

Bagian Pertama

BERTARUNG LEBIH DARI 15 JAM

“Pemirsa dengan menyaksikan Go Spot, Anda tidak perlu waswas ketinggalan berita selebritis..”

KATA-KATA itu diungkapkan *host* sebuah program *infotainment*¹, “Go-Spot” (Gosip Seputar Orang Ternama) stasiun RCTI, sebagai kalimat pembuka (*opening*) pada jam 07.00 pagi. Penyampaian kata-kata “tidak perlu waswas ketinggalan berita selebritis” tentu bukan tanpa alasan. Penekanan kata-kata tersebut justru merupakan kata kunci untuk menahan penonton program tayangan *infotainment* RCTI, agar tidak memindahkan saluran televisinya. Sebab, pada jam yang sama stasiun televisi lain, yakni SCTV juga menayangkan program tayangan *infotainment* bernama “Was Was”.

Aroma persaingan terutama dengan mengadu jam tayang -- yang lazim disebut sebagai *head to head* – dalam program acara *infotainment* antar-stasiun televisi, nyaris tak terhindari. Dalam beberapa tahun terakhir ini (2002-2005), *infotainment* menjadi salah satu sajian acara yang diandalkan oleh sejumlah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia (RCTI, Trans TV, SCTV, Indosiar, TV 7 atau Trans 7, Global TV, ANTV, Lativi, Metro TV). Ia

¹ Kata “*infotainment*” merupakan kata bentukan yang berasal dari kata “*information*” dan “*entertainment*”, yakni sebuah informasi yang sekaligus menghibur. Konsep *infotainment* pada awalnya berasal dari John Hopkins University (JHU) Baltimore-- universitas yang terkenal dengan berbagai riset kedokterannya dan memiliki jaringan nirlaba internasional yang bergerak dalam misi kemanusiaan untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia melalui kesehatan – di Amerika Serikat. Misi kemanusiaan ini didukung oleh Center of Communication Program (CCP) yang bertugas mengkomunikasikan pesan-pesan kesehatan guna mendorong perilaku masyarakat agar tetap sehat. Dengan konsep *infotainment* ini, JHU sering menampilkan konser musik bagi kaum muda untuk menyampaikan pesan-pesan kesehatan tertentu (lihat Syahputra, 2006: 65-66)

menjadi primadona, yang selalu mendapat jam tayang di setiap stasiun televisi. Program tayangan *Infotainment* merupakan salah satu sajian acara televisi yang menyajikan suatu informasi tentang dunia hiburan. Dan, lebih khusus lagi, ia hanya mengungkap informasi kehidupan para artis di dunia hiburan.

Berdasarkan catatan Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP), frekuensi penayangan program *infotainment* di stasiun televisi swasta nasional dalam lima tahun terakhir menunjukkan frekuensi penayangan yang terus bertambah (lihat Nugroho dkk, 2005). Tahun 2002 misalnya, tercatat frekuensi tayangan sebanyak 24 episode *infotainment* setiap minggu. Atau tiga episode per hari yang ditayangkan 10 stasiun televisi tersebut. Tahun 2003 jumlah itu melonjak menjadi empat kali lipat atau naik 300 persen. Atau, menjadi 101 episode setiap minggu (14 episode per hari). Tahun 2004 frekuensi pun kian bertambah menjadi 151 episode per minggu (22 episode per hari). Sedangkan tahun 2005 penayangan *infotainment* melonjak lagi menjadi 180 episode per minggu (26 episode per hari). Bahkan, selama penelitian ini dilakukan (Januari-Agustus 2007), saya mencatat jumlah program acara *infotainment* yang ditayangkan dalam sehari rata-rata lebih dari 15 jam atau dalam satu minggu lebih dari 210 episode program acara *infotainment* yang ditayangkan. Dengan bertambahnya frekuensi penayangan tersebut, maka kian menumbuhsuburkan nama program tayangan *infotainment*. Dari nama-nama program tayangan *infotainment* tersebut juga terlihat bahwa setiap stasiun televisi (swasta) dalam setiap harinya telah menayangkan lebih dari satu nama program tayangan *infotainment*.

Gambaran tersebut menarik untuk dikaji bahwa program tayangan *infotainment* merupakan salah satu isi siaran media televisi yang memuat strategi komunikasi agar mampu memelihara atau mengubah sikap atau pendapat sasaran demi kepentingan sumber pembuat strategi. Sehingga, dapat dikatakan bahwa televisi ini cenderung mengajak *audience*-nya agar patuh kepada pihak yang menguasai modal komunikasi, baik dalam konteks politik maupun ekonomi (Fiske, 1987).

Sejumlah penayangan melalui stasiun televisi sangat strategis dan efektif untuk mempengaruhi *audience*-nya. Pada pemerintahan Orde Baru misalnya, TVRI – sebagai satu-satunya stasiun televisi – justru dijadikan alat propaganda pemerintah yang strategis dan efektif. Pada waktu itu, pemerintahan Orde Baru melalui Departemen Penerangan (Deppen) RI begitu menguasai dan mengendalikan media penyiaran televisi dalam setiap isi tayangannya. Bahkan menurut Kitley (2000), begitu berpengaruhnya media televisi, sehingga pemerintah Orde Baru turut campur tangan hingga penyusunan program, dalam rangka menyampaikan gagasan politik dan kebudayaan. Demikian juga yang diungkapkan Sen & Hill (2001), Orde Baru mendefinisikan media sebagai kendaraan bagi terciptanya “kebudayaan nasional”

Sedangkan, pada perkembangan sekarang ini, campur tangan negara dalam pengendalian media penyiaran televisi tidak sekuat cengkeraman Deppen RI pada pemerintahan Orde Baru. Saat ini, dominasi negara – baik melalui Departemen Komunikasi dan Informatika (Depkominfo) maupun Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam rangka meregulasi media penyiaran

televisi tidak lagi sekuat pemerintahan Orde Baru.² Dalam perkembangan sekarang ini yang ditandai dengan munculnya para pemodal yang menguasai industri penyiaran televisi di Indonesia, telah terjadi *cultural transgression* akibat mitos-mitos bentukan mereka yang diekspresikan melalui media yang mereka miliki.³

Bertolak dari kenyataan tersebut, saya meyakini bahwa sajian acara yang “bertarung” lebih dari 15 jam dalam sehari itu, ternyata melibatkan sejumlah kepentingan. Ia tidak saja semata-mata atas kepentingan stasiun yang mempunyai jam siaran atau kepentingan negara yang berwenang melakukan regulasi siaran, tetapi juga melibatkan kepentingan sejumlah

² Apalagi, dalam menjalankan regulasi, ternyata antara Depkominfo dan KPI masih diwarnai silang pendapat. Misalnya, terbitnya Peraturan Pemerintah (PP) nomor 50/ 2005 tentang penyelenggaraan penyiaran lembaga swasta. PP tersebut secara garis besar lebih menekankan pada prosedur perizinan penyelenggaraan penyiaran dari tangan Menkominfo. Sementara KPI berdasarkan pada UU Penyiaran No.32 tahun 2002 Pasal 28 F dan Pasal 33 dalam UUD 1945 mengklaim mempunyai wewenang untuk mengeluarkan surat izin penyiaran. Kewenangan perizinan di antara dua institusi negara itulah kemudian menimbulkan perdebatan panjang.

³ Sebagai contoh ketika terjadi gempa dan gelombang tsunami di Aceh dan Pulau Nias, ternyata sebagian besar media televisi dalam waktu bersamaan masih menayangkan acara hiburan dengan bersukaria. Dari contoh tersebut memperkuat argumentasi bahwa telah terjadi perbenturan tentang *the sacred* yang terekspresi melalui media. Media telah mendistorsi makna *the sacred* dan menciptakan makna baru. *The sacred* menjadi form untuk *content* baru produksi media. Dengan senjata media, para partikular tersebut mampu mengkooptasi tindakan individu-individu dalam masyarakat. Hal ini mengingatkan saya pada istilah *the sacred* (ala Durkheimian) yang merupakan pusat pengendalian tindakan individu-individu dalam masyarakat yang masih sederhana. Menurut pemikiran Durkheimian, ciri *structured* dapat menjadi titik tolak ketika memandang kebudayaan merupakan realitas yang terstruktur dan berlaku secara komunal. Sekaligus yang *structured* itu menjadi acuan pengetahuan, gagasan, pandangan hidup, identitas, bahkan tindakan yang berada di luar eksistensi individu. Seperti yang diungkapkan Smith (2001a:82) bahwa pada dasarnya pemikiran Durkheim mengemukakan tentang struktur kebudayaan yang tersusun oleh *the sacred*, klasifikasi, ritus, dan solidaritas yang menentukan pilihan-pilihan individu dalam sebuah masyarakat. Pemikiran Durkheim, lebih memberi tekanan pada struktur dan mengabaikan individu sebagai pelaku kebudayaan. Struktur kebudayaan dipandang sebagai mempersatukan masyarakat, sedangkan masyarakat dalam hal ini dipandang sebagai yang stabil. Masyarakat yang tidak ada konflik kepentingan – baik sosial, material, maupun ideologi—dari satu kelompok atas kelompok lain. Durkheim juga tidak melihat adanya kemungkinan kelompok atau individu-individu tertentu memanipulasi serta menciptakan simbol-simbol budaya dan wacana-wacana. Sehingga, pemikiran Durkheim lebih menempatkan *the sacred* sebagai pusat pengendalian tindakan individu-individu dalam masyarakat.

