

**RISING STAR INDONESIA DI RCTI:
Mediatisasi Vote dalam Menentukan Nasib Kontestan**

Abas Fauzi

Mahasiswa S-2 Program Studi Kajian Budaya dan Media
Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada
E-mail : abas_fauzi27@yahoo.com

ABSTRACT

Nowadays, the influences of televise program to audience is stronger. Therefore, media owners have to make some strategies to captivate the forum. Programs are including entertainment, news information, and education. Compared with the past, entertainment program is bigger than education program. Moreover, there are Singer Got Tallent programs broadcasted on televise stations, for example RCTI with *Rising Star Indonesia* program. This program was adapted by *Rising Star* from United State. This program uses telephone and vote to get the applicants or new singers. Vote as a meditation from audience to determine the applicants in the next step.

Keywords: *Rising Star Indonesia*, RCTI, vote meditation, and new singer.

PENDAHULUAN

Program acara hiburan di televisi saat ini sangatlah beragam. Masing-masing stasiun televisi memiliki program unggulan masing-masing untuk memikat hati pemirsa, disisi lain juga memiliki tujuan untuk mengejar *rating* maupun *share* program acara tersebut. *Rating* dalam bahasa pertelevisian merupakan persentase jumlah pemirsa dalam satu waktu tertentu terhadap jumlah populasi, sedangkan *share* merupakan persentase pemirsa atau penonton pada waktu tertentu pada suatu *channel* tertentu terhadap keseluruhan pemirsa di semua *channel*. Cara perhitungan persentase *rating* maupun *share* melalui lembaga riset di bawah komando A.C Nielsen.

Keberagaman program acara hiburan tersebut juga tidak lepas dari selera pemirsa, televisi yang seharusnya memiliki porsi berimbang antara pendidikan, informasi, dan hiburan, saat ini porsinya lebih banyak ke media hiburan. Hal ini tidak terlepas dari pola kehidupan masyarakat modern, mereka hanya bisa menonton televisi sepulang dari bekerja seharian, bagi mereka yang mempunyai pekerjaan tetap di luar rumah. Hal itu dapat dicontohkan kepada para remaja, dewasa maupun orang tua. Untuk para remaja memiliki pola tersendiri dalam menonton televisi, begitu juga dengan orang dewasa maupun orang tua.

Program acara hiburan yang mereka tonton seringkali masuk ke dalam jam *prime time*. Dimana pada jam-jam tersebut merupakan puncak dari menonton, atau bisa dikatakan banyak yang menonton pada jam tersebut. Sekarang ini, program acara yang disuguhkan pada jam tersebut, kebanyakan program acara musik dengan model ajang pencarian bakat. Contohnya, di stasiun televisi Indosiar dengan *Dangdut Academy*, SCTV dengan program

La Academia Junior Indonesia, RCTI dengan program *X Factor* dan *Rising Star Indonesia*, dan masih banyak lagi stasiun televisi yang membuat program ajang pencarian bakat selain di bidang musik.

Diantara ketiga contoh ajang pencarian bakat di atas, terdapat salah satu program acara ajang pencarian bakat menyanyi yang tidak bergantung dengan SMS dalam menentukan kontestan pilihannya untuk yang bertahan, yakni program acara *Rising Star Indonesia*.



Gambar 1. Poster *Rising Star Indonesia*
(Sumber : <http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>)

Dalam menentukan pilihan kontestan yang bertahan, penonton ikut aktif dalam menentukan pilihannya, baik yang hadir dalam studio maupun pemirsa di rumah. Menurut Chris Barker (2008), penonton dalam tradisi *cultural studies* sebagai *audien* aktif, tradisi tersebut menunjukkan bahwa penonton bukanlah orang bodoh secara kultural melainkan

produsen makna aktif dalam konteks kultural mereka sendiri.

