

BUDAYA TELEVISI DI INDONESIA:

Wacana dan Kepentingan Ideologis dari Dua Periode

Ikwan Setiawan

Staf Pengajar Jurusan Sastra Inggris

Fakultas Sastra Universitas Jember

Surel: senandungtimur@gmail.com

Abstract

This article deals with the discussion of cultural discourses in Indonesian televisions, from the New Order until the Reformation period. Applying Foucauldian and Gramscian theory as the primary framework and media theory as the supporting framework in reading some discursive constructions in television programs, I argue that there is discursive transformation in cultural discourses from the two periods that intertwines with politico-ideological interest negotiated by the regimes; Soeharto's leadership in the former and capitalist class of television industries in the later. By reading some dominant programs in general, I found two dominant cultural discourses. The first is modernity colored by some communal values—i.e. integrity and harmony—in the midst of the New Order period. By such construction, the regime may negotiate and secure its politico-ideological interest, particularly for succeeding the national development as a definite way to establish hegemonic power operation. The second is various cultural discourses—including traditional, religious, and metropolitan values—represented by private televisions as the reflection of freedom spirit in the midst of society which is incorporated by capitalist class. There is a transformation of cultural discourses marked by principle of flexibility in which some residual cultures articulated in modern atmosphere with newer-invested meanings. Such condition intertwines with the changing of the leading class formation in the midst of neoliberal system. The state regime still becomes the ruling class which controls political and administrative affairs, but the capitalist class takes the leading position which drives people's imagination, orientation, and praxis.

Keywords: cultural discourse, modernity, flexibility, the leading class, neoliberal

Abstrak

Artikel ini mendiskusikan wacana-wacana kultural di televisi Indonesia, dari periode Orde Baru hingga Reformasi. Dengan menerapkan teori Foucauldian dan Gramscian sebagai kerangka utama dan teori media sebagai kerangka pendukung dalam membaca beberapa konstruksi diskursif dalam program televisi, saya berargumen bahwa terdapat transformasi wacana kultural dari dua periode tersebut yang berjalinkan dengan kepentingan ideologis yang dinegosiasikan oleh rezim; kepemimpinan Soeharto pada periode pertama dan kelas pemodal dalam industri televisi pada periode terakhir. Dengan membaca beberapa program secara umum, saya menemukan dua wacana kultural dominan. Pertama, modernitas yang diwarnai oleh beberapa nilai komunal—seperti integrasi dan keharmonisan—di tengah-tengah periode Orde Baru. Melalui konstruksi tersebut, rezim bisa menegosiasikan dan mengamankan kepentingan politiko-ideologis, khususnya untuk menyukseskan pembangunan nasional sebagai cara tepat untuk memapankan keberlangsungan kuasa hegemonik. Kedua, beragam wacana kultural—termasuk nilai tradisional, agama, dan metropolitan—yang direpresentasikan oleh televisi-televisi swasta sebagai refleksi terhadap

semangat kebebasan di tengah-tengah masyarakat yang diinkorporasi oleh kelas pemodal. Terdapat transformasi wacana kultural yang ditandai oleh prinsip kelenturan yang di dalamnya budaya residual diartikulasikan dalam atmosfer modern dengan makna-makna lebih baru-yang-dinvestasikan. Kondisi tersebut berjaln-kelindan dengan formasi kelas pemimpin di tengah-tengah sistem neoliberal. Rezim negara masih menjadi kelas penguasa yang mengendalikan urusan politik dan administratif, tetapi kelas pemodal mengambil posisi pemimpin yang menggerakkan imajinasi, orientasi, dan praksis rakyat.

Kata kunci: wacana kultural, modernitas, fleksibilitas, kelas pemimpin, neoliberal

Pendahuluan

Dalam ranah kajian budaya dan media yang berkembang dewasa ini, televisi bukan lagi dianggap sekedar sebagai ‘kotak hiburan’ yang menayangkan bermacam program untuk penonton. Paling tidak, terdapat tiga arus utama dalam kajian televisi yang dikembangkan oleh para pengkaji di ranah global. Pertama, proses produksi-distribusi siaran dan kebijakan negara yang mengatur usaha penyiaran televisi (Collins, 1990; Wasko [ed], 2005). Kedua, konstruksi dan representasi wacana dalam tayangan-tayangan televisi dalam periode historis partikular serta kepentingan-kepentingan politiko-ideologis yang melingkupinya (Fiske, 2002; Fiske & Hartley, 2004; Goodwin & Whannel, 2005; Mittell, 2004; Hartley, 2001; Williams, 2009). Ketiga, proses penerimaan dan tanggapan penonton terhadap wacana-wacana televisual yang bersifat tidak tunggal karena faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhinya, seperti tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, gender, etnisitas, dan lain-lain (Morley, 2005; Ginsburg, Abu-Lughod & Larkin [eds], 2002).

Berangkat dari kecenderungan-kecenderungan paradigmatis di atas, tulisan ini akan membahas wacana budaya yang direpresentasikan dalam tayangan televisi dan kepentingan ideologis dari dua periode, Orde Baru (selanjutnya disingkat Orba) dan Orde (yang katanya) Reformasi. Saya akan membahas secara umum konstruksi diskursif tayangan televisi untuk menemukan kecenderungan dari masing-masing periode. Kedua periode ini saya pilih karena masing-masing memiliki kekhasan. Masa Orde Baru dengan TVRI yang menjadikan pembangunan nasional, modernitas, dan kekuasaan negara sebagai elemen-elemen penting tayangan serta mampu membentuk konstruksi imajiner dalam benak penonton tentang bagaimana menjadi subjek di tengah-tengah usaha hegemonik rezim negara. Masa Reformasi menjadi titik-balik perkembangan dunia televisi karena semakin banyaknya televisi swasta yang berkesempatan

merayakan kebebasan dalam menarasikan bermacam wacana dan kepentingan di tengah-tengah arus besar peradaban pasar (neoliberalisme) dan rezim yang memberikan (sedikit?) kelonggaran bagi industri televisi. Melalui pembacaan dari dua periode itulah, tulisan ini akan memetakan transformasi wacana budaya yang dihadirkan dalam tayangan-tayangan televisi serta konteks historis dan kepentingan kuasa yang menjadi latar perkembangannya. Paling tidak, tulisan ini bisa menjadi pengantar konseptual bagi kajian-kajian lain yang lebih detail.

Kerangka Teoretis dan Metodologis

Guna membahas persoalan tersebut, pertama-tama saya akan menggunakan konsep Foucauldian (Foucault, 1984, 1981, 1980) untuk membaca konstruksi wacana dalam beberapa program televisi yang tidak bisa dipisahkan dari formasi wacana berbangsa dan bernegara serta kepentingan rezim, baik negara maupun pemodal. Mengikuti dalil Foucauldian, tayangan televisi saya posisikan sebagai praktik diskursif yang memproduksi wacana-wacana budaya partikular yang berjaln-kelindan dengan formasi diskursif dalam kehidupan masyarakat. Karena kajian ini tidak hendak mengungkap struktur naratif tayangan, maka dalam menggunakan teori Foucauldian, saya hanya akan membaca secara umum wacana yang dikonstruksi melalui beberapa tayangan yang mendapat penerimaan luas di masyarakat, khususnya tayangan fiksional seperti drama serial (sinetron di era 1990-an sampai sekarang) maupun film televisi. Sementara, untuk membaca kepentingan yang dihadirkan melalui wacana-wacana dalam program televisi dan keterhubungannya dengan kekuasaan, saya menerapkan konsep hegemoni (Gramsci, 1981; Boggs, 1984; Fontana, 2008). Dalil hegemoni menekankan usaha kelas pemimpin untuk memformulasi sebuah konsensus dari kelas-kelas subordinat melalui bermacam aparatusnya. Tayangan televisi saya posisikan sebagai aparatus budaya yang menegosiasikan kepentingan kelas pemimpin melalui wacana-wacana budaya yang diproduksi di dalamnya. Artinya, dari penelusuran diskursif akan bisa didapatkan kepentingan rezim apa yang sebenarnya tengah dinegosiasikan dalam tayangan-tayangan yang dianalisis. Sementara, untuk melihat bagaimana “serapan ideologis” dari masyarakat penonton terhadap konstruksi diskursif dan kepentingan yang ada, saya juga akan memberikan sedikit catatan etnografis dengan menggunakan dalil *decoding* (Hall, 2006).

