

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Media massa saat ini masih menjadi kebutuhan pokok masyarakat. Salah satu yang masih banyak digunakan hingga kini adalah televisi. Televisi masih memiliki tempat di hati masyarakat luas. Terbukti dari hasil survei yang dilakukan oleh AGB Nielsen mengenai konsumsi media. Secara keseluruhan, konsumsi media di Jawa maupun luar Jawa menempatkan televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi oleh masyarakat, yakni sebesar 95% (<http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2014/nielsen-konsumsi-media-lebih-tinggi-di-luar-jawa.html>, diakses pada Kamis, 9 Maret 2017, jam 09.24). Hal itu karena televisi masih menjadi sumber utama masyarakat dalam mendapatkan berita dan juga hiburan. Banyaknya masyarakat yang tergantung kepada televisi, maka ideologi yang ditanamkan oleh tayangan tersebut akan semakin cepat dan mudah diterima oleh khalayak. Menurut Shoemaker dan Reese dalam McQuail (2001) mengemukakan salah satu faktor yang memengaruhi konten tayangan televisi adalah konten yang mencerminkan realitas sosial atau media massa sebagai cermin masyarakat. Dalam hal ini, televisi membuat isu-isu di masyarakat menjadi sesuatu yang bernilai jual bagi media itu sendiri dengan mengonstruksi realitas yang ada di masyarakat. Televisi sendiri tentunya memiliki kelas-kelas dalam tayangan yang disiarkannya.

Tentunya tayangan yang paling sering dikonstruksikan adalah tayangan untuk kelas bawah. Salah satunya adalah tayangan mengenai dangdut.

Dangdut dalam media di Indonesia masih sering dianggap sebagai pertunjukan yang memiliki nilai jual tinggi di televisi. Dalam penelitian yang dilakukan KPI Pusat pada semester 1 tahun 2016, *variety show* yang paling banyak ditonton adalah Dangdut Academy, yaitu sebanyak 61% (<http://kpi.go.id/index.php/id/survei-indeks-kualitas-siaran-televisi/42-publikasi-kpi/33667-survei-indeks-kualitas-program-siaran-televisi-2016.html>, diakses tanggal 15 Maret 2017 jam 06.24 WIB). Hal itu membuktikan bahwa dangdut masih banyak ditonton oleh masyarakat karena telah ‘dipoles’ oleh Indosiar sesuai dengan pasar di Indonesia. Segala hal yang berkaitan mengenai dangdut selalu memiliki daya tarik bagi khlayak untuk dinikmati, seperti bagaimana dangdut di masyarakat, penyanyi dangdut, musik dangdut, dan bahkan daerah-daerah penyebaran dangdut itu sendiri.

Dangdut sendiri pada awalnya berkembang di daerah Jawa Timur, kemudian berkembang ke berbagai daerah khususnya wilayah Pantai Utara (Pantura) Jawa. Di daerah Pantura ini, dangdut juga sering dikenal dengan nama dangdut ‘koplo’. Dapat dikatakan yang menjadikan dangdut koplo terkenal di Indonesia adalah Inul Daratista pada awal tahun 2003. Yang membedakan dangdut koplo dengan dangdut biasa adalah komposisi musik yang lebih ‘ngoplo’, yang berarti membuat orang ketagihan, ditambah dengan goyangan penyanyi dangdut yang ‘heboh’

(<http://www.jakartabeat.net/resensi/konten/dangdut-koplo-dan-hiruk-pikuk-masyarakat-pantura?lang=id>, diakses pada Rabu, 1 Maret 2017 jam 11.01 WIB). Dengan ciri khas suara gendang dan lantunan khas suara penyanyinya, dapat membuat tubuh mereka bergoyang sehingga kembali bersemangat. Hal itu kemudian diangkat oleh media sehingga membuat Pantura identik dengan dangdut.

Salah satunya tayangan televisi mengenai dangdut adalah “Bintang Pantura” yang ditayangkan oleh Indosiar. Tayangan ini merupakan acara pencarian bakat yang mengkhususkan pesertanya menyanyikan lagu dangdut yang berasal dari Pantai Utara (Pantura) Jawa. Tayangan ini terdiri dari peserta laki-laki dan perempuan, serta dipandu oleh beberapa pembawa acara yang kental dengan aura dangdutnya. Aura dangdut yang dimaksud adalah lagu, suara “cengkok”, musik, pakaian, dan juga goyangan. Dengan adanya Bintang Pantura, dangdut yang dulunya adalah jenis musik yang dianggap rendah dan hanya dinikmati oleh orang kelas menengah ke bawah, menjadi musik yang dapat dinikmati juga oleh semua jenis kalangan. Ketika dangdut telah ditayangkan di media, tidak ada lagi goyangan seronok para penyanyinya, pakaian yang dikenakan oleh penyanyi dangdut pun tidak terbuka dan memperlihatkan bentuk tubuh, serta tidak ada lagi musik dangdut yang mengeksplorasi goyangan sang biduan dangdut. Hal tersebut terjadi karena adanya mediasi yang dilakukan oleh televisi.

Masyarakat awam tentu tidak mengetahui bahwa sebenarnya media melakukan konstruksi dari dangdut itu sendiri. Dangdut yang dahulunya menjadi tontonan rakyat beserta ciri khasnya, kini menjadi komoditi dengan adanya *power* atau kekuasaan yang dimiliki oleh media. Kekuasaan media membentuk serta mengubah realitas rakyat yang ada menjadi realitas populer yang diciptakan oleh media. Dengan kekuasaan yang dimiliki oleh media, Indosiar meredefinisi dangdut dalam tayangan Bintang Pantura sebagai dangdut yang sesuai dengan pasar Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah seorang muslim. Budaya yang dibawa oleh Indosiar telah memodifikasi seni rakyat yang merupakan ekspresi spontan dan asli dari rakyat, dibentuk oleh mereka sendiri untuk memenuhi kebutuhan rakyat. Indosiar sendiri telah memodifikasi seperti memoles, menambah maupun mengurangi unsur tertentu dari dangdut itu sendiri. Sifat kapitalisme ini membawa masyarakat menjadi massa, artinya masyarakat dilebur dari batas-batas tradisionalnya menjadi masif konsumsi (Sunardi, 2016:15).

