

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Televisi merupakan media massa yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Hal ini berdasarkan data yang didapat melalui laman *press room Nielsen Media Research (NMR)*, yang menyatakan sebanyak 95% penduduk Jawa dan luar Pulau Jawa menjadikan televisi sebagai medium utama konsumsi media (Nielsen, 2014). Seiring dengan itu, total belanja iklan televisi juga merupakan yang tertinggi apabila dibandingkan dengan media yang lain, yaitu mencapai Rp 97,45 Triliun (Melani, 2018).

Masyarakat Indonesia memang terbiasa menghabiskan waktunya untuk menonton, khususnya menonton sinetron, NMR mencatat bahwa rakyat Indonesia menghabiskan 24% waktunya atau sekitar 197 jam untuk menonton sinetron dari total jam menonton mereka selama setahun (Tempo, 2013). Data pada tahun 2013 tersebut tampaknya semakin bertambah seiring pertumbuhan produksi tayangan sinetron yang memang mengalami kenaikan secara signifikan. Dalam setahun saja, diperkirakan jumlah produksi tayangan sinetron mencapai ratusan judul (KPI, 2014). Dalam sebuah artikelnya Nielsen menyatakan bahwa program hiburan dan program serial adalah program yang paling banyak menyerap belanja iklan televisi (Nielsen, 2015).

Biaya produksi yang murah serta tingginya minat penonton menyebabkan beberapa stasiun televisi menjadikan sinetron sebagai

program utamanya, diantaranya yaitu, RCTI, SCTV, dan ANTV. Hal tersebut dapat dilihat dari ketiga stasiun televisi ini selalu menayangkan program sinetron pada jam tayang utama (*prime time*).

Sinetron dapat langsung diproduksi oleh stasiun tv itu sendiri, mereka juga dapat bekerja sama dengan rumah produksi, ataupun membeli sinetron yang sudah jadi, biasanya tayangan impor. Berdasarkan hasil observasi peneliti pada akhir tahun 2017, menemukan bahwa ketiga cara tersebut adalah hal yang dilakukan oleh ketiga stasiun tv di atas.

Sinetron yang tayang di RCTI adalah hasil produksi MNC Pictures, rumah produksi yang dimiliki oleh MNC Media, yang masih satu perusahaan dengan RCTI. Sehingga dalam hal ini, bisa dikatakan RCTI memproduksi sinetronnya sendiri. Sementara itu, sinetron-sinetron SCTV diproduksi oleh rumah produksi Sinemart, yang telah resmi menandatangani kontrak eksklusif dengan SCTV usai mengakhiri kerja samanya dengan RCTI (Sinemart, 2017). Sedangkan ANTV, mayoritas slot *prime timenya* diisi dengan serial dari India dan Turki.

Tayangan sinetron tersebut ditayangkan dari pukul 16.30-23.30 WIB, yaitu selama 7 jam. Meskipun memiliki jam tayang yang panjang serta judul yang beragam, akan tetapi tayangan sinetron Indonesia hampir serupa satu sama lain. Hal ini dapat dilihat dalam sinetron yang saat tulisan ini dibuat sedang ditayangkan di RCTI yaitu, sinetron “Tukang Ojek Pengkolan” dan “Dunia Terbalik”, kedua sinetron tersebut sama-sama memakai *setting* kelompok masyarakat kelas menengah dan gaya bahasa yang digunakan

dalam dialog pun sama-sama berdialog sunda. SCTV dengan sinetron “Sodrun Merayu Tuhan”, “Siapa Takut Jatuh Cinta”, “Anak Langit” yang ketiga sinetron tersebut sama-sama bertemakan remaja dan percintaan.

Persamaan-persamaan yang ditemukan pada sejumlah sinetron memang tidak dapat dihindari disebabkan karena sinetron tersebut berasal dari rumah produksi yang sama. Fakta ini juga menunjukkan telah terjadinya kepemilikan media yang terpusat. Bagaimanapun, media memiliki konsekuensi dan nilai ekonomi serta bahkan dijadikan sebagai objek persaingan untuk memperebutkan kontrol dan akses (McQuail, 1987: 84). Akan tetapi, apabila media hanya dikuasai oleh beberapa kelompok, dikhawatirkan akan beresiko terhadap perkembangan demokrasi, kebebasan pendapat, serta tumbuhnya iklim industri yang tidak sehat (Tyas, 2010: 92).