Menawarkan Modernitas yang Terarah melalui TVRI

Sebagai sebuah rezim yang dibangun di atas tatanan sosial yang masih porak-poranda sebagai akibat tragedi berdarah G 30 S 1965, Orde Baru (selanjutnya disingkat Orba) berusaha memperoleh kepercayaan rakyat Indonesia melalui program pembangunan nasional. Warna khas dari pembangunan nasional adalah (1) industrialisasi dengan menggandeng investor asing maupun dalam negeri; (2) percepatan dan keberlimpahan hasil pertanian melalui paket *revolusi hijau*; (3) modernisasi dalam segala bidang kehidupan, tanpa meninggalkan ajaran-ajaran leluhur yang dianggap baik dan mampu memfilter masuknya budaya asing yang dianggap negatif; dan, (4) semangat integrasi nasional yang bertujuan menjaga ketertiban dan keamanan demi suksesnya pembangunan. Untuk mensukseskan kebijakan-kebijakan negara, tidak cukup hanya dengan mendirikan pabrik maupun mengaspal jalan raya, tetapi juga melalui penyebarluasan informasi tentang keberhasilan serta kebijakan negara dalam memimpin Republik ini. TVRI menjadi pilihan utama karena secara konstitusional, lembaga penyiaran ini berada dalam kontrol negara serta bisa menjangkau jutaan penduduk Indonesia.

Dalam kajiannya tentang televisi di masa Orba, Kitley (2000: 3-4) memosisikan TVRI sebagai bagian tak terpisahkan dari *proyek budaya nasional* yang diarahkan untuk melegitimasi identitas nasional secara simbolis dengan tujuan mempromosikan (1) persatuan dan integrasi nasional, (2) stabilitas nasional, dan (3) stabilitas politik. Tujuan penyiaran yang sangat khas ini, pada dasarnya, menjadi kepentingan semua negara pascakolonial di seluruh dunia, karena beban historis kolonial dan beragam konflik vertikal menjadikan rezim negara membutuhkan medium imajinasi dan representasi yang bisa mengikat warga negaranya secara komunal dan konsensual agar bisa melaksanakan pembangunan (Hallin, 1998; Higson, 2000; McMillin, 2007; Zhang, 2004). Sebagai upaya untuk memperluas jangkauan penyiaran dan diseminasi tujuan persatuan, pemerintah pada 1976 meluncurkan satelit *Palapa*—ketika negara-negara tetangga di Asia Tenggara belum memiliki—yang mampu menyiarkan program TVRI secara nasional. Semakin luas jangkauan siaran, semakin luas pula penerimaan warga negara terhadap cita-cita pembangunan nasional menuju masyarakat Indonesia yang modern dan tidak terbelakang, tetapi tidak melawan.

Untuk itulah, para pengelola TVRI ataupun pihak-pihak yang bekerjasama dengan institusi ini dituntut untuk membuat program-program yang menghibur sekaligus menyampaikan pesan. Dalam logika media yang dikendalikan kekuatan dominan, para pengelola dan kreator akan menjadi *mesin-produksi-wacana* yang melayani dan memperkuat kepentingan dominan melalui tayangan/program yang *tampak* merangkul bermacam kepentingan dan keinginan kelompok-kelompok subordinat di masyarakat sembari menegosiasikan wacana yang sesuai dengan kepentingan mereka (Louw, 2001; O’Shaughnessy, 1990; Wayne, 2003). Dengan memonopoli siaran, TVRI menjadi media penyiaran publik yang “terpusat-pada-penonton” (*audience-centered*) di mana para kreator dituntut untuk mengakomodasi keinginan penonton akan hiburan sekaligus informasi serta kepentingan rezim negara untuk menyebarluaskan wacana pembangunan dan kekuasaan mereka melalui warna-warni program (Kitley, 2000: 80). Maka, pada era Orba, TVRI tidak hanya menyajikan berita, tetapi juga hiburan, dari musik, drama televisi (semacam sinetron), hingga film layar lebar yang sudah diseleksi dan disensor terlebih dahulu. Itu semua merupakan aparatus untuk menegosiasikan pengetahuan dan kekuasaan sehingga akan tercipta konsensus publik tentang keutamaan rezim yang tengah berkuasa. Berbagai wacana tentang integrasi keluarga, hiburan berwajah Indonesia, dan berita tentang keberhasilan pembangunan menjadi penegas betapa rezim Orba sangat memperhatikan kepentingan rakyat, sehingga kehadiran mereka tidak lagi dianggap sebagai ancaman, tetapi kebutuhan karena bisa menyenangkan dan mensejahterakan.

Menyiapkan Generasi Penerus

Film boneka *Si Unyil* pertama kali ditayangkan pada 5 April 1981 dan berakhir pada tahun 1993. Mengambil latar di sebuah desa fiktional, *Suka Maju*, film ini menghadirkan beberapa tokoh anak-anak, seperti Unyil, Melani, Bunbun, Pak Raden, Pak Ogah, Pak Ableh, Pak Lurah, dan lain-lain. Film yang ditayangkan pada setiap Minggu siang ini merupakan medium yang merepresentasikan kehidupan harmonis di sebuah wilayah pedesaan, di mana anak-anak dan warga dewasa lainnya berinteraksi satu sama lain, menghargai perbedaan etnis maupun ras di antara mereka. Memang seringkali terjadi konflik antara Unyil dan kawan-kawannya atau antarwarga, seperti Pak Ogah dan Pak Ableh—penjaga pos kamling, namun semua itu bisa diselesaikan secara damai.

Keharmonisan dan kedamaian yang digambarkan dalam serial boneka ini menghadirkan wacana integrasi sosial dalam sebuah komunitas yang berjalinkelindan dengan integrasi nasional. Maka, dengan film ini, rezim negara melalui para kreator di TVRI berusaha untuk menegosiasikan gagasan tentang ketertiban dan kerukunan sebagai wacana ideal yang harus disosialisasikan kepada anak-anak sebagai generasi penerus.

Sementara, untuk kaum remaja, TVRI memproduksi *Aku Cinta Indonesia* (selanjutnya disingkat ACI) yang sangat digandrungi oleh kaum remaja. ACI merupakan serial film televisi pertama yang ditayangkan oleh TVRI pada era 1980-an. Serial ini merupakan cikal-bakal sinetron remaja yang nge-trend sejak era 1990-an, ketika televisi swasta nasional beroperasi. Judul ACI juga sesuai dengan tiga tokoh protagonisnya, yakni Amir, Cici, dan Ito. Mereka bertiga adalah tiga sahabat yang mengalami bermacam peristiwa di sebuah SMP. Dunia remaja yang begitu indah dan dinamis di perkotaan—sejalan dengan perkembangan wilayah Jakarta dan sekitarnya—dan di lingkungan sekolah menjadi sajian utamanya. Ketiga sahabat itu memiliki karakter masing-masing: Amir, figur ketua kelas yang memiliki jiwa kepemimpinan; Cici, pintar bergaul; dan Ito, tokoh yang sangat rajin belajar. Semua idealisasi tersebut memang sengaja dilekatkan kepada ketiga tokoh yang menjadi stereotip remaja idaman bagi institusi sekolah, kawan-kawannya, dan, juga, bangsa. Para kreator menginkorporasi kehidupan dinamis kaum remaja dengan segala seluk-beluknya, untuk kemudian diarahkan kepada tatanan yang tertib, toleran, saling menghormati, serta menjauhi sifat dan sikap yang mengarah ke disintegrasi. Dengan wacana demikian, kaum remaja seolah mendapatkan keleluasaan untuk menikmati kehidupan mereka di tengah-tengah kemajuan kota, tetapi mereka juga selalu diingatkan agar tetap mengembangkan sikap positif sebagai pemimpin, sebagai warga yang toleran, dan sebagai pelajar yang giat belajar. Dengan kata lain, bolehlah mereka *nyrempet-nyrempet* atau mencicipi indahnya modernitas, tetapi tidak boleh *kebablasan*. Sekali lagi, wacana integrasi sosial dikedepankan dalam ACI.

