PROSIDING SEMINAR NASIONAL

MENGGAGAS PENCITRAAN BERBASIS KEARIFAN LOKAL

26 September 2012

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jenderal Soedirman
Purwokerto

Dipindai dengan CamScanner

DAFTAR ISI

Halaman

1. Komunikasi Politik Dan Diplomasi Berbasis Kearifan Lokal (Analisis PILKADA Dalam Proses Kampanye Politik) Oleh: Dr. Afrina Sari.M.Si, Universitas Islam "45" (UNISMA) Bekasi 1

2. Memadu Lokalitas Pariwara, Menggapai Kualitas Komunikasi Bermakna, Oleh: Agus Ganjar Runtiko. Universitas Jenderal Soedirman 19

3. *Local Wisdom* Media Iklan Luar Ruang di Aceh Oleh:Ainol Mardhiah dan Ade Muana Husniati. Universitas Malikussaleh, Aceh 35

4. Pencitraan Kota Solo melalui Revitalisasi Busana Tradisional pada Pegawai Pemerintah Kota, Oleh: Alvika Hening Perwita, Poundra Swasty Ratu Maharani Serikit, Chatia Hastasari. Universitas Sahid Surakarta..... 47

5. Strategi *Media relations* Perusahaan Multinasional di Tingkat Lokal (Strategi *Media relations* Hotel Sheraton Surabaya Terhadap Media Lokal di Surabaya), Oleh: Anastasia Yuni Widyaningrum. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya 67

6. Komunikasi Pemerintahan Daerah Berbasis Kearifan Lokal Oleh: Andy Corry Wardhani. Universitas Lampung..... 77

7. Media Komunitas Dan Junalisme Lingkungan Berbasis Kearifan Lokal (Studi pada Situs www.suarakomunitas.net dalam Pemberitaan Isu-isu Perubahan Iklim) Oleh: ARYO SUBARKAH EDDYONO, S.Sos. M.Si. Universitas Bakrie – Jakarta 89

8. Komunikasi Politik Berbasis Kearifan Lokal, Oleh: Aziz Taufik Hirzi. Universitas Islam Bandung..... 115

Dipindai dengan CamScanner

9. Keberhasilan *Citizen Jounalism* Dalam Pembangunan Berbasis Kearifan Lokal, oleh: S. Bekti Istiyanto. Universitas Jenderal Soedirman 129

10. *Community Policing* Polresta Surakarta. Oleh: Chatia Hastasari, Alvika Hening Perwita, Poundra Swasty Ratu Maharani Serikit . Universitas Sahid Surakarta..... 147

11. Komunikasi Transendental dan Kearifan Lokal dalam Kesenian Tradisional Banyumas.,Oleh: Chusmeru. Universitas Jenderal Soedirman 161

12. Soesilo Bambang Yudhoyono: Sukses Merebut Hati Rakyat Sebagai Pemimpin Yang Santun dan Berbahasa Indonesia Dengan Baik. Oleh: H.H. Daniel Tamburian.,M.Si. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara..... 173

13. Pendekatan Kearifan *Si Tou Timoutumoutou* Dalam Meningkatkan Kinerja Birokrasi Di Sulawesi Utara. Oleh: Daud M. Liando. Fisip Universitas Sam Ratulangi..... 185

14. Mengusung Radio Komunitas Sebagai Basis Kearifan Lokal Oleh: Dede Lilis Ch. & Nova Yuliati. Unisba. Bandung..... 197

15. Peluang Dan Tantangan Membangun Media Penyiaran Berbasis Kearifan Lokal Di Jawa Barat. *Dr.Dedeh Fardiah,M.Si-FIKOM UNISBA* *215*

16. Menggagas Periklanan Televisi Yang Santun Dengan Mengangkat Kearifan Lokal Bahasa Jawa. Oleh: Dian Marhaeni K. Universitas Islam Sultan Agung Semarang..... 231

17. Harmonisasi Kearifan Lokal Dengan Jiwa Nasionalisme Dalam Iklan Televisi. Oleh: Dicky Andika. Universitas Mercu Buana Jakarta 247

18. Penjahat Proletar Ala Bajuri (Realisme dalam Komedi Situasi Bajaj Bajuri), Edisi 'Jalani Lebaran dalam Tahanan') . Oleh: Djati. Akindo..... 257

Dipindai dengan CamScanner

19. Simbol Visual Dalam Proses Penandaan Penampilan Lady Gaga. Oleh: Ekky Fardhy Satria Nugraha. Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya 273

20. Filsafat Kearifan Lokal Etnik Sunda dan Ilmu Pengetahuan Barat. Oleh: Elvinaro Ardianto. Fikom Unpad 285

21. *'Eating Out'* Makanan Khas Daerah : Komoditas Gaya Hidup Masyarakat Urban. Oleh: Endah Murwani. Universitas Multimedia Nusantara 301

