

# JURNAL KOMUNIKASI

---

---

Volume 2, Nomor 2, April 2008

ISSN 1907-848X

Halaman 297 - 392

---

---

## DAFTAR ISI

### MENELISIK MEDIA DALAM KACAMATA BUDAYA POPULER

#### Editorial

**Menginterogasi Budaya:  
Memperkarakan Metodologi dalam Kajian Budaya**

*Budi Irawanto*  
( 297 - 304 )

**“Infotainment” : Paradoks Liberalisme dan  
Representasi Moral Darwinisme Sosial**

*Puji Rianto*  
( 305 - 314 )

**Sinetron Religius: Sinetron Islami?**

*Muzayin Nazaruddin*  
( 315 - 330 )

**Konser Musik di Media:  
“Common Culture”, Anti-otentisitas dan Budaya Populer**

*M. Ridha al Qadri*  
( 331 - 340 )

**Melacak Ideologi di Balik Gemuruh “Heavy Metal”**

*Fajar Junaedi*  
( 341 - 352 )

**Hantu Populer di Film Indonesia**

*Zein Mufarrih Muktaf*  
( 353 - 362 )

**Mediasi Batik sebagai Budaya Populer:  
dari Habitus ke Gaya Hidup**

*Fionna Christabella*  
( 363 - 372 )

**Rambut dan Identitas Perempuan:  
Membaca Rambut Perempuan di Media Massa**

*Rina Widiastuti*  
( 373 - 382 )

**“Mannequin/Mankind Culture”:  
Mempertanyakan “Ada” pada Manekin dan Manusia**

*Luthfi Adam*  
( 383 - 392 )

## “Infotainment”: Paradoks Liberalisme dan Representasi Moral Darwinisme Sosial

Puji Rianto<sup>1</sup>

### Abstract

*The infotainment program, which recently broadcasted a lot, summon controversial among the society. Nahdlatul Ulama even issued the fatwa haram. Purpose of this article is not to extend those arguments, but to explore the ideology beyond it, neo-liberalism and what is the impact. Infotainment is a cultural industry product, broadcast in some television stations, which chase only to make a profit. In this situation, infotainment trapped into liberalism paradox, and in any level represent social darwinism moral. As we can see, the infotainment journalists pay a lot of attention to artists' personal life, which put some limitation to the artists themselves. In the other hand, to pursue higher rate, journalists frequently don't care about other people in society.*

### Keywords:

*Infotainment, cultural industry, liberalism paradox, social darwinism*

### Pendahuluan

Tayangan *infotainment* yang marak dalam beberapa waktu belakangan telah menyita begitu banyak perhatian dan perdebatan. Nahdlatul Ulama (NU), salah satu organisasi Islam terbesar di Indonesia, dalam muktamar di Surabaya pada Agustus 2006 memfatwakan bahwa *infotainment* haram hukumnya karena masuk ke dalam wilayah ghibah atau pergunjangan—bahkan fitnah karena tidak terbukti kebenarannya dalam berita yang disiarkannya tersebut—atas persoalan-persoalan pribadi (Wardhana, 2007 seperti disiarkan Tempointeraktif). Sementara itu, para wartawan *infotainment* tidak kalah sengitnya dalam melakukan pembelaan diri dengan mengatakan bahwa perselingkuhan perlu dibongkar karena menyangkut persoalan moral (Wardhana, *Ibid*).

Tidak dapat dipungkiri, *infotainment* telah menjadi tayangan favorit industri televisi. Ignatius Haryanto mengemukakan bahwa beberapa tahun lalu tayangan *infotainment* hanya sebuah tayangan sore, tetapi lama-kelamaan durasinya menjadi semakin panjang (*Jurnal Demokrasi Sosial*, Vol 3 No. 1, Juli-September 2008, hal. 15). Saat ini, hampir semua stasiun televisi mempunyai program *infotainment*. Trans TV menjadi stasiun televisi yang mempunyai tayangan *infotainment* paling banyak melalui program Insert pagi, siang, dan sore. Bahkan, Trans TV mempunyai program investigasi untuk tayangan *infotainment* melalui Insert Investigasi sore hari. RCTI mempunyai program *infotainment* dengan durasi satu jam, *Silet*, yang ditayangkan pukul 11.00-12.00 WIB.

---

<sup>1</sup> Penulis adalah Direktur Pusat Kajian Media dan Budaya Populer (PKMBP), Yogyakarta.