Harmoni Keluarga, Harmoni bangsa

Disutradari oleh Ali Shahab, *Rumah Masa Depan* (selanjutnya disingkat RMD)¹, merupakan cikal-bakal sinetron yang juga ditayangkan oleh TVRI di era 1980-an di mana penggarapannya dilakukan oleh *production house*. RMD bercerita tentang kehidupan harmonis keluarga dan masyarakat di sebuah desa di Cianjur Jawa Barat. Eksotisme wilayah pedesaan menjadi pemandangan utama yang membawa kembali ingatan penonton akan ketenangan, keteduhan, dan kesejukan di tengah-tengah geliat pembangunan di perkotaan. Terinspirasi dari serial serupa di Amerika Serikat, *A Little House on the Prairie*, RMD menjadi anti-tesis dari kapitalisasi kehidupan kota sebagai akibat pembangunan yang digalakkan rezim negara. Namun, bukan berarti serial ini meresistensi negara. Kehidupan para tokoh di dalamnya—Pak Sukri (kepala keluarga), Ibu Sukri (istri), Bayu (anak laki-laki), Gerhana (anak perempuan), Kakek, dan Nenek—merupakan prototip *keluarga berencana* yang mampu mengembangkan keharmonisan sosial sembari menjadi solusi dari permasalahan-permasalahan yang dihadapi warga desa. Nilai dan praktik kehidupan modern yang tidak sesuai dengan kepribadian bangsa diwakili oleh sosok Bu Suwito, yang selalu usil dan membuat huru-hara. Meskipun demikian, konflik selalu bisa diatasi dengan kehadiran keluarga Sukri. Selain itu, RMD juga ingin menegaskan bahwa masyarakat desa—bahkan yang kurang mampu seperti tokoh *Sangaji*—juga bisa berkembang maju dengan belajar keras, tanpa harus mengorbankan nilai-nilai komunal seperti saling-membantu dan gotong royong.

Serial serupa yang ditayangkan TVRI adalah *Keluarga Rahmat* yang berlatar wilayah pinggiran Jakarta. Martin-Barbero (dikutip dalam Kitley, 2000: 147) memetakan empat wacana yang dihadirkan dalam serial ini, yakni (1) kekeluargaan, (2) kerukunan, (3) hidup sederhana, dan (4) wawasan nusantara. Keluarga Rahmat direpresentasikan sebagai keluarga harmonis yang mampu membangun pola interaksi antaranggota, juga mampu mengembangkan sikap hidup sederhana serta menciptakan kerukunan dengan tetangga kanan-kiri. Meskipun demikian, bukan berarti tidak ada konflik. Bu Subangun menjadi tokoh antagonis yang seringkali memicu konflik dengan tetangganya. Namun, sekali lagi, semua bisa diatasi dengan prinsip kerukunan. Selain itu, cita-cita

¹ Informasi singkat tentang serial ini diperoleh dari, “Rumah Masa Depan, Serial Legendaris yang Tidak Bertahan Lama,” tersedia di: <http://www.namaravideo.com/2010/rumah-masa-depan-serial-legendaris-yang.html?m=1>, diunduh 2 Oktober 2014.

kebangsaan yang digelorakan melalui prinsip wawasan nusantara dimasukkan pula ke dalam serial ini dalam percakapan keluarga. Artinya, “yang bangsa” dihadirkan dalam “yang keluarga”. Sebaliknya, “yang keluarga” dan “yang komunal” menjadi pendukung dari “yang bangsa” demi menghadirkan prinsip toleransi yang berujung pada terpeliharanya keharmonisan dan integrasi nasional.²

Kehidupan masyarakat desa maupun perkotaan, dengan demikian, dikonstruksi secara esensial, padahal sangat mungkin di tengah-tengah mereka juga terjadi konflik sosial dalam menghadapi perubahan budaya akibat modernitas. Dengan kata lain, keharmonisan dan keberhasilan keluarga dan masyarakat desa dan pinggiran kota menjadi wacana yang mengingatkan bangsa Indonesia, bahwa kemajuan akibat pembangunan bisa menimbulkan permasalahan sosial yang rumit, dan kembali ke jati diri bangsa merupakan solusi bijak. Keluarga Sukri dan keluarga Rahmat merupakan representasi dari rezim negara yang memiliki fungsi integrasi berbasis romantisme karifan komunal yang sebenarnya mulai bergeser. Sementara, kehadiran remaja miskin seperti Sangaji, merupakan representasi ideal tentang perjuangan untuk mengejar cita-cita dan harapan, sekaligus menegaskan komitmen rezim terhadap pemberdayaan generasi muda kurang mampu dalam mewujudkan kehidupan yang lebih baik dalam arahan mereka. Meskipun semua kemajuan dan permasalahan hidup merupakan konsekuensi logis dari proses pembangunan nasional, dengan menghadirkan wacana-wacana keharmonisan dan keberhasilan berbasis nilai-nilai komunal, rezim negara ingin menegaskan posisi ideologis mereka yang tidak menginginkan modernitas berdampak negatif bagi masyarakat, seperti meningkatnya individualisme, kebebasan, dan gugatan terhadap kuasa rezim.

² Selain serial-serial di atas, TVRI juga memproduksi beberapa serial yang tidak kalah populernya dengan aneka warna latar sosio-kultural dan geografis serta tema, antara lain *Losmen*, *Jendela Rumah Kita*, *Sartika*, *Keluarga Marlia Hadi*, dan lain-lain. *Losmen* menceritakan seluk-beluk dan permasalahan keluarga Broto yang mengelola sebuah losmen di Yogyakarta. Selain harus bersabar dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi anak-anaknya, Bapak dan Ibu Broto juga harus bersabar dalam menghadapi masalah-masalah yang dihadapi para tamu. *Jendela Rumah Kita* juga berkisah tentang kehidupan keluarga, tetapi dengan tokoh utama seorang pemuda bernama Jojo yang memiliki karakter berani, jujur, dan solider, serta selalu siap membela kaum yang lemah. Dia adalah sosok hero yang sengaja dikonstruksi pada era 1980-an agar kaum remaja dan generasi muda terinspirasi. *Sartika* menceritakan perjuangan dan pengorbanan seorang dokter muda bernama Sartika yang bertugas di daerah terpencil. Serial ini merupakan kampanye aktif yang dilakukan oleh rezim negara dalam rangka membangun daerah tertinggal serta menyiapkan tenaga ahli yang selalu siap mengabdikan untuk negeri. *Keluarga Marlia Hadi*, lagi-lagi, mewacanakan keharmonisan sebuah keluarga di mana setiap permasalahan dan konflik yang muncul selalu bisa diatasi melalui dialog di ruang tamu dan ruang makan. Serial ini mengedepankan prinsip-prinsip musyawarah sebagai ciri khas demokrasi Pancasila yang dikampanyekan oleh rezim Orba.

Kecenderungan diskursif serupa juga dihadirkan dalam film-film layar lebar yang ditayangkan di TVRI setiap malam Minggu dalam program *Film Cerita Akhir Pekan*. Sebagian besar film berlatar kemajuan ibu kota dengan mengangkat tema kehidupan anak-anak, percintaan kaum remaja/muda, dan konflik keluarga. Khusus film tentang kaum remaja/muda, karakteristik diskursif yang diusung adalah kehadiran budaya modern, seperti kebebasan untuk menjalani hidup bagi kaum remaja/muda melalui hubungan cinta, gemerlap kehidupan kota, dan konflik antara generasi tua dan muda. Film-film seperti *Gita Cinta di SMA*, *Macan Kampus*, dan *Pengantin Remaja* memang menarasikan kehidupan kaum remaja/muda metropolitan yang tengah menikmati budaya modern dengan tawaran-tawaran kebebasannya. Namun, mereka tidak dibiarkan benar-benar bebas, karena masih ada peran keluarga yang menjadi solusi bersifat integratif bagi permasalahan yang berlangsung (Sen, 2010; Sen & Hill, 2000; Heider, 1991). Sekali lagi, keluarga merupakan representasi dari kekuatan negara dengan ideologi integrasi dan ketertibannya yang tidak menghendaki keliaran dan kebebasan mutlak di tengah-tengah modernitas yang dibawa pembangunan nasional.