22. Pencitraan Pondok Pesantren Dan Kearifan Lokal. Oleh: Erik Setiawan. Universitas Islam Bandung 315

23. Makna Logo Sebagai Cerminan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Logo Cirebon Televisi). Oleh: Heriyani Agustina/Farida Nurfalah/Popo Sutopo. Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon 329

24. Bahasa Daerah Dan Industri Radio. Oleh: Farid Rusdi.Universitas Tarumanagara, Jakarta 347

25. Komunikasi Politik Soekarno:Membangun Dukungan Publik dengan Pendekatan Budaya. Oleh: Felix Jebarus. STIKOM London School Publik Relations, Jakarta 357

26. Forum Komunikasi " Rembug Desa Ca- Blaka " Dalam Mengelola Hutan Berkelanjutan Di Banyumas . Oleh: Ch. Herutomo. Unsoed 371

27. Dialektika Panjang Atas Nilai-Nilai Lokal Dalam Ranah Iklan Indonesia. Oleh: G. Genep Sukendro -Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara 387

28. *Local Culture-based Strategy on Public Relations Activities For Building Good Corporate Image. Oleh:* Glorya Agustiningsih. Institut Bisnis dan Informatika Indonesia..... 397

29. Kota Baubau Sebagai Warisan Sebuah Peradaban Yang Lestari Dalam Kearifan Lokal Masyarakat Buton. Oleh: Hadiati. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta 413

Dipindai dengan CamScanner

30. Integrasi dan internalisasi nilai kearifan lokal dalam propaganda kampanye politik dan citra diri. Oleh: Hascaryo Pramudibyanto – FISIP UT 429

31. Peranan Prajuru Desa Dalam Penyelesaian Sengketa Perebutan Tanah Kuburan (SETRA) (Studi Kasus Di Desa Pakraman Kerobokan Dan Desa Pakraman Padang Sambian). Oleh: I Made Dedy Priyanto, I Wayan Suandi, Dewi Bunga, I Wayan Novy Purwanto. Udayana. Bali 445

32. Membangun Inovasi Pengembangan Strategi Humas Melalui Kearifan Lokal. Intan Kemala, M. Si . Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau..... 461

33. Potensi Pengiklan Lokal Peluang Serta Tantangan Dalam Periklanan Radio. Oleh: Isbandi Sutrisno. FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta..... 471

34. Kain Bentenan: Proses Pembentukan Identitas Budaya di Sulawesi Utara Oleh: Leviane Jackelin Hera Lotulung. Instansi Universitas Sam Ratulangi Manado 493

35. Menggagas Pariwisata Berbasis Budaya Dan Kearifan Lokal. Oleh: Joko Sutarso. UMS. Surakarta 505

36. Citra Bangsa dalam Bingkai Media. Oleh: Kiki Zakiah. Unisba. Bandung..... 517

37. Transformasi Manusia Indonesia Di Era Globalisasi Melalui Strategi Kehumasan *"Wawasan Budi Luhur"* Studi Kasus Pada Universitas Budi Luhur Jakarta. Oleh:Liza Dwi Ratna Dewi, Umaimah Wahid 531

38. Lokalisme vs Globalisme (Menjadi Global Tanpa Kehilangan Identitas Lokal). Oleh: Masrukin. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto..... 545

39. Menjadikan Budaya Lokal Sebagai Komoditas Media Secara Arif: Analisis Kritis Terhadap Komodifikasi Wayang dalam Opera van Java. Oleh: Mite Setiansah FISIP Unsoed..... 555

Dipindai dengan CamScanner

40. Kipprah Radio Komunitas Dalam Pemberdayaan Masyarakat Oleh: Mochamad Rochim. Fikom Unisba 565

41. Pencitraan Media Dalam Peristiwa Kecelakaan Pesawat Sukhoi Superjet 100. Oleh: Muh. Bahruddin. Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya..... 575

42. Menolak Pemekaran untuk Mempertahankan Sebuah Adat Istiadat : Sebuah Upaya Komunikasi Politik dan Diplomasi Berbasis Kearifan Lokal dari Masyarakat Desa Lapandewa Sulawesi Tenggara. Oleh: M. Najib Husain Universitas Haluoleo Kendari Sulawesi Tenggara..... 589

43. Pencitraan: Sebuah Tinjauan Filsafat Komunikasi. Oleh: Nana Sutikna. Unsoed. Purwokerto..... 605

44. Integrasi Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Iklan. Oleh: Anne Maryani, Nurrahmawati . Universitas Islam Bandung..... 615

45. *Consumer Imagery* berbasis Kearifan Lokal pada Institusi Pemerintah Oleh: Prima Mulyasari Agustini. Universitas Islam Bandung..... 627

46. Fashion Sebagai Pencitraan Diri Dan Identitas Budaya. Oleh:Rahmadya Putra Nugraha. UMB..... 643

47. Media Dan Persepsi Masyarakat Terhadap Islam Oleh: Rasyuqa Asyira Hafiidh Program Studi Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya..... 653

