

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pertelevisian Indonesia memiliki perkembangan yang pesat hingga saat ini. Indonesia memulai era industri televisi dengan munculnya stasiun TV pemerintah, Televisi Republik Indonesia (TVRI) pada tahun 1962. TVRI menjadi stasiun televisi pertama yang dimiliki Indonesia, hingga tahun 1989 RCTI diluncurkan sebagai stasiun TV swasta. Kemudian disusul oleh SCTV pada tahun 1989, lalu disusul TPI, ANTV dan Indosiar. Pada awal tahun 2002 Trans TV, TV7 dan Lativi muncul sebagai pertanda pesatnya perkembangan industri televisi di Indonesia. Perkembangan ini terus berlanjut hingga pada tanggal tahun 2011 Kompas TV diluncurkan secara resmi yang berada di bawah Kompas Gramedia Group.

Televisi merupakan media massa yang memiliki daya tarik kuat terhadap komunikannya. Hal ini dikarenakan adanya unsur audio dan visual yang dapat menimbulkan kesan mendalam bagi khalayak. Atmowiloto (dalam Musthofa, 2012: 4) menjelaskan dalam hal mempengaruhi, televisi mempunyai kemampuan yang lebih baik dibanding media massa lainnya. Konten pada televisi pada umumnya dapat mempengaruhi sikap, persepsi, pandangan dan juga perasaan khalayak. Effendy (dalam Musthofa, 2012: 4) berpendapat bahwa televisi berpengaruh pada psikologi yang menyebabkan penonton terharu, terpana bahkan latah. Pengaruh ini seakan-akan

menghipnotis khalayak, sehingga khalayak hanyut dalam suasana pertunjukan di televisi. Menurut Williams (dalam Ambar, 2017: 329) televisi dipandang juga sebagai temuan ilmiah dan teknik yang mampu mengubah persepsi khalayak. Karena sifatnya inilah televisi menjadi salah satu media massa yang memiliki perkembangan pesat di Indonesia sejak era kemunculannya.

Pesatnya perkembangan dunia pertelevisian di Indonesia diiringi dengan meningkatnya jumlah rumah produksi, seniman, praktisi televisi, dan sekolah khusus di bidang pertelevisian. Perkembangan ini juga berakibat pada ketatnya persaingan antar stasiun televisi dalam perebutan pasar. Persaingan semacam ini berakibat pada perlombaan televisi dalam mendapatkan rating sebanyak mungkin. Persaingan semacam ini menuntut industri media, terkhusus televisi untuk kreatif dalam memproduksi konten media. Untuk memenangkan persaingan, stasiun televisi terikat dengan produksi konten yang cenderung mengeksploitasi. Anak-anak dan perempuan serta nilai sosial lainnya menjadi sasaran eksploitasi televisi. Hal ini mendorong televisi untuk mengabaikan nilai kemanusiaan dan konsep utama dari media.

Sebagai khalayak aktif tentunya kita sadar akan peran media dan tidak bisa pasif begitu saja dalam mengonsumsi isi media. Teori *Uses and Gratification* mengasumsikan bahwa pemirsa secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan atau hasil tertentu” (West, 2008: 101). Teori ini beranggapan bahwa khalayak menjadi aktif karena mampu dan secara sadar mengevaluasi berbagai konten untuk mencapai tujuan utama komunikasi. Berdasarkan hasil survei Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) terhadap penonton

televisi di Indonesia pada Februari 2020 disebutkan 67% masyarakat Indonesia tertarik akan program siaran hiburan.

Namun, secara umum program tersebut tidak memenuhi aspek kualitas dan standar yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Berdasarkan data indeks kualitas KPI tahun 2015 siaran komedi berada pada angka 3,13 di periode kedua. Pada survei periode ketiga, indeks program komedi mengalami kenaikan yang tidak terlalu signifikan yaitu sebesar 0,02. Hal ini masih belum memenuhi standar indeks kualitas siaran yang ditetapkan oleh Komisi Penyiaran Indonesia yaitu 4,00. Namun tetap saja minat masyarakat Indonesia terhadap program acara hiburan dan komedi sangat tinggi.

Digemarinya program hiburan oleh masyarakat praktik komodifikasi dalam program hiburan seringkali kita temui. Berbagai hal seperti anak-anak, suku, ras dan golongan tertentu dikomodifikasi melalui program hiburan. Dalam pendapat (Mosco, 2009: 30) komodifikasi adalah proses transformasi nilai guna menjadi nilai tukar. Pada kasus ini Mosco beranggapan bahwa komoditas media lebih ditekankan pada aspek nilai pasar. Media cenderung mengabaikan aspek kebutuhan yang mana seharusnya hal ini menjadi prioritas utama. Pada intinya komodifikasi adalah proses perubahan nilai guna menjadi nilai tukar di pasaran (Yasir, 2015: 117).