Meng-angan Modernitas Menerima Rezim

Terlepas dari persoalan sensor, tayangan-tayangan drama serial maupun film layar lebar di TVRI berkontribusi terhadap penyemaian dan penyuburan budaya pop di tengah-tengah masyarakat Indonesia. Budaya pop yang secara historis berasal dari Amerika Serikat, bukan lagi menjadi “tamun asing” di ruang relaksasi keluarga kaya yang ikut pula dinikmati oleh warga miskin di desa; apalagi di perkotaan. Politik pintu terbuka yang diterapkan rezim negara, senyatanya, bukan hanya membawa dampak industrialisasi di masa Orba, tetapi juga semakin mudahnya akses terhadap budaya pop dari luar negeri. Para seniman—musisi maupun sineas—dengan mudah meniru gaya bermusik atau membuat film dari rekan-rekan mereka di Hollywood, misalnya. Dalam menghadapi *booming* budaya pop, rezim negara tetap mengizinkannya karena bisa berdampak positif bagi penerimaan pajak hiburan sekaligus memberikan estetika eskapis bagi warga negara. Namun, mereka tetap mengendalikan dan mengarahkan produksi budaya pop agar tidak melenceng dari rambu-rambu identitas nasional. Artinya, budaya nasional menjadi *filter* atau *tameng* bagi kemungkinan berkembangnya paham kebebasan yang diidealisasi para seniman.

Meskipun demikian, para pemodal industri budaya pop-lah yang banyak mendapatkan keuntungan finansial dari trend budaya pop di tanah air. Pakem produksi budaya pop—komodifikasi, standardisasi, massifikasi—yang memunculkan penipuan massa karena seolah-olah memberikan estetika demokratis bagi rakyat tetapi sebenarnya hanya menjadi kesenangan sesaat—eskapis yang mengelabui (Adorno & Horkheimer, 1993; Adorno, 1991; Witkin, 2003; Storey, 2003), menjadi arena ‘percumbuan dan perselingkuhan manis’ antara rezim negara dan pemodal untuk mengeruk keuntungan sekaligus mengendalikan massa.

Bagi masyarakat desa, kehadiran TVRI di era 1980-an memang menjadi situs hiburan yang menghantarkan “dunia baru” penuh warna. Pesona-pesona dunia—seperti kekaguman pada purnama—mulai digeser oleh dunia audiovisual berjarak tetapi terasa begitu dekat dan melekat dalam pikiran dan imajinasi warga. Nilai dan praktik kultural baru berorientasi modern menjadi semakin dikenal dan dinikmati. Saya dan kawan-kawan sebaya yang hanya bisa menonton di TV setiap malam Minggu dan Minggu pagi hingga siang di rumah salah satu keluarga kaya—di sebuah dusun di Lamongan—begitu menikmati bermacam tontonan yang disuguhkan; dari Si Unyil, acara musik, sampai film. Dari televisi pula, anak-anak SD sudah mulai mengenal istilah “pacaran”. Efeknya, seringkali di waktu istirahat kami saling *macokno*—bercanda dengan mengatakan salah satu teman perempuan menjadi pacar salah satu teman lelaki—meskipun masih berusia belia. Bintang film idola seperti Rano Karno, Roy Marten, Yessy Gusman, Raja Emma, Yati Octavia, Lidya Kandouw, dan lain-lain telah menginspirasi kami untuk mempopulerkan wacana pacaran sejak usia dini. Kami juga membayangkan bahagianya kalau bisa mengenakan pakaian dan sepatu baru, seperti yang dikenakan para siswa di kota. Sampai-sampai, kami meminta ke orang tua untuk dibelikan baju atau seragam baru yang lebih bagus, meskipun kami tahu mereka harus bersusah payah untuk mengumpulkan uang. Artinya, internalisasi nilai-nilai modernitas, benar-benar mengalir tanpa paksaan ke dalam benak anak-anak maupun orang dewasa.

Kehadiran TVRI di desa, utamanya, memang tidak begitu banyak menghilangkan aktivitas kultural tradisional, seperti gotong royong dan *cangkrukan* di warung ataupun gardu. Namun, setiap malam Minggu, tempat cangkruk tersebut sedikit banyak berpindah ke depan televisi di rumah keluarga kaya. Paling tidak, para lelaki dewasa bisa mendapatkan informasi tentang

perkembangan teknologi dan bibit unggul yang bisa mereka terapkan untuk kerja-kerja pertanian melalui acara *Kelompencapir* (Kelompok Pendengar, Pembaca, dan Pemirsa). Selain itu, bermacam hiburan yang disuguhkan TVRI, memberikan warna lain bagi selera estetik masyarakat desa, sehingga mereka tidak hanya menonton tayub, ludruk, maupun wayang kulit (Setiawan, 2011). Kenyataan ini menjadi pintu masuk bagi perubahan selera kultural di era 1990-an yang ditandai dengan beroperasinya beberapa televisi swasta nasional. Dengan demikian, ketika rezim negara ingin mempertahankan budaya tradisional sebagai filter budaya asing, mereka sebenarnya juga menunda kebenaran dan keadilan budaya tersebut dengan memberikan hiburan-hiburan modern kepada masyarakat melalui TVRI.

Dari penelusuran singkat tentang wacana-wacana yang diproduksi dan dinegosiasikan melalui tayangan-tayangan TVRI di era 1980-an dan juga dari refleksi etnografis peristiwa menonton di masa kecil, saya ingin menegaskan bahwa sebagai aparatus hegemonik rezim negara, TVRI telah mengkonstruksi budaya televisi yang memiliki multi-fungsi. Pertama, dengan slogan “membangun persatuan dan kesatuan”, stasiun ini memproduksi secara ajeg tayangan-tayangan yang menjadikan ideologi integrasi nasional sebagai rezim kebenaran yang akan menciptakan ketertiban, keharmonisan, dan keamanan yang menopang keberhasilan pembangunan nasional. Kedua, TVRI mengantarkan budaya modern yang tetap dikerangkai dengan nilai-nilai komunal-tradisional sebagai salah satu bentuk identitas nasional yang dibutuhkan dalam gerak cepat pembangunan, sehingga masyarakat yang dianggap sebagai “anak-didik” tidak akan kebablasan dalam meniru dan menyerap ideologi liberal. Ketiga, menegosiasikan dan menyebarluaskan keutamaan rezim Orba dalam memimpin warga negara menuju kesejahteraan dan kemakmuran lahir dan batin, sehingga kekuasaan hegemonik bisa berlangsung, meskipun tidak semua anggota masyarakat mau menerimanya. Kelima, monopoli siaran yang dijalankan oleh TVRI mampu menghadirkan dan memperkuat orientasi terhadap budaya modern dalam bingkai pembangunan nasional di benak penonton, dari anak-anak hingga orang dewasa.

Hasil dan Pembahasan

1. Televisi Swasta dan Ideologi Pasar Bebas

Dikarenakan desakan dari anak-anaknya, Soeharto pada awal 1990-an mengizinkan beroperasinya televisi swasta nasional. Diawali RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) dan SCTV (Surya Citra Televisi), masyarakat Indonesia bisa menikmati beragam acara yang tidak lagi semata-mata melayani kepentingan rezim negara. Kehadiran kedua stasiun tersebut membawa warna baru bagi dunia televisi dan praktik menonton masyarakat. Sinetron dan film-film asing, selain berita-berita yang lebih kritis, menjadi menu utama yang membuka jalan bagi semakin meluasnya gagasan-gagasan untuk menjadi modern yang keluar dari pakem rezim negara. Meskipun demikian, bukan berarti tidak ada kontrol dari rezim negara. Dan, bukan berarti pula tidak ada pemihakan terhadap kelas-kelas dominan dalam masyarakat. Dari acara-acara yang ditayangkan, memang seolah lebih demokratis, tetapi tetap bisa ditemukan beroperasinya kepentingan kelas-kelas tertentu.

