

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Media Televisi merupakan media massa yang sangat akrab dengan masyarakat umum. Oleh sebab itu pula, televisi menjadi media yang memiliki penetrasi yang paling tinggi dibanding media massa lainnya. Televisi adalah media yang paling luas dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Jenis media ini, sebagai media audio visual, tidak membebani banyak syarat bagi masyarakat untuk menikmatinya. Media televisi telah menjadi bagian dari kehidupan sebagian besar masyarakat Indonesia. Sekarang ini, Erika L. Panjaitan dan TM. Dhani Iqbal (2006) menyebutkan bahwa "kotak televisi, baik yang berukuran kecil sampai besar, telah menyelinap masuk ke mana pun, tak peduli apakah itu ruang pribadi, ruang keluarga, ruang publik, desa atau kota" (hal. xi). Ragam tontonan menyeruak keluar dari kotak televisi tersebut, menyemburkan budaya-budaya yang membuat sejumlah orang riang gembira dan murung durjana. Televisi menjadi ajang tarik-menarik antar beragam kebudayaan yang ditampilkan. Bagi penulis, televisi tak ubahnya seperti sebuah kiblat baru dalam proses internalisasi kebudayaan.

Kehadiran televisi yang masif dan berbau kapitalistik yang kental, secara langsung maupun tidak telah berpengaruh pada perilaku dan pola pikir masyarakat Indonesia. Apalagi dalam deretan media informasi, televisi merupakan media yang memiliki penetrasi paling tinggi dibanding media lainnya. Karena itu, banyak tuduhan diarahkan pada televisi sebagai penyebab maraknya gaya hidup konsumeristik-hedonistik.

Penulis beranggapan bahwa budaya massa merupakan budaya yang dikonstruksi oleh media televisi karena dapat kita perhatikan bahwa perilaku masyarakat budaya massa merupakan perilaku imitatif atas pencitraan dunia televisi. Masyarakat berupaya untuk (seolah-olah) menjadi masyarakat kelas atas dengan berusaha menggunakan produk budaya milik kelas atas, yang seringkali dengan menggunakan produk yang palsu. Sebagai contoh konkrit, bahwa dalam dunia empiris sering kita jumpai orang-orang yang berpura-pura sebagai orang 'kalangan atas' dengan menggunakan sepatu Nike imitasi dengan harapan untuk

mendapatkan penghargaan sebagai orang 'kalangan atas' dari masyarakat. Contoh lain yang lebih berkenaan dengan budaya massa adalah bahwa tren mode pakaian (*fashion*) PUNK. Budaya Punk yang sejatinya merupakan budaya anti-kemapanan dan sarana pemberontakan telah dihancurkan tatkala produk budaya tersebut diproduksi secara massal untuk pasar bebas, sehingga muncul kerancuan apakah Punk masih merupakan budaya pemberontakan atau telah menjadi sebuah komoditas kapitalisme?? Penulis merasa bahwa dua contoh kasus di atas merupakan sebuah konstruksi yang dilakukan oleh media televisi.

## I.2 Batasan Masalah

Terdapat tiga tema utama yang akan dibahas, yaitu Media Televisi, Budaya Massa, dan *Cultural Studies*. Penulis merasa bahwa tema-tema tersebut sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari sehingga akan sangat mudah bagi kita untuk mendapatkan banyak pengalaman empiris mengenai tema-tema tersebut. Ketertarikan penulis untuk membahas tema tersebut karena penulis ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan filosofis mengenai ketiga tema tersebut dan saling keterkaitannya antara satu dengan lainnya. Selain itu pembahasan pun dilakukan untuk memperkuat *tesis statement* penulis bahwa media televisi, jika program-programnya dirancang secara profesional merupakan faktor yang melakukan sebuah konstruksi budaya massa dan meningkatkan aktivitas dan kreativitas khalayaknya.

Penulis coba ringkaskan bahwa problem yang berusaha untuk digali dalam skripsi ini antara lain bagaimana konstruksi budaya massa yang dilakukan oleh televisi dan berusaha untuk menjelaskan bagaimana pandangan *Cultural Studies* terhadap konstruksi budaya massa yang dilakukan melalui media televisi tersebut. Pada akhirnya penulis akan mencoba membuat catatan kritis atas pandangan *Cultural Studies* terhadap konstruksi budaya massa melalui media televisi tersebut.

Dalam skripsi ini, penulis mencoba untuk memasukkan nuansa filsafat budaya yang berupaya untuk memberikan hak yang sama kepada seluruh bentuk budaya dalam rangka menciptakan masyarakat yang egaliter dan bertanggung-jawab.

