

PERAN TELEVISI DALAM MASYARAKAT CITRAAN DEWASA INI SEJARAH, PERKEMBANGAN DAN PENGARUHNYA

Freddy H. Istanto

Dosen Jurusan Desain Komunikasi Visual
Fakultas Seni dan Desain - Universitas Kristen Petra

ABSTRAK

Saat televisi diciptakan untuk pertama kalinya, penciptanya tidak pernah membayangkan bahwa alat yang dirancangnya akan menjadi alat yang luarbiasa pengaruhnya bagi peradaban dunia. Televisi bahkan telah menjadi ritual layaknya mandi dan gosok gigi saja. Tulisan ini menuturkan sejarah terciptanya televisi, perkembangannya di dunia bahkan di Indonesia serta peran televisi pada kondisi dan situasi budaya/politik akhir-akhir ini.

ABSTRACT

When television was invented for the first time, the inventor never imagined that the apparatus he designed would have an incredible impact to the civilized world. Watching television has even become habitual activity just like we take a bath or brush our teeth. This paper will impart the history of invention of televion, its development in the world especially in Indonesia as well as its role and influence to the social, political and cultural situation recently.

Kata kunci : televisi, citra-citra, masyarakat citraan.

PENDAHULUAN

Ketika pasukan Amerika Serikat menembakkan peluru kendalnya ke ibukota Irak, Bagdad, warga dunia menjadi gempar. Padahal dibanding Perang Dunia, serbuan tentara Amerika ke Irak tersebut kecil saja sifatnya, baik skala maupun kualitasnya. Ketika Ratu Diana meninggal dunia akibat kecelakaan lalu-lintas, dunia seolah ikut merasakan kedukaan yang dalam, duniapun seolah tenggelam dalam tangis. Demikian pula ketika Zinedine Zidane menanduk bola sekaligus menyentakkan warga dunia bahwa Perancis ternyata mampu menghancurkan Brazilia. Apa yang membuat itu semua bisa terjadi ?, tabung yang memancarkan gambar, yang disebut televisi !.

Warga dunia dapat melihat dengan mata-kepala sendiri bagaimana peluru kendali Amerika Serikat menghantam posisi-posisi vital di kota Bagdad. Lewat kamera yang

dipasang pada pesawat tempur Amerika Serikat, ratusan juta pemirsa televisi seolah-olah berada dalam pesawat tempur melihat kilatan-kilatan peluru yang ditembakkan mereka dari udara ke darat. Sebagian besar warga dunia melihat dengan penuh ketegangan ledakan-ledakan yang menyeruak menembus kegelapan malam kota seribu satu malam itu. Serangan itu tidak segencar serbuan di kota Normandy sewaktu Perang Dunia dulu, namun karena kehebatan televisi yang mampu mengkomunikasikan secara visual kejadian tersebut, warga dunia menjadi terperangah melihat kejadian-kejadian itu. Maka ketika kemudian NATO (Organisasi Pertahanan Atlantik Utara) menyerang Yugoslavia pada pertengahan tahun 1999, kebutuhan akan informasi itu sudah menjadi tuntutan. Masalah Kosovo bukan lagi masalah Yugoslavia saja, tetapi dunia sudah menuntut menjadi bagian masalahnya berkat televisi. Dengan kecanggihannya yang sama, dunia melalui layar televisi mampu mengamati bagaimana kota-kota, bangunan-bangunan, tentara Yugoslavia, bahkan kedutaan RRC (Republik Rakyat Cina) di Yugoslavia dihancurkan pesawat-pesawat dan peluru-peluru kendali NATO

Ketika radio-radio swasta menyiarkan berita meninggalnya Ratu Diana, orang dibuat terperanjat seolah tak percaya. Namun selanjutnya televisi mengambil alih perannya. Warga dunia mulai menanti tayangan demi tayangan yang menyiarkan berita besar tersebut. Dan ketika beberapa stasiun televisi menyiarkan prosesi pemakamannya, maka tak ayal lagi kedukaan menyelinap tidak saja di tempat-tempat umum namun mampu menembus keruangan pribadi kita. Tayangan yang disiarkan secara langsung itu dikemas seolah sebuah paket cerita yang sudah jadi. Prosesi yang penuh kedukaan itu lengkap sudah ketika Elton John mendendangkan lagu pujian untuk sang Ratu (*Candle in The Wind*). Berkat televisi, disudut kamar yang sepi, seorang ibu menangis pilu merasakan kedukaan yang ada di Inggris itu seolah kedukaan di rumah tinggalnya.

Michael Jackson, superstar di bidang *showbiz*, menyimpan misteri yang membuat penasaran jutaan pendukungnya di dunia. Pemuda-pemudi maha-bintang ini menaruh pertanyaan yang besar tentang idolanya ini. Berkat televisi dan melalui diskusinya dengan Oprah Winfrey banyak hal-hal yang kadang sangat pribadi bagi sang bintang tenar ini dapat diketahui pemujanya.