institusi lain. Sebut saja, rumah produksi, lembaga survei penonton, biro iklan, atau perusahaan yang ingin mempromosikan merek dagangannya. Bahkan, partai politik, ormas, organisasi keagamaan yang mengatasnamakan mewakili *audience*, juga berkepentingan merespons program acara televisi tersebut. Untuk itulah, Fairclough (1995) menyebut proses tersajinya program acara televisi ini sebagai "*hegemonic struggle*" (pertarungan hegemoni), sedangkan Fiske (1987) mengistilahkannya sebagai "*an arena for struggle for meaning*" (arena pertarungan makna), juga Littlejohn (1996) menyebutnya sebagai "*a struggle among ideologies*" (sebuah pertarungan di antara ideologi).

Media penyiaran televisi pada dasarnya merupakan sumber pengetahuan populer bagi kita untuk saling berhubungan dalam wilayah yang tidak terbatas. Televisi menjadi bagian dari, "prakondisi dan konstruksi selektif pengetahuan sosial yang kita gunakan untuk mempersepsi 'realitas' kehidupan orang lain, dan secara imajiner mengkonstruksi hidup kita dan mereka menjadi semacam 'keseluruhan dunia' yang masuk akal bagi kita" (Hall, 1977:140).

Demikian juga menurut Graeme Turner (1991: 128-129), sajian acara televisi pada dasarnya mengkomodasi praktik sosial, yang senantiasa memproduksi representasi realitas sosial. Sebagai sajian acara televisi mampu memproduksi representasi realitas sosial, maka ia telah melibatkan interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku. Tak terkecuali, dengan keberadaan program tayangan *infotainment* di sejumlah stasiun televisi di Indonesia telah menjadi sarana interaksi dan negosiasi yang kompleks dan dinamis dari sejumlah pelaku.

Interaksi dan negosiasi itu, bekerja melalui tiga tahap, yakni, tahap pra-penayangan, penayangan, maupun pasca-penayangan. Pada tahap pra-penayangan misalnya, akan melibatkan rumah produksi. Dalam rumah produksi ini di dalamnya terdapat para pelaku yang masing-masing mempunyai kepentingan, seperti pemimpin redaksi, produser, produser pelaksana, asisten produser pelaksana, koordinator liputan, bagian dokumentasi, bagian editor, bagian visual dan *quality control*, sekretaris redaksi dan tim peliput berita, bahkan juga narasumber berita. Baik pelaku yang mewakili rumah produksi maupun narasumber, pada dasarnya juga mempunyai kepentingan masing-masing. Rumah produksi dapat “menjual” pengalaman si narasumber menjadi isi tayangan *infotainment* yang diproduksi kepada stasiun televisi. Sedangkan kepentingan si narasumber – yang lebih banyak dari kalangan artis atau selebritis -- terhadap *infotainment*, karena sajian acara tersebut dianggap akan memberi kontribusi meningkatkan popularitasnya.

Pada tahap penayangan, sajian *infotainment* juga akan melibatkan kepentingan sejumlah institusi. Sebut saja, kepentingan stasiun televisi, kepentingan rumah produksi, kepentingan biro iklan, kepentingan perusahaan pemasang iklan, serta kepentingan lembaga penentu survei penonton. Stasiun televisi tidak bisa berbuat banyak jika tidak mendapatkan hasil produksi dari rumah produksi. Demikian juga rumah produksi tidak bisa menjual hasil produksinya, jika hasil produksi tersebut tidak sesuai dengan kepentingan stasiun televisi. Stasiun televisi tidak bisa menayangkan sajian *infotainment*, jika tidak mendapat dukungan sponsor atau pemasang iklan. Dukungan sponsor dan pemasang iklan dapat berjalan, jika tayangan tersebut

mampu mengikat perhatian pemirsanya. Tayangan tersebut dinyatakan mampu mengikat perhatian pemirsanya, jika mendapat rekomendasi lembaga survei penonton tentang peringkat tinggi rendahnya (*rating*) sajian acara tersebut ditonton pemirsanya.

Sedangkan pada tahap pasca-penayangan, juga akan melibatkan kepentingan sejumlah institusi dan individu. Sebut saja, kepentingan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yang mengatasnamakan institusi independen bentukan negara untuk memantau isi penyiaran sejumlah stasiun televisi. Bahkan pada tahap pasca-penayangan, sajian acara tersebut juga akan mendapat reaksi dari sejumlah institusi, seperti partai politik, organisasi masyarakat, organisasi keagamaan, atau lainnya.⁴ Dari sinilah, proses tarik menarik kepentingan – baik politik, ekonomi, maupun kepentingan yang lain -- di antara para pelaku tindakan yang memproduksi dan yang merespons sajian acara televisi akan terlihat. Proses tarik menarik kepentingan tersebut bisa berbentuk kerja sama atau bahkan berupa konflik (McQuail 2000).

Tarik menarik kepentingan itulah yang membentuk politik informasi media televisi. Katakanlah, ketika isi siaran televisi (di antaranya berupa tayangan program *infotainment*) dikuasai pemegang ekonomi politik informasi (*political-economy of information*), maka informasi menjadi alat kepentingan para subjek pelaku media untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Para penguasa ekonomi ini kemudian berperan menjadi perumus realitas (*definer*

⁴ Sebut saja, pasca penayangan *infotainment* di bulan Maret 2006 yang memberitakan tentang perceraian antara artis Gusti Randa dengan Nia Paramitha, ternyata sejumlah tokoh Partai Amanat Nasional (PAN) bereaksi atas tayangan tersebut. Sebab, isu yang beredar bahwa perceraian tersebut dipicu oleh adanya “hubungan intim” antara artis Nia Paramitha dengan Ketua Umum PAN, Sutrisno Bachir. Atau, ketika sejumlah *infotainment* di bulan Desember 2006 memberitakan beredarnya video mesum penyanyi dangdut Maria Eva, ternyata ketua umum Partai Golkar, Jusuf Kalla, menanggapi berita tersebut. Sebab, dalam adegan yang tergambar dari video tersebut ternyata si penyanyi dangdut berpasangan dengan tokoh Partai Golkar Yahya Zaini. Juga masih banyak contoh tayangan *infotainment* lain, yang kemudian melibatkan beberapa tokoh masyarakat.

of reality). Artinya, ideologi atau kepentingan para subjek pelaku media akan menelusup melalui tayangan yang diproduksi dan direproduksinya. Apalagi, tayangan yang diproduksi dan direproduksi stasiun televisi tersebut merupakan salah satu teks utama televisi. Sebagai salah satu teks, tayangan televisi bukan hasil rangkaian realitas, melainkan representasi yang terseleksi dan terkonstruksi serta menjadi bagian yang turut membentuk realitas (Barker,2000; Bennet, 1982; Berger dan Luckman, 1990; dan Piliang, 2005).

Terseleksi dan terkonstruksinya realitas tersebut, ditentukan oleh pengetahuan dan tindakan para subjek pelaku tindakan yang terlibat dalam media. Dengan demikian, kenyataan subjektif yang berasal dari pengetahuan dan tindakan subjek pelaku media akan lebih mewarnai sajian acara televisi. Di sisi lain, para pelaku media secara subjektif juga dapat mengubah kategori persepsi dan apresiasi yang mengendalikan berbagai pandangannya tentang realitas sosial melalui tayangan acara televisi tersebut (Severin & Tankard 2005 dan Kottak, 1990).

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tersajikannya program tayangan *infotainment* pada dasarnya lebih ditandai oleh praktik-praktik sosial para pelaku dalam rangka berinteraksi dan bernegosiasi dengan pelaku yang lain. Dalam praktik-praktik sosial para pelaku itulah, sejumlah pelaku melalui relasi-relasi yang ada akan bersaing, berjuang, dan saling mengalahkan, yang secara langsung maupun tak langsung menandai bekerja dan berkontestasinya kekuasaan. Istilah kekuasaan dalam hal ini secara sederhana bisa diartikan sebagai kemampuan individu atau institusi untuk mengendalikan, mempengaruhi, dan membuat pelaku yang lain melakukan sesuatu (Saifuddin, 2005:360-361). Atau dengan kata lain, bekerja dan

berkontestasinya kekuasaan dalam hal ini tidak dilihat sebagai gambaran yang menampilkan para kontestan dalam konstelasi yang statis (Pradipto, 2007). Ia lebih dilihat sebagai proses interaksi dan negosiasi yang di dalamnya kekuasaan bekerja dan berpengaruh dalam konteks tertentu.