Program acara ajang pencarian bakat ini penonton ikut aktif menentukan pilihannya melalui aplikasi tersendiri yang sudah disediakan sebelumnya. Untuk mendapatkan aplikasi tersebut, penonton harus mengunduhnya terlebih dahulu melalui *play store*. Salah satu kenyataan yang tak bisa kita pungkiri bahwa

kapitalisme global telah menjadikan musik sebagai komoditas (I. Idi Subandy, 2011:96). Selain mengandalkan vote dari penonton, posisi *expert* (dewan juri dalam *Rising Star Indonesia*) tidak memiliki banyak pengaruh dalam menggugurkan peserta. Vote tersebut hanya bisa dilakukan ketika kontestan melakukan *perform*, selain itu dianggap tidak berlaku.

Play store atau *google play* merupakan penyedia aplikasi yang dibuat oleh *google* untuk pengguna *smartphone* beroperasi sistem Android maupun IOS. *Google Play* mulai dikenalkan pada bulan Maret 2012 sebagai pengganti dari *Android Market* dan Layanan Musik *Google* (https://id.wikipedia.org/wiki/Google_Play). *Play store* atau *google play* menyediakan aplikasi berbayar maupun gratis, untuk aplikasi *Rising Star Indonesia* tidak berbayar. Dengan demikian, penonton bisa secara bebas mengunduh aplikasi tersebut tanpa mengeluarkan uang sepeser pun, terlebih lagi mereka juga bisa memberikan vote kepada para kontestan yang sedang *perform* untuk menentukan nasib mereka.

Bahasan ini akan memberikan gambaran ringkas tentang program pencarian bakat menyanyi *Rising Star Indonesia* dengan konsep vote yang berbeda dengan program pencarian bakat lainnya. Kita sudah terbiasa mendengar pengambilan suara melalui

SMS dengan cara ketik nama, spasi kode, kemudian dikirimkan sesuai operator seluler masing-masing. Program *Rising Star Indonesia* ini dalam pengambilan suara melalui aplikasi telepon pintar dengan cara memberikan vote, mediatisasi vote inilah yang mengubah penjurian yang sudah seringkali kita lihat dalam ajang pencarian bakat.

Posisi juri (*expert*) tidak lagi istimewa, karena partisipan penonton dalam vote-lah yang menentukan kontestan.

PEMBAHASAN Tentang RCTI

Menurut profil yang terpublikasi di *website* resmi Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), saat ini sudah berusia kurang lebih 26 tahun mengudara di saluran televisi publik. RCTI yang mempunyai visi *Media Utama Hiburan dan Informasi* berusaha menyajikan acara acara yang menarik dan bermutu sehingga menjadi televisi pilihan terbaik untuk hiburan dan informasi di Indonesia. Keseimbangan antara bisnis dan tanggung jawab sosial berjalan seiring.

Selain itu, dalam *website* tersebut juga menuliskan bahwa kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari mimpi, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. 6 (enam) aspek tersebut tercermin dan mewarnai program program RCTI yang mengusung

motto "Kebanggaan Bersama Milik Bangsa" namun tampil dalam kemasan yang "oke". Kualitas program program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

Seperti yang tergambar dalam visi RCTI sebagai media hiburan dan informasi, tidak heran juga kalau televisi publik ini mayoritas menyodorkan program acara drama maupun *entertainment*. RCTI selama ini dikenal sebagai televisi yang selalu berhasil dan menjadi unggulan dalam melahirkan *talent-talent* berkualitas dari ajang pencarian bakat yang telah digelar (<http://rcti.tv/>).

Ajang pencarian bakat tersebut bermacam-macam bentuknya, mulai dari kontes menyanyi hingga memasak juga tersaji dalam program di RCTI. Kontes memasak diawali dengan program *Master Chef* yang berhasil merebut hati pemirsa, sehingga dari tahun ke tahun program tersebut selalu ada. Kemudian dilanjutkan

dengan program *Master Chef Junior*, ini merupakan variasi kreatifitas dari program tersebut. Pembuat program berusaha mewadahi anak-anak muda untuk lomba memasak dan disaksikan jutaan pasang mata. Hal ini tentunya sangat positif untuk mengasah keterampilan para peserta, selain untuk menghibur sekaligus memberikan informasi kepada pemirsa di rumah.