Kehebatan televisi tergelar secara luar biasa saat Perancis menjadi ajang pertarungan sepak-bola. Berkat televisi pembicaraan tentang sepakbola menjadi semakin meriah. Media-masa yang paling komunikatif dalam menayangkan pesta dunia ini hanyalah televisi.

Meskipun surat kabar juga memberitakan secara besar-besaran namun kelebihan televisi menyangkan secara langsung dan hidup membuat kekuatan pesawat televisi tak tertandingi oleh media apapun. Dari televisi-lah orang dibagian dunia yang lain berteriak gempita, ketika sebuah gol tercipta. Namun, dalam waktu yang sama, publik di Brazilia, negara raksasa sepakbola terjerembab dalam kedukaan, karena sekali lagi Brazilia tidak tampil menjadi nomor satu di dunia. Miliaran orang seolah terhipnotis, terpana di depan pesawat televisi hampir secara bersamaan berkumpul di depannya.

Kekuatan pengaruh televisi dalam kehidupan kita sehari-hari terlihat dari pendapat Foster Wallace dalam buku *Fictional Futures* (1988) yang dikutip Garin Nugroho berikut ini:

“ Kita hidup bersamanya, tidak hanya melihatnya..... maka tidak seperti generasi yang lebih tua, manusia abad ini tidak punya ingatan tentang dunia tanpa membicarakan televisi. Ingatan tentang dunia terbangun bersama didalamnya”¹

Kehebatan televisi kini telah mampu menyamai kegiatan rutin manusia layaknya sikat gigi dan mandi, menonton televisi telah menjadi ritual harian yang oleh kebanyakan dari kita diterima sebagai nasib teknologi (aikon medialternatif juni 1997:3). Umat manusia dengan hadirnya pesawat televisi telah menjadi keluarga dunia, yang menurut DR. Herman Kaeruman, berkumpul di ruang keluarga dunia namun tanpa diskusi. Disisi yang lain televisi memiliki kekuatan-kekuatan luar biasa melalui kemampuan komunikasi-visualnya telah mempengaruhi perilaku masyarakatnya dalam menebarkan benih dalam masyarakat citraan dewasa ini.

Manusia jaman sekarang tidak hanya mencurahkan waktunya untuk televisi, tetapi televisi memiliki pengaruh yang semakin besar terhadap perilaku manusia.² Pemirsa televisi memang dapat dihambat dalam relasi-relasi yang normal dalam hidupnya : ia terikat pada saat-saat pendek dan hal ini yang dapat menghambat rencana kerja untuk direalisasi, selain itu pemirsa televisi tidak terlatih untuk ketrampilan komunikatif, membaca dan berbicara. Maka menurut John Tondowidjojo televisi tidak mengungkapkan diri dengan lebih baik dan akhirnya terisolasi menjadi konsumsi. Mereka yang menonton televisi secara berlebihan menjadi tidak bebas lagi, manusia terikat pada momentum dan oleh karenanya melalaikan

¹ “TV Yang Terlalu Menggoda...”, Majalah [aikon!], Edisi 71.akhir Juni1997, hal.3.

² John Tondowidjojo CM (1999), Komunikasi Berbalik menjadi Konsumsi, Warta Paragonz. Edisi April 1999, h.55.

relasi-relasi manusia yang normal. Manusia menjadi terisolasi dari masyarakatnya dan jatuh dalam suasana kesepian.

SEJARAH PENCIPTAAN TELEVISI

Pada tahun 1884 seorang mahasiswa di Berlin menciptakan sebuah alat yang merupakan cikal-bakal pesawat televisi.³ Namun prinsip-prinsip televisi ini tidak dapat dilepaskan dari penemuan teknologi Radio. Pada tahun itu pula penemuan Paul Nipkow itu dipatentkan. Nipkow bercita-cita menciptakan prinsip-prinsip pembentukan gambar yang kemudian dikenal sebagai Jantra Nipkow. Dalam majalah [aikoni!] Juni 1997 dipaparkan secara rinci sejarah terciptanya televisi. Gagasan awal televisi adalah transmisi elektrik dari elemen gambar dan suara secara simultan.

Dane pada tahun 1802 menemukan teknologi radio yang berprinsip bahwa pesan dapat dikirim melalui kawat beraliran listrik dalam jarak pendek. Kemudian James Maxwell menemukan prinsip baru untuk mewujudkan gelombang elektromagnetis yaitu gelombang yang digunakan televisi tahun 1965. Gerakan magnetis dapat mengarungi ruang angkasa dengan kecepatan yang sama dengan kecepatan cahaya. Penemuan Maxwell ini kemudian dikembangkan oleh Guglielmo Marconi. Pada tahun 1875 George Carey di Boston mengembangkan gambar televisi. Namun penayangan elemen-elemen gambar dengan cepat garis demi garis, *frame* demi *frame* ditampilkan oleh WE Sawyer dari Amerika dan Maurice Leblanc dari Perancis pada tahun 1880.