Dalam menyikapi maraknya tayangan *infotainment* tersebut, ada dua kubu yang saling berseberangan. Bagi para pekerja dan pemilik tayangan yang dinilai kerap memberitakan perkawinan, perceraian, persoalan rumah tangga, perpacaran sesama lajang-bujang, atau perkasihan suami/istri dengan lelaki/perempuan lain, tayangan *infotainment* mengemban kritik sosial dan moral mengingatkan selebritas adalah juga figur publik. Di pihak lain, para penentangannya mengatakan bahwa para pekerja *infotainment* bukanlah wartawan karena menyalahi kaidah yang seharusnya (Haryanto, 2006).

Tulisan ini tidak hendak memperpanjang silang pendapat dan perdebatan tersebut. Namun, lebih diorientasikan untuk mengeksplorasi lebih jauh praktik budaya yang direpresentasikan oleh tayangan *infotainment*. Selanjutnya, relasi kuasa atau ideologi dominan apa yang mendasarinya, sehingga tayangan ini senantiasa direproduksi secara terus-menerus oleh stasiun televisi? Sebagai bagian dari program acara televisi, *infotainment* merupakan bagian budaya massa dan karenanya akan senantiasa mengikuti “aturan main” yang biasa berlaku dalam penciptaan budaya massa, yakni keuntungan (profit). Seperti dikemukakan Strinati (2003: 12), jika urbanisasi dan industrialisasilah yang melahirkan massa yang diatomisasi dan tanpa nama yang tak lain merupakan buah manipulasi, yang dapat dipenuhi oleh beraneka ragam budaya massa, maka penentu utama budaya massa adalah keuntungan produksi dan pemasaran yang dapat dihasilkan dari potensi pasarnya. Menurut Strinati, jika budaya massa tidak menghasilkan uang, maka mungkin tidak akan diproduksi.

Oleh karena itu, menjadi penting untuk membongkar ideologi yang berada di balik menjamurnya *infotainment*. Ini perlu dilakukan bukan hanya sebagai suatu bentuk kritik sosial, tetapi upaya apapun yang dilakukan oleh para penentang program ini termasuk dengan mengeluarkan fatwa haram akan sia-sia jika tidak disertai usaha-usaha yang ditujukan untuk membongkar sistem yang melingkupinya. Tulisan ini tidak hendak memberikan justifikasi salah benar menurut hukum agama dan jurnalistik, tetapi justru ingin melangkah lebih jauh dengan menganalisis *setting* ideologis—mengikuti alur determinisme ekonomi ala marxian. Selanjutnya, pertanyaan lain yang tidak kalah pentingnya adalah praktik budaya apa yang hendak direpresentasikan oleh sebuah program acara yang bernama *infotainment*?

### **Televisi sebagai Industri Budaya**

Dalam masyarakat modern, media menjadi institusi dominan dalam masyarakat menggantikan pengaruh institusi-institusi lama seperti agama dan sistem pendidikan (Croteau dan Hoynes, 1997), dan televisi menjadi bagian terbesar institusi media yang dimaksud. Televisi telah menjadi sumber informasi, pengisi waktu luang paling ampuh, dan sarana menghibur diri yang tidak habis-habisnya (Postman, 1995). Sebagai institusi dominan dalam masyarakat modern, televisi adalah suatu bentuk budaya, sebuah ekspresi budaya dan sebuah medium tempat budaya dimediasi oleh khalayaknya (Burton, 2007: 63). Namun, budaya yang coba direpresentasikan oleh televisi adalah berbeda. Budaya yang direpresentasikan oleh televisi merupakan sebuah komoditas. Menurut John Fiske (Burton, 2007: 24), televisi merupakan sebuah komoditas budaya (*cultural commodity*) yang berada pada dua level. Pada level finansial, sebuah program adalah produk yang memiliki harga dan dijual kepada khalayak. Pada level kultural,

program menjadi jenis produk yang berbeda, tempat khalayak memanfaatkan makna-maknanya dan mendefinisikannya berdasarkan nilai budaya. Di sini, ekonomi finansial menaruh perhatian pada nilai tukar, sedangkan ekonomi kultural berfokus pada nilai guna, yakni makna, kesenangan dan identitas sosial (Fiske, 1987; seperti dikutip Storey, 2008). Dengan demikian, seperti ditegaskan Burton (2007: 24), televisi mendiami ranah seni dan komersial pada saat yang sama.

