (2007:5) mendefinisikan metode kualitatif sebagai penelitian yang menggunakan latar belakang ilmiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode. Fenomena yang dapat ditafsirkan berkaitan dengan metode kualitatif adalah perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan.

Penelitian ini bertujuan sebagai sarana bagi media literasi dalam arti memberikan perspektif diskursif terhadap praktik budaya sehari-hari. Dengan kata lain tulisan ini diharapkan berguna bagi pembaca bahwa sampai saat ini permasalahan mengenai rasisme dan visualisasi tubuh masih ada dalam setiap lingkungan sosial dan sinetron melalui televisi merupakan media yang berideologi rasisme. Penulis berharap semoga pembaca memiliki cara pandang baru dalam menyikapi sinetron di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Televisi dan Sinetron

Sekitar tahun 1970, televisi hadir di Indonesia. Televisi sebagai artefak terus berkembang dari segi ukuran dan teknologi. Dalam kajian budaya, memahami televisi tidak sebatas pada artefaknya saja, tidak juga sebatas berapa juta warna yang televisi tersebut bisa tampilkan. Dalam konsep budaya, memahami televisi berarti memahaminya dalam segi artefak, sarana (satelit, parabola, antena), teks (acara televisi), relasi pemirsa,

dan makna siaran. Semua itu mengonstruksi televisi yang ada di ruang keluarga rumah kita sekarang ini. Salah satu acara televisi yang populer di Indonesia adalah sinetron yang merupakan akronim dari 'sinema elektronik'. Karena sinetron merupakan salah satu isi dari televisi, dalam mengkaji sinetron perlu ditelaah dari dua sisi yaitu teksnya, bagaimana aktor dan aktris keturunan selalu ada dalam sinetron dan mendapatkan peran utama dan relasi pemirsa, bagaimana penonton sinetron menikmati citra dari aktor dan atris keturunan.

Sinetron sebagaimana dasarnya adalah sebuah film memiliki konstruksi di dalamnya. Sinetron berasal dari sebuah proses *encoding* atau proses pembentukan kode-kode. Fiske (1987:4) berpendapat bahwa film memiliki kode-kode yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu pada bagian pertama adalah yang Fiske namai *reality* mencakup tampilan tubuh, *make-up*, pakaian, lingkungan, kelakuan, suara dan ekspresi. Kedua adalah *representation* yang meliputi proses editing gambar, editing musik, pencahayaan yang memvisualisasi sebuah karakter, aksi dari karakter tersebut dan percakapan yang dituturkan oleh para pemain film. Sedangkan yang ketiga adalah *ideology* yang menurut Fiske (1987:4) adalah sebuah ide yang memiliki keterkaitan dengan penerimaan sosial yang diwakili oleh kode-kode ideologis misalnya ras, kelas, dan kapitalisme. Fiske (1987:4) juga berpendapat bahwa film adalah penyaluran realitas ke dalam media sehingga realitas yang ditampilkan dalam televisi bukan realitas yang murni karena sudah dikemas kembali dengan ideologi. Fiske (1987:5) menambahkan pengkodean ini juga telah ikut membangun kesadaran kita dalam melihat sebuah realitas karena kita akan bereaksi dan berasumsi berbeda ketika kita melihat orang lain. Perbedaan asumsi dan reaksi terhadap orang lain ini dapat didasari oleh warna kulit, pakaian, gaya rambut, dan ekspresi muka. Dalam

penelitian penulis mengenai sinetron ini, unsur film yang merupakan fokus penelitian adalah tampilan tubuh yang oleh Fiske ditempatkan sebagai kode bagian pertama atau *reality*, lalu representasi karakter dan yang terakhir adalah ideologi tentang ras.

Sedikit informasi mengenai munculnya sinetron di Indonesia yang dimulai pada penghujung 1980-an, sinetron (*soap opera*), mulai hadir di Indonesia dengan judul *Losmen* yang disiarkan oleh TVRI. Tokoh utama dalam *Losmen* adalah Dewi Yull dan Mathias Muchus. Setelah itu, RCTI dan televisi milik swasta lainnya, mulai mengudara pada awal tahun 1990-an dan mulai menayangkan sinetron seperti *Si Doel Anak Sekolah* (1994-2002) yang dibintangi Rano Karno, Cornelia Agatha, dan Maudy Koesnaedi dan *Noktah Merah Perkawinan* (1996-1999) yang dibintangi oleh Cok Simbara, Ayu Azhari, dan Niken Ayu. Tema sinetron di Indonesia ditentukan berdasarkan faktor eksternal seperti agama (bulan Ramadhan dan Natal), pengaruh sinetron Latin ('Esmeralda'), dan pengaruh novel ('Lupus' dan 'Catatan si Boy') namun esensi dari sinetron itu tetap sama dan tidak berubah, yaitu mengenai hubungan percintaan dan keluarga. Danesi dalam bukunya *Understanding Media Semiotics* berpendapat,