1.1. Serialitas, Eksploitasi Rasa Penasaran, dan Metropolitanisme

Salah satu yang cukup khas dari perkembangan televisi swasta nasional adalah popularitas sinetron sebagai hiburan banyak keluarga di Indonesia. Sinetron ditandai dengan konsep serialitas yang begitu panjang. Sinetron *Tersanjung*, misalnya, dibuat dari seri 1 sampai 7, dari 1998-2005. Serialitas ini tidak bisa dilepaskan dari perubahan paradigma dalam memosisikan penonton. Kalau pada masa Orba penonton diposisikan sebagai anak atau anggota keluarga yang harus dididik dan diarahkan, pada era 1990-an sampai dengan era 2000-an penonton diposisikan sebagai “pasar”. Dalam paradigma itu, mereka adalah target sasaran dari produk-produk iklan yang menjadi pemasukan utama televisi-televisi swasta nasional. Karena itulah, dalam setiap akhir episod, selalu dimunculkan adegan-adegan yang memancing rasa ingin tahu dan penasaran penonton terhadap kelanjutan ceritanya. Selain itu, untuk mengetahui tingkat ketertarikan penonton terhadap sebuah acara, pihak televisi akan melakukan riset penonton melalui lembaga-lembaga survei terpercaya. Ketika sebuah acara sudah kurang diminati, biasanya pihak kreator akan memunculkan cerita-cerita yang bisa mengagetkan dan memancing kembali ketertarikan penonton. Kalau cara itu sudah tidak bisa lagi mendongkrak *rating* sebuah acara, biasanya pihak televisi akan menghentikannya.

Apa yang menarik dari perkembangan sinetron Indonesia sampai dengan era 2000-an adalah konstruksi wacana *metropolitanisme* sebagai kebalikan dari wacana komunalisme pedesaan yang dikonstruksi dalam serial TVRI di era 1980-an. Karakter utama dari *metropolitanisme* adalah (1) tema yang diangkat berkisar permasalahan kaum remaja dan kaum muda di ruang kota besar, khususnya Jakarta, ; (2) menampilkan aspek-aspek kemajuan ibukota, khususnya dalam hal bangunan fisik—mall, plasa, dan rumah mewah—serta fashion *ter-up to date* dan teknologi transportasi-komunikasi; (3) menawarkan gaya hidup kota besar, mulai dari urusan pergaulan hingga hiburan; (4) meskipun berkulat dalam masalah keluarga sepele, semisal putri yang tertukar maupun konflik percintaan, narasi dijadikan *seolah-olah* kompleks, seperti halnya dinamika masyarakat kota itu sendiri; (5) bahasa yang digunakan adalah bahasa Indonesia gaya Jakarta; dan, (6) menghadirkan pesona kecantikan dan ketampanan ala kota yang modis dan gaul, bukan lagi ala desa yang lugu dan sederhana. Melalui representasi *metropolitanisme*, seluruh poros negeri ini sebenarnya sedang digerakkan untuk mengakui, menyukai, dan mendamba budaya dan masyarakat kota sebagai orientasi ideal baru di tengah-tengah perkembangan pesat pasar bebas yang memang dijalankan oleh rezim negara di era 2000-an. *Metropolitanisme* menjanjikan individu bisa dan boleh berkompetisi untuk mendapatkan sesuatu yang ideal asalkan mereka mau dan mampu berkompetisi berdasarkan pengetahuan dan kemampuan yang mereka miliki (Stopford, 2009).

1.2. Budaya Residu yang Dimaknai-ulang

Perkembangan yang juga menarik untuk diperhatikan dari tayangan televisi swasta nasional di era 2000-an, mengikuti pemikiran Williams (2006), adalah inkorporasi, inklusi, dan artikulasi budaya residu—seringkali diposisikan sebagai budaya tradisional—ke dalam mekanisme industri televisi. Keluarga, misalnya, tetap menjadi ‘wilayah dalam’ dari narasi-narasi sinetron, tetapi kehadiran mereka tidak lagi diposisikan sebagai kekuatan integratif yang mampu menarik-kembali kaum remaja dan kaum muda ke dalam norma-norma bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Kehadiran keluarga menjadi sekedar sebagai subjek penyaksi dan sesekali memberi nasehat kepada kaum remaja dan kaum muda yang memiliki ‘dunia luar’. Kalau keluarga diposisikan sebagai metafor kehadiran negara, maka rezim telah kehilangan *sense of controlling* terhadap segala keliaran dan kenakalan generasi muda; apalagi mereka mendapatkan banyak fasilitas bukan dari negara, tetapi dari dinamika kehidupan kota yang

sangat kompleks sifatnya. Sinetron maupun film televisi saat ini memang masih menampilkan eksistensi keluarga, khususnya orang tua, tetapi itu sekedar menunjukkan bahwa mereka “masih ada”, tetapi tidak lagi menjadi penentu dari kehidupan generasi muda.

Selain keluarga sebagai residu tradisionalisme, aspek-aspek kultural sejenis, seperti kesenian, kerajinan, dan kehidupan komunal desa serta lanskap eksotis alam pegunungan juga diinkorporasi dan dikomodifikasi dalam tayangan-tayangan televisi swasta nasional. Film-film televisi yang ditayangkan SCTV, RCTI, maupun Trans TV, seringkali menjadikan wilayah dan masyarakat lokal sebagai latar kejadian naratif-filmis. Namun, yang dihadirkan selalu saja tokoh-tokoh cantik dan tampan yang tampak sangat tidak lokal. Bromo, Wonosobo, Bogor, Cianjur, Solo, Bali, dan Yogyakarta beserta masyarakatnya sering menjadi latar dari film-film televisi, tetapi tidak menonjolkan dinamika kehidupan lokal. Alih-alih, kehidupan kaum muda yang merayakan cinta dan dunia mereka menjadi porsi utama dalam sajian naratif-filmis.

Artinya, masyarakat, budaya, dan lanskap lokal merupakan ‘pemanis’ yang bisa sedikit mengobati kerinduan para penonton—khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan—terhadap keunikan dan ke-eksotis-an masyarakat dan budaya lokal di tengah-tengah kesibukan mereka dalam kehidupan yang semakin cepat. Dengan kata lain, segala keunikan dan ke-eksotis-an tersebut menjadi *penanda yang sekedar dirayakan* untuk kepentingan pemanjaan visual penonton, tanpa kedalaman petanda. Kenyataan demikian, tidak bisa dilepaskan dari fenomena *posmodern*, di mana masyarakat kota merindukan-kembali hal-hal yang bersifat tradisional, primitif, eksotis, religius, dan aneh (Featherstone, 2007; Hutcheon, 1989; Lyotard, 1984; Malpas, 2005), tetapi bukan untuk meyakini dan menjalaninya dalam kehidupan modern; sekedar merayakan untuk men-stilisasi dan mem-puitis-kan kehidupan yang serba canggih dan cepat. Tidak mengherankan kalau FTV, sinetron ‘ghaib’ semacam *Ganteng-ganteng Serigala*, maupun tayangan-tayangan eksotis semacam *Jejak Petualang*, *Mister Thukul Jalan-jalan*, *Selera Asal*, *Sang Pemburu*, *Jejak-jejak Misterius*, tetap diproduksi dan ditayangkan.

Melalui kehadiran lokalitas, para kreator, menurut saya, tengah melakukan—memodifikasi pemikiran Said (1978, 1994)—*re-orientalisme*, memproduksi-kembali tanda dan wacana tentang ke-timur-an secara massif di era pasar. Kalau penjajah memproduksi wacana orientalisme untuk menegaskan

oposisi biner antara mereka dengan kaum terjajah—dominan vs subordinat, re-orientalisme diarahkan untuk ‘merangkul’ budaya di luar nalar modernisme ke dalam praktik-praktik budaya populer dengan tujuan untuk memenuhi selera visual masyarakat posmodern. Dengan mendatangkan para *host* dan bintang tamu ke wilayah-wilayah pedalaman ataupun para aktor/aktris di tengah-tengah narasi filmis berlatar lokal, para kreator televisi tengah mengkonstruksi wacana “penaklukkan” suasana lokal, bukan untuk merepresentasikan keberdayaan atau usaha-usaha konstruktif untuk mengembangkan masyarakat dan budaya lokal.

