

## **Televisi sebagai Konstruksi Realitas, Bagian I**

### **Kiriman Arya Pageh Wibawa, Dosen PS Desain Komunikasi Visual**

#### **A. Pengantar**

Televisi adalah salah satu bentuk mass media yang mempunyai pengaruh sangat besar dalam membentuk konstruksi realitas. Hampir sebagian besar waktu luang manusia dihabiskan di depan pesawat televisi. Sehingga dapat dikatakan bahwa televisi adalah salah satu bentuk dari budaya populer manusia. Menurut survey yang dilakukan (Allen, 1992) disebutkan bahwa khalayak di Inggris, misalnya, menghabiskan rata-rata lebih dari sepertiga jam terjaganya untuk menonton televisi. Di Amerika, rata-rata jam yang dihabiskan untuk menonton sekitar dua kalinya. Orang Amerika “rata-rata” akan menghabiskan lebih dari tujuh tahun menonton televisi (Kubey and Csikszent-Mihalyi, 1990). Bila dibandingkan dengan media-media lain, televisi bersifat istimewa karena kesediaannya yang lengkap. Dan ada sesuatu yang juga lebih spesial perihal program televisi ini, yang secara langsung terkait dengan representasi suatu kelompok sosial (Burton, 2000).

Program-program yang ditayangkan televisi cukup beragam. Mulai dari iklan sampai opera sabun. Khalayak pemirsa tidak serta merta dapat langsung menterjemahkan program-program yang ditayangkan televisi. Seperti yang diungkapkan oleh Hall (dalam John Storey, 1996)

“kesalahanpahaman yang bersifat secara harfiah pastilah ada. Penonton tidak mengetahui istilah-istilah yang digunakan, tidak bisa mengikuti logika argumen atau penjelasan yang kompleks, tidak akrab dengan bahasa tertentu, menemukan konsep-konsep yang terlalu asing atau sulit atau dikelabui dengan narasi yang berbelit-belit. Namun, lebih sering para *broadcaster* risau bahwa khalayak gagal mengambil makna seperti yang mereka maksudkan. Apa yang sesungguhnya ingin mereka katakan adalah bahwa para pemirsa tidak beroperasi dalam kode yang ‘dominan’ atau yang lebih disukai”.

Pemahaman yang terjadi merupakan sebuah titik temu antara program dengan sekumpulan persepsi yang ada serta penilaian yang telah ada sebelumnya dalam benak pemirsa.

Setiap representasi yang dihadirkan lewat program-program televisi, merupakan bagian kompleks dari representasi lainnya. Misalnya representasi tentang kekelakian bisa juga merupakan bagian dari misalnya “suami” atau bisa juga berarti bahwa dalam program tertentu, merupakan sebuah gambaran tentang gender atau pekerjaan. Menurut Fairlough (1995), representasi dalam teks media boleh dikata berfungsi secara ideologis sepanjang representasi itu

membantu mereproduksi hubungan sosial berkenaan dengan dominasi dan eksploitasi. Menurut pandangan marxis (Burton, 1999) berargumen bahwa media secara umum merepresentasikan pandangan konservatif tentang isu-isu sosial, dan merepresentasikan pelbagai nilai dan kepentingan orang-orang yang memiliki kekuasaan dalam masyarakat, yang biasanya menolak pandangan orang-orang yang tidak memiliki kekuasaan (p.85). Menurut teori feminis, perspektif feminis tentang media dan masyarakat tertarik kepada bagaimana media dan masyarakat tertarik kepada bagaimana media mengonstruksi pandangan-pandangan tentang perempuan. Mereka tertarik pada pelbagai implikasi bagi sosialisasi melalui gender (p.87). Teori postmodernisme lebih tertarik kepada pelbagai kesenangan dalam teks daripada efek-efeknya yang mungkin terhadap masyarakat (p.89). Menurut Burton (2000), representasi dapat dipahami tatkala berfungsi secara ideologis dalam memproduksi relasi sosial yang berbentuk dominasi dan eksploitasi. Dalam pandangan Burton ada beberapa hal yang perlu dimengerti berkaitan dengan representasi sehingga relasi sosial yang berwujud dominasi dan eksploitasi ini terbentuk, yaitu stereotip, identitas, perbedaan, pengalamian dan yang tidak bisa dilupakan pula adalah ideologi.

Proses melihat gambar televisi yang tersusun atas representasi-representasi adalah proses yang kompleks. Melihat bukan sekadar aktifitas visual. Tindakan melihat hanya merupakan bagian dari persepsi, yang dalam prosesnya harus memahami apa yang dilihat. Ada persoalan pengalaman budaya yang dihubungkan dengan penglihatan atau pencerapan ini. Menurut Burton (2000), melihat citra/gambar dalam televisi terbagi menjadi dua yaitu melihat sebagai sudut pandang kritis dan melihat sebagai positioning spasial atau temporal. Melihat dengan sudut pandang kritis adalah menggunakan frasa berdasarkan posisi pemirsa namun terutama berdasarkan konotasi kritisnya. Stuart Hall (1977) menggambarkan tiga “sudut pandang” untuk melihat dengan sudut pandang kritis ini yaitu :

1. Reflektif :

Pandangan, makna, tentang representasi yang merupakan sejenis pandangan sosial dan kultural yang ada “di luar sana” dalam realitas sosial.

2. Intensional :

Pandangan creator/produser representasi: makna sebagaimana dimaksudkan dan dipahami

3. Konstruksionis :

Pandangan yang dibuat melalui teks dan oleh pembaca: pandangan yang tergantung pada penggunaan bahasa atau kode (kode visual dan verbal, kode teknis, kode busana, dan sebagainya, yang ditampilkan televisi bagi mata dan telinga)

Sedangkan untuk melihat sudut pandang sebagai positioning spasial atau temporal dipahami lebih secara harfiah berdasarkan pembacaan gambar/citra. Sudut pandang ini berhubungan dengan posisi temporer teks televisi.

## **B. Metode**

Metode yang digunakan adalah analisis tekstual dan analisis wacana. Analisis tekstual adalah analisa yang mengasumsikan bahwa citra dan program televisi sebagai teks yang dibaca sebagai pendekatan kritis. Menurut Fairlough (1995), teks sebagai representasi pelbagai pandangan dan kepentingan produsernya : “teks-teks media...merupakan versi realitas yang tergantung pada posisi dan kepentingan sosial serta tujuan produsernya”. Analisis tekstual ini terdiri dari analisis citra, analisis semiotik dan analisis struktural. Sedangkan analisis wacana mengasumsikan suatu pemahaman dan kemampuan untuk mengidentifikasi wacana-wacana. Menurut Fairlough (1995), suatu wacana adalah bahasa yang dipakai dalam merepresentasikan praktik sosial tertentu dari sudut pandang tertentu.