"TV soap operas, like their radio counterparts, have always explored romance, friendship, and familial relations in narrative form. The history of the TV soap opera is also the history of gender relations in society. At first, the soaps were no more than afternoon 'romance interludes' for stay-at-home wives; now they appeal to male and female audiences alike, dealing with many other aspects of relationships." (2002:139)

Dengan kata lain inti cerita dari sinetron adalah eksplorasi dari tema pertemanan dan percintaan. Sinetron juga sangat mengedepankan hubungan antara laki-laki dan perempuan dalam konteks romansa dan pertemanan. Sinetron juga yang pada awalnya dikonsumsi oleh perempuan akhir-

nya dikonsumsi juga oleh laki-laki karena tema dari sinetron adalah hubungan antara laki-laki dan perempuan. Jadi, mengapa sinetron menarik juga untuk laki-laki karena dalam sinetron, subjek dan sudut pandang dapat berubah-ubah, bisa perempuan, bisa juga laki-laki.

Cerita sinetron adalah cerita mengenai hubungan antar-*gender*. Oleh karena Indonesia memiliki budaya heteroseksual maka hal ini memengaruhi pembuatan sinetron di Indonesia. Umumnya, sinetron di Indonesia menceritakan hubungan antara laki-laki dan perempuan dan ada oposisi (laki-laki atau perempuan) yang mengganggu hubungan tersebut. Singkatnya, dalam sinetron ada satu pasang citra laki-laki dan perempuan dan satu citra pihak oposisi. Pasangan pertama bertindak sebagai protagonis yang memiliki citra *hero* dan seorang oposisi yang memiliki citra *villain*. Bila salah satu citra tersebut hilang dan sinetron tidak dapat ditayangkan.

Konstruksi dasar dari sinetron adalah dua jenis peran yaitu peran *hero* dan *villain*. Kedua peran ini merupakan peran utama dalam sinetron. Dua peran ini menjadi pusat dari cerita yang disajikan oleh sinetron. Kedua peran ini menjadi penting untuk ditampilkan agar semenarik mungkin supaya penonton menikmati sinetron. Citra dari peran utama harus dikemas secara baik ditampilkan sesering mungkin agar menjadi daya tarik bagi penonton sinetron. Oleh karena itu, harus ada yang 'membedakan' antara peran utama (*hero* dan *villain*) dengan peran figuran. Hal termudah dalam membedakan antara peran-peran tersebut adalah dengan membedakan secara visualisasi. Tubuh manusia adalah penanda identitas yang dapat dengan mudah dikenali oleh orang lain. Maka, tubuh manusia dalam sinetron digunakan sebagai pembeda citra antara *hero* dan *villain*, juga digunakan sebagai pembeda citra antara peran utama dan peran figuran. Konstruksi peran ini menjadi salah satu kunci sukses dari produksi sine-

tron yang bertahan lama.

Kehadiran sinetron di televisi Indonesia yang bertahan lama yaitu mulai dari tahun 1897 hingga sekarang 2014, membuktikan bahwa sinetron adalah komoditi perdagangan yang memiliki banyak konsumen. Sebagai produk seni, sinetron juga merupakan produk seni yang tidak lekang oleh zaman karena bisa terus bertahan lebih dari 25 tahun dan masih terus diproduksi. Sinetron menjadi tontonan massa di televisi karena sinetron tidak memerlukan petanda dan penanda yang rumit dalam produksi episodenya. Sebagai produk seni yang memiliki makna, penonton acara sinetron tidak perlu memikirkan apa yang akan disampaikan oleh sutradara melalui tanda, dengan kata lain, menonton sinetron tidak perlu 'berpikir', sehingga dengan mudahnya sinetron menjadi tontonan alternatif utama di Indonesia.