Gelar Bapak per-televisi-an dunia akhirnya jatuh pada Paul Nipkow yang mem-patentkan ciptaannya pada tahun 1884. *Nipkow disk* atau Jantra Nipkow melahirkan televisi mekanis, yaitu prinsip gambar kecil yang dibentuk oleh elemen-elemen secara teratur (*scanning device*). Elemen-elemen itu akan membentuk gambar ketika diputar secara mekanis dengan lingkaran spiral. Pada tahun 1920 Charles F. Jenkin (Amerika Serikat), John Lugie Baird (Skotlandia) dan Ernst FW Alexander (Amerika Serikat) membuat penelitian yang mengantar Charles F. Jenkin pada tahun 1925 berhasil membuat gambar bayangan atau *silhouette*. Sedang John Lugie Baird menemukan dasar-dasar bagi televisi berwarna yang kemudian berhasil pula menciptakan prinsip-prinsip bagi pengembangan teknik gambar hidup atau bioskop. Menyusul kemudian Ernst FW Alexander dari General

³ *Ibid*, hal.4

Electric New York pada tanggal 11 September 1928 berhasil menayangkan drama televisi untuk pertama kalinya di Amerika Serikat.

Seorang ahli berkebangsaan Rusia yang hijrah ke Amerika Serikat, Vladimir K.Zworykin pada tahun 1923 merancang tabung kamera ikonoskop yang mendasari perkembangan sistem televisi elektrik. Kemudian penemuan ini dilanjutkan dengan mempatentkan televisi elektronik berwarna pada tahun 1925, ciptaannya ini didemonstrasikan di *New York World's Fair* pada tahun 1939.

PERKEMBANGAN TELEVISI

Siaran televisi pertama di Indonesia ditayangkan pada tanggal 17 Agustus 1962 bertepatan dengan peringatan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke XVII. Siaran tersebut berlangsung mulai pukul 07.30 sampai pukul 11.02 waktu Indonesia bagian barat untuk meliput upacara peringatan hari Proklamasi di Istana Negara. Televisi Republik Indonesia (TVRI) baru melaksanakan siaran secara kontinyu 24 Agustus 1962. Liputan perdananya adalah upacara pembukaan Asian Games ke IV di Stadion Utama Senayan Jakarta. Saat ini siaran televisi di Indonesia telah dapat menjangkau di duapuluh tujuh propinsi di seluruh Indonesia berkat pemanfaatan satelit Palapa (yang mampu pula menjangkau wilayah Asean).

Perusahaan-perusahaan televisi besar bermunculan di Amerika Serikat seperti NBC, CBS. Duapuluh tahun sebelum kehadiran televisi di Indonesia yaitu pada tahun 1942, CBS telah menyiarkan berita serbuan pasukan Jepang ke pelabuhan Pearl Harbour Hawaii, Amerika Serikat. Akibat serbuan Jepang ini Pemerintah Amerika Serikat memerintahkan untuk menghentikan semua pembangunan studio radio dan televisi. Stasiun ini digunakan untuk keperluan pertahanan sipil, tempat latihan dan perintah-perintah dari Palang Merah. Stasiun WNET telah menyiarkan film penyerahan pasukan Jepang diatas kapal Missisipi. Televisi berwarna diperkenalkan pada tahun 1953 di negeri ini. Televisi kabel diperkenalkan untuk menjawab ketidakmerataan penerimaan gelombang televisi di daerah-daerah di Amerika Serikat. Tahun 1940-an teknologi ini diperkenalkan dengan menggunakan bantuan antena besar yang diletakkan di daerah yang tinggi kemudian sinyal diterima oleh antena yang lain untuk selanjutnya disalurkan melalui kabel (jenis *coaxial*) ke pesawat televisi.

Di Eropa Inggris mengawali siaran dengan penayangan upacara penobatan raja George VI pada tahun 1937. Sedang pada tahun 1954 mereka memantapkan siarannya dengan tayangan televisi berwarna. Jerman memulai siaran televisinya pada tahun 1948 sedang Televisi Italia memulainya pada tahun 1953.