Format *Rising Star Indonesia*

Perbedaan dalam program acara kompetisi bakat menyanyi yang satu ini jelas sekali berbeda dengan kompetisi menyanyi yang sudah ada sebelumnya, contoh saja *X Factor Indonesia* dan *Indonesian Idol*. *Rising Star Indonesia* dalam babak audisi langsung (*live audition*) kontestan berada di balik layar yang menutupinya, jika vote "yes" lebih dari 70%, maka layar besar tersebut akan terbuka dan dapat dipastikan kontestan tersebut lolos dari babak audisi langsung.



Gambar 2. Seorang kontestan sedang perform
(Sumber : https://i.ytimg.com/vi/jG_ojcFqEhl/hqdefault.jpg)

Berbeda dengan *X Factor* maupun *Indonesian Idol*, untuk lolos dari babak audisi mereka harus memikat hati para dewan juri, dalam artian memiliki kriteria yang diinginkan oleh para dewan juri. Keberadaan dewan juri dianggap paling vital, karena menentukan lolos dan tidaknya kontestan tersebut. Perbedaan kedua kompetisi bakat menyanyi tersebut juga terletak pada pengambilan keputusan, jika *X Factor Indonesia* dan *Indonesian Idol* dilakukan secara konvensional yakni melalui juri dengan cara bertatap muka langsung, beda dengan *Rising Star Indonesia* yang secara keseluruhan menggantungkan teknologi dalam pengambilan keputusan. Relasi kuasa antara juri dalam *X Factor Indonesia* maupun *Indonesian Idol* dengan juri *Rising Star Indonesia* sangatlah berbeda dari sisi status pekerjaan dan hak prerogatifnya.

Dalam babak audisi, *expert* (juri) *Rising Star Indonesia* hanya menambahkan suara *yes* 7% dari total *vote* pemirsa, sedangkan juri *X Factor Indonesia* maupun *Indonesian Idol* memiliki kuasa penuh terhadap nasib kontestan. Babak selanjutnya adalah babak *duel*, Kontestan yang lolos babak audisi akan dipasangkan oleh para juri untuk menghadapi babak *duel*. Kontestan pertama yang tampil, ditentukan melalui lempar koin, bernyanyi dalam keadaan layar (*wall*) terangkat. Sedangkan kontestan kedua

bernyanyi dalam keadaan layar tertutup. Jika jumlah suara kontestan kedua lebih tinggi dari kontestan pertama, maka layar terangkat dan kontestan kedua lolos ke babak berikutnya, sedangkan kontestan pertama tereliminasi. Sebaliknya, jika kontestan kedua gagal menaikkan layar, maka kontestan kedua tereliminasi dan kontestan pertama lolos. Selain itu, kontestan yang tereliminasi dengan jumlah suara tertinggi akan diberi kesempatan untuk lolos ke babak berikutnya

(<http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>).

Kontestan yang tereliminasi tersebut akan masuk ke babak *wildcard*, dalam pemilihannya *expert* menambahkan 5% persen terhadap kontestan yang dipilihnya. Dalam babak ini juga *vote Rising Star Indonesia* pemirsa tidak berlaku, kontestan dengan jumlah nilai tertinggi otomatis akan lolos ke babak selanjutnya. Setelah babak ini selesai, dilanjutkan ke babak *live duel* hingga 4 kali, *final duel 2x*, *best 14*, *top 12*, *winning 11*, *big 10*, *super 9*, *great 8*, *lucky 7*, *best of 6*, *best of 5*, terakhir *grand final* (<http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>).

Secara hitungan matematis, ajang kompetisi bakat menyanyi ini berlangsung selama 24 kali episode, berarti jika dihitung berdasarkan musim terdapat kurang lebih 2 musim (standar 1 musim 13 episode) tayang.