Sinetron adalah contoh sukses dari komoditi seni dan komoditi dagang. Walaupun jalan ceritanya terkesan monoton, sinetron masih banyak diminati masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, sinetron masih terus diproduksi dengan jam tayang satu sampai dua jam setiap harinya dan ditayangkan mulai pukul tujuh malam, jam dimana mayoritas keluarga di Indonesia sudah tidak melakukan aktivitasnya. Danesi berpendapat, "*In the afternoon the primary viewing audience is made up of stay-at-home people. The soap opera continues to be the main type of programme.*" (Danesi, 2002: 147) bila di Kanada orang-orang sudah di rumah sore hari, maka di Indonesia orang-orang sudah berada di rumah sekitar pukul tujuh malam. Saat pukul tujuh malam stasiun televisi mulai menayangkan sinetron sebagai tayangan utamanya. Program sinetron di Indonesia adalah program yang populer. Hal ini membuat sinetron dicap sebagai seni *kitsch* atau seni rendah karena diperuntukkan untuk massa, tidak perlu 'berpikir' dalam menikmatinya karena penandanya sudah teramat

jas, dan diproduksi untuk kepentingan ekonomi.

Sinetron sebagai Seni Kitsch

Seni *kitsch* sendiri sering diartikan sebagai seni rendahan, seni untuk masyarakat yang selernya rendah, penonton atau yang menggemarnya pun dipanggil dengan istilah *cultural dupe*. Seni *kitsch* adalah kebalikan dari seni keraton atau seni istana yang mempunyai selera tinggi dan tidak dikomersialkan. Namun, Lindsay (1991:18) berpendapat seni *kitsch* adalah sebuah seni tradisi (yang berselera tinggi dan penuh dengan estetika) tapi karena seni tersebut tidak dikomersialkan, pelaku seni tersebut menjadi hilang karena mereka tidak memiliki dana untuk melanjutkan pertunjukannya dan mereka juga tidak memiliki penghasilan tetap. Hal ini menjadi permasalahan karena kesenian tersebut terancam hilang eksistensinya. Untuk melestarikan kesenian tersebut, kesenian tradisi harus dikomersialkan, caranya dengan dipopulerkan ke massa, dengan kata lain, seni keraton yang dulunya dipertunjukkan hanya untuk raja dan bangsawan diubah menjadi sebuah tontonan untuk dikonsumsi masyarakat luas.

Dikomersialkan berarti membuat masyarakat yang ingin menikmati pertunjukan tersebut harus membayar. Permasalahannya terletak pada selera bangsawan dan selera masyarakat biasa. Hal ini menjadi sebuah masalah karena perbedaan latar belakang pendidikan dan lingkungan menjadikan adanya benturan antara selera rendah dan selera tinggi dalam upaya menampilkan pertunjukan tersebut. Perbenturan selera ini memang menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan. Karena orientasinya berdasarkan keuntungan ekonomi maka jumlah penikmat sebuah pertunjukan itu menjadi dasar dari target pemasaran. Apabila dilihat dari jumlah penikmatnya seni tradisi harus 'di-

pangkas' estetika luhurnya sehingga menjadi seni rendahan. Hal ini terjadi karena jumlah masyarakat biasa lebih banyak daripada jumlah bangsawan, sehingga pelaku seni menempatkan selera masyarakat biasa sebagai target pasarnya. Menurut penulis, anggapan seni *kitsch* yang dikonotasikan dengan karya seni rendahan tidak tepat karena seni *kitsch* merupakan proses adaptasi dari seni tradisi agar terus eksis yang salah satu caranya adalah dengan dikomersialisasikan.

Sinetron sendiri termasuk dalam kategori seni *kitsch*. Pengategorian sinetron sebagai sebuah produk seni *kitsch* sendiri tidaklah keliru karena seperti yang penulis sudah jelaskan sinetron adalah produk seni yang monoton dan penandanya sangat minim sehingga orang yang menyaksikannya pun dilabeli dengan *cultural dupe*. Sinetron juga masuk ke dalam kategori seni *kitsch* karena sinetron dibuat untuk kepentingan ekonomi. Hal ini dapat dilihat pada kelonggaran sinetron dalam memproduksi setiap episodenya. Dalam sinetron, cerita yang ditampilkan ke dalam potongan-potongan episodenya tidak memiliki plot yang jelas. Plot cerita dibagi ke beberapa episode berdasarkan antusiasme penonton sinetron itu sendiri. Jadi, sinetron seperti sinetron *Tersanjung* dan *Tukang Bubur Naik Haji* dapat bertahan lama (lebih dari satu tahun) tayang di televisi karena antusiasme penontonya masih tinggi. Semakin tinggi antusiasme penontonya, semakin banyak juga episode yang diproduksi. Hal ini terus berlanjut hingga penonton tidak memiliki antusiasme lagi terhadap tayangan sinetron tersebut. Salah satu cara untuk 'memanjangkan' plot cerita ini adalah dengan memasukkan peran-peran baru dalam setiap akhir episodenya. Peran baru ini membawa masalah baru yang membuat plot cerita kembali berkembang. Peran baru ini adalah peran figuran dan karena dihadirkan untuk menampilkan masalah, dengan kata lain peran baru ini adalah peran yang bersifat *villain*. Penambahan episode ini ber-

dasarkan kepentingan ekonomi karena selama penonton masih memiliki antusiasme untuk menonton suatu sinetron maka masih akan ada iklan yang tayang disela-sela sinetron tersebut.