Masalah Penelitian

Kajian ini ingin melihat proses bekerjanya kekuasaan dalam sajian acara televisi. Seperti yang telah diuraikan di atas, sajian acara televisi (khususnya program tayangan *infotainment*) pada dasarnya memuat makna kultural yang secara subjektif ditandai oleh pengetahuan dan tindakan para pelaku yang terlibat. Pengetahuan dipahami sebagai representasi gagasan (*ide*) para pelaku, sedangkan bentuk-bentuk tindakan dapat dilihat melalui interaksi dan negosiasi (praktik-praktik sosial) para pelaku. Sebagai representasi gagasan para pelaku, maka pengetahuan tidak bersifat universal, selalu mengambil perspektif, berubah-ubah, dan terikat dalam rezim-rezim kekuasaan (Barker, 2003). Sedangkan menyangkut proses pembentukannya, pengetahuan bekerja ketika interaksi dan negosiasi para pelaku diproduksi dan direproduksi secara terus menerus. Atau dengan kata lain, proses pembentukan pengetahuan lebih ditandai oleh praktik-praktik sosial para pelaku yang terpola. Dalam praktik-praktik sosial para pelaku itulah, kemudian bisa ditemukan cara bekerjanya kekuasaan.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bekerjanya kekuasaan lebih ditandai oleh praktik-praktik sosial sejumlah pelaku dalam rangka proses pembentukan pengetahuan masing-masing. Dalam proses pembentukan pengetahuan yang ditandai oleh praktik-praktik sosial tersebut, sejumlah

pelaku berkontestasi dan mengekspresikan tindakannya dalam bentuk saling mendukung, saling berjuang, saling bersaing, dan bahkan saling menghancurkan (Foucault, 2000). Maka, berkaitan dengan istilah kontestasi kekuasaan dalam sajian acara televisi (khususnya program tayangan *infotainment*) pada dasarnya menunjuk pada penggambaran adanya bermacam hubungan kekuatan yang saling mendukung, berjuang, bersaing, dan menghancurkan di antara para pelaku dalam rangka proses pembentukan pengetahuan tentang suatu sajian acara televisi (*infotainment*).

Berdasarkan kondisi tersebut, maka pertanyaan penelitian yang akan didiskusikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik-praktik sosial para pelaku yang terlibat proses pembentukan pengetahuan dalam sajian acara televisi diproduksi dan direproduksi terus menerus?
2. Bagaimana kontestasi kekuasaan bertolak dari posisi-posisi dan relasi-relasi subjek dalam rangka mengembangkan interaksi berdasarkan kepentingan masing-masing pada sajian acara televisi tersebut?

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sejalan dengan deskripsi di atas, penelitian ini secara kualitatif diharapkan mampu menjelaskan proses produksi dan reproduksi praktik-praktik sosial para pelaku yang terlibat proses pembentukan pengetahuan dalam sajian acara televisi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat mendeskripsikan kontestasi kekuasaan para pelaku bertolak dari posisi-posisi dan relasi-relasi subjek dalam rangka mengembangkan interaksi berdasarkan kepentingan masing-masing pada sajian acara televisi tersebut. Sedangkan manfaat yang

diharapkan adalah memperkaya teori antropologi sebagai upaya dalam memahami tindakan manusia dan kebudayaan melalui konstestasi kekuasaan yang tergambar pada acara televisi tersebut.

Proses Diskusi Membangun Teori

Perkembangan media televisi saat ini sejalan dengan perkembangan sosial. Perkembangan sosial saat ini, pada dasarnya telah melampaui pemikiran modernitas (yang ditandai dengan munculnya industri barang dan jasa) menuju pemikiran pascamodernitas yang cenderung lebih diorganisasikan oleh seputar konsumsi budaya, permainan media massa, dan perkembangan teknologi informasi (Smith, 2001b:214-232). Keberadaan media televisi di era pascamodernitas ini mempunyai pengaruh yang kuat dalam menandai dinamika sosial dan ekonomi masyarakatnya, terutama dalam mengkonsumsi simbol-simbol dan gaya hidup daripada fungsi produksi barang yang menjadi ciri khas era industri. Konsumsi simbol-simbol, gaya hidup, dan dinamika masyarakat terjadi, karena televisi sebagai media telah melakukan konstruksi realitas sosial (Berger dan Luckman, 1990). Realitas sosial dikonstruksi oleh media bertolak dari informasi yang direproduksi. Reproduksi informasi itulah yang merupakan isi media.

Akan tetapi, saya menyadari perkembangan media penyiaran televisi saat ini telah mengalami perubahan. Media penyiaran televisi saat ini justru telah membangun realitas sosial dari sebuah industri yang padat modal dan disajikan terhadap masyarakat yang dinamis dan kontemporer. Melalui media penyiaran televisi saat ini, berlangsung perbenturan yang mengguncang struktur kebudayaan dan sistem komunikasi yang telah mapan (Kottak 1990).

Bertolak dari argumentasi tersebut, maka informasi yang disajikan televisi – yang kemudian menghasilkan isi sajian media — lebih ditentukan oleh para para pengelola yang menguasai media penyiaran tersebut. Apalagi, isi sajian media televisi saat ini akan selalu terus menerus berproses dan mengalami perubahan sejalan dengan kepentingan para pelaku yang terlibat di dalamnya. Sehingga yang perlu didiskusikan dalam kajian ini, bukan bagaimana isi sajian acara televisi mempengaruhi *audience*-nya. Namun, kajian ini akan lebih memahami praktik-praktik sosial sejumlah pelaku ketika mengakses dan menegosiasikan berbagai kepentingannya berkaitan dengan sajian acara televisi tersebut.

Untuk itulah, pendekatan yang lebih memusatkan perhatian pada subjek pelaku tindakan menurut saya akan lebih menentukan, mengarahkan, dan menciptakan proses komunikasi tersebut.⁵ Meskipun dalam kajian ini saya tidak akan menguji teori tersebut, namun pendekatan tersebut dapat saya jadikan *entry point* dalam diskusi teoritik yang bermuara pada pembahasan tentang tindakan manusia. Diskusi tentang tindakan manusia tersebut dapat dilihat dari perbenturan dan tarik menarik antara aturan-aturan normatif dengan pragmatik, serta tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial.

Tarik menarik antara aturan normatif dan pragmatik akan bergerak dari satu situasi ke situasi lain secara terus menerus. Gerakan situasi tersebut

⁵ Beniger dan Gusek (1995:217-248) menyebutkan bahwa pengkajian terhadap perkembangan media saat ini telah mengalami pergeseran. Keberadaan media (terutama televisi) saat ini tidak lagi merupakan hasil dari suatu sistem monolitik yang seragam. Bungin (2006) juga mengatakan bahwa pendekatan behavioral lebih memadai untuk mengkaji perkembangan media saat ini. Ia berkembang dari pendekatan interaksionisme simbolik yang menganggap bahwa struktur sosial tercipta dari interaksi, dan pengetahuan dapat ditemukan melalui metode interpretasi.

akan bermakna jika ditafsirkan dan didefinisikan. Dan, proses penafsiran tersebut akan menjadi perantara antara kecenderungan bertindak dengan tindakan itu sendiri, jika kemudian di antara para pelaku yang terlibat, mendefinisikan tindakannya secara berbeda-beda dalam tindakan sosialnya karena perbedaan posisi mereka dalam situasi tersebut. Sebaliknya, jika di antara para pelaku mampu mendefinisikan tindakannya dalam situasi yang sama, maka hal itu lebih disebabkan adanya persamaan penafsiran, bukan karena struktur organisasi tersebut mampu menentukan dan mengatur tindakan para pelaku (Goffman, 1974).

Sementara menurut Bourdieu (1977), tarik menarik antara pengetahuan dengan tindakan sosial merupakan kegiatan reflektif dan reproduktif. Ia merupakan habitus yang bekerja, baik antara relasi-relasi sosial yang objektif dan interpretasi-interpretasi subjektif, baik antara struktur kognitif (ide) dan realitas sosial (tindakan), maupun antara struktural maupun kultural. Sebab habitus, menurut Bourdieu (1977), merupakan struktur subjektif – atau skema-skema interpretatif yang bekerja secara tersirat -- yang terbentuk dari pengalaman-pengalaman individu berhubungan dengan individu lain dalam jaringan struktur objektif yang ada dalam ruang sosial. Habitus merupakan disposisi yang dapat berubah-ubah berdasarkan situasi yang dihadapi, dan membuat setiap pelaku bereaksi secara efisien dalam semua aspek kehidupannya, yang bekerja tanpa disadari dan nonreflektif (Bourdieu, 1984).