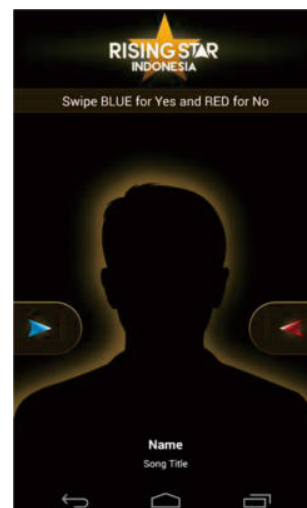
Mediatisasi Vote

Mediatisasi menurut Hjarvard (2008) terjadi karena adanya perubahan proses sosial karena beriringan dengan terjadinya proses perubahan media. Media yang dianggap sebagai institusi independen saat ini telah terkait dengan kehidupan masyarakat, sehingga menciptakan ketergantungan terhadap masyarakat dengan adanya media tersebut. Perkembangan ini merupakan konsep menuju pemahaman yang lebih koheren dan tepat mediatisasi sebagai proses sosial dan budaya (Krotz, 2007; Schulz, 2004). Mediatisasi vote yang terjadi dalam program acara *Rising Star Indonesia* ini merupakan mediatisasi langsung (*direct mediatization*), sebuah mediatisasi yang memberikan pengaruh kuat menggantikan kegiatan sebelumnya yang bersentuhan langsung menjadi termediasi.

Paul Virillio (1991) dalam teori dromologinya mengatakan bahwa hancurnya batas-batas yang disebabkan oleh perubahan teknologi yang melewati batas dalam bentuk transportasi, komunikasi, telekomunikasi, komputerisasi dan seterusnya, menyebabkan perubahan atas susunan yang spasial, terutama hancurnya batas-batas fisik. Dalam tulisan selanjutnya Paul Virillio juga mengungkapkan ketertarikannya terhadap persoalan waktu daripada ruang, karena waktu lebih penting

daripada ruang. Dengan mediatisasi vote tersebut dapat dikatakan bahwa kehadiran penonton yang ikut dalam memberikan vote sudah tidak diperlukan lagi, karena adanya teknologi percepatan yang menghancurkan dimensi fisik dan dimensi spasial.

Selain itu, penonton juga digiring untuk selalu mengikuti sekaligus sebagai *audien* aktif untuk ikut menentukan kontestan yang bertahan dalam ajang pencarian bakat dari tahap audisi langsung hingga babak final melalui vote. Perilaku menonton televisi membentuk dan dibentuk oleh berbagai bentuk identitas kultural. televisi merupakan sumber bagi konstruksi identitas kultural sebagaimana penonton menjalankan identitas kultural dan kompetensi kultural mereka untuk men-decode program dengan cara tertentu (Barker, 1999).



Gambar 3. Tampilan vote
(Sumber : <http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>)

Aplikasi di atas hanya dapat digunakan ketika kontestan sedang tampil (*perform*), jika digunakan di luar *perform*, maka dianggap tidak berlaku dan tidak dapat diakumulasikan terhadap perolehan *vote* saat kontestan *perform*. Panah biru jika digeser berarti menunjukkan “yes”, sedangkan panah merah jika digeser menunjukkan “no” terhadap kontestan yang sedang *perform*. Hasil dari *vote* tersebut akan muncul langsung dalam layar kaca televisi dan juga layar telepon genggam. Sungguh keberadaan penonton tergantikan oleh percepatan teknologi, lenyapnya ruang serta pentingnya kecepatan dalam menentukan menjadi *point* utama dalam memberikan *vote*.

Mengacu pada mediatisasi *vote*, karakteristik utama dari proses mediatisasi, sebagaimana dapat dipahami, lebih merupakan ekspansi peluang untuk interaksi dalam ruang virtual dan diferensiasi dari apa yang orang anggap nyata (Hjarvard, 2008:111). Ruang virtual diartikan sebagai telepon genggam dan juga layar (*wall*) besar yang menutupi kontestan. *Voters* hanya memiliki waktu sesuai dengan durasi menyanyi kontestan untuk membuka layar besar yang menutupinya.