Oleh karena plot cerita sinetron longgar, bila sinetron tersebut gagal dalam menarik perhatian dan antusiasme penonton episodenya pun akan dipotong. Pemotongannya pun biasanya tidak ada kejelasan, biasanya tiba-tiba hilang dari televisi dan digantikan dengan sinetron lainnya. Pemotongan episode ini juga berdasarkan kepentingan ekonomi sebab para pembuat sinetron enggan untuk menunggu respon dari penonton yang lambat sehingga harus segera diganti sinetronnya dengan sinetron yang lebih cepat menarik perhatian dari penonton. Dengan kata lain sinetron adalah sebuah seni yang didasari oleh kepentingan ekonomi yang kuat karena jalan ceritanya sendiri ditentukan oleh kepentingan ekonomi. Hal ini menyebabkan jalan cerita sendiri yang monoton karena para pembuat sinetron harus berpacu dengan waktu dalam pembuatan sinetron tersebut, sehingga bila ada sinetron yang tidak laku mereka sudah memiliki sinetron lainnya untuk ditayangkan.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan oleh Lindsay (1991:21), seni *kitsch* harus dikenal oleh masyarakat luas dan memiliki penggemar yang luas. Oleh karena itu, seni *kitsch* harus membuat sebuah karya yang populer atau karya yang digandrungi masyarakat kebanyakan. Salah satu cara agar sinetron menjadi konsumsi massa adalah dengan pengemasan tampilan atau visualisasi dari unsur-unsur yang ada dalam sinetron itu sendiri. Lindsay (1991:25) berpendapat bahwa, bila dulunya seni keraton atau seni istana dipangkas keestetikaannya sehingga dapat diterima oleh masyarakat luas, maka dalam arus budaya populer berlaku kebalikannya. Untuk menarik perhatian penontonnya, para pembuat sinetron harus menampilkan unsur estetika yang

tinggi dalam pencitraan unsur-unsur objek dari sinetron tersebut. Tentu saja ukuran dari keestetikaan ini dipengaruhi oleh selera masyarakat kebanyakan. Hal ini berkaitan dengan apa yang digemari dan diperhatikan oleh masyarakat populer, sebagaimana dengan pendapat yang dikemukakan oleh Chaney yang dikutip oleh Stevenson *et.al* (2000:369) bahwa masyarakat populer sangat memperhatikan dan bergantung dengan visualisasi. Visualisasi menurut Chaney yang dikutip Stevenson *et.al* adalah pusat dari pemaknaan bagi masyarakat populer, sehingga visualisasi adalah integral karya seni yang akan ditampilkan ke publik. Apabila sebuah sinetron ingin digemari oleh publik maka visualisasi dari unsur-unsur yang mengonstruksi cerita dalam sebuah sinetron harus dikemas secara estetik.

Dalam sinetron, estetika visualisasi ini tampak dalam benda mati yang ditampilkan dalam sinetron, misalnya perabot dan rumah-rumah yang dicitrakan dalam sebuah sinetron. Perabot rumah, rumah, dan kendaraan ditampilkan secara mewah, megah, dan mahal. Selain benda mati yang ditampilkan dengan visualisasi yang mengesankan kemewahan, kemegahan dan mahal, benda hidup yang mengonstruksi sinetron pun yaitu para aktris dan aktor harus divisualisasi dengan estetik. Visualisasi para aktris dan aktor merupakan wujud usaha agar sinetron mampu menarik perhatian penonton. Pemakaian pakaian yang estetik adalah salah satu cara dalam visualisasi tubuh aktor dan aktris agar tampak estetik. Namun yang paling utama adalah tubuh dari aktor dan aktris yang mengonstruksi sebuah sinetron harus estetik. Dari semua bagian tubuh yang dimiliki aktris dan aktor bagian tubuh yang paling penting untuk ditampilkan dalam sinetron adalah bagian wajah, karena wajah memiliki identitas yang paling lengkap dari semua bagian tubuh manusia. Oleh karena itu dalam sinetron, ketika aktris dan aktornya sedang berkomunikasi, wajah mereka