Berkaitan dengan tersajikannya tayangan acara televisi, habitus para pelaku yang terlibat dapat diidentifikasi dari skema-skema yang merupakan perwakilan konseptual benda-benda dalam realitas sosial.

Skema-skema itu berhubungan sedemikian rupa membentuk struktur kognitif yang memberi kerangka tindakan kepada setiap pelaku dalam rangka membangun relasi-relasi pada ranah sosial. Ranah bukan merupakan ikatan intersubjektif antar-individu, namun semacam hubungan yang tanpa disadari, atau posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan (Bourdieu, 1977). Pada ranah inilah selalu berlangsung perjuangan posisi yang dipandang mampu mentransformasikan atau mempertahankan kekuatan. Ranah menjadi sarana kompetisi berbagai jenis modal (ekonomi, politik, dan simbol) yang digunakan dan disebarakan para pelaku untuk membangun relasi kekuasaannya.

Seperti telah disinggung pada deskripsi sebelumnya, proses penyajian acara televisi pada dasarnya lebih ditandai oleh pengetahuan dan tindakan para pelaku berdasarkan interaksi dan negosiasinya. Pengetahuan dan tindakan para pelaku tersebut telah melahirkan makna dalam kehidupan sosial. Dan, makna akan terlihat dari jenis-jenis hubungan sosial tertentu. Dengan demikian, pada dasarnya tindakan sosial terjadi dari interaksi-interaksi kongkret yang melibatkan setiap pelaku untuk merespons dan menafsirkan aturan-aturan (*rules*) yang ada secara aktif, kreatif, bahkan manipulatif. Tindakan sosial para pelaku, di satu sisi bisa menciptakan sistem sosial, tetapi sisi lain juga melawan sistem sosial yang telah tercipta sebelumnya. Hal itu terjadi, karena sebagai subjek pelaku, manusia senantiasa berusaha untuk memanipulasi keteraturan normatif. Bahkan, manusia adalah aktor yang kreatif dari realitas sosialnya (Bailey dalam Saifuddin, 2005:175-180 dan Ritzer, 1992).

Sejalan dengan topik penelitian ini, maka saya akan melihat kekuasaan yang bekerja pada sajian acara televisi dari: (1) perbenturan dan tarik menarik antara struktur dan subjek pelaku tindakan dan (2) posisi-posisi subjek yang secara strategis saling berkaitan, terorganisasi, serta menandai proses pembentukan pengetahuan dan wacana.

Untuk mendiskusikan kekuasaan yang bekerja dari benturan dan tarik-menarik antara struktur dan subjek pelaku tindakan – yang lazim disebut sebagai praktik-praktik sosial-- saya mencoba merujuk pada pemikiran Anthony Giddens (1976, 1979, 1981, 1984, 1990, dan 1991). Sedangkan, untuk mendiskusikan tentang bekerjanya kekuasaan berdasarkan posisi-posisi subjek yang secara strategis saling berkaitan, terorganisasi, serta menandai proses pembentukan pengetahuan dan wacana, saya banyak dipengaruhi pemikiran Michel Foucault (1970, 1972, 1977, 1980, dan 2000). Untuk itulah, pada uraian berikut ini saya akan mendiskusikan dua pemikiran tersebut.

Bekerjanya kekuasaan menurut Giddens (1979), dapat dikaji dari praktik-praktik sosial. Praktik-praktik sosial yang menandai bekerjanya kekuasaan tercipta lantaran hubungan antara *structure* dan *agency*, serta hubungan antara ruang (*space*) dan waktu (*time*). Menurutnya, antara *structure* (struktur) dan *agency* (agensis) tidak harus diposisikan saling berhadapan dan berlawanan. Keduanya justru berhubungan dan membentuk relasi dualitas (*duality*).

Struktur bukanlah sebagai totalitas gejala atau keterkaitan bagian-bagian dari totalitas seperti yang diungkapkan fungsionalisme, bukan pula kode tersembunyi seperti yang diungkapkan penganut strukturalisme. Struktur

adalah aturan (*rules*) dan sumberdaya (*resources*) yang terbentuk dan membentuk praktik sosial. Sedangkan agensi pada dasarnya mengacu subjek pelaku tindakan yang secara kongkret terlibat dalam arus kontinyu tindakan dan peristiwa. Agensi dalam hal ini dimaknai sebagai subjek pelaku tindakan (seterusnya disebut sebagai para pelaku) yang melakukan tindakan sekaligus kemampuannya yang secara sosial sudah ditentukan untuk bertindak dan membuat perbedaan. Praktik-praktik sosial para pelaku pada dasarnya ditentukan oleh suatu struktur atau bentuk pengorganisasian tertentu. Para pelaku tersebut pada dasarnya adalah individu-individu (aktor-aktor) yang telah dikonstruksi secara sosial. Individu-individu tersebut, menurut Giddens (1984), menyusun biografi diri dari masa lalu ke masa depan yang telah diantisipasi. Dengan biografi tersebut, identitas individu-individu tidak lagi dipahami sebagai sesuatu “ciri tetap” atau sekumpulan “ciri secara khas”. Identitas tersebut merupakan “diri” (pribadi) sebagaimana dipahami orang lain secara refleksif terakit dengan biografinya.

Dualitas struktur dan pelaku terletak dalam proses yang menempatkan struktur sosial merupakan hasil (*outcome*) dan sekaligus sarana (medium) praktik sosial, dan prinsip dualitas inilah yang membangun teori strukturasi (lihat Giddens, 1976). Sedangkan istilah ruang dan waktu, merupakan poros yang menggerakkan teori strukturasi. Ruang dan waktu bukanlah arena atau panggung tindakan, melainkan unsur konstitutif tindakan dan pengorganisasian masyarakat. Artinya, tanpa ruang dan waktu tidak ada tindakan, tanpa ruang dan waktu tidak akan terjadi peristiwa dan gejala sosial (Giddens, 1981).

Sejalan dengan pemikiran Giddens tersebut, maka untuk melihat bekerjanya kekuasaan dalam hal ini, perlu diperhatikan praktik-praktik sosial para pelaku yang terlibat secara menyeluruh dalam lintas ruang dan waktu. Praktik sosial para pelaku secara menyeluruh dalam lintas ruang dan waktu itu tertuang dalam aktivitas mereka sehari-hari. Aktivitas tersebut semata-mata bukanlah hasil ciptaan aktor secara individual, melainkan merupakan reproduksi aktivitas-aktivitas tertentu yang telah diorganisasi dalam kontekstualitas ruang dan waktu. Kontekstualitas, menurut Giddens (1984), merupakan sejumlah interaksi yang disituasikan dalam ruang dan waktu. Dengan demikian, kontekstualitas bukanlah ditentukan oleh “tempat” atau “lokasi” terjadinya interaksi, namun lebih ditandai oleh “sarana-sarana antara” yang menciptakan interaksi tersebut. Sarana-sarana antara meliputi interpretasi-interpretasi, fasilitas, maupun norma-norma yang “memperantarai” para pelaku dalam rangka melakukan tindakan atau praktik sosial. Dengan demikian, Giddens memandang kekuasaan bukanlah gejala yang terkait dengan struktur ataupun sistem, melainkan kapasitas yang melekat pada diri si pelaku, dan kekuasaan selalu menyangkut kapasitas transformatif. Artinya, tidak ada struktur tanpa pelaku, begitu pula tidak ada struktur dominasi tanpa relasi kekuasaan yang berlangsung di antara para pelaku.

Giddens (1984:29) menyebutkan ada tiga gugus besar struktur yang melekat dalam praktik sosial para pelaku, yakni struktur signifikasi, dominasi, dan legitimasi. Struktur signifikasi atau penandaan pada dasarnya menyangkut skemata simbolik, pemaknaan, penyebutan bahasa, dan wacana. Struktur signifikasi setelah melalui “sarana antara” berupa bingkai

interpretasi menghasilkan praktik dan tindakan sosial berupa komunikasi. Struktur dominasi (*domination*) atau penguasaan yang mencakup skemata penguasaan otorisasi atas orang (politik) dan penguasaan alokasi atas barang (ekonomi). Struktur dominasi setelah melalui “sarana antara” berupa fasilitas-fasilitas yang ada menghasilkan praktik dan tindakan sosial berupa kekuasaan. Struktur legitimasi (*legitimation*) atau pembenaran yang menyangkut skemata peraturan normatif, yang terungkap dalam tata hukum. Struktur legitimasi melalui “sarana antara” berupa aturan atau norma yang ada menciptakan praktik dan tindakan sosial berupa sanksi-sanksi.