Media cenderung memanipulasi kesadaran khalayak karena khalayak disuguhi ideologi dari para penguasa yang tersembunyi dalam tayangan televisi secara terus menerus. Indosiar sebagai pemilik modal dan dengan kekuasaan yang mendominasi membuat dangdut versi Indosiar. Kemudian wacana media mengatur tubuh dan subjektivitas dari elemen-elemen pendukung tayangan Bintang Pantura. Bahasa, ucapan, tingkah laku, cara berpakaian, lagu, musik, penyanyi, bahkan wacana dari kata

'Pantura' pun diatur dan didefinisikan oleh media. Semua gerak-gerik dari pengisi acara dikontrol agar sesuai ideologi dari kelas penguasa. Indosiar sebagai pihak yang mengontrol wacana, maka Indosiar juga yang memegang kendali seperti apa realitas sosial, dalam hal ini adalah dangdut, yang disuguhkan dihadapan khalayak. Sehingga terjadi 'penyeragaman rasa' akan dangdut di masyarakat. Tidak ada lagi pembeda dangdut yang satu dengan yang lain. Bahkan dengan penyeragaman tersebut, susah untuk membedakan dangdut sebagai tontonan rakyat dengan dangdut sebagai budaya populer. Media *mainstream* memediasi konten tayangan sehingga menghasilkan 'tontonan' dan selera yang berbeda.

Dengan adanya penyeragaman rasa dangdut dalam tayangan Bintang Pantura, menjadikan panggung Bintang Pantura sebagai arena 'kontestasi'. Kontestasi yang dimaksud adalah pertarungan antara nilai yang dominan dalam masyarakat Indonesia. Yang menjadi pemenang tentu saja bukan kelas bawah, karena nilai-nilai merekalah yang akan dikonstruksi media. Bukan tanpa tujuan jika Indosiar melakukan hal seperti itu. Dibalik wacana yang dimiliki media, media itu sendiri secara tidak langsung diawasi oleh pihak yang lebih berkuasa, yakni negara. Media sendiri selalu merasa 'diawasi' oleh suatu etika dan moral yang berlaku dalam masyarakat. Negara sendiri menjadi bagian dari struktur yang mengatur dan menguasai nilai serta norma-norma tersebut. Dengan adanya rasa diawasi tersebut, media merasa sudah menjadi kewajiban untuk melanggengkan ideologi kelas penguasa yang sedang berlangsung dengan 'menyuntikan' ideologi

tersebut ke dalam media itu sendiri. Dengan kata lain, negara juga memiliki andil dalam ‘penyeragaman rasa’ dangdut di televisi.

Untuk itulah meneliti tayangan Bintang Pantura bukan hanya sekedar melihat tayangan kontes dangdut tetapi juga melihat ‘pertarungan’ wacana ideologi, nilai, dan norma yang berlaku dalam masyarakat. Selain itu, dalam tayangan Bintang Pantura peneliti mengamati jumlah iklan yang terdapat dalam sisipan tayangan sebanyak empat iklan produk. Selain itu untuk *commercial break*, Bintang Pantura mendapatkan 20 iklan yang ditayangkan. Angka iklan tersebut terbilang banyak untuk tayangan televisi. Dapat diartikan Bintang Pantura merupakan tayangan unggulan yang ditonton oleh orang banyak, sehingga produsen barang dan jasa berani untuk beriklan selama tayangan Bintang Pantura berlangsung. Selain itu, rating yang didapat dari tayangan Bintang Pantura juga terbilang tinggi. Berdasarkan data kepemirsaaan harian dari AGB Nielsen, rating Bintang Pantura periode *Grand Final* Bintang Pantura pada tanggal 20 Oktober 2016 dengan pencapaian tertinggi adalah 2.5% (<http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/kabar/50899-rating-report.html>, diakses pada Rabu, 7 Maret 2017 jam 08.13). Rating pada hari itu bahkan mengalahkan program-program unggulan dari stasiun televisi lain pada jam yang sama.

Dengan tingginya iklan dan rating yang didapat, bisa dikatakan bahwa Bintang Pantura merupakan tayangan yang banyak ditonton masyarakat Indonesia. Karena itu akan semakin mudah Indosiar melalui

Bintang Pantura untuk menyebarkan konstruksi Dangdut Pantura ‘versi media’ kepada khalayak luas. Melalui simbol-simbol yang terdapat dalam tayangan tersebut, media ingin menciptakan pasar baru dengan mendisiplinkan elemen-elemen yang ada pada dangdut, dalam kasus ini adalah Bintang Pantura. Dengan begitu, wacana yang dibuat oleh Indosiar akan semakin melanggengkan *power* dari kelas penguasa untuk mengkonstruksi realitas sosial lainnya di media-media yang dimilikinya. Hal ini sejalan dengan anggapan bahwa media pada hakikatnya merupakan alat kontrol bagi kelas penguasa kapitalis.

#### **B. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana kontestasi nilai dangdut dalam tayangan Bintang Pantura di Indosiar ?”

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui bagaimana konstruksi dangdut dalam tayangan Bintang Pantura di Indosiar.
2. Mengetahui pertarungan nilai yang ada di masyarakat yang tercermin dalam ideologi media.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam mengkaji bidang ilmu komunikasi khususnya dalam bidang analisis wacana kritis untuk mengetahui ideologi dan kekuasaan dalam tayangan televisi.

## 2. Secara Praktis

Memberikan kontribusi dalam studi komunikasi khususnya media, mengenai kekuasaan yang ditampilkan dan kepentingan apa yang melatarbelakangi sebuah program televisi.