Serial sinetron Abdel & Temon yang dibuat oleh Multivision Plus, misalnya, memiliki nilai ekonominya ketika dijual ke stasiun televisi, dalam hal ini Global TV. *Rating* yang didapatkan oleh sinetron tersebut, yang berarti juga jumlah penonton sinetron, mempunyai nilai ekonomis karena dapat mendatangkan uang melalui iklan. Di sini, penonton bekerja untuk industri media (Hidayat, 2008), yang secara ironis tidak mendapatkan bayaran sebagaimana orang bekerja. Padahal, mereka mendatangkan keuntungan bagi stasiun televisi dan *production house* pembuatnya. Tayangan berkualitas yang seharusnya menjadi "alat tukar" atas kerja yang mereka lakukan pun acapkali juga tidak mereka dapatkan. Sementara dalam ekonomi kultural, sinetron tersebut berubah menjadi komoditas kultural (dijual ke stasiun televisi) menjadi sebuah situs bagi produksi makna dan kesenangan bagi khalayaknya. Dengan cara yang sama, khalayak berubah dari komoditas (untuk dijual ke pengiklan) menjadi produsen makna dan kesenangan (lihat Storey, 2008: 31). Menurut Adorno (2005: 104) komoditas budaya adalah suatu industri yang dikendalikan oleh, merujuk Brecht dan Suhrkamp, prinsip-prinsip realisasi nilai, dan tidak oleh isi spesifiknya dan formasi yang harmonis. Keseluruhan praktik industri budaya adalah pengalihan motif-motif pengejaran keuntungan ke dalam bentuk-bentuk budaya tempat para penciptanya mendapatkan keuntungan dari nilai yang dikandungnya. Televisi, dalam kaitan ini, menjadi bagian dari industri budaya tersebut.

Fiske menegaskan "bahwa kekuatan khalayak sebagai produsen dalam ekonomi kultural amatlah menentukan" (Storey, 2007: 31). Kekuatan ini berasal dari fakta bahwa makna tidak beredar dalam ekonomi kultural dengan cara yang sama seperti kekayaan beredar dalam ekonomi finansial. Meskipun memperoleh kekayaan bukanlah hal mustahil, tetapi menurut Fiske makna dan kesenangan jauh lebih sulit didapatkan. Dalam ekonomi kultural, komoditas tidak bergerak dengan cara linear dari produksi ke konsumsi; kesenangan dan makna beredar tanpa perbedaan yang nyata antara produksi dan konsumsi. Untuk mengurangi kegagalan, industri budaya semacam televisi memproduksi *repertoire* barang-barang dengan harapan menarik khalayak (Storey, 2007: 32). Namun, seringkali terjadi, khalayak melakukan apa yang sering disebut sebagai "perang gerilya semiotika" (Fiske, 1987; seperti dikutip Storey, 2008: 32), sehingga makna yang lahir tidak senantiasa selalu sama dengan yang diharapkan oleh si produsen kultural.

### **Gempuran Neoliberalisme**

Jika industri budaya merupakan suatu bentuk komodifikasi atas bentuk-bentuk budaya, dan televisi mempunyai peran penting di situ, maka analisis mengenai hal tersebut harus melibatkan paham atau ideologi yang menggerakkannya. Analisis marxist dengan tegas mengemukakan hal ini (Burton, 2007: 41). Teori budaya marxist

memperlakukan budaya seperti televisi, jurnalisme, film dan iklan sebagai wilayah ekonomis dan ideologis, yang melibatkan wacana, kesadaran dan konsumsi (Agger, 2007: 251). Di sini, eksistensi industri televisi dipahami sebagai berada dalam pertalian hubungan-hubungan kekuasaan yang melingkupinya. Oleh karena itu, tidaklah mungkin memperbincangkan eksistensi institusi media massa yang sangat berkuasa dalam masyarakat modern ini tanpa melibatkan pembahasan ideologi yang mendasari tatanan tersebut, yakni neoliberalisme atau Soros menyebutnya sebagai fundamentalisme pasar (Soros, 2002).

Seperti dikemukakan oleh Curran (2006: 142), "*the ideological ascendancy of market liberalism also penetrated media and cultural research by influencing the way in which society was understood*". Liberalisme pasar melihat masyarakat hanya sebagai kumpulan individu daripada sebagai istilah abstrak kelompok-kelompok sosial. Rakyat sekarang ini hidup dalam masyarakat yang terbuka dan bebas terlepas dari kekakuan kelas karena pasar merupakan kekuatan egalitarian yang mempromosikan persamaan kesempatan demi kepentingan efisiensi. Kerja keras, bakat dan kewirausahaan akan mendapatkan imbalan dalam masyarakat pasar sebagai suatu cara mempercepat penciptaan kemakmuran demi kepentingan bersama (Curran, 2006: 142). Neoliberalisme mempertajam jargon-jargon ini ke dalam propaganda pasar bebas yang memakmurkan.