selalu ditampilkan dengan porsi yang lebih besar. Dengan kata lain penampilan tubuh aktris dan aktor adalah sesuatu yang penting dalam mengonstruksi sebuah sinetron, maka penampilan aktor dan aktris harus dapat dijual kepada masyarakat luas. Sinetron menjadikan penampilan tubuh sebagai komoditi dagang. Berdasarkan hal tersebut, penulis dapat mengatakan sinetron adalah sebuah seni *kitsch* karena memiliki penggemar yang luas yang dibuktikan dengan eksistensi dari sinetron tersebut di Indonesia yang telah berjalan 24 tahun dan fakta bahwa sinetron dalam penayangannya menjual visualisasi berupa tampilan tubuh aktor dan aktris yang sudah dikemas secara estetik. Hal-hal ini merupakan strategi pemasaran sinetron sendiri sehingga sinetron dapat terus eksis dan menghasilkan uang.

Ras Menentukan Peran Dalam Sinetron

Perbedaan ras telah membuat sebuah celah dalam mendapatkan keuntungan ekonomi dalam sebuah industri perfilman. Sinetron dikonstruksi oleh perbedaan ras dalam menentukan peran. Dalam sinetron Indonesia ras yang dianggap memiliki tubuh yang 'baik' adalah ras Kaukasoid, Mongoloid atau ras Melayu yang memiliki darah keturunan dengan ras Kaukasoid atau Mongoloid. Tubuh yang 'baik' laik mendapatkan peran utama (*hero* dan *villain*) dalam sebuah sinetron. Sehingga tubuh yang 'baik' akan menjadi komoditi dagang yang menjual. Hal ini terbukti dalam sinetron *Cinta dan Anugerah* (2009-2010) yang memiliki peran utama Nabila Syakieb dan Ashraf Sinclair. Kemudian sinetron berjudul *Anugerah* (2011-2012) yang tayang setiap dua jam setiap hari kerja memiliki peran utama Nabila Syakieb dan Samuel Zylgwyn. Kemudian pada tahun 2013 terdapat Sinetron *Yang Muda Yang Ber-cinta* (2013) yang dibintangi oleh Christian Sugiono dan Yasmine Wildblood. Berlanjut

pada tahun 2014 hadir Sinetron *Semua Sa-yang Eneng* (2014) memiliki jajaran pemain yang hampir seluruhnya memiliki ras keturunan Kaukasoid seperti Julian Jacob, Jessica Anastasya, Bella Graceva, Chasandara Sheryl Lee, Axel Mathew Thomas, dan Lorenzo Abraham. Aktor dan Aktris tersebut adalah aktor dan aktris ras Melayu yang memiliki darah keturunan dari ras Kaukasoid dan Mongoloid. Dilihat dari tahun 2010 hingga 2014 sinetron di Indonesia konsisten menampilkan aktris dan aktor ras melayu campuran sebagai peran utamanya. Konsistensi ini tidak terlepas dari antusiasme masyarakat Indonesia terhadap tubuh aktor dan aktris ras Melayu campuran. Perbedaan antara ras Melayu, ras Kaukasoid dan Mongoloid menjadi magnet dalam menarik perhatian calon penonton.

Bagaimana ras menentukan posisi peran dalam sinetron tidak dapat dilepaskan bagaimana masyarakat Indonesia memiliki fetisisme terhadap ras Kaukasoid dan Mongoloid. Hal ini tidak bisa dipisahkan dari sejarah Indonesia yang mengalami masa penjajahan selama dua kali. Masyarakat Indonesia tidak pernah diberi pendidikan formal mengenai cara menilai suatu tubuh, apakah tubuh tersebut 'baik' atau 'buruk' dan bagaimana tolok ukur estetika sebuah tubuh. Menilai bagaimana nilai estetika sebuah tubuh berdasarkan ras merupakan sebuah pengaruh budaya. Bhabha (1994:66) berpendapat bahwa masalah ras dan kebudayaan merupakan sebuah wacana dalam kolonialisme. Bhabha (1994:66) juga berpendapat bahwa salah satu permasalahan yang mendasari kolonialisme adalah stereotip yang Bhabha jelaskan sebagai sesuatu yang pada level-level tertentu telah diyakini sebelumnya dan terus mengalami pengulangan. Bhabha (1994:70) berpendapat bahwa kolonialisme membuat perbedaan dan jarak antar-ras yang didasari oleh kepentingan politis. Hal ini terlihat dalam sinetron yang menampilkan perbedaan posisi peran

berdasarkan ras aktor dan aktris yang bermain dalam sinetron tersebut. Aktor dan aktris yang memiliki keturunan dari ras Kaukasoid dan Mongoloid mendapat peran utama dalam sinetron.