Survei indeks kualitas Komisi Penyiaran Televisi Indonesia periode 1 tahun 2017 memperlihatkan nilai indeks keseluruhan program siaran TV sebesar 2,84. Angka tersebut menunjukkan kualitas siaran TV masih di bawah standar kualitas yang ditetapkan KPI, yaitu 3,00 (KPI, 2017). Ketua KPI, Yuliandre Darwis dalam Kuliah Pakar Tamu Jurnalistik yang diadakan oleh IISIP Jakarta menyatakan bahwa program televisi seperti sinetron, *infotainment*, *talkshow*, *reality show* masih mengadung tayangan yang tidak mendidik. Diantaranya unsur-unsur kekerasan, mistisme, eksploitasi ketubuhan perempuan, dan sebagainya (Iisip, 2017). Dalam hasil penelitian KPI, nilai indeks siaran sinetron adalah 2,45, program siaran dengan indeks siaran paling rendah setelah *infotainment* yang mendapatkan nilai indeks siaran 2,36 (KPI, 2017).

Televisi swasta menggunakan konsep bisnis yang akan sangat bergantung dengan perhitungan *rating* dan *share* penonton (Ishadi, 2014: 50), karena itulah meski memiliki kualitas yang rendah, sinetron tetap menjadi program tayangan utama bagi stasiun tv karena dapat menghasilkan *rating* yang tinggi yang mana akan memberikan keuntungan yang banyak bagi media. Berdasarkan logika itu juga, tayangan yang memiliki *rating* tinggi akan memiliki masa tayang yang panjang, selain itu tayangan-tayangan seperti itu akan melahirkan tayangan-tayangan yang serupa dengannya. Sebagai contoh, hal ini dapat kita lihat melalui sinetron yang diproduksi oleh Sinemart.

Pada akhir desember 2016, Rumah Produksi Sinemart memutuskan untuk tidak lagi bekerja sama dengan RCTI dan menekan kontrak eksklusif dengan SCTV, sehingga seluruh sinetron Sinemart yang sedang tayang di RCTI “dipaksa” tamat. Pemutusan kontrak itu juga menimbulkan masalah antara Sinemart dan RCTI yang menuntut Sinemart dengan ganti rugi sebanyak Rp 2,6 Triliun (MNC, 2017). Meskipun telah pindah stasiun televisi, namun beberapa sinetron Sinemart yang ditayangkan di SCTV memiliki banyak kesamaan dengan sinetron yang sebelumnya tayang di RCTI. Lebih jelasnya, dapat dilihat pada gambar di bawah:

Gambar 1.1 Sinetron yang ditayangkan di RCTI (atas) dan Sinetron yang ditayangkan di SCTV (bawah).



Sumber: google, 2018

Gambar 1.1 menunjukkan Sinetron “Orang-Orang Kampung Duku” menyerupai sinetron “Tukang Bubur Naik Haji”, sinetron “Berkah Cinta” menyerupai sinetron “Anugerah Cinta”, dan sinetron “Anak Langit” menyerupai sinetron “Anak Jalanan”. Persamaan tersebut dapat dilihat dari bentuk cover, gaya tulisan, judul, serta pemain.

Deputy Director Programming SCTV, David Suwanto menjelaskan kemiripan tersebut disebabkan karena SCTV tidak ingin menghilangkan tren yang telah kuat (Rayendra, 2017). Kalimat “tren yang telah kuat” tersebut dapat diartikan dengan rating yang masih tinggi, hal ini selaras dengan yang disampaikan Ishadi mengenai konsep bisnis televisi swasta yang telah disebutkan di atas.

Fenomena-fenomena ini mengingatkan peneliti tentang konsep Mcdonaldisasi yang digambarkan oleh Ritzer (2002) dalam bukunya bahwa prinsip-prinsip seperti restoran makanan cepat saji telah mendominasi

masyarakat Amerika, hingga seluruh dunia. Prinsip tersebut adalah efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas, dan kontrol melalui teknologi nonmanusia (Ritzer dan Goodman, 2007:570). Makanan cepat saji bukanlah jenis makanan sehat, namun sangat banyak orang yang menyukainya. Tak hanya jenis makanan namun juga sistem bisnis dari restoran cepat saji tersebut kemudian diserap dalam berbagai ranah, seperti kesehatan, politik, pendidikan, agama, dan katakanlah, semua aspek kehidupan dalam masyarakat (Ritzer, 2002: 2). Akibatnya, masyarakat dunia telah menjadi masyarakat yang termcdonaldisasikan. Berdasarkan pandangan tersebut, dapat ditemukan alasan mengapa sinetron yang memiliki kualitas yang rendah tetap memiliki jumlah penonton yang banyak.