Menurut Giddens, tindakan-tindakan yang dilakukan para pelaku dalam kehidupan sehari-hari merupakan tongkat penuntun interaksi sosial. Interaksi sosial setiap pelaku kemudian membentuk kaidah-kaidah, konvensi, aturan, dan norma. Akan tetapi, Giddens (1984) meyakini bahwa norma dan aturan tersebut tidak selamanya bertahan dan mampu mengorganisasikan berbagai praktik sosial para pelaku yang terus berlangsung. Ada kalanya ia menjadi usang, sehingga para pelaku melalui praktik sosial— dengan kekuasaan yang melekat di dalamnya -- kemudian akan memperbarui dan mentransformasi struktur tersebut sejalan praktik sosial yang terus berkembang. Bekerjanya kekuasaan bagi Giddens, dapat dipelajari dari cara para pelaku memproduksi dan mereproduksi struktur sosial melalui interaksi-interaksi di antara mereka. Dari interaksi-interaksi tersebut, menurut Giddens (1979 dan 1984), tidak mungkin terjadi penguasaan total atas pelaku tertentu terhadap pelaku lain, yang tercipta adalah dialektika kontrol (*the dialectic of control*). Artinya, dalam kekuasaan selalu terlibat relasi otonomi dan ketergantungan, baik pada tataran yang menguasai maupun yang dikuasai, bekerja saling mengontrol.

Bertolak adanya para pelaku yang saling mengontrol itulah, menurut Giddens (1984), istilah kekuasaan menjadi berbeda dengan istilah dominasi. Dominasi, lebih mengacu pada skemata asimetri hubungan tataran struktur, terutama mencakup skemata penguasaan atas orang (politik) dan barang (ekonomi). Sedangkan kekuasaan menyangkut kapasitas yang terlibat dalam hubungan sosial pada tataran pelaku (interaksi dan praktik sosial). Dengan kata lain, kekuasaan bekerja tidak dilihat dari otoritas penguasaan akses politik dan ekonomi yang dimiliki oleh salah satu pelaku terhadap pelaku yang lain, namun kekuasaan bekerja dalam praktik-praktik sosial sejumlah pelaku dalam rangka mereproduksi dua struktur dominasi (politik dan ekonomi) di atas.

Sedangkan istilah kekuasaan, menurut Foucault (1975), bukan merupakan sebuah benda yang bisa dimiliki, diberikan atau dipindahtangankan. Kekuasaan merupakan suatu strategi yang kompleks dalam suatu masyarakat dengan mekanisme tertentu. Kekuasaan pada dasarnya dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup di mana ada banyak posisi yang secara strategis berkaitan satu dengan yang lain dan senantiasa mengalami pergeseran. Di sinilah strategi berlangsung di mana-mana. Artinya, dimana terdapat susunan, aturan-aturan, dan sistem-sistem regulasi, serta ada manusia yang saling berhubungan dengan yang lain, maka di situ pula kekuasaan bekerja.

Menurut Foucault (dalam Bertens 2001), kekuasaan mempunyai banyak bentuk dan penerapan dari bentuk-bentuk kekuasaan berbeda-beda berdasarkan *setting* masing-masing. Kekuasaan juga terdapat pada sejumlah institusi, dan struktur kekuasaan tidak dapat diartikan sebagai struktur yang

mantap. Ia justru akan selalu berubah sejalan dengan interaksi yang terjadi secara terus-menerus -- baik berupa perjuangan, perebutan, maupun persaingan – serta berkembangnya cara berfikir dan perilaku para pelaku. Dengan demikian, kekuasaan pada dasarnya akan selalu dinamis dan menyebar tanpa bisa dilokalisasi, serta meresap dalam seluruh jalinan hubungan sosial (Foucault, 1980).

Kekuasaan selalu bertautan dengan pengetahuan, sebab manusia ketika melakukan interaksi dengan yang lain akan selalu mengkonstruksi, mendekonstruksi, dan merekonstruksi pengetahuannya (Foucault, 2000). Pengetahuan itu berasal dari relasi-relasi kekuasaan yang menandai keberadaan subjek (1980). Dengan demikian, kekuasaan dan pengetahuan merupakan dua sisi yang bekerja dalam proses yang sama. Kekuasaan selain membentuk pengetahuan, juga memproduksi wacana. Wacana pada dasarnya “menyatukan” bahasa dengan praktik. Wacana mengacu pada produksi pengetahuan melalui bahasa yang memberi makna pada benda-benda material dan praktik-praktik sosial. Wacana juga dipahami sebagai penjelasan, pendefinisian, pengklasifikasian, dan sistem-sistem abstrak pemikiran. Wacana menyediakan kita cara-cara memperbincangkan sesuatu topik tertentu, baik bertautan dengan ide, praktik-praktik, maupun bentuk-bentuk pengetahuan yang diulang-ulang di beberapa wilayah aktivitas. Topik-topik atau objek-objek itu diperbincangkan tidak harus pada tempat atau lokasi yang sama, ia bisa terjadi pada lintas lokasi, bahkan lintas ilmu. Di situlah muncul istilah “formasi diskursif”, yaitu suatu pola peristiwa-peristiwa diskursif yang mengacu pada sebuah objek di sejumlah wilayah. Formasi diskursif merupakan peta-peta makna yang telah diregulasi (Foucault, 1980).

Foucault juga menolak pemikiran Marxian yang menyatakan bahwa kekuasaan dapat dilihat suatu proses dimana si A menguasai si B dan kemudian – setelah beberapa syarat terpenuhi -- si B menguasai si A. Kekuasaan, menurut Foucault, adalah strategi yang bekerja tidak melalui suatu penindasan dan represi, ia bekerja melalui normalisasi dan regulasi. Normalisasi dalam arti menyesuaikan dengan norma-norma, sedangkan regulasi berarti menciptakan aturan-aturan. Dalam wilayah pekerjaan misalnya, normalisasi mempunyai peranan penting. Pekerjaan hanya dimungkinkan karena normalisasi yang menjadikan manusia tenaga kerja. Di samping fungsi-fungsi lain (seperti fungsi produktif), pekerjaan mempunyai fungsi disipliner. Ini berarti bahwa pekerjaan merupakan salah satu cara melatih dan menanamkan disiplin.

Normalisasi dan regulasi ini bekerja pada suatu taraf kehidupan manusia atau masyarakat dan berfungsi sebagai alat (teknologi) penyaring atau mesin kontrol (lihat Foucault, 1977). Teknologi tersebut memproduksi “tubuh-tubuh yang patuh” yang bisa “di-subjek-an, digunakan, diubah, dan diperbaiki”. Teknologi tersebut oleh individu digunakan untuk mengubah dirinya menjadi subjek. Untuk dapat mewujudkan normalisasi tersebut perlu dikembangkan suatu sistem kontrol yang amat kompleks. Biasanya sistem kontrol berupa bentuk hirarki (ada yang berposisi di atas dan ada yang berposisi di bawah). Yang menjadi salah satu perhatian Foucault adalah subjektivitas yang terbentuk dari posisi-posisi subjek di dalam wacana. Maksudnya, sang subjek yang berbicara bukanlah pencipta atau pemilik pernyataan. Ia tergantung pada posisi-posisi diskursif yang tersedia. Artinya, posisi-posisi “bisa saja diisi oleh individu mana pun, dan dalam hal ini,

seorang individu juga pada gilirannya nanti, masih dalam satu rangkaian pernyataan yang sama, bisa menempati posisi yang berbeda sekaligus seolah-olah memainkan peran beberapa subjek yang berbeda” (Foucault, 1972).⁶ Bertolak dari pernyataan tersebut, Foucault pada dasarnya telah menjelaskan bahwa tatanan sosial dibentuk oleh wacana-wacana kekuasaan yang kemudian melahirkan subjek-subjek. Subjek-subjek tersebut kemudian membentuk dan mereproduksi tatanan itu.

Kendati konsep Giddens dan Foucault dalam merespons bekerjanya kekuasaan berangkat dari kacamata yang berbeda, namun pada titik-titik tertentu kedua pemikiran tersebut saling bersentuhan. Giddens melihat bekerjanya kekuasaan dari bawah ke atas, sementara Foucault melihat bahwa bekerjanya kekuasaan dari atas ke bawah. Giddens melihat bekerjanya kekuasaan dari praktik-praktik sosial para pelaku (agensi), sedangkan menurut Foucault bekerjanya kekuasaan dari proses pembentukan pengetahuan yang kemudian memproduksi wacana tentang subjek. Secara garis besar, titik-titik persentuhan pemikiran Giddens dan Foucault antara lain dapat diperhatikan pada penjelasan berikut:

Pertama, baik Giddens maupun Foucault melihat bahwa bekerjanya kekuasaan tidak mengacu pada suatu sistem umum dominasi oleh suatu kelompok terhadap kelompok lain. Artinya kekuasaan tidak berasal dari suatu otoritas yang dimiliki oleh suatu individu atau institusi, namun kekuasaan bekerja berdasarkan relasi yang terorganisasi, dan dipraktikkan dalam suatu ruang lingkup di mana ada banyak posisi yang secara strategis saling

⁶ Istilah posisi subjek mengacu pada ruang kosong atau fungsi-fungsi dalam wacana yang darinya dunia dipahami. Subjek yang berbicara (*the speaking subject*) tergantung pada eksistensi posisi diskursif yang ada lebih dahulu. Wacana menyusun sang “Aku” (subjek) melalui proses-proses pemaknaan (Barker, 2000).

berkaitan. Posisi-posisi yang secara strategis saling berkaitan itu adalah para pelaku (agensi) terlibat dalam praktik sosial (Giddens) atau sejumlah subjek yang merupakan hasil sebuah wacana (Foucault). Dengan demikian, baik Giddens maupun Foucault mengakui bahwa kekuasaan bukan sebuah benda yang bisa dimiliki atau dipindahtangankan. Seseorang atau institusi tidak bisa memiliki kekuasaan, memindahtangankan atau memberikan kepada orang atau institusi lain, kekuasaan merupakan strategi yang kompleks dan bekerja dalam hubungan-hubungan tertentu di antara para pelaku yang terlibat.