### I.3 Rumusan Masalah

Berpangkal dari permasalahan tersebut, maka penulis berkeinginan untuk membedah permasalahan tersebut secara filosofis hingga ke akarnya agar kita memiliki gambaran yang jelas mengenai permasalahan tersebut. Inti masalah dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Memperlihatkan adanya suatu konstruksi budaya yang terjadi dalam kehidupan sosial di mana televisi menjadi medium dalam proses konstruksi tersebut.
2. Memetakan bagaimana *Cultural Studies* memberikan pandangannya terhadap konstruksi budaya tersebut. Penulis merasa bahwa *Cultural Studies* adalah sebuah alat bedah yang cocok untuk membedah permasalahan mengenai konstruksi budaya melalui televisi tersebut.
3. Melalui skripsi ini, penulis ingin memberikan wacana bahwa terdapat sebuah hubungan antara tiga tema besar tersebut dan memberikan beberapa pandangan pribadinya dalam menengahi permasalahan tersebut.

### I.4 Thesis Statement

Dalam skripsi ini penulis mencoba untuk membangun dan mempertahankan sebuah *thesis statement* bahwa "media televisi, jika program-programnya dirancang secara profesional merupakan faktor yang melakukan sebuah konstruksi budaya massa dan meningkatkan aktivitas dan kreativitas khalayaknya".

### I.5 Konsep dan Kerangka Teoritis

Terdapat tiga tema utama yang akan dibahas, yaitu Media Televisi, Budaya Massa dan *Cultural Studies*. Penulis akan memulai dengan menjelaskan berbagai kasus empiris mengenai isi (program) televisi yang dianggap sebagai faktor yang dapat menunjang penulisan mengenai konstruksi budaya. Dalam penulisan mengenai kasus empiris pendukung tersebut, penulis sangat terbantu oleh beberapa artikel mengenai televisi dari buku karangan Sunardian Wirodono

yang berjudul *Matikan TV-mu*, dan dalam hal penjelasan mengenai tema *Cultural Studies*, penulis sangat terbantu oleh buku karangan Chris Barker yang berjudul *Cultural Studies, Theory and Practice*.

Kemudian penulis akan mencoba menjelaskan kerangka teoritis mengenai budaya secara keseluruhan hingga mengerucut ke budaya massa. Penulis akan menjelaskan konsep mengenai konstruksi budaya massa melalui media televisi dan menempatkan *Cultural Studies* sebagai sudut pandang yang melihat fenomena konstruksi budaya massa tersebut. Untuk mendapatkan pemahaman *Cultural Studies* mengenai media televisi dan budaya massa, penulis kembali sangat terbantu oleh bahan acuan bacaan utama karya Chris Barker yang berjudul *Cultural Studies, Theory and Practice*.

Televisi adalah salah satu dari media massa yang berarti bahwa televisi merupakan sebuah media yang diproduksi untuk kalangan luas secara massal. Televisi, dalam konteks studi media mempunyai sejarah kritis yang membantu mendefinisikan hakikat kajiannya. Gerakan-gerakan kritis dari pelbagai era memiliki kontribusi besar dalam cara menginterpretasikan bagaimana kita memahami televisi: semiotika pada 1960-an, strukturalisme pada 1970-an, postmodernisme dan budaya pop sejak 1980-an.

Menurut John Fiske, televisi adalah sebuah komoditas budaya (*cultural commodity*). Sebuah program pada level finansial adalah produk yang memiliki harga dan dijual kepada khalayak. Namun, pada level kultural, program menjadi jenis produk yang berbeda, di mana khalayak memanfaatkan makna-maknanya dan mendefinisikannya berdasarkan nilai budaya.

Dalam hal ini, budaya tidak didefinisikan dalam pengertian yang sempit, yaitu sebagai objek keadiluhungan estetis (seni tinggi); juga bukan budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sama-sama sempit, yaitu sebagai sebuah proses perkembangan estetis, intelektual, dan spiritual; melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari. Budaya lebih didefinisikan secara politis ketimbang secara estetis, yaitu sebagai ranah konflik dan pergumulan. Selain itu, budaya juga tidak dapat dipisahkan dari sejarah. Teks budaya tidak sekedar merefleksikan sejarah, namun teks budaya tersebut membuat sejarah.

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan kepada khalayak konsumen massa. Budaya massa adalah budaya populer yang diproduksi untuk pasar massal. Pertumbuhan budaya ini berarti memberi ruang yang makin sempit bagi segala jenis kebudayaan yang tidak dapat menghasilkan uang, yang tidak dapat diproduksi secara massal bagi massa seperti halnya kesenian dan budaya rakyat. Melalui kerangka pikir Marxisme, penulis coba ringkaskan bahwa budaya populer merupakan budaya yang diproduksi oleh kelas buruh untuk dikonsumsi oleh kalangan rendah sebagai sarana pemberontakan. Sedangkan budaya massa merupakan sebuah budaya yang diproduksi oleh kaum borjuis (kapitalis) yang kemudian dikonsumsi oleh masyarakat kelas bawah. Ternyata produk budaya dalam budaya massa tersebut ternyata merupakan produk budaya dari kelas buruh dalam budaya populer yang diindustrialisasi (diproduksi secara massal) oleh para kapitalis untuk dapat menghasilkan keuntungan finansial dari produk budaya yang sejatinya merupakan sarana pemberontakan tersebut.