48. Daya Tarik Emosional Iklan Berbalut Budaya Ratih Hasanah Institut Manajemen Telkom (IMT) Bandung..... 663

49. Pencitraan Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan Game On-Line Yang Berbasiskan Kearifan Lokal. Oleh:Rini Darmastuti. Universitas Kristen Satya Wacana..... 675

50. Kearifan Lokal Ssebagai Citra Diri Perempuan Sunda Dalam Komunikasi Pada Kegiatan Pemberdayaan (Studi Fenomenologi pada Pelaksanaan P2KP di Kab. Bandung). Oleh: Rini Rinawati. Unisba..... 689

Dipindai dengan CamScanner

51. Cara Berhukum Orang Banyumas Dalam Pengelolaan Lahan Pertanian (Studi Berdasarkan Perspektif Antropologi Hukum). Oleh: Rini Fidiyani dan Ubaidillah Kamal. Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang..... 701

52. Mencari Bentuk Kampanye Politik Khas Indonesia: Pencitraan Berbasis Dimensi Budaya. Oleh: Riris Loisa & Yugih Setyanto Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara..... 719

53. Filosofi Tungku Tigo Sajarangan dalam Sistem Pemerintahan Sumatera Barat. Oleh: Rita Gani. Fikom Unisba..... 733

54. Pola Komunikasi Humas Pemda DKI Jakarta Dalam Menyosialisasikan Program *Enjoy Jakarta*! (Studi Kasus Pada Kota Jakarta melalui program *Enjoy Jakarta*!). Oleh: Riyodina G. Pratikto. Universitas Budi Luhur, Jakarta..... 749

55. Strategi Dinas Komunikasi Dan Informatika Pemerintah KotaBandung Dalam Melakukan *City Branding* Berbasis Kearifan Lokal (Studi Kasus Pembangunan Sektor Pariwisata di Kota Bandung, Jawa Barat). Oleh: Shinta Kristanty - Doddy Wihardi. Universitas Budi Luhur..... 765

56. Kearifan Lokal Di Era Global. Oleh: Oleh: Shinta Prastyanti. Unsoed..... 781

57. Menggagas Isu Kebutuhan Lokal Perempuan sebagai Materi Kampanye Calon dalam Pemilu Bupati dan Wakil Bupati Banyumas Tahun 2013. Oleh: *Sofa Marwah. Unsoed*..... 791

58. Potensi Kearifan Local sebagai Salah Satu Sumber *Soft Power* untuk Mendukung Diplomasi Indonesia. Oleh: Sri Wijayanti,S.IP, M.Si. Unsoed..... 805

59. Pariwisata Banyumas Menyambut Visit Jateng 2013. Oleh: Muh. Sultan. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto..... 815

Dipindai dengan CamScanner

60. Bhineka Tunggal Ika : Pencitraan Semata? Oleh: Suzy Azeharie Universitas Tarumanagara 829

61. Persepsi Pengajar Bahasa Inggris Terhadap Pengajaran Bahasa Menggunakan Metode Berdasarkan Nilai-Nilai Budaya Barat (Studi Kasus Di STAIN Purwokerto). Oleh: Syaifur Rochman, *Universitas Jenderal Soedirman* 839

62. Kearifan Lokal Dalam Pencitraan Institusi Berbasis Kinerja. Oleh: Teguh Ratmanto. UNISBA 851

63. Kearifan Lokal Dalam Pencitraan Institusi Pemerintah Sebagai Lembaga Pelayanan Publik. OLEH:Tia Muthiah Umar. Unisba 863

64. Membangun Strategi Kehumasan Berbasiskan Kearifan Lokal "TUNJUK AJAR MELAYU" Dalam Upaya Meminimalisir Konflik. Oleh: Titi Antin. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 879

65. Strategi Mengemas Identitas Lokal dalam Pengembangan TV Lokal Oleh: Tri Nugroho Adi. Universitas Jenderal Soedirman 891

66. ASEAN *Socio-Cultural Community*; Peluang Bagi Pengembangan Diplomasi Berbasis Kearifan Lokal *Oleh: Tundjung Linggarwati. Unsoed* 903

67. *Cultural Production*: Peran Media Pada Produksi Budaya Massa Oleh: Tuti Widiastuti. Universitas Bakrie. Jakarta 917

68. Mendongeng Menggunakan Bahasa Banyumas Dalam Pendidikan Pra-Sekolah Sebagai Salah Sstu Metode Mempertahankan Kearifan Lokal. Oleh: TUTUT LARASWATI. Universitas Jenderal Soedirman 939

69. Kontruksi Nilai-Nilai Kelyuarga Indonesia Dalam Strategi Iklan (Studi TVC Pepsodent Versi "AYAH ADI DAN DIKA"). Oleh: Elisabeth Novena Winarta, Widayatmoko . Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara 951