Di kawasan Asia, Indonesia bukanlah negara pertama yang mengawali pertelevisian. Adalah Jepang yang jauh sebelumnya melakukan penelitian-penelitian tentang televisi. Pada tahun 1953 NHK telah melakukan siaran televisi untuk pertama kali yang diikuti oleh Filipina di tahun yang sama. Demikian pula Thailand memiliki teknologi pertelevisian sejak tahun 1955. Sedangkan RRC baru melakukannya tahun 1962, tahun yang sama dengan Indonesia.⁴

PERAN TELEVISI SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL

Televisi adalah gambar yang paling kompleks pada media rupa-rupa dwimatra dinamis (*moving audiovisual media*),⁵ bahasa rupa inilah yang dianggap paling pesat perkembangannya. Tabrani (1992) melihat bahwa dari segi sejarah memang bahasa rupa lainnya banyak mengacu pada bahasa film dan televisi. Bahasa rupa foto (gambar statis) tumbuh sangat perlahan dan segera terkejar, dilanda oleh bahasa rupa film kemudian muncul televisi (gambar dinamis). Gambar dinamis inilah yang pesat sekali merambah ke seluruh dunia.

Tidak dapat dipungkiri peran televisi saat ini semakin besar saja. Peranannya sebagai media komunikasi visual sangat luar biasa dibandingkan media-masa yang lain. Temuan Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia tahun 1996 yang dilansir majalah [aikoni!] media alternatif menyebutkan bahwa kekuatan besar televisi yang tidak pernah dibayangkan oleh Paul Nipkow sekalipun ketika dia mematenkan Jantra Nipkow yang menjadi cikal-bakal televisi mekanis; temuan itu memaparkan bahwa anak-anak Indonesia (usia 6-15 tahun) “harus menyisihkan” waktu 22-26 jam per minggu untuk menonton televisi. Bahkan anak Amerika sejak usia delapan belas bulan sudah secara mendalam dikonfrontasikan pada medium televisi. Pada akhir humaniora-nya jumlah jam menonton televisi dari anak-anak muda Amerika mencapai 16.000 jam. Ketika usia mencapai 20 tahun secara total hampir

⁴ *Ibid*, hal.4

⁵ Tabrani, Primadi (1992), *Semiotika dan Bahasa Rupa Gambar*. Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya LPUI dan Lingkaran Peminat Semiotika.

mencapai juta *reclamesport* atau mencapai rata-rata 1000 per pekan (Tondowidjojo 1999:57).

Televisi mengkomunikasikan pesan-pesannya dengan cara yang sangat sederhana. Sifat televisi yang demikian, disebut sebagai penyampaian pesan sepiantas atau *transitory*. Karena itulah maka pesanpun harus mudah dipahami dalam sekilas dan dengan jenjang konsentrasi yang tidak setinggi membaca. Pesan-pesan yang harus bersifat begitu sederhana itu, dengan idiom-idiom gambar yang sangat universal sehingga tayangan untuk orang dewasa pun dengan dipahami anak-anak. Pesan-pesan yang disampaikan secara audio (bahasa tutur) berentang kosakata sangat terbatas menyebabkan interaksi televisi dengan pemirsa dianggap selesai segera setelah informasi lewat tanpa dapat direvisi, diverifikasi apalagi dievaluasi.⁶

Munculnya televisi menghadirkan suatu revolusi dimana manusia dihadapkan pada jaman komunikasi visual pada layar televisi. Revolusi pertama komunikasi massa berangkat dalam abad ke lima sebelum Kristus, yakni ketika terjadi transisi dari budaya lisan ke budaya tulis di Athena. Yang kedua bertolak di Eropa dalam abad ke lima belas ketika muncul mesin cetak Gutenberg, yang merupakan suatu revolusi dalam komunikasi massa. Revolusi ketiga adalah apa yang dikenal sebagai penemuan dan penyebaran informasi melalui televisi sebagai intinya. Perkembangan ini membuat televisi dikenal sebagai *The Second God* (Tondowidjojo 1999:57). Dan orang-orang Belanda mem-*pleset*-kan singkatan TV menjadi *Tweede-Vrouw* (istri kedua).

Kesederhanaan bentuk dan cara penyampaian pesan inilah yang menjadi sumber ketakutan banyak orang. Mereka percaya bahwa di balik kepiawaian televisi untuk menghibur, mengintip berbagai hal negatif (terutama anak-anak).⁷ Televisi demikian membuai sehingga memimpikan manusia dan membiarkan manusia larut dalam gambar-

⁶ opcit, hal.5

Rendahnya keinginan anak-anak untuk mengakses informasi dari media lain menjadikan televisi sebagai satu-satunya pilihan yang dapat memuaskan banyak keingintahuan mereka. Anak-anak jadi malas membaca, sekalipun bacaan yang sarat gambar seperti halnya komik. Bahkan eksodus pembaca buku ke televisi paling awal dilakukan oleh para penggemar komik. Hal ini disebabkan mereka (para penggemar komik) telah terbiasa mencerna idiom-idiom gambar dengan sedikit tulisan sehingga dengan menonton televisi mereka lebih terbantu untuk memperjelas imajinasi.