*Cultural Studies* merupakan sebuah kerangka teoritis yang ingin mencoba membaca dan membacakan fenomena-fenomena dinamika kebudayaan yang oleh kita semua sulit dipahami dan sulit dianalisis sosiologis kultural atau antropologis kultural karena kabut asap makna sandi kode-kodenya dalam semiotika maupun kode lain harus dengan kerendahan hati kita masuki dan hidupi di dalamnya dengan *living in* sehingga kode-kode bahasa prokem, bahasa gaul, kode-kode para lesbi, para homo dan mereka-mereka yang terlanjur kita stigmatisasikan sebagai kaum pinggir, kaum diam menemukan juru-juru baca dan tafsirnya.

Distingsi antara kultur yang baik dengan buruk, tinggi dan rendah mempunyai asumsi 'kualitas estetis' yang meliputi penilaian tentang yang indah (*verum*), yang baik (*bonum*) dan yang benar (*pulchrum*). *Cultural Studies* menggugat mereka yang mengklaim universalitas dari tiga hal ini. Konsep yang indah, bentuk dan kualitas itu terbatas secara kultural. *Cultural Studies* menawarkan pisau analisa untuk membedah berbagai kultur yang tidak termasuk ke dalam **K**ultur, yang telah terlanjur kita stigmtisasi sebagai borok kebudayaan besar.

Hanno Hardt (1992, hal. xxiv) menyebutkan bahwa *Cultural Studies* menghadirkan pendekatan yang memungkinkan kita untuk menghindari pemisahan-pemisahan bidang kebudayaan ke dalam adiluhung dan rendah, populer dan elite, dan untuk melihat semua bentuk kebudayaan sebagai pantas untuk penelitian yang cermat dan kritis.

#### I.6 Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

- Menunjukkan bahwa ada sebuah cara kerja mengenai sebuah konstruksi atas budaya massa yang dilakukan oleh media televisi.
- Menunjukkan banyaknya sisi negatif yang terdapat dalam proses konstruksi tersebut.
- Berusaha untuk memberikan dorongan kepada para pemirsa untuk memiliki kesadaran akan bahaya dari sisi negatif yang ditimbulkan oleh konstruksi budaya massa tersebut.
- Menyumbangkan bahan bacaan tambahan mengenai tema budaya massa, media televisi, dan *Cultural Studies* yang penulis anggap masih kurang.
- Mencoba memberikan jalan keluar bagi televisi untuk menjadi media massa yang memberikan pencerahan kepada masyarakat menuju masyarakat yang memiliki budaya yang emansipatoris.

#### I.7 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kepustakaan di mana penulis berusaha mengumpulkan berbagai literatur pendukung untuk penulisan skripsi ini. Selain itu, penulis menggunakan metode analisa kritis yang bertumpu pada pisau analisa *Cultural Studies* yang berusaha untuk menerjemahkan sebuah fenomena sosio-kultural dalam hubungan media televisi dengan budaya massa melalui interpretasi dan analisa kritis atas berbagai teks yang digunakan yang menjadi referensi dalam penulisan ini.

#### I.8 Sistematika Penulisan

### BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, sistematika penulisan, metode penulisan, dan tujuan penulisan.

## BAB 2 TELEVISI, BUDAYA MASSA DAN CULTURAL STUDIES

Dalam bab ini penulis akan mencoba menjabarkan beberapa hal mengenai media televisi. Berbagai isi dalam televisi yang sekiranya merupakan sebuah upaya konstruksi budaya massa. Serta hubungan media televisi dengan budaya massa.

Dalam bab ini penulis akan mencoba memberikan penjabaran mengenai konsep tentang budaya dan budaya massa. Sejarah dan perkembangan budaya massa, dan menyinggung sedikit mengenai hubungan antara media dengan budaya massa.

Selain itu, penulis juga akan menjelaskan beberapa konsep teori mengenai *Cultural Studies*. Bagaimana *Cultural Studies* memandang media (televisi) dan bagaimana pula *Cultural Studies* memandang budaya massa.

## BAB 3 KONSTRUKSI BUDAYA MASSA MELALUI TELEVISI

Dalam bab ini penulis akan berkonsentrasi penuh terhadap masalah konstruksi budaya massa melalui televisi. Bagaimana penjelasan mengenai konstruksi, proses konstruksinya budaya, dan hasil budaya konstruksi media tersebut.

## BAB 4 PANDANGAN CULTURAL STUDIES TERHADAP KONSTRUKSI BUDAYA MASSA

Di dalam bab ini penulis akan mengungkapkan bagaimana pandangan *Cultural Studies* terhadap media televisi, budaya, dan hubungan antara media televisi dan budaya massa dan mengenai konstruksi budaya massa melalui media televisi.

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini adalah bab penutup dari keseluruhan penulisan skripsi. Dalam bab ini penulis akan mencoba memberikan kesimpulan dari keseluruhan skripsi dan sekaligus memberikan catatan kritis mengenai tema yang penulis tulis.