Dipindai dengan CamScanner

70. Makna Corporate Social Responsibility Bagi Praktisi Public Relations Di Bandung. Oleh: Yanti dan Lukiati. UNPAD 967
71. Citra Jurnalis Indonesia. Oleh: Yenni Yuniati. Unisba 979
72. Komodifikasi budaya lokal dalam iklan: analisis semiotik pada Iklan Kuku Bima Energi Versi Tari Sajojo. Oleh: Yoyoh Hereyah. Dosen Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta 993
73. Strategi Komunikasi Melalui Pendekatan Kelompok-kelompok Etnis Lokal (Studi mengenai *community relations* di PT Pupuk Kaltim) Oleh: Yugih Setyanto, Riris Loisa. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara 1003
74. Jakarta Punya!:Program Pengembangan *Branding* Jakarta Dengan Kearifan Lokal Industri Kreatif Oleh: Yuliandre Darwis Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas 1015
75. Memadukan Kearifan Lokal dan Modernitas dalam Pencitraan Suatu Bangsa : Studi Analisis Visual pada Majalah Nipponia No. 35/2005 Oleh: Yusida Lusiana dan Wisnu Widjanarko Universitas Jenderal Soedirman 1029
76. Surabaya City Guide: Media Informasi Budaya Surabaya Oleh: Yustiana C, Makdalena Fransilia, Camelia Ayu, Theresia Intan Unika Widya Mandala. Surabaya 1039
77. *Pamali* Sebagai Nilai Tradisional Pencitraan Publik Figur Masyarakat Banjar. Oleh: Zulfa Jamalie, Juhriyansyah Dalle. Insititut Agama Islam Negeri Antasari 1051
78. Representasi Kearifan Local dalam Film Di Timur Matahari oleh Indiwan Seto Wahyu Wibowo Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara 1063
79. Meningkatkan Kejujuran Sebagai Nilai Positif Industri Pariwisata. Oleh : Dra. Sri Pangestuti, M.Si. Unsoed 1079
80. Kearifan Lokal dalam Industri Hiburan Televisi Indonesia. Oleh: Wiwik Novianti. Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto 1087

Dipindai dengan CamScanner

81. Kearifan "Blaka Suta" Dalam Mendukung Fungsi Humas
Oleh Dwi Pangastuti Marhaeni dan Bambang Widodo..... 1095

82. Media Jembatan Penghubung Pengembangan Kearifan
Lokal (Studi Kasus di Yogyakarta) Oleh: Susilastuti Dwi N
Staf Pengajar Jurusan Imu Komunikasi –Fisip UPNVY..... 1105

Dipindai dengan CamScanner

MENJADIKAN BUDAYA LOKAL SEBAGAI KOMODITAS MEDIA SECARA ARIF: ANALISIS KRITIS TERHADAP KOMODIFIKASI WAYANG DALAM OPERA VAN JAVA

Mite Setiansah
FISIP Unsoed

Abstrak

Pada akhir tahun 90-an hingga awal tahun 2000, salah satu stasiun televisi swasta sukses menayangkan sebuah program acara yang dikemas sebagai program komedi situasi dengan nama "Ketoprak Humor". Acara yang dibintangi oleh Tessi Srimulat dkk. ini menampilkan panggung ketoprak dalam kemasan yang lebih populer sehingga acara tersebut tidak hanya disukai oleh penonton berlatarbelakang budaya jawa, melainkan juga menjadi favorit pemirsa hampir di seluruh tanah air. Trend yang tidak jauh berbeda berkembang sekitar sepuluh tahun kemudian dengan munculnya program acara "Opera van Java". Acara ini dikemas dengan menghadirkan setting pagelaran wayang lengkap dengan dalang dan sinden ke layar televisi, dan tentu saja dengan modifikasi yang jauh berbeda dari pakem sebuah pagelaran wayang yang sesungguhnya. Kedua acara tersebut diklaim oleh para pembuatnya sebagai upaya menggali nilai-nilai budaya dan kearifan lokal. Permasalahannya kemudian adalah bahwa ketika dicermati maka kedua acara tersebut justru lebih banyak menampilkan budaya yang sama sekali berbeda dari nilai kearifan lokal yang terkandung di dalam filosofi wayang maupun ketoprak. Tulisan ini selanjutnya diharapkan dapat membuka wacana tentang bagaimana menjadikan budaya lokal sebagai komoditas media tanpa harus kehilangan nilai-nilai kearifannya.