Bhabha (1994:64) berpendapat bahwa film menggunakan stereotip dari ras-ras dalam menentukan karakter dari sebuah peran, baik karakter sifat maupun karakter fisik. Selain itu, Bhabha (1994:67) berpendapat bahwa perbedaan ras dalam wacana kolonialisme dibuat untuk membentuk jarak antara satu ras dan ras lainnya. Hal ini dimaksudkan agar menghasilkan sebuah pengetahuan yang dapat membedakan ras berdasarkan baik atau tidaknya ras tersebut. Baik atau tidaknya sebuah ras ditentukan oleh ras yang superior atau ras ordinat. Ras yang superior menganggap ras mereka adalah ras yang baik sementara ras yang inferior akan menganggap ras yang inferior adalah ras yang tidak baik, tidak bersih, berkelakuan kasar dan bodoh. Dengan kata lain, dalam konteks wacana kolonialisme maka penjajah (*colonizer*) akan membentuk stereotip tentang yang dijajah (*colonized*). Ras yang menjajah akan memiliki kuasa yang lebih untuk memproduksi sebuah pengetahuan umum berdasarkan sudut pandang ras penjajah tersebut terhadap ras yang dijajah. Bila rakyat Indonesia yang merupakan ras Melayu dijajah oleh bangsa Belanda yang merupakan ras Kaukasoid dan Jepang yang merupakan ras Mongoloid maka ras Kaukasoid dan Mongoloid memiliki kuasa lebih dalam merepresentasikan ras Melayu. Citra ras Melayu yang direpresentasikan akan selalu dibawah dari citra ras Kaukasoid dan Mongoloid, hal ini mengonstruksi cara melihat kita terhadap ras lainnya, salah satunya cara melihat tubuh dari ras lain. Bagaimana cara ras Melayu melihat tubuh ras Kaukasoid akan berbeda dengan bagaimana cara ras Kaukasoid melihat tubuh ras Melayu.

Sebagai bangsa yang pernah dijajah, ras

Melayu akan melihat ras Kaukasoid dan ras Mongoloid sebagai ras yang superior dan merasa dirinya adalah ras yang inferior. Ras Kaukasoid dan Mongoloid telah menanamkan pengetahuan-pengetahuan pada ras Melayu bahwa Ras Kaukasoid dan Mongoloid memiliki kuasa, ilmu pengetahuan, kebiasaan yang lebih bersih, dan bentuk tubuh yang lebih estetik dibandingkan dengan ras Melayu. Stereotip ini akan berdampak pada ras yang pernah dijajah salah satu dampak ini oleh Lacan dalam Bhabha (1994:77) dinamai dengan *imaginary*. Menurut Lacan, *imaginary* adalah keadaan dimana seseorang melihat sesuatu seperti pantulan bayangan dalam kaca yang merepresentasikan identitasnya padahal bayangan tersebut bukanlah dirinya. Seseorang itu hanya berharap bayangan tersebut adalah dirinya. Hal ini tidak menjadi masalah ketika yang ingin dia lihat adalah bayangan dia sendiri namun apabila objek yang ingin dilihat oleh seseorang itu adalah objek yang sama sekali berbeda dengan dirinya, misalnya objek tersebut adalah ras lain, atau seseorang tersebut ingin seperti orang lain.

Akhirnya, kolonialisme menurut Bhabha (1994:77) menghasilkan fantasi-fantasi yang membentuk sebuah stereotip. Masing-masing ras memiliki fantasinya sendiri terhadap ras lainnya. Ras Melayu di Indonesia akan memiliki fantasi terhadap ras Kaukasoid yang telah menjajahnya. Ras Kaukasoid akan menjadi ras yang superior di mata ras Melayu, sebaliknya, ras Melayu akan merasa inferior dihadapan ras Kaukasoid atau Mongoloid. Ras Melayu memiliki fantasi bahwa ras Kaukasoid sebagai ras dengan karakter yang bersih, berbadan jangkung, berwajah simetris dan memiliki kelas sosial yang lebih tinggi. Fantasi ini menjadi dasar konstruksi dari sebuah sinetron, bagaimana peran utama dalam sebuah sinetron di Indonesia dimiliki oleh ras Melayu yang memiliki keturunan dengan ras Kaukasoid atau Mongoloid.