## E. Kerangka Teori

### 1. Paradigma Kritis dalam Kajian Media

Peneliti dalam hal ini melihat sudut pandang sejarah bagaimana perkembangan paradigma kritis dan apa yang melatarbelakangi aliran kritis tersebut. Paradigma kritis ini lahir karena keinginan untuk mengoreksi pandangan konstruktivisme yang kurang sensitif pada proses produksi dan reproduksi makna yang terjadi secara historis maupun institusional. Menurut Hikam (dalam Eriyanto 2001:6), pandangan konstruktivisme masih belum menganalisis faktor-faktor hubungan kekuasaan yang inheren dalam setiap wacana. Hal inilah yang melahirkan paradigma kritis. Dalam paradigma kritis, individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikiran dan bahasanya masing-masing, karena hal tersebut sangat dipengaruhi oleh kekuasaan dan kekuatan sosial yang ada di masyarakat. Bahasa dalam paradigma kritis dipahami sebagai representasi yang berperan untuk membentuk subjek tertentu, tema wacana tertentu, maupun strategi yang ada di dalamnya.

Pada dasarnya paradigma kritis berasal dari Mazhab Frankfurt. Paradigma ini dikembangkan oleh tokoh-tokoh yang berangkat dari

pemikiran Marxisme. Diantara tokoh-tokoh tersebut adalah Max Horkheimer (1895-1973), Theodor Adorno (1903-1969), Herbert Marcuse (1898-1979). Paradigma kritis ini muncul ketika tengah berlangsung proses propaganda besar-besaran Hitler. Kemudian tokoh-tokoh tersebut pergi meninggalkan Jerman pada tahun 1933 dan pindah ke Amerika Serikat. Dari Amerika, mereka mengamati bangun dan jatuhnya rezim Nazi, berkembangnya sistem kapitalis dengan meningkatnya kebebasan dari ideologi di Amerika. Dari kejadian yang terjadi, mereka berpendapat bahwa emansipasi kelas pekerja sia-sia belaka, terutama karena keyakinan mereka pada kekuatan-kekuatan suprastruktur tertentu yang tidak bisa berubah begitu menguasai dan mendominasi kehidupan modern di bawah kapitalisme. Oleh karena itu, paradigma ini lahir untuk membebaskan masyarakat dari proses dan struktur sosial yang mengandung ketidakadilan, ketertindasan, serta dominasi dari kelas kapitalis.

Paradigma kritis dalam hal ini selalu mempertanyakan kekuasaan yang selama ini mengontrol masyarakat. Kekuasaan dan dominasi kelas-kelas atas yang membuat masyarakat kelas bawah menjadi 'tercekik'. Yasir (2012:12) menyebutkan, setidaknya ada dua macam kepentingan yang melatar belakangi hal tersebut, yaitu kepentingan ekonomi (kapitalisme) dan kepentingan penguasa (politik). Kedua kepentingan itulah yang membentuk ideologi yang berkembang di masyarakat. Disinilah peran paradigma kritis sebagai salah satu alternatif dalam melihat dan menemukan realitas sosial khususnya realitas komunikasi.

Menurut Bungin (2006:240) paradigma kritis dipengaruhi oleh ide dan gagasan Marxis yang melihat masyarakat sebagai suatu sistem kelas, sistem dominasi dan media merupakan salah satu bagian dari sistem dominasi tersebut. Paradigma kritis bersumber dari pemikiran sekolah Frankfurt. Ketika sekolah Frankfurt itu tumbuh, di Jerman sedang berlangsung proses propaganda oleh Hitler. Pada saat itu media dipenuhi oleh prasangka, retorika, dan propaganda. Media menjadi alat pemerintah untuk mengontrol publik, menjadi sarana pemerintah untuk mengobarkan semangat perang. Kenyataan yang didapat bahwa media bukanlah entitas yang netral, melainkan dapat berpihak dan dikuasai oleh kelompok dominan.

Paradigma kritis tidak sekedar melakukan kritik terhadap ketidakadilan kelompok dominan pada sistem sosial kapitalis. Lebih dari itu, paradigma kritis digunakan untuk mengubah sistem dan struktur tersebut menjadi lebih adil bagi masyarakat. Selain itu, paradigma ini mengkaji kondisi sosial dalam usaha untuk mengungkapkan struktur-struktur yang seringkali tersembunyi dalam ranah kekuasaan. Kebanyakan teori kritis mengajarkan bahwa pengetahuan adalah kekuatan untuk memahami bagaimana seseorang ditindas sehingga dapat mengambil tindakan untuk mengubah kekuatan penindas (Yasir, 2012:13).

Sindhunata dalam Eryanto (2001:24) menulis bahwa teori kritis lahir karena adanya keprihatinan akumulasi dan kapitalisme lewat modal besar, yang mulai menentukan dan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Modal

dari kaum kapitalis inilah yang mempunyai kontrol terhadap kehidupan di masyarakat. Sindhunata mengatakan, individu tidak lagi mempunyai kontrol terhadap modal tersebut, bahkan secara alamiah pula, individu harus menyesuaikan dengan masyarakat yang dikuasi modal. Maka dari itu, salah satu sifat dari paradigma kritis adalah selalu mempertanyakan kondisi masyarakat kini. Karena kondisi masyarakat yang terlihat 'sehat' dan bagus tersebut, sesungguhnya terselubung struktur masyarakat yang menindas dan menipu kesadaran khalayak.

Pandangan kritis merupakan asumsi realitas yang tidak netral namun dipengaruhi dan terikat oleh nilai serta kekuatan ekonomi, politik, dan sosial. Oleh sebab itu, pandangan kritis dalam ranah ini merupakan pembebasan nilai dominasi dari kelompok yang tertindas. Seperti yang dikatakan Hidayat (dalam Harahap, 2003:19) menyebutkan tentang realitas yang teramati (*historical realism*) adalah realitas yang semu yang telah terbentuk oleh proses sejarah dan kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi politik. Selain itu, praktek-praktek yang dilakukan oleh media melalui teks yang ditampilkan mempunyai agenda yang tersembunyi.