Banyak yang percaya bahwa anak-anak masa kini dan masa depan adalah anak-anak yang terbentuk dalam lingkungan televisi. Artinya, hak anak-anak untuk mendapat kualitas acara televisi yang baik dan sepadan adalah sesuatu yang tidak perlu diperdebatkan lagi, bila tidak bisa disebut sebagai sebuah kebutuhan mendesak. [aikon!]media alternatif, akhir Juni 1997 hal.5

⁷ Garin Nugroho (1999), Harapan Memadu Bangsa di Ruang Keluarga, Harian Kompas, 10 April 1999. H.4.

gambar televisi. Pemirsa televisi menaruh kesan secara langsung pada peristiwa-peristiwa dunia secara intensif serta ikut menghayatinya. Medium televisi memberikan kesadaran bahwa manusia mencapai kebahagiaan hidupnya melalui televisi.

Televisi pun mampu digunakan sebagai alat penguasa untuk menyebarkan pengaruhnya sehingga mampu menjadi kepanjangan tangan kekuasaannya. Para pakar politik menyebutkan bahwa salah satu kunci fenomena politik Eisenhower pada awal sejarah televisi, sekitar tahun 1950-an, adalah bahwa Ia bersedia tampil di hadapan kamera televisi. Hanya dalam beberapa saat saja tampilan itu hadir dihadapan masyarakatnya di seluruh Amerika. Sedangkan presiden Amerika Serikat yang lain, yakni Truman hanya dua tahun sebelum televisi populer memerlukan waktu tiga bulan untuk menjabat 500.000 pemilihnya.⁸ Menurut Garin Nugroho per television Indonesia tidak pernah bisa dilepaskan dari alat kekuasaan, berikut ini catatannya :

Televisi Indonesia adalah sejarah propaganda sekaligus penerangan selama lebih kurang 30 tahun. TVRI adalah jabang bayi politik mercu suar *Asian Games* (tahun 1967). Kemudian di masa Orde Baru, TVRI adalah sejarah penerangan dan ketika swastanisasi lahir pada tahun 1990-an, televisi adalah medium hiburan dan informasi. Namun tetap dalam perspektif mendukung dan tidak mengganggu kekuasaan Orde Baru. Dengan kata lain, sejarah tigapuluh tahun televisi Indonesia adalah sejarah penggunaan televisi untuk penegakan kekuasaan.....⁹

Televisi menurut [aikon!] menjadi terlalu menggoda untuk tidak ditonton. Akibatnya bisa bermacam-macam. Mulai dari perilaku meniru idola, seperti meloncat dari balkon untuk meniru Superman, sampai ter-inspirasi untuk membuat dekor video klip. Mulai dari gejala obesitas (kegemukan --karena tidak melakukan kegiatan lain selain menonton TV sembari makan-makanan kecil--) sampai menurunnya minat baca. Sekalipun tidak pernah ada yang dapat membuktikan, televisi telah dituding sebagai pemicu sikap agresif atau beberapa sikap buruk lainnya.

TELEVISI DALAM MASYARAKAT CITRAAN

Kedahsyatan televisi memang tidak dapat dilepaskan keterikatannya dengan situasi dan kondisi masyarakat modern masa kini. Adalah kapitalisme yang mengantar televisi

⁸ Garin Nugroho (1999), *Harapan Memadu Bangsa di Ruang Keluarga*, Harian Kompas, 10 April 1999. H.4.

⁹ *Ibid.*

menjadi obyek yang seperti dikatakan diawal tulisan ini sebagai bagian yang melekat erat dengan ritual kehidupan manusia sehari-hari : “tidak berbeda jauh dengan mandi dan gosok gigi, maka menonton televisi telah menjadi ritual harian.....”. Televisi menghadirkan pertanyaan akan dibawa kemanakah manusia oleh alat ini; jawabnya adalah kemana-mana dan entah kemana. Manusia mengisolasi diri dan dengan tenang menyendiri di depan televisi. Dalam pernyataannya E. Biser (*Parochie en Massamedia* dalam Tondowidjojo 1999), mengatakan bahwa ‘*high-tech*’ tertuju pada mengubah utopi-utopi kedalam realita”, namun pada televisi justru berlaku hukum yang sebaliknya; realitas sehari-hari diubah menjadi utopi-utopi. Orang memperbudak diri pada media, tidak lagi memiliki fantasi yang kreatif untuk membuat proyek kehidupan personalnya. Baudrillard memang menyebutkan bahwa kebutuhan akan tontonan menjadi mutlak di dalam masyarakat konsumen. Di dalam bukunya yang berjudul *In The Shadow of the Silent Majorities*, Baudrillard mengemukakan bahwa masyarakat sekarang adalah masyarakat yang diam, disebutnya sebagai massa yang diam. Massa yang diam inilah yang mendambakan secara terus-menerus tontonan (Piliang 1995:33). Dan pendapat ini menjadi jelas ketika Guy Debord menyebut masyarakat kapitalisme mutahir sebagai masyarakat tontonan. Menurutnya sudah sejak lama kapitalisme memproduksi komoditi, sementara konsumsi berjalan dengan sendirinya. Tetapi kini didalam masyarakat tontonan, memproduksi komoditi harus disertai dengan memproduksi tontonan. Tontonan ini oleh Piliang dijabarkan sebagai materi-materi yang hadir dalam iklan, brosur, pameran, *window display*, hadiah kuis dan lain-lainnya.¹⁰

