

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada abad ke-21 teknologi televisi (TV) telah menjelma jadi sebuah 'kotak jiwa'. Melalui TV, manusia mendapatkan beraneka ragam informasi sekaligus pemenuhan spiritual lewat program acara dari berbagai stasiun TV. Konten menarik yang dihadirkan merayu pemirsa untuk duduk dan bercengkrama di depan tabung kaca ini, entah sendiri maupun bersama keluarga. Acara TV meringkus kenyataan yang kita alami sejenak untuk hanyut dalam realitas semu, dimana hal ini menggerakkan fokus untuk ikut terlibat dalam perasaan yang diutarakan oleh acara tersebut. Salah satu bentuk acara yang ditawarkan TV untuk memahami perasaan itu adalah acara realitas atau dikenal juga sebagai *reality show*. Berbagai alur cerita yang digambarkan *relate* dengan perasaan masyarakat membuatnya dapat diyakini sebagai kebenaran. Namun disaat acara realitas diyakini sebagai kebenaran, sejauh mana pemirsa akan mengonsumsinya?

Saat ini tren program TV selalu seragam dalam satu waktu, berita tentang artis kondang, pendatang baru yang rupawan, bahkan hingga permasalahan-permasalahan selebriti yang tak kunjung habis seakan selalu disorot. Dengan kemasan program yang menjamur seperti ini, tidak aneh jika program TV cenderung memiliki corak yang serupa dan bergerak dalam kurun waktu tertentu sesuai selera pemirsa. Alasannya? Pemirsa menyukai itu, dan program TV menggantungkan dirinya dengan apa yang pemirsa suka, maka dari itu produser membuat program hanya berdasarkan hal tersebut. Manusia menyukai sesuatu yang sama dengan keadaannya karena seolah dapat dijangkau, itu sebabnya acara realitas yang menghadirkan kehidupan orang biasa muncul, karena akan menarik perhatian dan empati pemirsa sebagai orang biasa juga. Namun realitas yang sesuai dengan keinginan masyarakat tidak selalu dapat dihadirkan. Akhirnya program seperti ini berandai-andai dengan cerita hingga menuliskan skenario yang hanya berpatokan dengan apa yang pemirsa mau lihat, bukan harus tahu.

Seiring berjalannya waktu program-program TV bertambah dan berkurang, tidak selalu semua acara TV menarik bagi semua kalangan. Tapi semakin kesini kiblat acara hiburan TV semakin bergerak ke arah program *reality show* andai-andai itu, seperti magnet, daya tarik dramatisasi pada acaranya terhadap pemirsa benar-benar kuat. Padahal sekilas saja sudah tahu bahwa acara ini bohongan, namun mengapa banyak yang tertarik. Sebegitu besarnya daya tarik dramatisasi *reality show* dibandingkan informasi yang faktual, Inikah tren masyarakat kini?

Salah satu program *reality show* yang cukup familiar di telinga masyarakat adalah Rumah Uya yang dibawakan oleh Surya Utama atau Uya Kuya. Dikenal sebagai pembawa acara dan aktor, ia telah memulai karirnya dari tahun 2006 sebagai pembawa acara Playboy Kabel hingga akhirnya memiliki acara sendiri. Program TV Rumah Uya yang hadir pertama kali pada tahun 2015 dan tetap eksis hingga tahun 2020, membawa tajuk tema menyelesaikan masalah dengan kekeluargaan ini telah membawa begitu banyak narasumber baru setiap harinya dari senin hingga jumat (Putri 2018). Dalam kamus Merriam-Webster *reality show* diistilahkan sebagai *docusoap*, yaitu gabungan dari dua istilah: *documentary* dan *soap*. Artinya acara televisi yang mengemas kegiatan kelompok orang secara sebenarnya, namun ditampilkan dengan gaya opera sabun. Plot yang dibawakan Rumah Uya biasanya narasumber memiliki suatu masalah yang sudah dipendam lama, namun akhirnya angkat bicara di dalam program karena ingin menyelesaikannya. Secara visual mereka benar-benar dibuat nyata namun secara intuitif itu palsu, dengan menghasilkan realitas-realitas artifisial demi keuntungan. Empati pemirsa diserap melalui skenario *off-cam* dan *disclaimer*, hingga pada akhirnya menarik perhatian agar mengikuti jalan cerita yang ada. Satu persatu tokoh dalam cerita narasumber masuk ke dalam *set stage*, kemudian di wawancara oleh Uya, formatnya hampir serupa, perihal ada hubungan apa dengan narasumber dan cerita yang disampaikan. Selalu ada *plot twist* dalam setiap episode, entah fakta mengejutkan dari cerita, tokoh yang tak diundang masuk, hingga hubungan dengan hal yang berlawanan dengan tema awal cerita. Seperti kemunculan fakta bahwa narasumber adalah seorang penjelajah waktu dan jauh-jauh dari tahun