Kedua, bekerjanya kekuasaan tidak melalui penindasan dan represi, namun menyesuaikan dengan norma-norma dan aturan-aturan yang berfungsi sebagai “alat penyaring” atau kontrol dari masing-masing pelaku tindakan. Giddens mengistilahkan pengawasan tersebut sebagai “dialektika kontrol” sedangkan Foucault menyebutnya sebagai “pendisiplinan”.

Ketiga, bekerjanya kekuasaan tidak sekedar menunjuk *setting* dalam arti tempat atau lokasi terjadinya interaksi, namun *setting* dipahami sebagai “sarana-sarana antara” yang mampu mengakomodasi terjadinya interaksi-interaksi (Giddens). Sehingga bekerjanya kekuasaan tidak hanya terpaku secara eksklusif pada satu tempat atau lokasi tertentu saja, namun secara dinamis ia mengalir lintas lokasi (Foucault).

Sejalan dengan titik-titik persentuhan dua pemikiran Giddens dan Foucault tersebut, maka ketiga poin di atas membekali saya dalam rangka membuat kerangka acuan bekerja dan berkontestasinya kekuasaan pada sajian acara televisi, khususnya program tayangan *infotainment*. Kerangka acuan tersebut secara metodologis telah membantu proses diskusi dalam

rangka membangun teori dalam kajian ini. Kerangka acuan yang saya maksud dalam hal ini, terutama menyangkut empat hal sebagai berikut:

Pertama, kekuasaan saya pahami sebagai proses pembentukan pengetahuan yang memproduksi suatu wacana (diskursus) bekerja melalui praktik-praktik sosial dalam ruang lingkup tertentu dimana terdapat sejumlah posisi yang secara strategis saling berkaitan. Kekuasaan terdistribusi melalui relasi-relasi sosial yang saling berkontestasi, dan tidak dapat direduksi ke dalam bentuk-bentuk dan penentu yang terpusat.

Kedua, kontestasi kekuasaan menunjuk pada situasi strategis yang rumit (konstelasi) pada masyarakat tertentu, dimana kontestasi saya asumsikan sebagai bermacam hubungan kekuatan yang saling mendukung, berjuang, bersaing, dan menghancurkan, yang menandai proses pembentukan pengetahuan dan memproduksi wacana. Kontestasi kekuasaan di sini tidak dilihat sebagai suatu gambaran yang menampilkan para kontestan dalam konstelasi yang statis, tetapi ia mesti dipahami sebagai kontestasi pemikiran para pelaku dimana kekuasaan berpengaruh dalam konteks tersebut.

Ketiga, posisi para pelaku (agensi) dalam kontestasi kekuasaan pada dasarnya adalah subjek yang melakukan praktik-praktik sosial, dan mereka ditentukan oleh suatu struktur atau bentuk pengorganisasian tertentu. Mereka merujuk pada identitas-identitas yang telah diorganisasi dan dikonstruksi secara sosial menjadi individu-individu (aktor-aktor) yang secara kongkret terlibat dalam arus kontinyu tindakan dan peristiwa dalam pertentangan ruang dan waktu.

Keempat, program tayangan *infotainment* adalah salah satu sajian acara televisi (swasta) di Indonesia telah memberi kontribusi pada pembentukan pengetahuan yang ditandai dengan bekerjanya kekuasaan melalui relasi-relasi yang ditandai oleh praktik-praktik sosial sejumlah pelaku yang saling berkontestasi. Kontestasi kekuasaan dalam sajian acara televisi pada dasarnya menunjuk pada penggambaran adanya bermacam hubungan kekuatan yang saling mendukung, berjuang, bersaing, dan saling menghancurkan dari sejumlah pelaku yang secara strategis saling berkaitan dalam rangka proses pembentukan pengetahuan dan memproduksi wacana tentang sajian acara televisi (*infotainment*).

Bekerjanya kekuasaan dalam program tayangan *infotainment* kalau diilustrasikan menjadi sebuah skema dapat diperhatikan pada *Bagan 01* berikut:



Bertolak dari *Bagan 01* tersebut, mengkaji bekerjanya kekuasaan dalam program penayangan *infotainment* pada dasarnya dapat Dimulai dari titik manapun yang bergerak dalam lingkaran tidak terputus. Katakanlah, dimulai dari pengertian kekuasaan sebagai relasi, maka kekuasaan dipahami sebagai sesuatu gambaran jalinan yang tidak tunggal, tidak homogen, dan tidak utuh. Ia justru merupakan jalinan yang kompleks di antara sejumlah interaksi dan peristiwa dalam praktik-praktik sosial sejumlah pelaku dengan posisi yang menyebar. Kekuasaan tidak bisa direduksi dalam bentuk penentu yang terpusat. Artinya, bekerjanya kekuasaan tidak hanya ditentukan oleh dominasi atau otoritas salah satu pelaku terhadap pelaku yang lain. Justru di antara para pelaku ditandai oleh teknologi pengaturan yang bekerja secara produktif saling mengontrol, saling menciptakan ketergantungan, saling bersaing, dan saling melawan. Bekerjanya kekuasaan secara produktif tersebut juga ditandai oleh konstruksi, dekonstruksi, dan rekonstruksi pengetahuan para pelaku dan diekspresikan dalam sejumlah tindakan yang memproduksi wacana. Dari sejumlah rangkaian itulah menandai adanya konstelasi kekuasaan yang berlangsung terus menerus, yang kemudian menciptakan kontestasi kekuasaan dalam sajian acara televisi.

Proses Penelitian

Kajian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif, yang lebih menekankan pada proses daripada hasil, serta cenderung melibatkan hubungan kepercayaan antara peneliti dengan informan. Artinya, keterlibatan

saya sebagai peneliti akan menempatkan informan tidak hanya sebatas menjawab pertanyaan yang saya ajukan, tetapi ia juga memberi informasi yang terkait tanpa harus saya tanyakan.⁷

Kajian yang bersifat deskriptif analitis ini, saya lakukan sejak awal bulan Januari hingga Agustus 2007. Dan, ada dua tahap yang saya lakukan dalam penelitian ini. Tahap *pertama*, saya melakukan *review* beberapa literatur, merekam sejumlah program acara *infotainment* yang ditayangkan sejumlah stasiun televisi, kemudian menentukan *setting* penelitian. Sedangkan tahap *kedua*, adalah saya melakukan penelitian lapangan berupa pengkajian secara komprehensif – baik dengan melakukan observasi maupun wawancara dengan informan – terhadap subjek kajian, sekaligus melakukan analisis temuan lapangan tersebut, serta menuliskan etnografinya.

Pada tahap *review* literatur saya mendapatkan sejumlah rujukan tentang data historis keberadaan media televisi, serta latar belakang munculnya sajian acara *infotainment* di sejumlah stasiun televisi swasta nasional di Indonesia.⁸ Referensi tersebut saya dapatkan dari jurnal, surat kabar, internet, makalah seminar, buku-buku teks, dan sejumlah laporan penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya. Sedangkan rekaman

⁷ Hal ini secara metodologis memberi arahan bahwa pengertian informan berbeda dengan responden. Meskipun keduanya sama-sama memberi informasi kepada peneliti. Akan tetapi, pengertian responden lebih sebatas memberi informasi karena atas permintaan peneliti, sedangkan informan akan lebih cenderung membangun hubungan dengan peneliti, karena si peneliti membutuhkan informasi. Dengan melibatkan hubungan antara peneliti dengan informan, maka akan terlihat gambaran subjek penelitian dalam rangka membangun hidup, pengalaman, dan struktur dunianya secara masuk akal (Creswell, 1994).