Berbeda dengan liberalisme klasik, neoliberalisme tampil jauh lebih radikal dengan berusaha terus-menerus menghancurkan semua instansi kolektif yang mampu melawan dampak-dampak mesin jahat yang ditimbulkannya. Negara sebagai pemegang nilai-nilai universal yang berurusan dengan semua yang bersifat publik menjadi musuh pertama yang dihancurkannya (Bourdieu, 2003), kemudian institusi-institusi lain, termasuk di dalamnya keluarga dan agama. Jika liberalisme Adam Smith masih menyisakan pengakuan atas peranan negara dalam menciptakan keadilan sosial (Korten, 1997), maka neoliberalisme hampir sama sekali meletakkan peranan tersebut ke dalam tanggung jawab individu. Lebih menarik lagi, neoliberalisme berusaha dan senantiasa berusaha "mengkooptasi" dimensi lain dalam diri manusia (*Homo sapien*, dll) oleh *homo economicus*. Seperti dikemukakan Herry Priyono (2005: 18), neoliberalisme dapat dimaknai dalam dua hal, yakni sebagai paham/agenda pengaturan masyarakat yang didasarkan pada dominasi *homo economicus* atas dimensi lain dalam diri manusia (*homo culturalis*, *zoon politicon*, dan lain sebagainya); dan sebagai kelanjutan pokok pertama, dominasi sektor finansial atas sektor riil dalam tata ekonomi politik. Definisi pertama lebih merujuk pada "kolonisasi eksternal" *homo oeconomicus* atas berbagai dimensi antropologis lain dalam multi-dimensionalitas kehidupan manusia, sedangkan definisi kedua menunjuk pada "kolonisasi internal" *homo finansialis* atas multi-dimensionalitas tata *homo economicus* itu sendiri.

Pada awalnya, neoliberalisme bukanlah semata-mata urusan ekonomi, melainkan proyek filosofis yang beraspirasi menjadi teori komprehensif tentang manusia dan tatanan masyarakat. Menurut Herry Priyono (2006: 6), inti gagasan neoliberalisme adalah ragam relasi manusia bisa saja disebut kultural, politik, legal, sosial, psikologis, estetik, spritual dan sebagainya. Namun, jika harus dikatakan secara lugas, beragam relasi itu dipandu oleh prinsip laba rugi yang berlaku dalam kinerja

ekonomi pasar. Manusia memang berada dalam keragaman karena ia merupakan *homo culturalis*, *homo politicus*, *homo legalis*, *homo spiritualis* dan sebagainya (Priyono, 2006: 6). Namun, pertama-tama ia adalah *homo economicus*. Mengutip Garry Becker, Priyono mengatakan, "ekonomi memberikan semesta paling komprehensif untuk memahami semua perilaku manusia".

Dalam industri televisi, dominasi itu jelas sekali dapat dirasakan. Program tidak lagi disusun berdasarkan "nilai baiknya" bagi masyarakat, tetapi lebih apakah program tersebut menguntungkan dari sisi ekonomi ataukah tidak? Inilah yang melatarbelakangi begitu banyak tayangan tidak berkualitas hadir dalam industri televisi kita. Bagi para kapitalis media, tujuan utamanya adalah untuk membuat dan memaksimalkan keuntungan. Biaya pembuatan program seminimal mungkin, tetapi mendatangkan penonton dan iklan sebanyak-banyaknya, tidak menjadi soal apakah program acara tersebut mempunyai kualitas rendah, bahkan terkesan membodohi masyarakat? Acara remeh-temeh, sekadar menggosip dalam ruang media menjadi menarik karena acara tersebut diminati banyak penonton. Logika kapitalisme neoliberal inilah sebenarnya yang mendasari lahirnya tayangan *infotainment* yang kontroversial itu. Oleh karenanya, tidaklah mungkin menghentikan tayangan-tayangan semacam ini dengan hanya mengeluarkan fatwa haram atasnya tanpa membongkar keseluruhan sistem kapitalisme yang melingkupi industri tersebut: neoliberalisme. Tantangannya tentu saja sangat berat karena dominasi *homo economicus* tidak hanya terjadi dalam ruang media seperti televisi, tetapi juga di dalam hampir semua dimensi kehidupan manusia yang mencakup juga agama (Abdullah, 2006).