2025 untuk memberitahukan pacarnya bahwa ia akan menikah dengan orang lain. Hingga bukti-bukti yang membeberkan seolah itu benar terjadi. (Siregar 2018)

Sama hal dengan yang terjadi di saluran TV lain, acara Rombak Warung menjadi *trending* di saluran TV tersebut, mengusung tema seperti bedah rumah namun yang berbeda ini adalah usaha milik narasumber. Bersamaan dengan dipilihnya narasumber diceritakan juga bagaimana memprihatinkannya kondisi narasumber itu, mulai dari pendapatan harian hingga kondisi keluarga terdetail. Di tengah-tengah cerita seperti biasa muncul kejadian yang semakin menunjukkan bahwa kondisi narasumber benar-benar memprihatinkan, seolah tidak dapat tertolong lagi. Eksploitasi kemiskinan dan ketidakmampuan menjadi bumbu rahasia dalam acara ini, hingga pada akhirnya yang dijual adalah berbagai jenis kemiskinan itu sendiri. Dan plot *template* nya, acara *reality show* ini menjadi jalan keluar atas setiap permasalahan tersebut, dengan begitu pemirsa akan sumringah betapa baiknya acara ini, narasumber pun sujud syukur, masalah selesai. Entah acara mana yang lebih populer namun pola tema yang diangkat pasti memiliki kemiripan satu sama lain, dramatisasi masalah dan eksploitasi status menjadi syarat utama dalam menghadirkan cerita yang disenangi pemirsa.

Penulis menyadari acara ini seperti mencoba melampaui keadaan dengan segala kemungkinan yang mereka tampilkan. Mungkin realita sebenarnya kejadian-kejadian seperti yang ditampilkan tidak akan terjadi, namun adanya acara realitas seperti ini membuat pemirsa berpikir bahwa realita seperti ini memang benar ada. Jika benar begitu secara tidak langsung *reality show* membentuk sesuatu sebuah simulakrum realitas. Dampaknya adalah mereka terjebak dalam realitas suguhan tanpa pertimbangan lebih lanjut dengan dalih hiburan. Tidak adanya sikap kritis sekalipun dalam konten hiburan akan berdampak pada pola pikir dalam berinteraksi, terutama anak-anak di bawah umur yang ikut menonton. Dampak lainnya terhadap penonton adalah mereka mengamini dan mencoba mereaksikan apa yang ditayangkan meski mereka sadar itu artifisial. Tayangan TV menjadi konsumsi yang tidak lagi sehat, terutama bagi mereka yang sumber informasinya hanya dari TV. Walaupun ada

kapasitas untuk memilah tontonan, jika acara realitas mendulang *rating* tinggi, stasiun TV akan bertahan dengan format yang sama demi keuntungan. Hasilnya, pemirsa tidak memiliki tontonan dengan kualitas sepadan dengan informasi yang disajikan.

Selain kebingungan akan rasa percaya dengan realitas yang dihasilkan, *reality show* pada nyatanya adalah realitas yang bermasalah. Hal ini dibuktikan dengan masalah selalu menjadi elemen penting dalam menghadirkan suatu situasi melalui skenario, namun dalam acara disebut sebagai *brief*, tidak benar-benar menampilkan realitas. Meski hasil Riset Indeks Kualitas Program Siaran TV tahun 2020 oleh Komisi Penyiaran Indonesia mengatakan mengalami kenaikan dan merupakan pencapaian tertinggi selama 5 tahun terakhir, namun penilaian terhadap acara *reality show* hanya mendapatkan 2,78 dan belum pernah mencapai nilai standar yang ditentukan oleh KPI yaitu 3.00 (Komisi Penyiaran Indonesia 2020). Padahal program edukasi dan berita mendapatkan nilai diatas 3.00, namun ketertarikan masyarakat tetap tidak berubah. Jika terus begini tontonan yang sifatnya faktual akan terus tergerus meski mendapat penilaian bagus karena semata-mata tidak “*relate*” dengan pemirsanya. Karena telah menjadi tren dalam menonton TV kini, lebih baik bahagia karena dibohongi daripada kecewa karena kebenaran.