Komodifikasi Penonton

Penonton atau audien yang hadir dalam ruang maupun tidak dalam ajang

pencarian bakat menyanyi, tetap memiliki kesamaan dalam memberikan suaranya melalui *vote*. Graeme Burton (2005) mengungkapkan bahwa industri media memiliki kepentingan dalam memvalidasi ide penonton sebagai istilah bermakna dan koheren. Ini mungkin akan lebih didefinisikan sebagai dalam kasus televisi, dimana penilaian televisi (TVRs) mengukur jumlah target penonton untuk program yang menonton pada saat siaran. Dalam hal ini, penonton itu sendiri menjadi komoditas yang akan dibeli dan dijual. Tidak bisa dipungkiri bahwa hal semacam ini sudah terbiasa terjadi untuk beberapa kepentingan industri media.

Bagaimana tidak, bunyi maupun seruan iklannya saja sudah mempengaruhi para penonton. Inilah isi pesan ajakan dari pemilik program *Rising Star Indonesia*:

Ingin menjadi bagian dari era baru kompetisi menyanyi yang inovatif dan interaktif di Indonesia? Memperkenalkan *Rising Star Indonesia*! Untuk pertama kalinya – Kamu dapat menentukan nasib setiap kontestan untuk meraih mimpi mereka dengan melakukan voting melalui apps dan jadilah saksi tampilnya dirimu di layar LED yang ada di panggung megah *Rising Star Indonesia* dengan penghitungan voting yang dapat dilihat secara real time di layar Televisi! Aplikasi ini merupakan alat pendamping untuk program kompetisi menyanyi *Rising Star* di RCTI yang berfungsi untuk melakukan *vote* secara GRATIS,

untuk semua pengguna tanpa terkecuali. Download aplikasinya sekarang, vote kontestan favoritmu dan rasakan pengalaman interaktif terbaik saat menyaksikan program *Rising Star Indonesia* hanya di RCTI! (<http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>)

Dalam hal ini, mungkin saja target pasar yang dicapai adalah kawula muda, mengapa demikian, karena yang bisa memberikan suara dalam konteks vote adalah mereka yang mempunyai *smartphone* dan kemudian mengunduh aplikasi *Rising Star Indonesia*. Hubungan antara kawula muda dengan *smartphone* sangatlah dekat dan tidak asing lagi untuk zaman sekarang, maka tidak mengherankan jika mayoritas yang memberikan vote para kawula muda. Setelah mereka mengunduh aplikasi tersebut, mereka digiring lagi untuk *login* melalui pilihan beberapa akun, diantaranya *facebook*, *twitter*, maupun *google+*. Strategi pasar yang luar biasa, dengan iming-iming pengalaman interaktif terbaik saat menyaksikan program *Rising Star Indonesia*, mereka harus melalui tahapan sesuai dengan pemilik program.

Penilaian kontestan dengan cara tersebut memudahkan penonton dalam menentukan pilihannya, akan tetapi mereka akan sedikit kehilangan aura yang

ada dalam pertunjukan pencarian bakat menyanyi tersebut, hal ini karena berhubungan dengan jarak, antara ruang dan waktu serta jarak antara seni pertunjukan dengan penonton (Walter Benjamin, 2006). Hal tersebut tidak bisa kita dipungkiri bahwa karena adanya perubahan teknologi tersebut membuat semuanya jadi termudahkan, perubahan budaya pada masyarakat sosial modern serta berkembangnya media-media baru dalam kegiatan seni.

Heru Nugroho (2000) berpendapat bahwa pendapat *audiens* atas respon terhadap program TV yang dituangkan dalam *passive people meter* merupakan contoh bahwa *audiens* hanya sekedar dianggap sebagai variabel tergantung/terikat. Keterkaitan yang dimaksud ini adalah partisipasi penonton dalam hal menentukan kontestan antara *yes* dan *no*. *Audiens* yang ikut andil dalam vote berusaha untuk menjadi *audiens* yang aktif, walaupun sebenarnya posisi mereka sudah diatur sedemikian rupa.