⁸ Data historis tersebut saya respons sebagai sebuah dokumen yang memberi masukan tentang latar belakang konstelasi kekuasaan yang bekerja dan berkontestasi di media televisi selama ini. Sebagai dokumen ia tidak saya tempatkan menjadi bahan uji data lapangan yang saya peroleh dari pengamatan dan wawancara langsung dengan sejumlah informan. Akan tetapi, jika terjadi persamaan informasi antara isi dokumen dengan hasil pengamatan dan wawancara selama saya melakukan penelitian di lapangan tentu tidak bisa saya hindari.

sajian acara *infotainment*, saya dapatkan dari Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP), PT Bintang Advis Multimedia, dan stasiun RCTI.⁹

Dari *review* literatur dan rekaman sajian acara *infotainment* tersebut, saya mendapatkan gambaran tentang: (1) hubungan antara rumah produksi yang meracik sajian acara dengan stasiun televisi yang menayangkan program tayangan *infotainment*; (2) tema dan jenis informasi yang selama ini menjadi isi program tayangan *infotainment*; dan (3) kriteria narasumber yang dijadikan bahan berita program tayangan *infotainment*.

Pada tahap berikut saya menentukan *setting* penelitian lapangan. Pada tahap penentuan *setting* inilah, saya mengalami kegamangan. Kegamangan terjadi karena kompleksitasnya permasalahan dan melibatkan banyak pelaku yang tidak menetap dalam satu lokasi dan satu institusi. Sehingga, dalam benak saya muncul pertanyaan: “Dari mana saya harus memulai melakukan penelitian lapangan yang ruang lingkup kerjanya harus dengan melakukan wawancara dan observasi, sekaligus menggambarkan secara holistik kebudayaan subjek penelitian?”

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan terdahulu, tarik menarik kepentingan yang kemudian membentuk kontestasi kekuasaan sajian acara *infotainment* pada dasarnya lebih membangun diskusi tentang

⁹ Di kantor KPIP Jalan Gajah Mada, Jakarta Barat itu pula saya bisa mentranskrip isi tayangan *infotainment* dari sejumlah stasiun televisi. Sebab, di sana terdapat 18 set perangkat komputer, sembilan saluran Indovision, 20 unit *tv reciever* berukuran 21 inc, yang digunakan untuk merekam sejumlah acara televisi di Indonesia, selama 24 jam. Dari tempat inilah saya dapat mengungkap tema-tema apa saja yang telah disajikan program acara *infotainment* dari sejumlah stasiun televisi. Meskipun saya tidak bisa mendapatkan rekaman audio-visual acara *infotainment* tersebut, namun dari KPIP ini saya mendapatkan lebih dari 50 transkrip sajian acara *infotainment* yang telah ditayangkan sejumlah stasiun televisi. Sedangkan untuk mendapat rekaman audio visual acara *infotainment*, saya terpaksa membeli dari depertemen news stasiun televisi RCTI, yang setiap segmennya dijual seharga Rp 500 ribu rupiah. Jika dalam satu topik berita terdiri dari dua hingga lima segmen maka harganya dikalikan Rp 500 ribu. Akan tetapi, lantaran pembelian hasil rekaman itu bukan untuk dikomersialkan, maka saya mendapatkan *discount* 50 persen.

proses pembentukan pengetahuan yang memproduksi wacana. Ia terdistribusi melalui relasi yang menyebar, dan tidak memusat hanya pada satu individu atau institusi. Untuk itu, saya menyikapi *setting* dalam penelitian ini tidak hanya menunjuk pada kesatuan tempat atau lokasi terjadinya interaksi, tetapi cenderung pada penggambaran proses bekerjanya kekuasaan tersebut. Artinya, *setting* dalam hal ini lebih menyangkut “sarana-sarana antara” yang mampu dijadikan “media perantara” bagi para pelaku dalam rangka berinteraksi atau melakukan praktik-praktik sosial.

Sebagai salah satu “media perantara” bagi para pelaku, maka *setting* yang diharapkan adalah *setting* yang: (1) mampu mengakomodasi praktik sosial sejumlah kepentingan para pelaku yang terlibat dan (2) menjadi sarana proses interaksi dan terciptanya relasi-relasi kekuasaan masing-masing pelaku. *Setting* yang demikian terbagi menjadi tahap peracikan atau pra-penayangan, tahap penayangan, hingga tahap pasca-penayangan program *infotainment*.

Dengan pertimbangan tersebut, “*entry point*” yang saya ambil dimulai dari mempelajari sejumlah interaksi pada proses peracikan sajian acara *infotainment* yang dilakukan rumah produksi. Interaksi-interaksi pada proses peracikan tersebut menandai tahap pra-penayangan program tayangan *infotainment*. Dari hasil racikan rumah produksi inilah program *infotainment* dijual ke stasiun televisi yang kemudian memasuki tahap penayangan. Setelah program *infotainment* ditayangkan, ia akan memasuki tahap pasca-penayangan dengan ditandai munculnya reaksi sejumlah subjek yang merespons sajian acara televisi tersebut. Rangkaian proses – baik tahap pra-penayangan, penayangan, maupun pasca-penayangan – program

infotainment tersebut, pada dasarnya telah melahirkan posisi-posisi subjek yang saling berelasi, saling mengontrol, serta menentukan bekerjanya kekuasaan pada sajian acara televisi tersebut.

Atau dengan kata lain, tahap pra-penayangan, penayangan, dan pasca-penayangan program *infotainment* dapat dilihat sebagai suatu siklus yang menggambarkan proses interaksi dan negosiasi secara dinamis. Proses itu terus menerus bergerak, sehingga masing-masing subjek pelaku selalu berelasi dan membentuk praktik-praktik sosial berupa lingkaran yang tak terputus. Sehingga dalam rangka mengkaji bekerjanya kekuasaan dalam program *infotainment* pada dasarnya dapat dimulai dari interaksi pada *setting* manapun, yang pada dasarnya membentuk lingkaran tidak terputus seperti *Bagan 02* berikut:



Untuk mengakomodasi tuntutan *setting* yang tidak sekadar menunjuk “tempat” terjadinya interaksi, maka saya menentukan subjek peneliti dari setiap tahapan interaksi. Misalnya, untuk menggambarkan tahap pra-

penayangan, saya memulainya dengan menentukan agensi peracik atau tempat diraciknya program *infotainment*. Tempat yang saya pilih untuk melihat proses peracikan program *infotainment* tersebut adalah, rumah produksi PT Bintang Advis Multimedia. Pertimbangan saya memilih PT Bintang Advis Multimedia antara lain sebagai berikut: (1) rumah produksi tersebut merupakan salah satu pelopor produksi *infotainment* sejak sepuluh tahun lalu dan hingga sekarang masih bertahan; (2) rumah produksi tersebut juga termasuk dalam satu kelompok rumah produksi PT Bintang Group yang meracik sejumlah sajian acara *infotainment* seperti “Buletin Sinetron” (RCTI), “Cek & Ricek” (RCTI), “Halo Selebriti” (SCTV), “Kroscek” (Trans TV), “Great Romances” (Metro TV), dan “Rumors” (Metro TV).

Di antara paket acara *infotainment* tersebut, yang masih bertahan diracik rumah produksi PT Bintang Advis Multimedia tersebut adalah “Cek & Ricek” (RCTI), “Halo Selebriti” (SCTV), “Kroscek” (Trans TV). Dan, masing-masing paket acara tersebut, mempunyai manajemen, karyawan, studio, serta jam tayang tersendiri. “Cek & Ricek” ditayangkan di stasiun RCTI pada hari Selasa, Rabu, Jumat, dan Sabtu jam 15.00 (sebelum minggu ketiga bulan Juni 2007 ia bertahan selama sepuluh tahun ditayangkan pada jam 16.00 WIB), “Halo Selebriti” ditayangkan di stasiun SCTV pada hari Selasa dan Kamis jam 11.00 WIB. Sedangkan, “Kroscek” ditayangkan di Trans TV setiap hari (Senin-Minggu) jam 15.30.

Dari ketiga paket acara *infotainment* yang diproduksi Bintang Advis Multimedia tersebut, “Cek & Ricek” merupakan paket yang paling lama bertahan. Sajian acara yang ditayangkan di RCTI sejak tahun 1997 itu dianggap sebagai *infotainment* “primadona” bagi Bintang Advis Multimedia.

Paket acara ini mendapatkan *rating* tinggi dalam bulan-bulan ketika proses penelitian ini berlangsung dibandingkan sejumlah sajian *infotainment* yang ditayangkan di sejumlah stasiun televisi lain. Ia juga telah mendapatkan penghargaan *Panasonic Award* selama enam kali berturut-turut (tahun 2000-2005) sebagai acara *infotainment* terfavorit yang disukai penonton .