Teori normatif memandang media massa sebagai sesuatu yang memiliki tanggung jawab untuk memberi manfaat kepada khalayak. Dibalik itu, media juga memerlukan sumber daya sebagai pemenuhan kebutuhan produksi dan distribusi konten, oleh sebab itu media menjalankan fungsi lain yaitu fungsi komersial atau

ekonomi. Fungsi ini berkaitan dengan penyediaan konten yang layak dijual dan menarik pengiklan (Rusadi, 2015: 82). Pada kasus inilah komodifikasi seringkali dilakukan oleh media massa. Aspek budaya, sosial dan kemanusiaan dikomodifikasi sedemikian rupa agar sesuai dan laku di pasar media.

Wacana disabilitas merupakan salah satu hal yang kerap di komodifikasi oleh media massa. Khalayak televisi Indonesia pada dasarnya sudah lama menemui penyandang disabilitas di media melalui tokoh Daus Mini, Adul, dan Ucok Baba. Tokoh tersebut merupakan penyandang disabilitas bertubuh pendek yang menjadi komoditas oleh media Indonesia melalui program hiburan. Program hiburan lain yang mengeksploitasi disabilitas adalah Opera Van Java Trans7 melalui kekonyolan tokoh aziz Gagap yang selalu menjadi bahan tertawaan karena ketidakmampuannya berbicara dengan lancar. Selain itu Bolot selalu dianggap lucu ketika ia tidak bisa mendengar dengan baik.

Pada awalnya disabilitas dikenal dengan istilah “cacat” yang dimaksudkan pada seseorang yang memiliki kerusakan, atau ketidaklengkapan fisik sebagaimana yang semestinya (Maqsudi, 2010: 2). Stigma yang disandangkan kepada orang yang memiliki keterbatasan tertentu menyebabkan orang tersebut merasa tidak berharga dalam kehidupan sosial. Hal ini juga mendorong pandangan bahwa cacat adalah sebuah penyimpangan sosial. Konotasi negatif yang diberikan kepada seseorang dapat menyebabkan orang lain memperlakukan mereka secara berbeda (Mangunsong, 2009, dalam disertasi (Amar, 2014: 1).

Pandangan mengenai penyandang disabilitas di media juga terdapat dalam laporan Barnes dengan judul “*Disabling Imagery and the Media*” oleh *The British Council of Organisations of Disabled People*. Hasil dari laporan ini mengidentifikasi pandangan media di Inggris Raya terhadap kelompok penyandang disabilitas. Media di Inggris Raya memandang penyandang disabilitas sebagai orang yang hidupnya patut dikasihani, objek kekerasan dan kekonyolan, mengerikan dan mengancam, magis, musuh, beban sosial, kelainan seksual, dan orang terasing. (Barnes, 1992: 19-28).

Erin Pritchard dalam penelitiannya yang berjudul “*Cultural Representations of dwarfs and their disabling affects on dwarfs in society*” juga memberikan pandangan tentang penyandang disabilitas. Pada penelitian yang dilakukan di Inggris Raya ini Pritchard menggambarkan bagaimana penyandang *dwarfism* (manusia dengan tubuh kerdil) direpresentasikan oleh budaya populer. Dalam penelitiannya Pritchard menyebutkan bahwa representasi media terhadap disabilitas dipengaruhi oleh budaya populer yang menganggap bahwa kaum disabilitas hanya sebagai objek hiburan semata. Selain representasi media massa, Pritchard juga memaparkan bagaimana penyandang *dwarfism* berusaha menantang dan bernegosiasi dengan ruang publik tentang keberadaan mereka melalui media massa di Inggris Raya.

Pandangan lain tentang disabilitas juga dikemukakan oleh Stella Young penyandang disabilitas yang merupakan seorang jurnalis, penulis dan presenter. Stella Young juga merupakan mantan editor media online Australia abc.net.au dan komite dari organisasi pembela disabilitas di Australia. Melalui platform TED Talk, Young

menyampaikan pidatonya dengan judul “I’m Not Your Inspiration, Thank You Very Much”¹. Dalam pidato ini Young menyampaikan bahwa penyandang disabilitas bukanlah objek inspirasi dan hiburan. Young juga memperingatkan media untuk berhenti merepresentasikan penyandang disabilitas sebagai objek inspiratif dan hiburan. Hal semacam ini disebut Young sebagai *inspiration porn*. Sampai pada penelitian ini dibuat video Stella Young sudah ditonton sebanyak 3,5 juta kali di platform TED Talk dan telah diterjemahkan kedalam 34 bahasa.