SIMPULAN

Program *Rising Star Indonesia* ini adalah program *talent search* terbaru di RCTI yang memiliki format acara belum pernah ada sebelumnya. Penggunaan format vote baru yang memadukan teknologi serta multimedia, tanpa juri, pemirsa sendirilah yang menjadi juri dalam program ini. Untuk bisa menjadi

juri, pemirsa harus mengunduh aplikasi dari *google play* atau *play store* tanpa dipungut biaya sepeser pun. Kemudian juri harus login melalui beberapa media, bisa melalui *facebook*, *twitter* maupun *google+*. Juri yang tidak memiliki ketiga akun tersebut tidak bisa melakukan *vote*, karena tidak adanya media lain seperti SMS untuk melakukan *vote*.

Cara pemberian *vote* inilah yang menjadikan juri menjadi termediatisasi terhadap teknologi yang diberikan. Perubahan sosial dan budaya dalam ajang pencarian bakat ini menjadikan *audiens* yang biasanya dianggap pasif berubah menjadi sebaliknya. Ketergantungan teknologi inilah yang terjadi pada pemirsa, karena jarak ruang dan waktu lebih termudahkan dengan adanya teknologi. Sehingga kehadiran pemirsa sudah tidak dibutuhkan lagi secara fisik, hal ini berakibat pada hilangnya aura penonton dalam ajang pencarian bakat menyanyi tersebut.

Melihat fenomena di atas, kontestan secara penuh menggantungkan nasibnya kepada juri (pemirsa), juri (*expert*) hanya memberikan *vote* beberapa persen saja dari total keseluruhan *vote*. Ada beberapa perbedaan format penjurian *Rising Star Indonesia* dari setiap babak, misalnya babak audisi langsung, mengharuskan kontestan mendapat *vote* minimal 70%,

jika tidak mencapai batas minimal, bisa dipastikan kontestan tersebut tidak akan lolos audisi. Perbedaan terletak pada babak *wildcard*, juri (pemirsa) tidak berhak memberikan *vote* kepada kontestan, dalam babak ini *expert* yang mempunyai kuasa penuh atas nasib kontestan. Selebihnya juri (pemirsa) memiliki kuasa atas lolos tidaknya kontestan pada babak-babak selanjutnya.

DAFTAR ACUAN

Buku

- Barker, C. 2015. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Terj. Nurhadi. Yogyakarta: KreasiWacana.
- Burton, G. 2005. *Media and Society: Critical Perspectives*. New York: Open University Press.
- Hjarvard, S. 2008. *The Mediatization of Society*. http://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel/pdf/269_hjarvard.pdf, diunduh pada tanggal 29 Nopember 2015.
- H. Nugroho. 2000. *Menumbuhkan Ide-Ide Kritis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ritzer, G. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Terj. Muhammad Taufik. Bantul: KreasiWacana Offset.
- I.I. Subandy. 2011. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi: Dinamika Popscape dan Mediscape di Indonesia Kontemporer*. Yogyakarta: Jalasutra.

W. Benjamin. 2006. *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. New York: Blackwell Publishing.

Internet

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.screenz.risingstar_in&hl=in, diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.

https://support.google.com/googleplay/answer/6034670?p=about_play&rd=1, diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.

https://id.wikipedia.org/wiki/Rising_Star_Indonesia, diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.

<http://www.rcti.tv/risingstarindonesia/>, diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.

<http://celebrity.okezone.com/read/2014/06/24/386/1003444/perbedaan-rising-star-dengan-indonesian-idol-x-factor>, diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.

[http://www.rcti.tv/profile/view/2/Visi - Misi Dan 3 Pilar Utama](http://www.rcti.tv/profile/view/2/Visi_Misi_Dan_3_Pilar_Utama), diakses pada tanggal 20 Nopember 2015.