1.3. Membawa Hidayah ke Layar Kaca

Reformasi 1998 memang membawa dampak tak terbantahkan tentang menguatnya hasrat kebebasan di zaman pasar, tetapi di tengah-tengah masyarakat juga muncul kecenderungan untuk menemukan spiritualitas berbasis agama-agama tertentu. Dalam konteks muslim/ah, kecenderungan tersebut bisa dilihat dari semakin bertambah banyaknya majelis taklim dan pengajian di kota-kota besar. Pengelola televisi rupanya sangat sigap dalam menangkap gejala tersebut dan mengkomodifikasinya dalam tayangan-tayangan *reality show* keagamaan, seperti tablig akbar. Selain itu, televisi juga memproduksi ustadz/dzah yang didandani dan dicitrakan pandai agama tetapi tetap gaul dengan mengenakan pakaian-pakaian keren dari pabrikan terkenal. Belum cukup, pihak televisi juga memproduksi sinema televisi bertajuk *sinema religi* ataupun *sinema hidayah*.

Struktur dasar narasinya adalah oposisi biner antara “yang jahat” dan “yang baik”, “yang berhak” dan “yang tidak berhak”, serta “yang beriman” dan “yang tidak beriman”. Tokoh antagonis melakukan perbuatan-perbuatan tercela yang tidak sesuai dengan ajaran agama. Mereka dibiarkan bersuka cita, menikmati hasil perbuatan, sedangkan tokoh protagonis diceritakan menderita akibat perbuatan tersebut. Untuk beberapa saat lamanya, mereka menjadi pemenang dalam permainan naratif. Namun, tidak lama kemudian, mereka mengalami peristiwa tragis yang sekaligus menjadi resolusi dari narasi-filmis. Dua pilihan yang disajikan adalah (1) tokoh antagonis mengalami kejadian aneh dan tragis yang membuat dia/mereka meninggal dan (2) tokoh antagonis mengalami kejadian aneh dan tragis sebagai tahapan untuk memperoleh hidayah. Secara diskursif, struktur naratif tersebut mengkonstruksi wacana hidayah sebagai sesuatu yang hitam-putih sekaligus menakutkan, sehingga para penonton diharapkan menjadi subjek yang akan mengikuti rezim kebenaran agama sesuai

yang ada di kitab suci maupun ajaran para nabi. Hidayah yang dalam ajaran agama mewujud sebagai proses panjang pencarian manusia dikerangkai secara ringkas, karena prinsip pemadatan waktu tayang tanpa menghilangkan pesan utama untuk penonton. Pilihan akhir yang tragis memang mengurangi kedalaman proses religi yang ada, tetapi cukup efektif untuk menegaskan bahwa kuasa Tuhan tidak bisa dibuat main-main. Dalam wacana demikian, penonton diposisikan sebagai semacam “jama’ah pengajian” yang hanya mendapatkan pemahaman siapa yang beriman dan yang tidak beriman beserta hukuman-hukuman duniawi dan ukhrawi yang akan didapat.

Selain untuk mengeruk keuntungan melalui pemasukan iklan, khususnya di bulan Ramadhan, sinema hidayah menjadi bagian formasi diskursif dakwah Islam yang semakin massif pada era 2000-an. Televisi, pada akhirnya, ikut mengkonstruksi representasi muslim/ah dalam bingkai kehidupan islami yang cenderung mengedepankan aspek-aspek simbolik-formalistik di tengah-tengah arus besar peradaban pasar. Ajaran-ajaran agama yang sebenarnya menyatukan wilayah batin, nalar, dan praksis di-esensialisasi dalam bentuk cerita-cerita stigmatik hitam-putih serta dipopulerkan dalam kemewahan *fashion*. Orang-orang yang terlibat di dalamnya selalu saja beralasan untuk menyebarluaskan ajaran Islam, tetapi hal itu tidak bisa dilepaskan dari komersialisasi dan komodifikasi agama sebagai sebuah peluang baru industri televisi. Kehadiran serial *Para Pencari Tuhan* sedikit banyak memang berhasil memberikan wacana-tandingan terhadap Islam-formalis melalui permasalahan-permasalahan sederhana dalam beragama. Namun, sekali lagi, para produser dan kreator serial ini juga tetap mentransformasikan wacana hidayah dalam bentuk yang lain.

Komodifikasi dan representasi “Islam-televisi” pada era 2000-an, dengan demikian, mengimplikasikan perubahan paradigma dalam memproduksi pengetahuan kepada khalayak penonton. Kondisi tersebut sejalan dengan kecenderungan di ranah global di mana kesakralan agama bukan lagi menjadi ranah yang bisa dimonopoli oleh otoritas agama, tetapi juga para pemodal dan kreator televisi dengan menghadirkan citra dan wacana baru yang lebih disesuaikan dengan peradaban pasar (Einstein, 2008; Hoover, 2006; Steinberg & Kincheloe, 2009). Dalam proses tersebut, bukan hanya nilai-nilai dogmatis yang divisualisasikan, tetapi juga selera-selera kultural baru—seperti *fashion*—yang diidealisasi sangat dibutuhkan untuk gaya hidup muslim/ah, sehingga memunculkan ‘percumbuan manis’ antara kapitalisme pasar dan agama.

Memang, di era posmodern, agama bukan lagi menjadi sesuatu yang menakutkan bagi pemodal; sebaliknya, ketaatan terhadap nilai-nilai agama merupakan sebuah peluang pasar yang bisa dieksploitasi habis-habisan untuk akumulasi modal.

1.4. Menghayati Televisi dalam Kehidupan Sehari-hari

Banyak penelitian dampak televisi terhadap penonton mengungkapkan hal-hal mengerikan. Misalnya, seorang anak mem-*WCW*-teman sebayanya karena terbiasa menonton tayangan gulat hiburan di televisi, seorang remaja lelaki memperkosakan kawan perempuannya karena terinspirasi sebuah adegan di sinetron, dan masih banyak lagi berita-berita serupa. Yang pasti, gaya pacaran dan gaya berpakaian kaum remaja dan kaum muda saat ini tidak bisa dilepaskan dari visualisasi kedua hal tersebut di sinetron maupun film televisi. Saya tidak hendak membicarakan lebih jauh lagi dampak psikologis tayangan terhadap penonton. Alih-alih, saya akan sedikit menceritakan bagaimana tanggapan penonton, baik dalam hal wacana maupun praksis terhadap tayangan televisi.

Bagi kalangan remaja, tentu saja, pilihan sinetron yang dipilih akan mengarah kepada sinetron bertema ABG, baik SMP maupun SMA. Banyak remaja SMP yang menjadi tetangga saya di Semboro *ngrumpi* tentang sinetron remaja—semisal *Putih Abu-abu*—selepas sekolah ataupun selepas belajar bersama. Biasanya mereka akan lebih menyukai protagonis, sama dengan para ibu dan pembantu rumah tangga. Namun, yang mereka hayati lebih kepada bagaimana perjalanan cinta tokoh utama perempuan dan laki-laki. ‘Pelajaran’ tentang pacaran yang mereka peroleh dari sinetron dengan cepat mereka praktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Tidak mengherankan kalau pelajar SMP sekarang semakin berani dalam mengekspresikan cinta mereka. Selain itu, gaya berpakaian mereka juga mengikuti trend yang sedang dikonstruksi melalui televisi. Salah satu tetangga saya biasa mengenakan celana pendek dan kaos ketat sejak ia duduk di bangku SMP hingga kini di bangku SMA. Menariknya bapak dan ibunya tidak pernah melarangnya, karena hal itu sudah dianggap sebagai hal yang biasa. Artinya, ada pergeseran atau perubahan standar norma kepatutan dalam gaya berpakaian maupun pacaran kaum remaja di desa. Orang tua menjadi lebih lentur, sepertihalnya anak-anak mereka. Tentu saja, masih ada juga orang tua yang melarang anak-anak mereka berpakaian seperti yang dilakukan oleh tetangga saya tersebut.

2. Kelenturan Subjek di Zaman Pasar dan Bergantinya Kelas Pemimpin

Apa yang membedakan televisi di zaman Orba dan Reformasi adalah transformasi wacana dan pengetahuan budaya yang dinegosiasikan melalui tayangan-tayangan televisi serta kepentingan ideologis yang menyertainya. Di masa Orba, sebagaimana sudah saya singgung, rezim negara mengendalikan persebaran wacana tentang modernitas yang disesuaikan dengan identitas nasional demi mengamankan kuasa hegemonik mereka di tengah-tengah warga negara. Namun, pemosisian penonton sebagai subjek yang perlu dididik, ternyata tidak bisa membendung arus besar globalisasi yang memunculkan banyak hasrat dan orientasi kultural di tengah-tengah masyarakat. Negara akhirnya gagal dalam memformulasi sebuah kebijakan budaya nasional melalui media populer karena mereka tidak mampu memahami geliat dan gerak cepat peradaban, termasuk keinginan untuk merayakan posmodernitas dan kebebasan (McGuigan, 1999, 2004). Gerakan Reformasi membawa peluang baru berupa kesempatan untuk membebaskan selera kultural dari kuasa hegemonik rezim negara. Maka, para pemodal dan kreator televisi swasta memiliki lebih banyak kesempatan untuk memproduksi tayangan-tayangan yang lebih variatif dan beragam.