Menurut Horkheimer, paradigma kritis haruslah memberi kesadaran untuk membebaskan manusia dari masyarakat irasional dan memberikan kesadaran untuk masyarakat rasional. Horkheimer juga berpendapat bahwa kritik harus dilontarkan terhadap ekonomi masyarakat kini yang mendasari segala hal hanya semata-mata untuk nilai tukar. Karena semua hal

dianggap sebagai komoditi yang memiliki nilai tukar (dalam Eryanto, 2001:24).

Selain itu, menurut Stuart Hall, paradigma kritis bukan hanya mengubah pandangan mengenai realitas yang dipandang alamiah oleh kaum pluralis, namun juga berargumentasi bahwa media adalah kunci utama dari sebuah pertarungan kekuasaan. Karena melalui media, nilai kelompok dominan dimapankan, dibuat berpengaruh, dan menentukan apa yang diinginkan oleh khalayak (Hall dalam Hanugroho, 2009:19). Oleh karena itu, pentingnya paradigma kritis itu sendiri dalam konstruksi realitas media adalah untuk ‘membongkar’ nilai-nilai masyarakat yang telah dikonstruksi oleh media yang bertujuan untuk melanggengkan kekuasaan kelas dominan. Karena menurut pandangan dari paradigma ini adalah komunikasi tidak dapat dilepaskan dari kekuatan yang ada yang memengaruhi berlangsungnya komunikasi dalam realitas sosial.

## **2. Media dan Budaya Populer**

Film, *fashion*, mal, koran merupakan bagian dari budaya populer yang tidak bisa dilepaskan dari aktivitas sehari-hari. Tanpa disadari, budaya populer sudah menjadi bagian dari identitas masing-masing individu. Dalam budaya populer, unsur-unsur budaya sangat terlihat jelas. Budaya dalam konteks budaya populer perlu dipahami yakni sebagai serangkaian ide, reaksi dan ekspektasi yang berubah secara konstan saat orang-orang atau kelompok itu sendiri berubah (Ibrahim, 2007:xxi). Sedangkan makna

dari kata populer ialah banyak disukai, dan memang diciptakan untuk menyenangkan orang lain dan yang membuat.

Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, pada umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya. Pemikiran mengenai budaya populer menurut Ben Agger (dalam Bungin, 2006:100) dapat dikelompokkan menjadi empat aliran:

- (a) Budaya dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial dan mengentaskan orang dari kejenuhan kerja sepanjang hari;
- (b) Kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional;
- (c) kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx kapitalis;
- (d) kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes ke atas.

Membicarakan budaya populer tentu erat kaitannya dengan media. Hal tersebut karena budaya populer lahir dan berkembang dari kehendak media itu sendiri. Media menghasilkan produk budaya dalam jumlah yang besar, kemudian produk budaya tersebut disebar. Produksi massa tersebut menghasilkan budaya massa yang kemudian menjadi budaya populer. Sehingga budaya populer dapat dikatakan sebagai budaya komersial dampak dari adanya budaya massa tersebut. Dengan adanya wacana media, budaya populer semakin memperoleh kekuatan di masyarakat. Sekarang ini telah terjadi pergeseran fungsi media. Media tidak lagi dilihat dari fungsinya sebagai sarana mengungkapkan gagasan dan perasaan sebagai manusia, namun media justru mengatur gagasan manusia, sehingga manusia mengalami kemanusiaan lewat realitas media (Strinati, 2007:43).

Dahulunya budaya dianggap sebagai sesuatu yang memiliki makna yang mendalam, yakni *spirit* yang mencerminkan kemajemukan masyarakat. Namun dengan mediasi yang dilakukan oleh media, budaya dikendalikan dan disamaratakan. Sehingga nilai-nilai yang terkandung dari budaya rakyat menjadi terkikis. Hal ini diperkuat dengan penjelasan oleh McDonald (1957):

Seni rakyat lahir dari bawah. Ia merupakan suatu ekspresi spontan asli dari rakyat kebanyakan, dibentuk oleh mereka sendiri, nyaris tanpa memanfaatkan media lain untuk memenuhi kebutuhan mereka. Namun budaya massa menghancurkan dinding pembatas itu. Budaya massa yang lahir dari 'atas', diciptakan oleh para ahli (kaum intelektual) yang direkrut oleh para usahawan (media), mengintegrasikan massa ke dalam suatu bentuk budaya massa dengan menurunkan nilai dan menjadikannya salah satu instrumen dominasi politik (dalam Strinati, 2007:13).

Pengalaman populer yang dirasakan saat ini lahir karena budaya konsumsi yang didukung oleh kecanggihan teknologi baru. Hal tersebut karena budaya populer bertahan berdasarkan kehendak media dengan ideologi kapitalis yang memaksa setiap individu untuk 'mengonsumsi' budaya populer. Media dan konsumsi menggeser ikatan sosial yang semula mementingkan aspek moral dan kognisi dengan ikatan estetik (Sunardi dalam Strinati, 2007:xiii). Media menciptakan budaya populer dengan tawaran untuk mengonsumsi barang komoditi. Hal ini merupakan bagian dari kapitalisme konsumsi. Oleh karena itu terjadi penyeragaman rasa, baik dalam konsumsi barang-barang fisik sampai dengan ilmu pengetahuan. Masifikasi dan penyeragaman konsumsi tersebut merupakan bagian dari

kehendak kapital (dari nasional hingga global) agar beranak pianak sehingga kapital itu bisa semakin membengkak (Sunardi dalam Strinati, 2007:xv).