Di Indonesia sendiri disabilitas juga kerap direpresentasikan oleh media sebagai objek hiburan dan inspiratif. Dilansir dari kanal youtube Remotivi yang dipublikasikan pada Maret 2018 lalu dengan judul “Disabilitas Di Media: Orang atau Objek Hiburan?”. Pada video ini Remotivi menjelaskan bahwa media di Indonesia memberikan narasi yang mengarah pada pandangan yang menganggap penyandang disabilitas sebagai “lain”, “berbeda”, “bukan manusia yang setara”. Hal seperti ini tidak menguntungkan bagi kaum disabilitas dan bahkan mereka hanya dianggap sebagai objek hiburan.

Dalam video ini juga disebutkan bahwa media di Indonesia tidak menampilkan disabilitas secara kompleks dan menyeluruh. Media malah berpandangan bahwa kaum disabilitas adalah objek kasihan, tertawaan, penasaran dan inspirasi. Media tidak berpandangan bahwa disabilitas setara dengan non-disabilitas. Hal ini membuat kaum disabilitas semakin terpojok dan tidak muncul di ruang

¹TED.com Diakses pada Februari 2021 melalui <https://www.ted.com/talks/>

publik. Padahal jumlah disabilitas di Indonesia mencapai angka lebih dari 11 juta jiwa².

Penampilan disabilitas pada acara televisi di Indonesia pada dasarnya sudah diatur dalam standar program siaran Komisi Penyiaran Indonesia (KPI). Hal ini tertuang pada Peraturan Komisi Penyiaran Indonesia Nomor 02/P/KPI/03/2012 Tahun 2012 tentang Standar Program Siaran, Pasal 15 Ayat (1) Lembaga penyiaran wajib memperhatikan dan melindungi hak dan kepentingan: (a) orang dan/atau kelompok pekerja yang dianggap marginal, (b) orang dan/atau kelompok dengan orientasi seks dan identitas gender tertentu, (c) orang dan/atau kelompok dengan kondisi fisik tertentu, (d) orang dan/atau kelompok yang memiliki cacat fisik dan/atau mental, (e) orang dan/atau kelompok pengidap penyakit tertentu, (f) orang dengan masalah kejiwaan.

Kemudian pada Ayat (2) menegaskan bahwa lembaga penyiaran tidak boleh menyajikan program yang menertawakan, merendahkan, dan/atau menghina orang dan/atau kelompok masyarakat sebagaimana yang dimaksud pada Ayat (1). Selain itu kelompok penyandang disabilitas sudah dilindungi dan dijamin di media Indonesia. Hal ini tertuang dalam Pedoman Perilaku Penyiaran–Standar Program Siaran (P3-SPS) yang diterbitkan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) pada Pasal 15 Ayat 1 dan 2 (P3-SPS KPI, 2009) pasal ini memuat tentang kewajiban media dalam memperhatikan dan melindungi hak serta kepentingan kelompok masyarakat

²Data dari International Labour Organization diakses melalui <https://www.ilo.org/jakarta/>

minoritas dan marginal, minoritas dan kelompok marginal dalam hal ini termasuk kelompok penyandang disabilitas.

Pada tahun 2015 KPI menguraikan indeks kualitas program komedi berdasarkan indikator. Pada periode 4 (Desember 2015) Indikator menghormati nilai-nilai kesukuan, agama, ras dan antar golongan dalam program komedi hanya berada pada angka 3,13. Lalu pada indikator melindungi orang atau kelompok masyarakat tertentu yang pada poin ini termasuk ke dalamnya kelompok disabilitas hanya mendapat poin 3,21. Kedua poin ini masih berada dibawah standar yang ditetapkan KPI yaitu pada angka 4,00. Bahkan di tahun berikutnya pada periode yang sama, indeks dari kedua hal ini tidak menunjukkan perkembangan ke arah yang lebih baik. Periode Desember tahun 2016 indikator menghormati nilai-nilai keberagaman dalam program komedi menurun menjadi 3,04 pada periode kedua dan 3,11 pada periode ketiga. Hal ini juga terjadi pada indikator melindungi orang atau kelompok masyarakat tertentu. Pada 2016 indikator ini menurun menjadi 2,98 pada periode kedua dan 3,00 pada periode ketiga.³