Media bergerak dengan prinsip industri. Sehingga media menggunakan cara yang efektif dan praktis untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan format yang populer, yaitu dengan menerapkan konsep McDonaldisasi pada televisi. (Waisbord, 2008:378). Berdasarkan observasi awal, peneliti melihat bahwa rumah produksi Sinemart mengkonsumsi prinsip-prinsip McDonaldisasi yang dijabarkan oleh Ritzer (2002) tersebut. Sehingga peneliti tertarik untuk menelaahnya lebih dalam. Enam buah sinetron yang disebutkan pada gambar 1.1. tersebut menarik perhatian peneliti. Namun dalam penelitian ini, akan berfokus kepada Sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan”. Peneliti memutuskan untuk meneliti ke dua sinetron ini karena sinetron “Anak Langit” masih tayang di SCTV saat tulisan ini di tulis, bahkan termasuk ke dalam sinetron yang memiliki rating tertinggi (Astuti, 2018).

Sinetron “Anak Langit” mulai ditayangkan pada 20 Februari 2017. Drama serial ini bercerita tentang kehidupan anak-anak geng motor yang didalamnya terdapat konflik diantara pemain. Sementara itu Sinetron “Anak Jalanan” mulai ditayangkan pada 12 Oktober 2015 dan berakhir pada 1 Februari 2017, drama ini juga bercerita tentang kehidupan anak-anak geng bermotor. Selain memiliki tema yang serupa, sinetron ini juga mempunyai *soundtrack* yang sama-sama diciptakan oleh Ahmad Dani, namun dengan judul yang berbeda (Wikipedia, 2018). Beberapa artis yang berperan pada sinetron “Anak Jalanan” juga mendapatkan peran pada sinetron “Anak Langit”, diantaranya Steffan William, Ammar Zoni, Immanuel Caesar Hito, Cemal Faruk, Raya Kitty, Marcella Daryanani, Dylan Carr dan lain-lain.

Persamaan yang dimiliki antara sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan” menunjukkan keefisienan rumah produksi tersebut dalam menghasilkan karya. Meskipun berbeda stasiun televisi, namun dengan rumah produksi yang sama membuat perpindahan tersebut menjadi sederhana. Pada tanggal 1 Februari 2017 sinetron “Anak Jalanan” memasuki episode terakhir, 20 hari setelahnya, sinetron “Anak Langit” langsung tayang di SCTV. Dari sana, kita dapat mengira, bagaimana tema cerita, para pemain, hanya sekedar meneruskan yang telah ada sebelumnya.

Sinetron ini menjadi menarik untuk dikaji karena beberapa fenomena yang ada menunjukkan identifikasi penggunaan prinsip McDonaldisasi begitupun juga analisis sinetron dengan menggunakan pandangan teori McDonaldisasi pun belum banyak dilakukan. Sementara itu, kajian mengenai fenomena McDonaldisasi ini perlu untuk diperhatikan lebih,

karena efektifitas, prediktabilitas, kalkulabilitas, dan kontrol yang ditawarkan dalam sistem McDonaldisasi tidak hanya sekedar memberikan keuntungan namun juga memiliki efek yang buruk, seperti eksploitasi sumber daya yang berlebihan hingga terjadinya dehumanisasi (Ritzer, 2002: 226).

Terdapatnya efek buruk pada penggunaan prinsip McDonaldisasi membuat peneliti berkeinginan untuk menganalisis sinetron ini secara lebih mendalam. Sebelum dapat menganalisisnya, peneliti perlu menjabarkan terlebih dulu seperti apa bentuk atau wujud dari sinetron ini, yang mana peneliti akan berfokus melihat dari unsur naratif sinetron, hal itu dilakukan agar penjabaran mengenai bentuk/wujud tersebut dapat lebih fokus dilakukan, kemudian barulah nantinya sinetron tersebut akan dianalisis menggunakan teori McDonaldisasi.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana unsur naratif sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan”?
2. Bagaimana analisis sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan” menggunakan teori McDonaldisasi?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Menjabarkan unsur naratif sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan”
2. Mendeskripsikan analisis sinetron “Anak Langit” dan “Anak Jalanan” menggunakan teori McDonaldisasi.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai media, khususnya pemahaman tentang ekonomi politik media, program media, dan juga konsep McDonaldisasi yang banyak diterapkan pada media.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber rujukan bagi yang berminat untuk meneliti mengenai konten media atau pun prinsip McDonaldisasi dengan fokus masalah yang berbeda.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengasah sisi kritis penonton mengenai tayangan televisi di Indonesia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berhubungan dengan judul penelitian ini, khususnya pemilik media dan juga para produser.