Media memiliki seperangkat nilai dan ideologi sendiri yang notabene adalah perpanjangan dari kelas penguasa. Dengan adanya media, kapitalisme penguasa dapat menyebarkan nilai-nilai yang dianut kepada khalayak luas. Dengan adanya media yang dimiliki, para kapitalis mengatur dan mengendalikan bagaimana cara berucap, berperilaku, dan bersosialisasi. Bahkan dengan kuasa yang dimiliki, media dapat membuat stratifikasi pada masyarakat. Media membentuk kesadaran khalayak untuk melakukan suatu kebiasaan, hingga pada saatnya akan membentuk suatu budaya manusia. Dalam dunia kapitalisme, apapun usaha akan dilakukan untuk mendapatkan pundi-pundi materi hingga menyebarkan suatu ideologi penguasa. Media sendiri memiliki prinsip utama dalam merepresentasikan suatu budaya. Dalam McQuail (2011:69) menyatakan, prinsip utama logika media adalah pertama, kebaruan, yakin bagaimana budaya diperbarui dengan nilai-nilai kelas dominan sehingga dapat sesuai dengan perkembangan di masyarakat. Kedua, kedekatan. Budaya yang akan direpresentasikan oleh media tentu harus dekat dengan keseharian khalayak itu sendiri. Hal ini berfungsi untuk memudahkan media dalam 'menyuntikkan' ideologi-ideologi yang dianutnya selama ini. Ketiga adalah tempo yang tinggi dan singkat. Ritme media ketika menyalurkan ideologi haruslah cepat dan terus menerus agar khalayak terdoktrin dengan budaya

'baru' yang dibawa oleh media. Keempat, personalisasi, yakni media menyalurkan nilai-nilai melalui setiap individu yang menikmati media tersebut. Kelima, adalah konflik dan dramatisasi, yakni budaya yang diangkat harus ada konflik di dalamnya agar menarik untuk dinikmati oleh khalayak. Penyampaian nilai-nilai pun dilakukan secara dramatis agar menghasilkan nilai jual tinggi. Keenam, orientasi pada pesohor. Hal ini penting karena khalayak umum biasanya selalu tertarik dengan apa yang dilakukan oleh pesohor. Apa yang dipakai, perilaku, bahasa akan senantiasa diikuti. Pada proses inilah kelas penguasa menyebarkan ideologinya. Ketika prinsip itu telah tercapai, maka budaya tersebut akan menjadi budaya populer di masyarakat.

Dengan adanya budaya populer yang diciptakan media, maka tentu akan memunculkan fenomena budaya instan. Khalayak 'dimanja' dengan kehidupan yang aduhai dan serba praktis. Konteks sosial itulah yang cenderung membawa masyarakat dalam dunia yang penuh tipuan media. Jika diamati secara kritis pada media massa, banyak tayangan, program, dan rubrik tersebut mengajarkan khalayak pada irasionalitas dan anti-realitas. Wacana yang dibangun media, mengajak khalayak untuk 'bermimpi' dan melupakan realitas yang benar-benar terjadi. Wacana media ingin memperlihatkan sederhananya hidup ini dengan budaya instan.

Kuasa media ikut andil untuk menentukan selera dan gaya secara sosial dan kultural. Gaya dan selera yang dibawa media pastinya akan merujuk pada kelas dominan. Kekuatanlah yang memutuskan definisi selera

dan gaya yang ada dan dianggap penting di dalam masyarakat (Strinati, 2007:50). Hal ini berkaitan erat dengan proses reproduksi budaya sebagai gaya hidup dan selera pasar melalui kekuasaan alat-alat produksi, politik dan ekonomi. Melalui media, segala pesan yang terkandung dalam budaya rakyat dikonstruksi. Media juga menghadirkan budaya baru yang sarat dengan nuansa konsumerisme. Dengan nilai-nilai yang dibawa oleh media, media bermaksud untuk melanggengkan kelas dominan melalui budaya populer.

Jika membahas media dan budaya populer, tidak akan lepas dari kelas, kekuasaan, ideologi. Berkaitan dengan ideologi penguasa, Marx menulis ideologi dalam *German Ideology* sebagai berikut:

“ Ideologi kelas penguasa, di segala zaman, merupakan gagasan yang berkuasa. Kelas, yang merupakan kekuatan material yang dominan di dalam masyarakat. Kelas yang memiliki sarana produksi, pada saat yang bersamaan mengendalikan berbagai sarana produksi mental akan tunduk individu yang mengisi kelas penguasa kekuasaan. Sebagai akibatnya, gagasan mereka adalah gagasan yang berkuasa pada zamannya.” (dalam Strinati, 2007:162)

Kutipan tersebut secara jelas menunjukkan bahwa gagasan kelas dominan sudah lazim terjadi dalam sebuah masyarakat kapitalis. Termasuk di dalamnya adalah budaya populer yang merupakan gagasan kelas penguasa. Kekuasaan jelas memegang peranan penting dalam ketidaksetaraan kelas. Kekuasaan yang diwakili oleh media ‘menyuburkan’ ketidaksetaraan kelas tanpa disadari oleh khalayak. Media membuat ketidaksetaraan menjadi hal yang sangat alami dan tidak terelakkan bagi

mereka yang mengalami pengucilan dan penindasan, dalam ini adalah kelas 'bawah'. Kelas dominan akan memastikan bahwa yang beredar secara sosial melalui media sejalan dengan kepentingan untuk menguasai seluruh lini yang ada di masyarakat (Strinati. 2007:169).

### **3. Wacana dan Kekuasaan**

Kata 'wacana' banyak digunakan oleh berbagai bidang ilmu pengetahuan sosial dan humaniora. Namun dengan banyaknya definisi wacana membuat makna kata tersebut menjadi rancu dan membingungkan. Ada yang mengatakan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dan luas dari kalimat, ada pula yang mendefinisikan wacana sebagai pembicaraan atau diskursus. Hal tersebut disebabkan oleh perbedaan lingkup dan disiplin ilmu yang memakai istilah tersebut. Dengan mengambil posisi sebagai paradigma kritis, teori-teori mengenai wacana yang dimbil tentunya bukan dalam praktik linguistik. Menurut Foucault dan Althusser wacana dimaknai sebagai praktik sosial (Badara, 2012:17) yang dibentuk melalui bahasa.