Kata kunci: Budaya lokal, komoditas media, kearifan lokal

Pendahuluan

Dalam kurun waktu kurang dari dua dekade, dunia televisi dan hiburan di Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa pesat. Perubahan yang signifikan dalam dunia pertelevisian di tanah

Dipindai dengan CamScanner

air, muncul sejak diberikannya ijin siar secara nasional kepada beberapa stasiun televisi swasta. Secara bertahap pada periode awal 1990-an, stasiun televisi yang siar secara nasional bertambah jumlahnya secara siginifikan. Saat ini, terdapat 10 televisi pemerintah dan swasta yang tayang secara nasional. Dengan bertambahnya stasiun televisi yang ada maka persaingan meraih pemirsa menjadi semakin ketat. Belum lagi bila ditambah dengan puluhan televisi berbayar dan ratusan televisi lokal, membuat pekerja media televisi harus betul-betul kreatif melahirkan program-program yang baru dan berdaya jual tinggi.

Persaingan yang ketat terkadang membuat para pekerja media terpaksa harus menerjang rambu-rambu yang ada. Rating menjadi dewa yang menentukan apakah sebuah program layak ditayangkan atau dihentikan. Sepanjang ratingnya bagus, program televisi yang mengundang banyak kritikan sepedas apapun, atau mendapat peringatan sekeras apapun akan tetap ditayangkan. Seandainya pun harus dihentikan, tidak lama kemudian acara yang sama akan muncul kembali dengan sedikit "penyesuaian". Masih diingat dalam benak pemirsa televisi Indonesia ketika acara "Empat Mata" yang dipandu oleh Tukul Arwana diperingatkan KPI dan harus dihentikan penayangannya. Namun karena rating acara tersebut pada saat itu sedang tinggi maka hanya dalam waktu yang singkat acara tersebut telah kembali tayang dengan judul yang berbeda, menjadi "Bukan Empat Mata".

Salah satu acara televisi yang saat ini memiliki rating yang tinggi adalah acara komedi "Opera van Java" (OVJ). Berdasarkan data AGB Nielsen (ALL), Rabu, 28 Maret 2012, Opera Van Java episode "Panas Dingin Award" memuncaki rating dengan TVR 5,6 dan share 20,3 (http://forum.detik.com/showthread.php?p=16273622). Episode tersebut merupakan episode khusus karena menjadi parody terhadap acara Panasonic Gobel Award (PGA) 2012. Rating yang diiperoleh OVJ pada tersebut tentu saja luar biasa karena mampu melampaui rating PGA sendiri. Pada episode-episode lainnya, OVJ juga selalu memperoleh raihan rating yang tinggi, sehingga mampu

Dipindai dengan CamScanner

memposisikan diri sebagai program komedi terfavorit dalam beberapa tahun terakhir ini.

OVJ yang tayang di Trans7 oleh para penggagasnya dibuat sebagai alternatif acara komedi yang berbeda. Membawa *setting* wayang ke layar kaca, menampilkan wayang orang secara berbeda (http://www.trans7.co.id/frontend/home/view/154 akses 24 juli 2012). Menjadi berbeda, dan menjadi *trendsetter* di antara berbagai program yang ditawarkan oleh berbagai stasiun televisi, menjadi salah satu resep memenangkan persaingan.

Membawa budaya lokal ke layar televisi dan meramunya menjadi sebuah tontonan yang segar terbukti mampu menarik perhatian pemirsa. Namun terkadang ramuan tersebut menjadi tidak proporsional. Sering terjadi para pekerja kreatif terlena dengan popularitas yang dicapai dan kemudian lupa dengan misi awalnya membuat program acara yang segar, menghibur dan mendidik dengan menyajikan budaya lokal beserta kearifan yang terkandung di dalamnya. Kasus yang sama juga terjadi pada OVJ. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa tayangan ini lebih banyak menonjolkan kekerasan baik lisan maupun adegan fisik alih-alih mengangkat nilai-nilai kearifan lokal. Pertanyaannya adalah apa yang seharusnya dilakukan oleh pekerja media ketika ingin mengangkat budaya lokal ke media massa tanpa meninggalkan kearifan yang terkandung di dalamnya?

Mencari Kearifan Budaya Lokal dalam OVJ

Opera Van Java pada awal penayangannya berkomitmen untuk tidak hanya menghibur tapi juga memberikan pendidikan melalui cerita-cerita rakyat yang disajikan (Astuti, Indri ,2010). Cerita rakyat merupakan salah satu bentuk kebudayaan diwariskan secara turun temurun. Banyak simbol dan makna yang terkandung dalam cerita rakyat sehingga cerita rakyat kemudian sering dijadikan sebagai media para orang tua memberikan petunjuk hidup bagi anak-anaknya. Cerita rakyat merupakan salah satu wujud kebudayaan. Clifford Geertz (dalam Mursito, 1997:85) merumuskan kebudayaan

Dipindai dengan CamScanner

sebagai pola nilai dalam bentuk simbol-simbol yang diwariskan secara historis, suatu acuan wacana yang dinyatakan dalam bentuk perlambang lewat mana masyarakat berkomunikasi, meneruskan, dan mengembangkan pengetahuan mereka tentang kehidupan dan sikap mereka tentang kehidupan. Rumusan kebudayaan tersebut memberikan perhatian besar pada simbol. Teori interaksi simbolik menyebutkan bahwa simbol dan makna dibentuk melalui interaksi. Makna yang diberikan terhadap simbol tersebut selanjutnya akan menentukan tindakan seseorang. Simbol dengan demikian, menjadi acuan wawasan, menjadi pedoman bagaimana masyarakat menjalani kehidupannya sehari-hari. Permasalahannya adalah apakah cerita rakyat, simbol, atau proses interaksi yang terkandung dalam OVJ kemudian dapat dijadikan sebagai petunjuk hidup, manakala OVJ justru menampilkan cerita rakyat, simbol, dan proses interaksi yang jauh berbeda dengan nilai-nilai yang dikedepankan dalam cerita rakyat kita selama ini.