Perbedaan Ras Sebagai Daya Tarik Sinetron

Sebelum membuat sebuah karya seni, para seniman merencanakan bagaimana sebuah karya seni ini akan dibentuk. Menurut Permas (2003:97), seniman sebelum membuat sebuah karyanya memiliki tiga bentuk ideologi, pertama adalah ideologi *art for art* dimana karya seni yang akan mereka buat adalah karya seni yang merupakan bentuk realisasi dirinya. Para seniman dengan ideologi ini tidak peduli dengan pihak luar yang akan mengkritisi karyanya, hemat penulis, seniman yang memiliki ideologi seperti ini dalam membuat karyanya hanya sebatas sebagai penyaluran ekspresinya saja. Ideologi kedua adalah *art for mart* yang merupakan kebalikan dari ideologi yang pertama. Ideologi *art for mart* adalah ideologi para seniman yang karyanya dipengaruhi oleh selera pasar. Sebelum para seniman dengan ideologi ini membuat sebuah karya seni maka mereka akan meneliti dulu situasi dan kondisi yang tengah terjadi dalam masyarakat. Dengan kata lain, para seniman yang menganut ideologi ini dalam membuat karyanya berorientasi pada keuntungan ekonomis, karyanya bukan sebuah wujud ekspresi diri, melainkan sebagai komoditi dagang yang bagaimana caranya harus menarik perhatian publik dan laku sebagai sebuah komoditi dagang.

Sinetron adalah sebuah karya seni yang dihasilkan oleh seniman yang menganut ideologi *art for mart* karena sebagai bentuk sebuah karya seni, sinetron masuk dalam kategori seni *kitsch*. Sehingga dalam pembuatan sinetron para senimannya harus menganalisis selera masyarakat terlebih dahulu. Saat akan masuk ke bulan Ramadhan, para pembuat sinetron akan gencar membuat sinetron dengan tema islami, begitu juga dengan kisah cinta hidup anak remaja yang merupakan tema favorit yang dikonsumsi oleh remaja-remaja di Indonesia. Fenomena ini terkait dengan kelonggaran

episode dalam pembuatan sinetron yang telah diuraikan sebelumnya. Bila antusiasme penonton masih tinggi terhadap suatu sinetron maka episodenya akan terus ditambahkan karena para produser sinetron masih melihat adanya celah dalam mengambil sebuah keuntungan ekonomi. Hemat penulis, sinetron adalah karya seni yang sangat berorientasi pada kepentingan pasar sehingga jalan cerita dan panjang pendek episodenya pun ditentukan oleh selera pasar, selera masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, sinetron harus memiliki strategi pemasaran sendiri agar mampu memuaskan selera publik dan meraih keuntungan ekonomis.

Sebelumnya penulis sudah memaparkan bahwa sinetron dikonstruksi oleh karakter-karakter yang memiliki konflik. Dua karakter utama yang harus hadir dalam sebuah sinetron adalah karakter *hero* dan karakter *villain*. Dua karakter ini ditubuhkan dan direpresentasikan pada publik sebagai peran. Agar berbeda dengan peran yang kurang penting atau peran figuran maka dua peran utama ini harus dibedakan visualisasi penubuhannya. Menurut Fiske (1987), perbedaan ini dibentuk berdasarkan tata kamera, pencahayaan, dan pemilihan aktor dan aktris. Setelah adanya perbedaan antara peran utama dan peran figuran, peran utama harus dikemas tubuhnya agar calon penonton sinetron tersebut tumbuh antusiasmenya untuk menonton sinetron tersebut.

Penubuhan peran utama ini kemudian divisualisasikan kembali lewat iklan yang tayang sebelum tanggal peluncuran perdana sinetron tersebut. Iklan memainkan peran besar dalam menarik perhatian calon penonton dengan cara menampilkan tubuh-tubuh aktor dan aktris pemain sinetron tersebut. Penampilan tubuh ini menjadi magnet untuk menarik antusiasme para calon penonton sinetron tersebut. Iklan sinetron hanya menampilkan tubuh-tubuh dari aktor dan aktris yang akan bermain dalam sinetron tersebut. Dengan kata lain, penu-

buhan dalam mengonstruksi sebuah peran merupakan hal yang penting bagi sinetron sebagai usahanya untuk menjual setiap episodenya.