Wacana menurut Foucault adalah sistem pengetahuan yang memberi informasi tentang teknologi sosial dan teknologi memerintah yang merupakan bentuk kekuasaan dalam masyarakat modern. Selain itu, Foucault juga memaknai bahwa wacana tidak akan pernah lepas dari kekuasaan (*power*), kebenaran (*truth*), dan pengetahuan (*knowledge*) (Foucault dalam Haryatmoko, 2016:4). Dapat dikatakan bahwa wacana berperan untuk mengontrol, 'menormalkan', dan mendisiplinkan individu. Sementara dalam konsep Althusser, wacana berperan dalam mendefinisikan

individu dan memposisikan seseorang dalam posisi tertentu (Eriyanto, 2001:19).

Foucault (dalam Ida, 2014:116) berpikir tentang wacana atau *discourse* dalam kaitannya dengan kerangka pengetahuan atau *bodies of knowledge*. Dia mengungkapkan, ada sesuatu yang memengaruhi dari hal yang berkaitan dengan sistem bahasa dan mengarah pada konsep disiplin ilmu pengetahuan, serta pada konsep disiplin institusi kontrol sosial. Wacana digunakan Foucault selain melihat pada produksi bahasa atau aturan bahasa, juga pada konteks di mana bahasa itu digunakan, dan aturan penggunaan bahasa dan kebahasaan itu dibuat. Dengan demikian, wacana yang terjadi dalam realitas sosial tidak saja dipandang sebagai suatu yang muncul dengan sendirinya.

Annisa (2011:10) dalam tesisnya menulis, wacana dapat disebut sebagai kekuasaan yang menciptakan, membentuk, dan menentukan konstruksi sosial tentang apa yang dianggap sebagai identitas yang benar. Wacana sendiri dibentuk oleh kuasa atau Foucault menyebutnya sebagai *power*. *Power* dapat menentukan pengetahuan (*knowledge*), yang kemudian dapat menentukan subyek dan obyek pengetahuan. Dalam kerangka pemikiran Foucault, keberadaan *power* atau kekuasaan menjadi penting karena menentukan dan mengonstruksi adanya realitas-realitas yang diciptakan secara subyektif, untuk kepentingan dan tujuan dari *power determination* atau kekuasaan yang mendominasi (Ida, 2014:112). Kekuasaan inilah yang kemudian menentukan wacana tubuh, tingkah, dan

mendikte perilaku terhadap realitas yang sebenarnya adalah milik kelas penguasa.

Untuk menjelaskan tentang bagaimana konsep pengetahuan atau *knowledge*, Foucault mengadopsi pendekatan sistematik-fungsional linguistik yang telah dikembangkan oleh Saussure:

Dalam *discourse*, pengetahuan dan kebenaran harus dilihat dari (1) siapa yang mengatakannya, (2) bahasa yang digunakan, dan (3) bagaimana subyek menilai atau mendefinisikan kebenaran itu sendiri. Maka disitulah pengetahuan bisa diungkapkan asalnya dan konteksnya (dalam Ida, 2014:114)

Produksi dan reproduksi pengetahuan dan kebenaran yang disirkulasi kepada publik sebenarnya bergantung pada bagaimana pengetahuan dan kebenaran itu disampaikan. Pengetahuan pada akhirnya hanyalah milik kekuasaan dominan. Pengetahuan bergantung pada siapa yang menyampaikan atau memproduksi. Maka disitulah bahasa sangat penting dalam membentuk wacana kekuasaan dan pengetahuan.

Menurut Eryanto (2001:7) menggambarkan wacana sebagai praktik sosial menyebabkan sebuah hubungan dialektis di antara peristiwa diskursif tertentu dengan situasi, institusi, dan struktur sosial yang membentuknya. Wacana bisa jadi menampilkan efek ideologi, yakni dapat memproduksi dan mereproduksi hubungan kekuasaan yang tidak seimbang antara kelas sosial, laki-laki dan perempuan, mayoritas dan minoritas yang mana direpresentasikan dalam posisi sosial yang ditampilkan. Melalui wacana,

keadaan yang rasis, seksis, atau ketidaksetaraan dalam kehidupan dipandang sebagai suatu *common sense* atau kewajaran.

Aris Badara (2012:21) menulis, wacana dalam paradigma kritis menekankan pada kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Individu tidak dianggap sebagai objek yang netral. Individu tidak bisa menafsirkan sesuatu sesuai dengan kehendak dirinya, karena dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang ada di masyarakat. Dalam lingkup wacana kritis, bahasa digunakan untuk merepresentasikan objek tertentu, tema wacana tertentu, maupun strategi di dalamnya. Dengan pandangan tersebut, bahasa dalam wacana kritis dipakai untuk membongkar kuasa yang ada dalam setiap proses bahasa.

Selain itu Bourdieu (dalam Haryatmoko, 2016:4) mengungkapkan bahwa bahasa juga dapat digunakan mengungkapkan sesuatu dan dapat dilihat sebagai instrumen kekuasaan karena pada dasarnya hubungan sosial adalah hubungan dominasi. Pemahaman ini dapat dicontohkan dengan bagaimana elite-elite media menggunakan bahasa sebagai sarana untuk mengkonstruksi dan meredefinisi dari suatu tontonan rakyat. Dengan menggunakan dominasinya, media mengerosi nilai budaya dan membuat budaya itu menjadi 'seragam'. Contoh konkritnya adalah penyeleksian bakat yang ada di televisi. Seleksi yang dilakukan adalah berdasarkan yang dikatakan juri, bagaimana yang seorang 'bintang' seharusnya, apa yang dikenakan, seperti apa tingkah lakunya. Bahasa melalui perkataan juri

merupakan perpanjangan dari kelas penguasa itu sendiri. Itulah artinya wacana sebagai praktik sosial.

Dalam definisi Ricoeur (dalam Haryatmoko, 2016:5), wacana memiliki empat unsur, yaitu ada subjek yang menyatakan, kepada siapa disampaikan, dunia atau wahana yang akan direpresentasikan, dan temporalitas atau konteks waktu. Haryatmoko juga menjelaskan bahwa pemahaman unsur-unsur wacana Ricoeur ini bisa membantu menjelaskan mengapa oleh Foucault dan Wetherell, wacana dilihat sebagai praktik sosial, karena wacana sendiri sudah merupakan tindakan. Bahasa di dalam wacana juga merupakan mekanisme kontrol sosial yang sangat kuat, maka dapat disanggah dan diperdebatkan. Dalam penggunaan bahasa, ada retorika, manipulasi dan penyesatan. Maka bahasa akan sangat tergantung pada pemaknaannya, padahal pemaknaan diarahkan oleh unsur-unsur sintaksis (Haryatmoko, 2016:6).