Salah satu siaran televisi Indonesia yang menampilkan sosok disabilitas adalah Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV atau SUCI Kompas TV. Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV atau selanjutnya dalam penelitian ini disebut SUCI Kompas TV merupakan ajang kompetisi lawakan tunggal pertama di Indonesia. Kompetisi ini telah dimulai sejak tahun 2011 yang dipelopori oleh Raditya Dika dan Pandji Pragiwaksono yang merupakan pelawak senior di Indonesia. Pada tahun 2015

³Survei Indeks Kualitas Program TV KPI

SUCI Kompas TV menjadi program hiburan yang paling banyak ditonton berdasarkan hasil survei indeks kualitas siaran KPI 2015. Dari hasil Survei ini SUCI Kompas TV Menjadi program komedi yang paling banyak ditonton dengan skor 61%.

Pada tahun 2015 SUCI Kompas TV menampilkan Dani Aditya sebagai seorang komika penyandang disabilitas. Dani merupakan penderita cerebral palsy (lumpuh otak) dimana Dani tidak bisa menopang kedua kakinya dan berbicara secara lancar. Kondisi ini mengharuskannya duduk diatas kursi roda dalam kesehariannya dan pada saat tampil sebagai komika di SUCI Kompas TV. Peneliti melakukan observasi awal dengan menonton seluruh rekaman penampilan Dani Aditya di SUCI 5 Kompas TV melalui kanal *youtube* Kompas TV. Dari hasil observasi ini dapat dilihat Dani Aditya membawakan materi yang berhubungan dengan disabilitas di setiap penampilannya. Lelucon Dani tentang disabilitas membawanya sampai pada babak 4 besar dalam kompetisi.

Kehadiran Dani Aditya sebagai komik disabilitas juga memotivasi beberapa penyandang disabilitas lain untuk menjadi komika dan pelawak, diantaranya Adit Apriansyah, yang mengaku termotivasi dari Dani Aditya untuk menjadi seorang komika. Pernyataan ini disampaikan Adit melalui kanal *youtube* Raditya Dika yang dipublikasikan pada 28 Januari 2021 dengan judul “Inilah Joke Pertama Komika Disabilitas”⁴. Sampai pada saat penelitian ini dibuat, video tersebut sudah ditonton

⁴Youtube Raditya Dika Diakses pada Februari 2021 melalui <https://www.youtube.com/watch?v=3fhbaJLQ2ok>

lebih dari 294 ribu kali. Selain itu Dani Aditya juga disebut sebagai komika disabilitas yang menginspirasi dunia oleh Primaberita melalui artikel yang diterbitkan pada 6 Maret 2020 dengan judul “Profil Dani Aditya, komika disabilitas yang menginspirasi dunia”.⁵

Penelitian ini merupakan penelitian literatur dimana sumber data utama adalah rekaman penampilan Dani Aditya di SUCI Kompas TV yang dapat diakses melalui kanal *youtube* Kompas TV. Melalui pendekatan analisis wacana kritis, peneliti mengurai struktur teks yang ditampilkan Kompas TV pada saat penampilan Dani Aditya sebagai komika disabilitas. Selanjutnya peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul: Komodifikasi Wacana Disabilitas Pada Program Acara Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV (Analisis Wacana Kritis Pada Stand Up Comedy Dani Aditya).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, bahwa disabilitas di media Indonesia seringkali ditampilkan atas kepentingan ekonomi karena dianggap memiliki nilai jual. Maka dari itu peneliti merumuskan permasalahan pada penelitian ini yaitu: “Bagaimana Komodifikasi Wacana Disabilitas pada Program Acara Stand Up Comedy Indonesia Kompas TV ?”

⁵Primaberita diakses pada maret 2021 melalui <https://primaberita.com/>

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis struktur teks dan wacana pada penampilan Dani Aditya di SUCI Kompas TV
2. Menjelaskan komodifikasi yang dilakukan Kompas TV pada wacana disabilitas melalui program acara Stand Up Comedy Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi upaya pengembangan dalam disiplin Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kajian komodifikasi, dan ekonomi politik media, dan media massa.
2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan yang baik bagi penelitian selanjutnya yang relevan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman dan wawasan bagi masyarakat terkhusus pembaca agar lebih memahami media massa dan bersikap bijak menanggapi setiap konten media.
2. Hasil Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk perancang konten media sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi kedepannya.