Bagi seorang produser dan sutradara sinetron, tubuh adalah sesuatu yang penting sebagai modal agar sinetronnya dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Sebagai sebuah komoditi dagang maka sinetron tersebut harus dapat menarik antusiasme calon konsumen agar mereka tertarik untuk mengkonsumsi sinetron tersebut. Tubuh yang mereka tampilkan dalam sebuah sinetron adalah tubuh yang telah melalui proses penyaringan (*casting*) sehingga terpilihlah tubuh-tubuh yang 'baik' dan 'laik' untuk mewakili cerita yang ingin sutradara sampaikan. Tubuh yang 'baik' ini adalah hasil sebuah konstruksi budaya, karena tidak ada tolok ukur yang sah mengenai cara menilai tubuh seseorang mana yang baik dan mana yang buruk. Dalam sinetron di Indonesia, tubuh yang 'baik' adalah tubuh yang memiliki darah keturunan Kaukasoid dan Mongoloid. Tubuh ras asli Melayu dianggap tidak menjual dan tidak akan menarik perhatian calon penonton sinetron tersebut. Hal ini membuat sinetron di Indonesia menentukan pemeran utamanya dengan memilih aktris dan aktor yang tidak murni Melayu tetapi aktor dan aktris yang memiliki darah keturunan. Menurut penulis, dalam persinetronan Indonesia, aktor dan aktris yang memiliki darah keturunan dari ras Kaukasoid dan Mongoloid mendapat peran utama sebagai bentuk upaya produser sinetron tersebut untuk menarik perhatian calon penontonnya sehingga sinetronnya akan laku sebagai komoditi dagang.

PENUTUP

Perfilman di Indonesia yang tumbuh seiring dengan industrialisasi menghasilkan sebuah genre tersendiri yang dinamai dengan *soap opera* yang dalam bahasa In-

donesia merupakan sinetron (sinema elektronik). Sinetron sendiri telah ditayangkan di televisi Indonesia sejak tahun 1987 hingga sekarang. Penayangan sinetron di Indonesia yang telah bertahan selama kurang lebih 27 tahun membuktikan bahwa sinetron merupakan karya seni populer yang memiliki penggemar yang luas, sinetron juga merupakan komoditi dagang yang laris karena sinetron konsisten menghasilkan keuntungan ekonomis dari iklan. Memiliki penggemar yang banyak dan menghasilkan keuntungan ekonomis membuat sinetron dikategorikan sebagai seni *kitsch*. Sebagai seni *kitsch* sinetron membuat perbedaan ras sebagai magnet untuk menarik antusiasme calon penonton. Hal ini karena Indonesia merupakan bekas Negara jajahan yang telah ditanami stereotip oleh ras yang menjajah (*colonizer*) sehingga ras yang dijajah (*colonized*) memiliki fantasi-fantasi tentang ras yang menjajah (Kaukasoid dan Mongoloid). Ras Melayu memiliki fantasi bahwa ras Kaukasoid dan Mongoloid memiliki tubuh yang jangkung, wajah simetris dan memiliki kelas sosial yang lebih tinggi. Produser dan sutradara sinetron menempatkan ras Melayu keturunan Kaukasoid dan Mongoloid sebagai penarik antusiasme karena penonton Indonesia yang kebanyakan ras Melayu memiliki fetisisme terhadap ras Kaukasoid dan Mongoloid. Sebagai ras yang pernah dijajah stereotip bahwa ras Kaukasoid dan Mongoloid lebih baik secara fisik. Menonton ras Melayu keturunan Kaukasoid dan Mongoloid di televisi menimbulkan kenikmatan bagi ras Melayu sendiri dan hal tersebut telah berlangsung selama 20 tahun lebih.

Daftar Pustaka

- Achsan Permas
2003 *Manajemen Organisasi Seni Pertunjukan*. Yogyakarta

- Bhabha, Homi K
1994 *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Danesi, Marcel
2002 *Understanding Media Semiotics*. London: Arnold
- Fiske, John
1987 *Television Culture: Popular Pleasure and Politics*. London: Routledge
- Hall, Stuart
1980 *Culture, Media, Language*. London: Routledge
- Lindsay, Jennifer
1991 *Klasik Kitsch Kontemporer: Sebuah Studi Tentang Seni Pertunjukan Jawa*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Moleong, Lexy J.
2007 *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda.
- Stevenson, Nick., Peter Jackson., dan Kate Brooks.
2000 "The Politics of 'New' Men's Life style Magazine" *European Journal of Cultural Studies*. Hlm. 367-598. London: SAGE Publications.
- Yasraf Amir Piliang
2009 *Membangun Identitas: Meretas Perangkap Budaya Populer dan Konsumerisme*. Jurnal *Panggung* Vol. 24 No. 3. Bandung: STSI Press