Wacana juga dapat digunakan untuk strategi konstruksi. Konstruksi muncul ketika seseorang mencoba memberi makna kepada fenomena atau terlibat dalam aktivitas sosial yang tidak disadari (menyalahkan atau membenarkan). Konstruksi makna mengandaikan seleksi kalimat, perbendaharaan kata, diksi, gramatika, dan kombinasi kalimat (Haryatmoko, 2016:7). Jadi dengan kata lain, jalan cerita dan konsep dari pembuat ideologi dapat mengkonstruksi realitas sosial.

Wacana dikatakan mengkonstruksi, pertama, ketika orang mencoba memberi makna kepada fenomena atau terlibat dalam aktivitas sosial, yaitu

ketika bahasa dipakai sebagai strategi kekuasaan. Kedua, ketika cerita atau konsep bisa menciptakan realitas. Melalui penggunaan bahasa, orang bisa mudah mengenali seseorang atau suatu kelompok berasal dari pihak mana. Dengan demikian, bahasa sekaligus bisa berfungsi sebagai alat identifikasi dan sarana untuk kontrol sosial (Haryatmoko, 2016:vi).

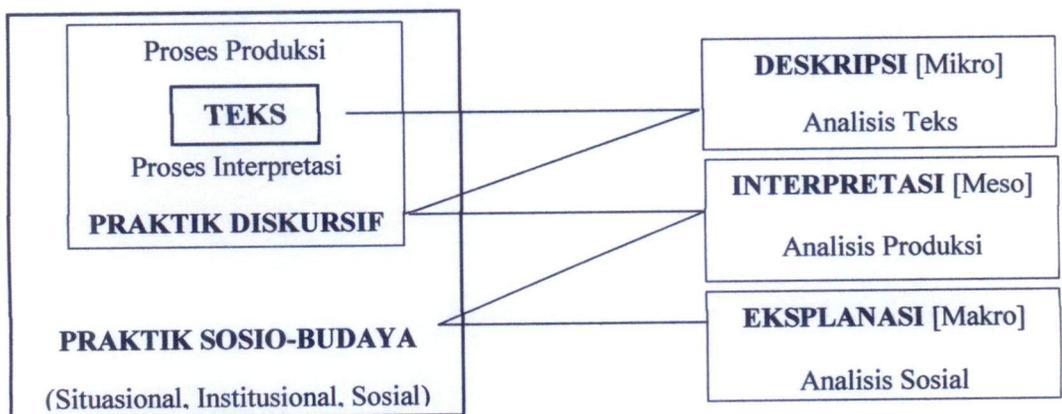
## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Bogan dan Biklen mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (dalam Rahmat, 2009:2). Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan analisis teks yang berkaitan dengan wacana konstruksi dangdut dalam tayangan Bintang Pantura yang peneliti yakini mengandung ideologi-ideologi tertentu yang terkandung dalam tayangan tersebut. Melalui praktik wacana akan terlihat jelas bagaimana bahasa digunakan dan kemudian mewakili tujuan dari sutradara atau produser dalam media televisi.

Sedangkan dalam metode penelitian, peneliti menggunakan analisis wacana kritis dari Norman Fairclough. Menurut Fairclough, analisis wacana kritis adalah suatu pendekatan khusus hubungan antara praktik sosio-budaya dan teks yang dijumpai oleh praktik wacana tertentu (dalam Haryatmoko, 2016:25). Dalam analisis wacana kritis Fairclough terdapat

tiga dimensi yang harus diperhatikan, yakni teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Pertama, teks, yaitu semua yang mengacu ke wicara, tulisan, grafik, dan semua bentuk linguistik teks. Kedua, praktik diskursif, yaitu semua bentuk produksi dan konsumsi teks. Fokusnya diarahkan pada cara pengarang teks mengambil wacana dan genre yang ada dengan memperhatikan bagaimana hubungan kekuasaan dimainkan. Ketiga, praktik sosio-budaya, yang biasanya melihat bagaimana teks dibuat berdasarkan konteks masyarakat dan budaya dimana teks itu dibuat dan dikonsumsi. Dikutip dari Haryatmoko (2016:25), ketiga dimensi analisis wacana kritis itu akan mengarah dan membentuk tatanan wacana tertentu yang meliputi dimensi semiotika, konfigurasi *genres* dan *styles*, dan strukturasi sosial. Model tiga dimensi analisis wacana kritis yang digambarkan Fairclough seperti di bawah ini:



Gambar 1 Tiga Dimensi Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough  
 Sumber: Haryatmoko (2016:23)

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah *variety show* 'Bintang Pantura' yang ditayangkan oleh Indosiar pada periode September hingga November 2016. Bintang Pantura merupakan ajang pencarian bakat dalam bidang tarik suara dengan aliran dangdut, kemudian kontestan yang diseleksi akan menyanyikan lagu dangdut Pantai Utara (Pantura) Jawa. Dalam tayangan Bintang Pantura ini, peneliti akan memilih lima episode untuk mewakili keseluruhan episode yang ada pada tayangan Bintang Pantura periode September hingga November 2016. Lima episode itu berupa satu episode seleksi di daerah, satu episode 36 besar, satu episode 16 besar, satu episode *semifinal*, dan satu episode *final*. Peneliti memilih kelima episode tersebut karena peneliti ingin membuktikan adanya praktik kekuasaan yang dilakukan Indosiar sebagai media, dengan membuat wacana baru mengenai dangdut. Media dengan kekuasaan yang dimiliki membuat tayangan dangdut yang 'benar' sesuai dengan nilai yang dimiliki. Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah ingin mengetahui bagaimana konstruksi dangdut di media khususnya Indosiar, serta bagaimana 'pertarungan' nilai yang ada di masyarakat yang tercermin dalam ideologi media mempengaruhi adanya wacana konstruksi dangdut itu sendiri. Peneliti berasumsi bahwa tayangan ini dinilai mengandung ideologi-ideologi baru sehingga menghasilkan wacana konstruksi dangdut yang dilakukan oleh media. Selain itu, media dirasa mencoba untuk mendefinisikan dangdut serta makna yang terkandung dalam dangdut itu sendiri, sehingga menghasilkan

dangdut ‘versi media’ yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh pemilik media.