Penelitian Dwi Ariyani (2010) berjudul *Pelanggaran Prinsip Kesantunan Dan Implikatur Dalam Acara Opera Van Java Di Trans 7: Sebuah Kajian Pragmatik* mengungkapkan bahwa pertama, OVJ telah melakukan pelanggaran terhadap prinsip kesantunan. Pelanggaran terhadap prinsip kesantunan ditemukan pada banyak data dan meliputi semua maksimnya (tujuh maksim). Pelanggaran paling banyak ialah terhadap maksim pujian, yang diikuti oleh maksim kearifan, simpati, kesepakatan, pertimbangan, kerendahan hati, dan terakhir maksim kedermawanan. Kedua, terdapat prinsip ironi dalam acara OVJ. Hanya terdapat sedikit data yang mengandung penerapan prinsip ironi. Hal tersebut karena kemungkinan para pemain OVJ akan merasa lebih puas jika menghina/mengecam orang lain secara terang-terangan. Pemain OVJ kelihatan bahagia jika berhasil menghina orang lain, hal itu dapat dilihat dari raut muka mereka yang tersenyum. Ketiga, ditemukan beberapa implikatur percakapan dalam acara OVJ. Implikatur tersebut terdiri dari sembilan (9) macam implikatur yang berbeda. Kesembilan macam implikatur tersebut ialah implikatur menghina, memancing amarah, tidak suka dengan kedatangan orang lain, mempengaruhi, tidak suka, ingin menyiksa, tidak sayang kepada istri, menyuruh, dan merayu. Dalam

Dipindai dengan CamScanner

acara OVJ implikatur yang terjadi didominasi oleh implikatur menghina.

Pendapat lain tentang kebudayaan dikemukakan oleh Umar Kayam, yang menyebutkan kebudayaan sebagai proses upaya masyarakat yang dialektis dalam menjawab setiap permasalahan dan tantangan yang dihadapkan kepadanya (dalam Mursito, 1997: 86). Definisi yang diberikan Umar Kayam, mengisyaratkan bahwa kebudayaan adalah sebuah proses yang terjadi dan berkembang secara secara terus menerus seiring dengan kehidupan manusia. Bila mencermati berbagai adegan pemecahan masalah dalam OVJ, maka adegan dominan dalam pemecahan masalahnya justru adalah adegan-adegan yang mengandung kekerasan. Adegan saling memukul menggunakan steroform, menghina kelemahan fisik yang dimiliki orang lain menjadi adegan dominan dalam OVJ.

OVJ diklaim oleh para pembuatnya sebagai pagelaran wayang yang dikemas secara modern. Jika OVJ adalah pagelaran wayang maka ada baiknya kita menyimak makna wayang tradisional. Tarsoen Waryono (2008) dalam makalahnya yang disampaikan pada *Saresehan Budaya Wayang Kulit, 8 Agustus 2008 di KBRI Berlin jerman,* menuliskan bahwa Wayang diartikan sebagai bayang (bayangan), sehingga memiliki dua makna yaitu: (a) bayangan yang ditonton (dilihat dari belakang layar), dan (b) melihat bayangan perilaku kehidupan manusia yang memberikan pemahaman antara perilaku yang baik dan buruk.

OVJ jelas bukan wayang sebagaimana yang dibatasi oleh makna pertama, namun OVJ bisa dimaknai dengan makna kedua, bayangan perilaku kehidupan manusia yang memberikan pemahaman antara perilaku yang baik dan buruk. Mencermati dunia pewayangan, apabila ditelaah secara mendalam terhadap masing-masing tokoh berdasarkan karakternya, dapat disarikan bahwa makna dalam dunia pewayangan memberikan kisah tentang perilaku yang memiliki karakter kebaikan (keteladanan, kejujuran, dan pengorbanan), maupun karakter keburukan (kemarahan, kecongkakan, dendam dan kekecewaan). Muka wayang berwarna hitam menunjukkan seorang kesatria yang memiliki kemantapan diri

Dipindai dengan CamScanner

sebagai panutan (kesatria), berbeda dengan muka wayang berwarna merah menunjukkan seorang yang memiliki panutan sebagai punggawa atau manggala. Selain muka wayang, ciri spesifik wayang juga ditandai oleh lengan wayang. Ada wayang yang lengannya (tangan) dua (normal), ada wayang dengan dua tangan, akan tetapi satu satu tangannya masuk ke dalam saku (bala buta), dan seterusnya dan seterusnya, yang mencirikan makna yang berbeda. Oleh sebab itu para pencinta wayang kulit selalu bercermin terhadap hal-ikwal kebaikan dan keburukan, hingga munculah kemawasan diri dalam sanubarinya (Waryono, 2008).