Semua komoditi menjadi tontonan dan semua tontonan menjadi komoditi. Tontonan bukanlah sekumpulan citra-citra, melainkan hubungan sosial di antara orang-orang yang digubah lewat citraan-citraan (Debord dalam Piliang 1992:33). Menonton pertandingan bola-basket tidak lagi sekedar menikmati pertandingan olahraga itu sendiri, namun telah menjadi sekumpulan ritual-ritual yang dangkal namun telah membawa citra-citra yang luarbiasa. Citra sekumpulan penggembira, pemandu sorak, citra-citra melalui lambang/logo tim-tim yang berlaga, kuis-kuis, hadiah-hadiah, perang baliho. Bahkan kehadiran suporter boneks telah menyadarkan kita akan sepakbola itu sendiri bukanlah tujuan utama, tetapi komoditi yang lain telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari ritual sepakbola.

¹⁰ Piliang, Yasraf Amir (1995), Wawasan Semiotik dan Bahasa Estetik Post Modernisme, Jurnal Seni Rupa volume I/95. H.33

Orde Baru pada masa-masa Pemilu yang selalu penuh rekayasa itu, juga selalu memanfaatkan televisi dalam trik-trik politiknya. Melalui media televisi, Orde Baru membangun citra-citra yang mampu mengantarkan rakyat menilai negatif saingan-saingan politiknya. Televisi mampu membangun opini masyarakat lewat tayangannya berkali-kali. Sebagai contoh, Orde Baru selalu menayangkan kampanye-kampanye partai politik saat itu dalam latar belakang atau kondisi-kondisi rusuh. Kampanye Partai-partai politik saat itu selalu disertai suasana-suasana kekerasan, kerusuhan dan kebrutalan-kebrutalan sehingga mampu membangun opini publik bahwa partai-partai tersebut identik dengan kerusuhan. Citra negatif tersebut terbangun selama masa-masa kampanye akibat gencarnya televisi menyiarkan pemberitaan yang tidak berimbang dan sepihak.

Televisi telah mengambil posisi sebagai jaring laba-laba yang menjaring apa saja yang ada untuk ditampilkan dan menjaring konsumen dalam lapis apa saja, sehingga televisi mampu pula menawarkan gaya hidup baru, *style-style* bahkan perilaku-perilaku baru yang sebelumnya tidak dikenal masyarakat lapisan tertentu. Trik-trik dalam televisi mampu menciptakan efek-efek yang luar-biasa yang mampu mengubah dan mempengaruhi perilaku pemirsanya. Maka media televisi menjadi panggung yang menarik tempat iklan atau program-program televisi, hingga masyarakat terseret dalam arus konsumerisme yang maha dashyat. Televisi (dengan iklan-iklannya) telah menjadi sebuah pusat gravitasi baru. Televisi telah menjadi titik pusat dimana orang seakan-akan berputar mengelilingi dan patuh dalam gaya gravitasinya. Piliang (1998) memberi contoh bagaimana Najib Ali, pembawa acara “Asia Bagus” di *Singapore Broadcasting Television*, telah menjelma menjadi pusat gravitasi gaya bagi kaum muda di Asia, terutama di Jepang. Sepatu Adidas “Gazelle” yang dipakai oleh Najib Ali menjadi incaran para anak muda Jepang, yang memang haus akan idola dalam gaya. Jutaan anak muda Asia menjadi makmum Najib yang setia dalam gaya. Televisi telah menjadi pusat bagi masyarakat yang membutuhkan citra-citra baru bagi dirinya dan masyarakatnya. Realitas-realitas sosial, kebudayaan atau politik dibangun berlandaskan model-model yang ditawarkan televisi melalui iklan, tokoh-tokoh politik, bintang-bintang film, pemeran telenovela (sinetron) atau bahkan tokoh-tokoh kartun. Ratu Diana, Bill Clinton, Monica Lewinsky bahkan Raja Husein dan Yasser Arafat mampu memberi citra-citra khusus bagi para pengagumnya. Mereka-mereka yang lain seperti Madonna, Spice Girl memiliki pesona sendiri dalam membangun citra-citra baru dalam masyarakat terkini. Dalam bidang olahraga citra-citra kehebatan dihadirkan lewat David Beckham, Alessandro del