### **3. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan sumber data yang berupa :

#### **1) Dokumentasi**

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan sumber data utama berupa dokumentasi tayangan Bintang Pantura yang terdiri dari lima episode dari keseluruhan episode yang ada. Data yang diperoleh berupa potongan tayangan yang kemudian diamati dan dianalisa bagaimana struktur dan makna teks, visual yang ditampilkan, dan bagaimana hubungan dengan praktik sosial budaya yang ada.

#### **2) Studi Pustaka**

Teknik ini merupakan cara pengumpulan data melalui kajian yang meliputi buku, jurnal, karya-karya penelitian ilmiah, internet, dan sumber tertulis terpercaya lainnya untuk meperkuat permasalahan yang peneliti ingin angkat.

### **4. Teknik Analisa Data**

Penekanan dalam penelitian ini adalah bagaimana identitas dangdut dikonstruksi dan direpresentasikan dalam tayangan Bintang Pantura di Indosiar. Serta konteks sosial apa yang melatarbelakangi terbentuknya

konstruksi dangdut pada tayangan televisi tersebut. Dengan begitu, lima episode akan diamati untuk mendapatkan deskripsi mengenai hal yang menjadi objek penelitian. Lima episode itu berupa satu episode seleksi di daerah, satu episode 36 besar, satu episode 16 besar, satu episode *semifinal*, dan satu episode *final*. Hal itu peneliti lakukan karena untuk menganalisis bagaimana seleksi dangdut yang dinilai 'benar' dalam media. Pada saat seleksi berlangsung, juri akan memberi masukan kepada peserta dan kemudian akhirnya memilih biduan dangdut yang 'pantas' sesuai dengan pandangan media. Dari masukan juri itulah bahasa bekerja sebagai wacana yang disebarkan dan dijalankan oleh para kontestan. Peneliti berasumsi adanya wacana praktik kekuasaan dalam tayangan Bintang Pantura. Dengan adanya hal tersebut, media bertujuan untuk meredefinisi dangdut yang dahulu sebagai tontonan rakyat menjadi dangdut sebagai budaya populer dan bahkan budaya konsumerisme yang memiliki nilai jual yang tinggi bagi para pemilik modal media. Pada saat analisis data nanti, pilihan kata, frase, kalimat, serta potongan adegan dalam episode yang dipilih akan peneliti gali untuk selanjutnya dianalisis dengan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough. Hal itu berguna untuk menguatkan asumsi peneliti mengenai penelitian ini.

Pada tahap deskripsi, bahasa akan peneliti jabarkan. Bahasa tidak hanya sebagai alat untuk mengkomunikasikan pesan, makna yang terdapat dalam penggunaan bahasa akan peneliti jelaskan terlebih dahulu. Dengan memahami makna bahasa, maka akan didapat bagaimana media

mengkonstruksi dangdut dalam tayangan televisi. Deskripsi teks akan peneliti lihat sebagai bagian dari bahasa *variety show* dalam mewacanakan nilai-nilainya. Sehingga yang dimaksud dengan bahasa pada tahap ini ialah tidak hanya sebagai teks kalimat, namun juga mengungkapkan makna dan latar belakang yang menyertainya.

Tahap selanjutnya adalah analisis diskursif, yaitu semua bentuk produksi dan konsumsi teks. Tahap ini terjadi pada saat teks baik tulisan maupun visual (gambar) ditampilkan pada suatu media maka akan terlihat tujuan mengapa teks tersebut dipilih untuk ditampilkan. Fokus dalam tahap ini adalah bagaimana cara peneliti mengambil wacana dan genre dari teks yang ada, dengan memerhatikan bagaimana hubungan kekuasaan dimainkan. Dalam tahap ini pula memperlihatkan hubungan teks dengan konteks sosial yang menyebabkan teks tersebut 'lahir'. Peneliti akan melihat latar belakang Indosiar selaku media yang berkuasa dalam tayangan tersebut. Serta akan menganalisa bagaimana pandangan Indosiar selama ini mengenai dangdut sehingga menciptakan tayangan Bintang Pantura.

Tahap terakhir adalah eksplanasi, yaitu penjelasan analisis yang memberikan jawaban dan penjelasan mengapa teks tersebut harus dipilih, kemudian makna apa yang akan muncul dan menghasilkan interpretasi teks yang seperti apa. Tahapan ini akan memunculkan analisis yang dapat melihat ideologi apa yang terdapat dalam *variety show* tersebut. Dalam tahap ini akan terlihat bahwa teks dibentuk oleh praktik sosial dan akan membentuk praktik sosial pula. Dalam menganalisis data, peneliti akan

tetap berusaha seobyektif mungkin dalam mengutarakan argumen dalam lingkup akademis.

## **5. Struktur Penulisan**

Penulisan hasil penelitian akan dibagi dalam beberapa bab, yakni:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Memuat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, dan metode penelitian.

### **BAB II: GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai sejarah singkat dangdut, bagaimana dangdut dan media di Indonesia, serta bagaimana *power* media dapat mengkonstruksi dangdut tersebut.

### **BAB III: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat analisa permasalahan yang terkait dengan pertanyaan dalam rumusan masalah, yaitu pembahasan bagaimana kontestasi nilai dangdut dalam tayangan Bintang Pantura di Indosiar.

### **BAB IV: PENUTUP**

Bab terakhir ini berisi tentang kesimpulan dari hasil temuan penelitian serta saran untuk peneliti selanjutnya.