Kalau kita perhatikan mulai bergesernya peran integral keluarga, dinamika hidup kaum remaja dan kaum muda, kehadiran yang tradisional di tengah-tengah yang modern, ke-hidayah-an naratif, serta metropolitanisme, terdapat sebuah gagasan besar yang melatarinya, yakni keinginan untuk melepaskan diri dari kungkungan aturan normatif agama dan untuk merayakan subjektivitas tak-terpusat (*decentered-subject*). Kaum remaja dan kaum muda dalam sinetron maupun FTV, misalnya, dengan mudah berpindah dari ruang-dalam keluarga menuju ruang-luar sekolah maupun pusat-pusat perbelanjaan; dari kota metropolitan menuju wilayah pedalaman atau wilayah lokal non-Jakarta. Mobilitas yang begitu cepat ini menandakan sebuah kelenturan dalam memahami konsep tradisional dan modern. Campur-aduk selera kultural ini memang tidak bisa dilepaskan dari keinginan generasi tua untuk mempertahankan sebagian norma dan moralitas yang berbenturan dengan kebebasan ala kaum muda. Dalam kondisi demikian, subjek tidak dikonstruksi dalam kekakuan, tetapi kelenturan; tetap menghargai sebagian budaya tradisi, tetapi dengan pemaknaan yang tidak mengekang keinginan mereka untuk menikmati dunia yang tengah bergerak cepat. Sementara, keluarga diidealisasi bersikap lentur pula, dalam artian tidak harus menghukum secara membabi-buta keliaran-keliaran kaum muda. Kalau

orang tua minta dihormati, maka mereka juga harus mau mengerti hasrat dan gelora kaum muda.

Masih diartikulasikannya sebagian budaya tradisional dengan makna-makna baru dalam film maupun sinetron, misalnya, sekilas memang tampak masih membatasi kaum remaja dan kaum muda. Namun, kalau ditilik lebih jauh lagi terkait pergeseran peran mereka dalam naratif, kita akan menangkap wacana kelenturan yang memberikan kebebasan kepada kaum muda dan kaum remaja dalam menjalani kehidupan yang begitu dinamis. Dengan kelenturan itulah, mereka akan bisa berkompetisi secara jujur dan terbuka dengan kawan-kawan mereka. Idealisasi diskursif ini sejalan dengan menguatnya ekonomi politik neoliberalisme yang bisa menerobos masuk ke dalam batas-batas tradisional untuk kemudian mengekspolitasinya habis-habisan serta meminggirkan peran negara dalam kehidupan sosial dan kultural (Hall, 200.). Tragisnya, rezim negara juga mau menerima begitu saja paket IMF dan Bank Dunia itu dalam kebijakan mereka. Kalaupun mereka saat ini menggembar-gemborkan pendidikan karakter buat generasi muda, itu tidak lebih sebagai bentuk “kepanikan moral” sesaat yang tidak begitu berimbas kepada generasi muda karena wacana-wacana pembebasan hasrat dan gaya hidup metropolitan mengalir lebih deras dari televisi dan media-media populer lainnya.

Dalam kondisi demikian, rezim negara tidak lagi menjadi kelas pemimpin (*the leading class*) tetapi semata-mata kelas penguasa (*the ruling class*) karena fungsi sebagai pemimpin—dalam artian yang mampu memunculkan konsensus—sudah beralih ke kelas pemodal melalui bermacam representasi yang mewacanakan kelenturan individual dan kebebasan hasrat. Kalaupun ada sinetron atau film televisi yang menarasikan kelas subordinat—si miskin, misalnya—dalam struktur filmis, itu semua tidak lebih sebagai solusi imajiner bersifat artikulatif. Artinya, peristiwa-peristiwa filmis itu hanya digunakan untuk menunjukkan kebaikan hatikaum pemodal terhadap permasalahan kelas bawah. Tujuan akhirnya adalah untuk menegaskan bahwa kaum dominan-hegemonik masih mau memasukkan kaum tertindas ke dalam narasi televisual sehingga kepemimpinan mereka di tengah-tengah masyarakat bukan lagi dianggap sebagai ancaman ataupun kekuatan eksploitatif, tetapi memberikan harapan.

Simpulan

Meskipun tidak begitu mendalam, saya telah berusaha memaparkan sebuah perbandingan wacana budaya di televisi dari dua masa, Orde Baru dan Orde (yang katanya) Reformasi. Paling tidak, kita bisa melihat adanya diskontinuitas (patahan) bersifat transformatif dari wacana-wacana budaya yang dikonstruksi oleh televisi Indonesia. Menjadi modern dalam arahan rezim negara Orde Baru dengan batasan-batasan ketatnya mulai berubah di era 2000-an atau selepas gerakan Reformasi. Subjektivitas lentur yang dikonstruksi oleh televisi swasta nasional merupakan sebuah proyek besar peradaban pasar yang bertujuan mengurangi atau bahkan meniadakan peran penting rezim negara dalam kehidupan sosial dan kultural. Budaya nasional yang pada masa lalu dimobilisasi secara ketat melalui tayangan televisi mendapatkan pemaknaan baru dari para pemodal dan kreator televisi swasta nasional dalam bentuk pelonggaran kaum muda untuk merayakan hasrat kebebasan yang sekaligus menyiapkan mereka dalam kompetisi kehidupan. Budaya tradisi tidak lagi ditolak, tetapi diinkorporasi dan dikomodifikasikan dalam bentuk-bentuk yang sudah disesuaikan dengan kepentingan industri pertelevisian.

Negara ini memang sudah terlanjur menerapkan neoliberalisme sebagai panduan dalam menjalankan kehidupan berbangsa dan bernegara. Di depan kita dihamparkan bermacam pilihan yang menggoda libido kita sebagai manusia—dari gaya hidup, *fashion*, relasi cinta, teknologi *gadget*, sampai tradisi yang dipoles-ulang. Di tengah-tengah realitas, meminjam istilah Bhabha (1994), *keberantaraan kultural* masyarakat kontemporer yang ditandai dengan hibriditas modern-tradisional ataupun metropolitan-*ndeso* serta kepentingan akumulasi modal para pemilik stasiun televisi, para kreator memang tampak tidak bisa keluar dari mekanisme industri budaya kapitalistik. Semua kreativitas yang mereka lakukan tampak hanya untuk menciptakan trend pasar sekaligus memproduksi wacana yang bergerak cepat dalam wujud hamparan simulakra.

Namun, para kreator sebenarnya bisa bersiasat dan bermanuver secara transformatif di tengah-tengah kapal besar kapitalisme televisi. Artinya, mereka bisa terus melakukan riset budaya yang tengah berkembang dinamis di masyarakat untuk kemudian memformulasinya dalam mekanisme industri yang juga bertujuan mengeruk keuntungan. Tujuannya adalah mengkonstruksi wacana-wacana yang menegaskan sekaligus mengembangkan lokalitas yang berlaku dalam sebuah masyarakat dan memasukkannya ke dalam rumus-rumus

industri televisi, sehingga penonton juga akan mendapatkan pengetahuan-pengetahuan transformatif di tengah-tengah kehidupan mereka yang semakin modern. *Keluarga Cemara* (1996-2002) dan *Si Doel Anak Sekolah* (1994-2002) adalah dua sinetron yang bertahan relatif lama dalam industri televisi Indonesia. Kisah-kisah sederhana dalam memaknai cinta antara anak dan orang tua dalam *Keluarga Cemaradan* perjuangan Si Doel untuk berpendidikan di tengah-tengah kehidupan kampung pinggiran Jakarta ternyata mendapat respons yang sangat positif dari penonton.