Piero dan Michael Jordan dan lain-lain. Jelaslah bintang-bintang layar perak menjadi citra-citra yang memabukkan para remaja, disini muncul Leonardo Dicaprio, Tom Cruise dan sebagainya. Bahkan film Aladin, menghadirkan tokoh utama kartunnya mengambil elemen yang “citra” yang terkenal saat itu; yaitu hidung tokoh utama film Aladin mengambil/meniru hidung Tom Cruise yang sedang terkenal saat itu. Tokoh-tokoh telenovela seperti Maria Mercedes, Esmeralda, Isabela dan lain lain telah menabur candu bagi pemirsanya. Tempat-tempat seperti stadion Wembley di Inggris, sepakbola liga Itali telah menjadi model dalam membangun citra-citra. Tidak ketinggalan tokoh-tokoh kartun (Doraemon, Flinstone dan lain lain), tokoh-tokoh film fiksi (Startrek, Jurassic Park) juga mampu menjadi model untuk menghadirkan citra-citra, nilai-nilai dalam kehidupan sosial, kebudayaan bahkan politik.

Tanpa disadari oleh pemirsa, bahwa telah terjadi suatu indoktrinasi oleh media televisi pada dirinya melalui iklan, program-program dan informasi beritanya. Manusia telah dikondisikan untuk haus akan tayangan-tayangan televisi, masyarakat saat ini telah menjadi suatu masyarakat tayangan. Ritme-ritme kehidupannya telah diatur oleh program-program tayangan dengan semua yang menyertainya. Harus disadari bahwa pola-pola ini membuktikan keberhasilan suatu wacana kapitalisme. Program-program tayangan pertandingan sepakbola yang ditayangkan pada dinihari telah merubah ritme hidup manusia pemirsanya, yang rela untuk bangun pada dinihari untuk menyaksikan tayangan bola yang berada di Italia atau Inggris. Pada saat yang demikian, para kapitalis telah meramu pola-pola bagaimana menjaring konsumen bagi pemasaran produk-produknya, lewat kostum yang dipakai para pemain bola, sepatu bola yang digunakan para idola kaum muda. Iklan-iklan yang bertebaran di pinggir lapangan hijau, tayangan iklan yang mensponsori acara tersebut sampai kuis-kuis yang ditawarkan, mengantar kaum kapitalis menjaring mangsanya.

Arthur Kroker dan David Cook mengatakan bahwa sifat totalitas televisi telah menjadikannya sebagai satu bentuk kekuasaan dalam suatu komunitas (dalam Piliang 1998). Citra-citra yang ditawarkan televisi telah membentuk ketidak-sadaran massal, bahwa telah terjadi pembentukan diri melalui televisi. Penonton dibentuk berdasarkan relasinya dengan obyek-obyek dan reaksinya terhadap obyek tersebut. Dikatakan oleh Piliang bahwa citraan-citraan yang mengalir melalui iklan untuk meng-indoktrinasi massa. Didalam bahasa per-televisi-an “Berlian” adalah abadi, sabun Lux mencitrakan kecantikan, *wes-ewes-ewes bablas angine* adalah kesehatan dan minum bir adalah persahabatan.

Piliang (1994:104) menyatakan bahwa televisi pada kenyataannya menawarkan informasi dan membentuk sikap dan gaya hidup. Bahkan dongeng Mickey Mouse atau Superman justru lebih “ampuh” dari pelajaran etika dalam membentuk karakter seorang anak, sebagaimana sebuah iklan pencuci rambut (shampo) di televisi yang lebih ampuh dari filsafat populer manapun dalam membantu manusia mendapatkan “citra diri” dan makna hidupnya. Garin Nugroho lewat kelompok kerja Visi Anak Bangsa telah menawarkan informasi tentang Pemilihan Umum tahun 1999 di Indonesia dengan sangat menariknya. Apabila Orde Baru memperlakukan media televisi sebagai media untuk semakin menancapkan kuku kekuasaannya di bumi pertiwi ini, tidak demikian halnya dengan Garin Nugroho. Secara sangat menawan Garin memperlakukan televisi justru sebagai media pemberdayaan masyarakat Indonesia pada pendidikan politik. Iklan-iklan layanan masyarakatnya terlihat sekali menyampaikan aspirasi-aspirasi lapisan masyarakat bawah dalam menyikapi pemilihan umum di Indonesia paska Orde Baru ini sebagai pekerjaan besar rakyat Indonesia. Kreatifitas Garin Nugroho dengan kelompok kerja Visi Anak Bangsa-nya menyentuh pula pada dimensi bahwa Pendidikan politik adalah tugas semua unsur dalam masyarakat, termasuk didalamnya unsur perfilman, yang posisi perancang Komunikasi Visual tidak dapat dilepaskan begitu saja. Apabila Orde Baru menyikapi televisi sebagai corong kekuasaan, maka Garin menghadirkan dialek-dialek khas lapisan bawah untuk menggugah semua lapisan dalam usahanya untuk membangun Indonesia baru. Televisi menjadi media membangun sikap politik rakyat Indonesia pada umumnya dalam rangka penegakan demokrasi, serta sikap hidup dalam berbangsa dan bernegara.¹¹