Dengan pertimbangan itulah, saya menetapkan redaksi “Cek & Ricek” menjadi salah satu subjek penelitian ini. Dari sinilah, saya bisa mendapatkan data tentang: (1) gambaran praktik dan tindakan sosial para pelaku yang terlibat proses produksi dan reproduksi pengetahuan dalam sajian acara televisi; (2) gambaran kontestasi kekuasaan bertolak dari posisi-posisi dan relasi-relasi subjek dalam rangka mengembangkan interaksi berdasarkan kepentingan masing-masing.

Dari redaksi “Cek & Ricek”, saya dapat mengamati tindakan individu-individu secara intens.¹⁰ Hal itu saya lakukan, untuk melihat interaksi dan negosiasi mereka di dalam lingkungan redaksi maupun interaksi di luar lingkungan redaksi. Dalam lingkungan redaksi dapat diamati interaksi dan negosiasi pemimpin redaksi, produser, produser pelaksana, asisten produser pelaksana, koordinator liputan, bagian dokumentasi, bagian editor, bagian visual dan *quality control*, sekretaris redaksi, serta peliput berita. Pengamatan

¹⁰ Pengamatan secara intens saya lakukan sebagai konsekuensi dari cara pandang yang lebih berorientasi behavioral, pada individu-individu (informan) yang menjadi subjek pelaku tindakan. Sebab, peran subjek pelaku tindakan dalam pendekatan ini memberi implikasi pula pada hubungan antara makna (situasi) dan pelaku yang terekspresi melalui aksi, pemberian arti, dan representasi diri dari identitas masing-masing individu. Dari sinilah terlihat adanya interaksi, karena masing-masing pelaku mengartikan konteks dan situasi secara berbeda-beda. Teknik pengamatan terlibat secara intens inilah menjadi titik tolak utama dalam pengumpulan data penelitian ini yang cenderung terfokus pada mengkaji masalah proses tindakan para agen yang terlibat dalam proses sajian acara *infotainment* diproduksi dan direproduksi melalui interaksi dan negosiasi terus menerus. Selain itu, dengan teknik ini diharapkan dapat mengungkapkan data yang tidak secara langsung diartikulasikan oleh informan tetapi muncul pada tempat dan peristiwa yang sedang diamati (Creswell, 1994).

secara intens di dalam lingkungan redaksi, saya lakukan dengan terlibat secara langsung dalam proses produksi, seperti mengikuti rapat redaksi, perekaman gambar, penyuntingan dan pengisian suara, hingga pengolahan bahan berita tersebut menjadi produksi acara *infotainment*. Sedangkan pengamatan di luar lingkungan redaksi saya lakukan dengan mengikuti kegiatan peliputan berita. Dengan mengikuti kegiatan peliputan berita, saya bisa mengamati tentang interaksi dan negosiasi antara individu-individu yang merepresentasikan redaksi rumah produksi dengan narasumber yang akan dijadikan bahan berita.

Sedangkan untuk subjek penelitian pada tahap penayangan program *infotainment*, saya memilih stasiun RCTI. Pertimbangan saya memilih stasiun RCTI, antara lain *pertama* saya ingin melihat interaksi dan relasi berkaitan dengan tayangan “Cek & Ricek” yang diproduksi Bintang Advis Multimedia dan dibeli oleh RCTI. *Kedua*, RCTI merupakan stasiun televisi swasta pertama di Indonesia dan sekaligus menjadi pelopor penayangan program *infotainment* yang menggerakkan sejumlah stasiun televisi lain untuk mengikutinya. *Ketiga*, jenis program *infotainment* RCTI, termasuk program tayangan terfavorit yang disukai penonton, yang ditandai dengan penghargaan *Panasonic Award* selama tujuh kali berturut-turut (tahun 2000 hingga 2005 program tayangan “Cek & Ricek” sedangkan tahun 2006 dipegang oleh program tayangan “Silet”).

Kendati demikian, harus saya diakui, ketika melakukan penelitian di stasiun RCTI lebih banyak dalam bentuk wawancara dengan sejumlah informan – baik secara langsung, melalui telepon, maupun via internet -- daripada pengamatan. Pengumpulan data melalui pengamatan di stasiun

televisi tersebut, ternyata tidak bisa seintens ketika saya melakukan pengamatan di rumah produksi PT Bintang Advis Multimedia. Ada beberapa hal yang membuat saya tidak bisa intens dalam melakukan pengamatan di stasiun televisi tersebut: (1) RCTI adalah perusahaan modern yang menuntut profesionalisasi dan kompetensi masing-masing karyawan berdasarkan tugas dan wewenang masing-masing; (2) dengan pembagian tugas dan wewenang itulah, masing-masing departemen tidak boleh diakses atau disebarluaskan; dan (3) RCTI adalah satu stasiun televisi yang sedang bersaing dengan sejumlah stasiun televisi lain, maka sejumlah strategi yang dikembangkan merupakan rahasia perusahaan, dan tidak diperbolehkan diakses oleh siapa pun (termasuk untuk kepentingan penelitian ini).

Selain itu, saya juga mempelajari gambaran tentang tahap pasca penayangan melalui sistem regulasi industri penyiaran pada Komisi Penyiaran Indonesia Pusat (KPIP). Ia merupakan lembaga negara yang menjadi pemegang regulasi, pengontrol, dan pengawas sejumlah isi tayangan stasiun televisi (termasuk program *infotainment*). Dari KPIP ini pula saya bisa mengumpulkan sejumlah dokumen tentang hasil pemantauan lembaga tersebut selama ini, serta melakukan wawancara dengan sejumlah informan tentang sistem regulasi berkaitan dengan program *infotainment* tersebut. Pada penelitian lapangan di tahap ini, saya juga mempelajari bagaimana bekerjanya *TV rating* dari Nielsen Media Research (NMR), yang selama ini dijadikan salah satu alat kontrol tentang keberhasilan dan kegagalan suatu program acara di televisi. Selain itu, saya juga memperhatikan sejumlah ormas, parpol, atau yang lain – sebagai representasi *audience* -- dalam merespons sajian acara televisi tersebut.

Hasil pengamatan dan wawancara di sejumlah *setting* itu pulalah, kemudian saya analisis menjadi sebuah deskripsi etnografis yang secara kronologis menjadi tulisan sebagai berikut.¹¹

Bagian Pertama, saya mendiskusikan tentang fenomena persaingan sajian acara *infotainment* yang selama ini telah menguasai sebagian besar jam tayang stasiun televisi swasta nasional di Indonesia. Di bagian ini, saya menguraikan tentang masalah, tujuan, manfaat, proses diskusi membangun teori, dan alur penelitian dalam merespons fenomena tersajikannya acara televisi.

Bagian Kedua, saya menguraikan tentang bagaimana konstelasi kekuasaan bekerja dalam perjalanan historis media televisi di Indonesia -- baik ketika pemerintahan Orde Baru maupun setelah pemerintahan Orde terguling. Selain itu, pada bagian ini juga digambarkan proses kelahiran salah satu program tayangan televisi yang bernama *infotainment*.

Bagian Ketiga, akan digambarkan tentang bekerjanya kekuasaan yang mengiringi peracikan dan penayangan program *infotainment*, baik bertolak dari relasi-relasi yang ikut menandai produksi dan reproduksi sajian acara tersebut.

¹¹ Penelitian ini bersifat menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek penelitian berdasarkan data yang telah didapatkan. Atau dengan kata lain, sifat data yang digali lebih ditekankan pada konsep emik, yakni memakai ukuran kebudayaan masyarakat yang sedang diteliti (lihat Pelto & Pelto, 1978:55). Sedangkan dalam analisis data, peneliti akan menguraikan secara terperinci dan bersifat kualitatif, yakni ditandai dengan pengorganisasian data berdasarkan proses tindakan para agen yang terlibat dalam proses sajian acara *infotainment* diproduksi dan direproduksi terus menerus melalui interaksi dan negosiasi masing-masing. Di antaranya adalah, penjabaran secara kongkret tentang siapa melakukan apa, pada saat apa tindakan tersebut dilakukan, mengapa mereka melakukannya, apa pengaruh dari aktivitas-aktivitas tersebut, serta bagaimana interaksi dan negosiasinya (lihat Vayda, 1983: 265-281).

Bagian Keempat, saya akan menggambarkan tentang ekspresi persaingan sejumlah pelaku yang terlibat dalam program tayangan *infotainment* yang ditandai oleh praktik-praktik sosial mereka dalam mengartikulasikan pengetahuannya, dan kemudian menandai kontestasi kekuasaan dalam sajian acara televisi.

Bagian Kelima, saya akan mendiskusikan tentang kontestasi kekuasaan berkaitan dengan tersajikannya program tayangan *infotainment*, terutama bertolak dari bekerjanya teknologi pengaturan, proses pembentukan pengetahuan, serta diproduksinya wacana sebagai reproduksi kekuasaan.

Bagian Keenam, merupakan penutup yang di dalamnya akan disajikan tentang refleksi saya merespons permasalahan yang ada, serta bagaimana antropologi merespons isu kekuasaan.