Transformasi lokalitas ke dalam kehidupan modern (Aschroft, 2001) sejatinya bisa memberikan peluang kreatif baru yang tidak hanya bertujuan mengeruk keuntungan, tetapi juga menawarkan kenyataan kultural yang berkembang secara liat dan dinamis kepada penonton. Dengan model transformasi kultural itulah, para kreator bisa bermain-main di antara idealisasi budaya bangsa yang mendapatkan pemaknaan dinamis dan kepentingan kapitalisme televisi. Budaya bangsa bukan lagi menjadi proyek tunggal rezim negara, tetapi proyek bersama yang melibatkan para kreator berbasis riset strategis di tengah-tengah masyarakat, bukan sekedar berbasis rumus yang sedang *nge-trend*. Wacana-wacana budaya transformatif, paling tidak, tetap menimbang rumus-rumus komersil televisi, tetapi dengan memberikan muatan-muatan alternatif yang disiapkan untuk penonton, sehingga mereka bisa mendapatkan pengetahuan yang sesuai dengan perkembangan dan perubahan sosial, ekonomi, politik, dan kultural. Meskipun demikian, prinsip transformasi yang hanya mengedepankan kelenturan tanpa kemauan untuk merepresentasikan kekuatan-kekuatan strategis budaya lokal—dalam artian bukan sekedar perayaan penanda tanpa kedalaman petanda—di tengah-tengah metropolitanisme hanya akan membuka pintu selebar-lebarnya bagi inkorporasi kekuatan neoliberal dalam jagat pertelevisian tanah air dan kehidupan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Tulisan ini merupakan versi revisi dari makalah yang saya bawakan dalam *Seminar Televisi dan Film* yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Film dan Televisi, 18 Oktober 2014, Fakultas Sastra Universitas Jember. Saya mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa dan dosen atas kritik, sanggahan, dan masukan yang berguna untuk perbaikan tulisan ini. Tentu saja, saya bertanggung jawab sepenuhnya atas isi tulisan ini.

Daftar Pustaka

- Adorno, Theodor W. 1991. *The Culture Industry: selected essays on mass culture*. London: Routledge.
- Adorno, Theodor W. & Max Horkheimer. 1993. "The culture industry: enlightenment as mass deception". Dalam Simon During (ed). *The Cultural Studies Reader*. New York: Routledge
- Aschroft, Bill. 2001. *Post-colonial Future: Transformation of Postcolonial Culture*. London: Continuum.
- Bhabha, Hommi K. 1994. *The Location of Culture*. London: Routledge.
- Boggs, Carl. 1984. *The Two Revolution: Gramsci and the Dilemmas of Western Marxism*. Boston: South End Press.
- Collins, Richard. 1990. *Television: Policy and Culture*. London: Unwin Hyman.
- Einstein, Mara. 2008. *Brands of Faith: Marketing religion in a commercial age*. London: Routledge.
- Fiske, John. 2002. *Television Culture*. London: Routledge.
- Fiske, John & John Hartley. 2004. *Reading Television*. London: Routledge.
- Featherstone. 2007. *Consumer Culture and Postmodernism, 2nd Edition*. London: Sage Publications.
- Fontana, Benedetto. 2008. "Hegemony and Power in Gramsci". Dalam Richard Howson & Kylie Smith (eds). *Hegemony: Studies in Consensus and Coercion*. London: Routledge.
- Foucault, Michel. 1984. "Truth and Power". Dalam Paul Rainbow (ed). *Foucault Reader*. New York: Pantheon Books.
- _____. 1981. "The Order of Discourse", *Inaugural Lecture at the College de France*, 2 Desember 1976, dipublikasikan kembali dalam Robert C. Young (ed). *Untying the Text: A Post-Structuralist Reader*. Boston: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- _____. 1980. *Power/Knowledge*. Brighton: Harvester.
- Ginsburg, Faye D., Lila Abu-Lughod & Brian Larkin (eds). 2002. *Media World: Anthropology on New Terrain*. Berkeley: University of California Press.
- Goodwin, Andrew & Gerry Whannel. 2005. *Understanding Television*. London: Routledge.
- Gramsci, Antonio. 1981. "Class, Culture, and Hegemony". Dalam Tony Bennett, Graham Martin, Collin Mercer, & Janet Woolacott (eds). *Culture, Ideology, and Social Process*. Batsford: The Open University Press.
- Hall, Stuart. 2006. "Encoding/Decoding". Meenakshi Gigi & Douglas M. Kellner (eds). *Media and Cultural Studies KeyWorks*. Victoria: Blackwell Publishing.
- Hallin, Daniel C. 1998. "Broadcasting in the Third World: from national development to civil society". Dalam Tamar Liebes & James Curran (eds). *Media, Ritual, and Identity*. London: Routledge.
- Hartley, John. 2001. *Uses of Television*. London: Routledge.
- Heider, Karl G. 1991. *Indonesian Cinema: National Culture on Screen*. Hawai'i: Hawai'i University Press.
- Higson, Andrew. 2000. "The Limiting Imagination of National Cinema". Dalam Mette Hjort and Scott MacKenzie (eds). *Cinema and Nation*. London: Routledge.
- Hoover, Stewart M. 2006. *Religion in media age*. London: Routledge.
- Hutcheon, Linda. 1989. *The Politics of Postmodernism*. London: Routledge.
- Kitley, Phillip. 2000. *Television, Nation, and Culture in Indonesia*. Athens (USA): Ohio University Center for International Study.

- Louw, Eric. 2001. *Media and Cultural Production*. London: Sage Publications.
- Lyotard, Jean-François. 1984. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Malpas, Simon. 2005. *The Postmodern*. London: Routledge.
- McMillin, Divya C. 2007. *International Media Studies*. Malden (USA): Blackwell Publishing.
- Mittell, Jason. 2004. *Genre and Television: from Cop Shows to Cartoons in American Culture*. New York: Routledge.
- Morley, David. 2005. *Television, Audiences, and Cultural Studies*. London: Routledge.
- O'Shaughnessy, Michael. 1990. "Box pop: popular television and hegemony". Dalam Goodwin & Garry Whannel (eds). *Understanding Television*. London: Routledge.
- "Rumah Masa Depan, Serial Legendaris yang Tidak Bertahan Lama," tersedia di: <http://www.namaravideo.com/2010/rumah-masa-depan-serial-legendaris-yang.html?m=1>, diunduh 2 Oktober 2014.
- Said, Edward W. 1978/2003. *Orientalism: Western Conceptions of the Orient*. London: Penguin Books.
- _____. 1994. *Culture and Imperialism*. New York: Vintage Books.
- Sen, Khrisna. 2010. 2010. *Kuasa dalam Sinema: Negara, Masyarakat, dan Sinema Orde Baru*. (Terj. Windu W.J). Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Sen, Khrisna & David T. Hill. 2000. *Media, Culture, and Politics in Indonesia*. Oxford: Oxford University Press.
- Setiawan, Ikwana. "Modernita, Lokalitas, dan Poskolonialitas di Masyarakat Desa era 80-an. *Literasi Jurnal Ilmu-ilmu Humaniora*, Vol. 1, No. 1, 2011.
- Steinberg, Shirley R & Joe L. Kincheloe. 2009. *Christotainment: Selling Jesus through Popular Culture*. Philadelphia: Westview Press.
- Stopford, John. 2009. *The Skillfull Self: Liberalism, Culture, and the Politics of Skill*. London: Lexington Books.
- Storey, John. 2003. *Inventing Popular Culture: from Folklore to Globalization*. Malden (USA): Blackwell Publishing.
- Wasko, Janet (ed). 2004. *A Companion to Television*. Malden (USA): Blackwell Publishing.
- Wayne, Mike. 2003. *Marxism and media studies: Key concepts and contemporary trends*. London: Pluto Press.
- Williams, Raymond. 2006. "Base/Superstructure in Marxist Cultural Theory". Dalam Meenakshi Gigi & Douglas M. Kellner (eds). *Media and Cultural Studies KeyWorks*. Victoria: Blackwell Publishing.
- _____. 2009. *Televisi*. Yogyakarta: Resist Book.
- Witkin, Robert W. 2003. *Adorno on Popular Culture*. London: Routledge.
- Zhang, Yingjin. 2004. *Chinese National Cinema*. London: Routledge.