PENUTUP DAN KESIMPULAN

Masyarakat kita saat ini adalah masyarakat yang selalu haus akan tayangan. Pada saat yang sama masyarakat kita ini adalah masyarakat yang konsumeristis, budaya konsumerisme ini merupakan suatu panggung yang didalamnya produk-produk konsumen menjadi satu medium pembentukan-pembentukan individu-individu, gaya-gaya, citra-citra. Lewat televisi, Produk-produk ditawarkan dalam pencitraan-pencitraan lewat iklan dan dalam bentuk

¹¹ dalam beberapa tayangannya, Garin mengetengahkan kehadiran suara rakyat kecil seperti “ *mbok ya sekali-sekali suara kita kita ini didengarkan*” atau kesadaran bahwa pemilihan umum itu sangat penting yang dimulai pada saat rakyat Indonesia harus mendaftarkan diri sebagai pemilih : *Inga’ Inga’* menjadi idiom-idiom yang sangat populer. Demikian pula Garin mengkritik tidak saja para penguasa, tapi juga para penyelenggara pemilihan Umum, sikap-sikap brutal simpatisan Partai-Politik dan lain-lain.

tayangan-tayangan yang lain. Sementara di lain pihak, karena indoktrinasi yang luar biasa dari media televisi, para konsumen-pun dirangsang untuk berlomba dalam mendapatkan produk-produk baru (barang bahkan jasa, pariwisata dan lain-lain), citra-citra baru dan gaya-gaya baru.

Dengan mengamati perkembangan masyarakat yang demikian, televisi menjadi media yang sangat potensial bagi berkiprahnya para desainer komunikasi visual. Potensinya yang luarbiasa, karena kebutuhan masyarakat yang luar-biasa pada media ini, menuntut pula kehandalan para desainer komunikasi visual dalam berkarya. Disamping penguasaan terhadap media-media lain, maka penguasaan perancangan komunikasi visual terhadap media televisi seharusnya menjadi satu tantangan yang luarbiasa bagi perancangan di dunia ini untuk menaklukkannya.

Televisi telah menjadi medan baru bagi perancangan komunikasi visual yang hadir dalam suatu wacana budaya yang berbeda; yang tidak saja media hiburan tapi telah mampu menembus dimensi-dimensi kemasyarakatan lainnya. Televisi kini hadir hampir di sebagian besar rumah tangga Indonesia. Televisi sebagai panduan di ruang keluarga-keluarga Indonesia akan dihadapkan pada realitas-realitas baru yang setiap saat selalu berkembang. Bagi para perancang desain komunikasi visual, realitas-realitas baru tersebut haruslah disadari sebagai bagian dari realitas kompleks yang merupakan hasil pengalaman masa lampau, perspektif memandang dan mengalami hidup hari ini, serta harapan masa depan. Perancang desain komunikasi visual diharapkan mampu secara jeli mengantisipasi perkembangan baik teknologi itu sendiri maupun kondisi masyarakat yang ada yang tidak jarang penuh dengan paradoks dan ketimpangan-ketimpangan.

KEPUSTAKAAN

Majalah [aikon!], *“TV Yang Terlalu Menggoda, Memudahkan, membuai, menguntungkan dan Menakutkan”*, Edisi 71.akhir Juni 1997

Nugroho, Garin , *Harapan Memadu Bangsa di Ruang Keluarga*, Harian Kompas, 10 April 1999.

Piliang, Yasraf Amir, *Terkurung di Antara Realitas-realitas Semu, Estetika Hiperrealitas & Politik Konsumerisme*. Jurnal Ulumul Qur'an no.4 vol. V tahun 1994

..... , *Wawasan Semiotik dan Bahasa Estetik Post Modernisme*, Jurnal Seni Rupa volume I/95.

..... , *Sebuah Dunia Yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Modernisme*, Penerbit Mizan Bandung, 1998.

Tabrani, Primadi, *Semiotika dan Bahasa Rupa Gambar*. Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Budaya LPUI dan Lingkaran Peminat Semiotika, 1992.

Tondowidjojo, John CM, *Komunikasi Berbalik Menjadi Konsumsi*, Warta Paragonz, Forum Komunikasi Umat, 1999.