Sementara itu bila kita mencermati karakter yang dimainkan para "wayang" dalam OVJ maka identifikasi karakter baik dan buruk akan sulit dilakukan. Tidak ada penanda yang tegas yang menunjukkan mana "wayang" yang mewakili karakter baik dan mana yang mewakili buruk. Hampir semua wayang memainkan karakter yang sama, saling menghina, saling mentertawakan, dan saling melakukan kekerasan. Di sinilah OVJ kemudian menuai banyak protes. Apalagi OVJ ditayangkan pada jam *prime time* dengan penonton yang heterogen dari berbagai umur. OVJ sukses sebagai tontonan tetapi belum mampu menjadi tuntunan.

OVJ Sebagai Produk Budaya Televisi

Dunia televisi adalah dunia simbolis. Produk budaya televisi adalah simbol, televisi memproduksi dan menyiarkan realitas sosial dalam bentuk simbol. Terkait dengan simbol, Kuntowijoyo (dalam Mursito, 1997: 86) membagi lingkungan manusia menjadi tiga, yaitu lingkungan material yang merupakan lingkungan buatan manusia, lingkungan sosial yaitu organisasi sosial, stratifikasi, gaya hidup dan sebagainya, serta lingkungan simbolis yakni segala sesuatu yang meliputi makna dan komunikasi, seperti kata, bahasa, mitos, nyanyian, seni, upacara, tingkah laku dan sebagainya. Televisi menghadirkan ketiga macam lingkungan manusia itu dan meramunya menjadi satu dalam bentuk simbol.

Dipindai dengan CamScanner

Saat televisi meramu realitas sosial menjadi realitas simbolis, maka akan ada komposisi yang berbeda. Teori *framing* menyebutkan bahwa saat media memindahkan realitas sosial menjadi realitas simbolik, maka media melakukan penonjolan dan penghilangan dari realitas sosial itu. Dengan kata lain, realitas simbolis sesungguhnya hanyalah kumpulan potongan realitas sosial yang kemudian dijadikan jalinan cerita baru oleh media. Mencermati OVJ melalui pemahaman ini, maka bisa dipahami bahwa meskipun wayang adalah bayangan dari kehidupan manusia, namun bayangan itu bukanlah bayangan yang seutuhnya, melainkan bayangan yang telah dicabut dari kerangka keseluruhan yang mengitarinya.

Secara teknis, proses produksi dan reproduksi realitas menurut Fiske (dalam Mursito, 1997: 88) dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, *reality* yang berwujud penampilan, pakaian, *make up*, lingkungan, perilaku, gaya bicara, gerak gerik, ekspresi, suara dan sebagainya. Kedua, *representation*, TV menggunakan kamera, penyinaran, editing, music, suara untuk membuat cerita yang berbentuk narasi, konflik, action, dialog, setting dan sebagainya. Ketiga, *ideology*, yang merupakan organisasi dari kode-kode ideology secara koheren dan dapat diterima: individualism, ras, materialism, kapitalisme dan sebagainya. Proses produksi dan reproduksi realitas dalam budaya televisi bukanlah hal yang bisa dihindari. Namun ketika proses produksi dan reproduksi itu sudah mengaburkan batas-batas benar dan salah, baik dan buruk, sudah selayaknya produk simbolis itu dipertanyakan.

Budaya Lokal Yang Me-massa

Secara sederhana, budaya massa dapat dipahami sebagai budaya lokal yang me-massa. Artinya adalah budaya yang semula hanya berkembang dalam satu lingkungan masyarakat tertentu saja menjadi tersebar luas secara berlipat ganda, melintasi batasan ruang dan waktu. Sebagai ilustrasi, pagelaran wayang sebagai budaya lokal, awalnya hanya berkembang dan dinikmati oleh kalangan terbatas dengan latar budaya Jawa. Namun kini, ketika wayang dikemas sebagai produk budaya massa dalam OVJ, maka wayang dapat

Dipindai dengan CamScanner

dinikmati oleh masyarakat di seluruh tanah air dari berbagai latar belakang budaya, dari berbagai kalangan sosial ekonomi dan kelompok umur. Sapardi Djoko Damono (dalam Ibrahim, 1997: 5) menyebutkan bahwa massa mengandung pengertian kelompok manusia yang tidak bisa dipilah-pilahkan, bahkan semacam kerumunan, di dalamnya tidak ada lagi individu. Kebudayaan massa diciptakan, semata-mata untuk konsumsi kelompok masyarakat serupa itu.