Masyarakat menengah ke bawah sebagai konsumen utama program TV ini kemudian menggantungkan diri pada harapan akan terjadinya hal serupa di kenyataan mereka. Alasan mereka menjadi konsumen utama program acara TV tersebut adalah kondisi finansial mereka yang tidak memungkinkan memperoleh lebih dari hal itu. Mereka hanya fokus pada hiburan apa yang dapat diperoleh dengan TV biasa ini, mereka tidak mencari sensasi pengalaman maupun keberagaman konten. Kegiatan menonton untuk melepas stres setelah seharian bekerja membuat mereka tidak memperdulikan hal semacam itu dan hanya berpikir menonton TV sebagai hiburan. Produser yang menyadari hal ini membuat program TV yang kemudian dapat disaksikan secara “*relate*” oleh kaum menengah ke bawah ini. Suguhan yang menghibur sekaligus memberikan harapan pada mereka bahwa kejadian yang sama akan terjadi pada mereka suatu saat nanti.

Segala permasalahan yang disampaikan diatas menjadi latar belakang penciptaan karya Tugas Akhir penulis. Karya ini bermediumkan video dan menggunakan instalasi untuk presentasinya. Selain itu, menggunakan berbagai objek yang berkaitan dengan masyarakat menengah kebawah pada instalasi mempresentasikan bagaimana situasi masyarakat tersebut. Bersama dengan instalasi terdapat video yang berisi konten artifisial pada *reality show* sebagai gambaran konten seperti apa yang dilihat kelompok masyarakat tersebut. Karya dimaksudkan untuk menyadarkan pirsawan tentang konten-konten yang menjangkit TV kita, dan suasana menonton TV saat itu.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan penulis, permasalahan yang dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana keterkaitan konten artifisial *reality show* sebagai refleksi realitas yang dilebih-lebihkan?
2. Bagaimana penulis menghadirkan visualisasi konten artifisial *reality show* melalui sebuah karya seni video?

C. Batasan Masalah

Penulis membatasi permasalahan karya Tugas Akhir pada poin-poin sebagai berikut:

1. Isu yang diangkat dalam karya adalah konten artifisial *reality show* pada TV Indonesia dan kaitannya dengan masyarakat menengah kebawah
2. Konten yang dihadirkan membahas realitas keseharian yang ada di lingkungan penulis
3. Presentasi isu pada lingkungan penulis dikemas dalam bentuk acara realitas di TV nasional
4. Genre yang digunakan sebagai presentasi isu karena adalah program yang memiliki rating tinggi

D. Tujuan Karya

Adapun tujuan karya ini dibuat adalah:

1. Menampilkan visual dari konten artifisial pada program *reality show* di Indonesia
2. Memantik kesadaran tentang isu konten artifisial yang berkembang di saluran TV Indonesia
3. Memberikan pengalaman melalui visualisasi karya yang dihadirkan

E. Sistematika Penulisan

Pengantar Tugas Akhir ini akan ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, Bab ini memuat latar belakang penciptaan karya, rumusan dan batasan masalah, tujuan berkarya, sistematika penulisan, dan kerangka pemikiran.

Bab II, Landasan Teori dan Seniman Referensi, Bab ini akan menjelaskan perihal landasan teori dan konsep yang digunakan dalam pengkaryaan,

Bab III, Konsep Karya dan Proses Berkarya Bab ketiga dalam tulisan ini akan menjelaskan detail konsep karya dan proses yang terjadi dalam masa pembuatan karya.

Bab IV Kesimpulan Bab ini merupakan penutup yang berupa kesimpulan dari hasil pengkaryaan yang telah dilakukan penulis.

F. Metodologi Penelitian

Dalam menyusun proposal tugas akhir ini yang nantinya jika sudah disetujui menjadi laporan tugas akhir yang disusun oleh penulis sendiri, metode penyusunan yang akan digunakan oleh penulis dalam membuat tugas akhir ini adalah metode penciptaan. teori seni video, seni instalasi dan atensi ekomoni. Cara memperoleh data terdiri dari beberapa bagian, diantaranya adalah melakukan observasi melalui platform televisi serta riset data dengan wawancara dan pengambilan data visual di lapangan.

G. Kerangka Berpikir