Penyajian budaya lokal sebagai budaya massa tentu saja akan diikuti dengan berbagai konsekuensi. Budaya lokal yang selama ini dipandang sebagai budaya tinggi, budaya adiluhung yang terkadang membutuhkan *effort* tersendiri untuk mampu memahaminya, hanya bisa dinikmati oleh kalangan terbatas, mau tidak mau harus diramu kembali sedemikian rupa agar dapat dipahami dan diterima oleh masyarakat dari latar belakang budaya yang berbeda. Budaya lokal kemudian harus dikemas menjadi bentukan budaya yang lebih populer. Allan O'Connor dalam (Ibrahim, 1997: xix) menyebutkan bahwa budaya pop(uler) mengacu pada proses budaya yang berlangsung di antara masyarakat umumnya (*general public*). Menjadikan budaya lokal sebagai budaya massa atau pop agar diterima oleh masyarakat umum salah satunya dilakukan dengan pemenuhan selera massal. Pada tataran inilah produk budaya massa kemudian dipandang tidak berbeda dari komoditas semata. Terjadi standardisasi produk dan homogenisasi citarasa terhadap semua produk budaya dengan tujuan komersial. Itulah yang terjadi pada OVJ, menampilkan pagelaran wayang secara lebih nge-pop, sehingga bisa memenuhi selera berbagai lapisan masyarakat. Untuk itu maka ada sejumlah pakem wayang yang terpaksa harus diabaikan mulai dari setting, karakter wayang, hingga lagu-lagu yang dinyanyikan sinden.

Penutup

Seiring dengan perubahan budaya masyarakat khususnya pada pola rekreasinya, maka proses pemassaan budaya lokal (*high culture*) menjadi budaya massa/ budaya pop (*popular culture*)

Dipindai dengan CamScanner

menjadi tidak terhindarkan. Demikian pula dengan pemerlakuan produk budaya sebagai komoditas media semata. Berbagai kekhawatiran tentang perubahan ini telah banyak mengemuka, untuk itu diperlukan sikap arif pengelola media dalam menyajikan budaya lokal sebagai komoditas dalam medianya.

Menyajikan budaya lokal sebagai komoditas media massa secara arif dapat dilakukan antara lain dengan senantiasa mengingat bahwa produk budaya massa ditujukan kepada massa yang heterogen. Oleh karena itu homogenisasi selera dan kebutuhan perlu dibatasi, khususnya terkait dengan penonton anak-anak, perlu ada penjadwalan yang bijak sehingga tidak menjadikan produk budaya massa sebagai media sosialisasi nilai yang bertentangan dengan local wisdom yang terkandung dalam budaya lokal. Kedua, meramu produk budaya lokal sehingga bisa memenuhi selera masyarakat jangan sampai terlena sehingga mengaburkan batasan baik dan buruk, benar dan salah. Ketiga, tidak selalu produk budaya lokal harus disulap menjadi budaya massa yang homogen, berikan pilihan kepada publik, buat segmentasi sehingga antara budaya massa (*mass culture*) dengan budaya lokal (*high culture*) tidak perlu saling meniadakan.

Daftar Pustaka

Ariyani, Dwi. 2010."Pelanggaran Prinsip Kesantunan Dan Implikatur Dalam Acara Opera Van Java Di Trans 7: Sebuah Kajian Pragmatik". *Skripsi.* http://digilib.uns.ac.id/pengguna.php?mn=detail&d_id=19260 akses 24 juli 2012

Astuti, Indri .2010. "Menginterpretasikan Kekerasan Dalam Tayangan Komedi (Analisis Resepsi Terhadap Tayangan Opera Van Java Di Trans 7".*Tesis.* http://eprints.undip.ac.id/13959/ *akses 24 juli 2012*

Damono, Sapardi Djoko. 1997. " Kebudayaan Massa dalam Kebudayaan Indonesia, Sebuah Catatan Kecil" dalam Ibrahim, Idi Subandy. 1997. *Lifestyle Ecstasy, Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia.* Yogyakarta: Jalasutra

Dipindai dengan CamScanner

Mursito, BM. 1997. "Budaya Televisi dan Determinisme Simbolik" dalam Jurnal ISKI, *Komunikasi dan Budaya*. Vol. 1/ November 1997

Waryono, Tarsoen. 2008. "Filosofi Makna Wayang, Sastra Dan Negara". Makalah disampaikan dalam *Saresehan Budaya Wayang Kulit, 8 Agustus 2008. KBRI Berlin Jerman.* http://pepadijateng.com/article/86828/filosofi-dan-makna-wayang.html upload 8 Jan 2012 @*11:11* diakses 27 Juli 2012

http://www.trans7.co.id/frontend/home/view/154 akses 24 juli 2012

http://forum.detik.com/showthread.php?p=16273622

Dipindai dengan CamScanner