### **Paradoks Liberalisme dan Representasi Moral Darwinisme Sosial**

Praktik budaya dalam karya jurnalistik *infotainment* merefleksikan hubungan-hubungan paradoksal dan ekspresi darwinisme sosial dalam masyarakat kapitalis. Propaganda agung yang menyatakan semua dikembalikan ke dalam urusan individu dalam paham liberalisme, atau yang lebih mendasar neoliberalisme, menemukan sifat paradoksalnya dalam jurnalistik *infotainment*. Dengan senantiasa mempersoalkan urusan individu yang kemudian diangkat dalam kehidupan publik melalui program *infotainment* telah membuatnya menyalahi prinsip "urusan pribadi", yang dalam masyarakat liberal begitu sangat diagung-agungkan. Invasi kehidupan pribadi yang begitu mendalam yang dimungkinkan oleh kapasitas media yang amat besar (*powerfull*) dengan tanpa mengindahkan implikasinya bagi si individu telah membuat relasi sosial mencerminkan watak darwinisme sosial masyarakat kapitalis. Barangkali, ungkapan yang paling pas untuk menggambarkannya adalah "tidak peduli bagaimana nasibmu dan keluargamu dalam masyarakat, yang terpenting bagi kami adalah *rating* yang berarti juga keuntungan, tidak menjadi soal jika hal tersebut harus merusak hidupmu".

Untuk membahas lebih jauh bagaimana paradoks liberalisme dan darwinisme sosial terjadi, kita harus melihat kembali dua konsep pokok mengenai kebebasan dan pertarungan semua melawan semua dalam teori evolusi Darwin.

Diskusi tentang kebebasan telah dicakup dengan sangat baik oleh orang-orang seperti Isaiah Berlin dan John Stuart Mill. Dalam *Four Essays on Liberty* (edisi terjemahan Indonesia tahun 2004), Berlin membahas dengan sangat baik perihal

kebebasan ini. Menurutnya, kebebasan dapat dimaknai dalam dua pengertian, yakni bebas dari dan bebas untuk. Dalam pengertian pertama, seseorang dikatakan bebas jika tidak ada orang atau sekelompok orang yang ikut campur dalam apa yang ia lakukan. Jika seseorang dihalang-halangi oleh orang lain untuk melakukan apa yang ingin dilakukan, maka sampai tingkat tertentu orang tersebut dapat dikatakan tidak bebas; dan jika wilayah tersebut semakin dipersempit oleh batas minimum maka dapat dikatakan bahwa orang tersebut dikekang. Dalam konteks politik, Berlin (2004: 232) mengatakan, "Anda tidak mempunyai kebebasan atau kemerdekaan politik, jika Anda dihalang-halangi oleh orang lain untuk mencapai suatu tujuan". Kebebasan dalam versi ini diukur berdasarkan campur tangan orang lain dalam kehidupannya. Seperti ditegaskan Berlin (hal. 233), "Apa yang saya maksud dengan menjadi bebas dalam pengertian ini adalah tidak adanya campur tangan orang lain. Semakin luas wilayah tanpa adanya campur tangan, maka semakin luaslah kebebasan saya".

Persoalan dan keresahan para pemikir liberal, seperti disinyalir oleh Berlin, bahwa kebebasan yang diinginkan manusia adalah berbeda menurut keadaan sosial dan ekonomi, tetapi karena kelompok minoritas yang memiliki kebebasan tersebut diperoleh dengan cara menghisap atau paling tidak memalingkan muka dari kelompok mayoritas yang tidak memilikinya. Oleh karena itu, dengan pertimbangan yang baik, jika kebebasan individual merupakan tujuan akhir umat manusia, maka tidak ada satu orangpun yang boleh dihilangkan kebebasannya oleh orang lain; atau sebagian orang menikmati dengan cara mengorbankan orang lain.

Kebebasan dalam pengertian kedua lebih merujuk pada sentralitas individu yang menginginkan tuan atas dirinya sendiri. Seseorang dikatakan mempunyai kebebasan positif jika kehidupan dan keputusan-keputusan yang diambil bergantung pada dirinya sendiri. Dalam hal ini, individu menjadi subjek dan bukannya objek atas apa yang dia ambil, segala tindakannya dilakukan secara sadar dan dikendalikan oleh akal sehat bukan oleh tindakan-tindakan di luar dirinya sendiri (Berlin, 2004: 256).

Persoalan yang dihadapi oleh masyarakat yang berada dalam tatanan neoliberal adalah individu diharapkan mempunyai kontrol atas kehidupannya sendiri, bahkan untuk sesuatu yang seharusnya menjadi bagian negara. Namun, realitas menunjukkan dominasi *homo economicus* atas dimensi lain dalam diri manusia telah menciptakan intervensi hampir tanpa batas kebebasan individu. *Infotainment* setidaknya merefleksikan dinamika ini. Skandal, perceraian dan hampir seluruh seluk-beluk kehidupan pribadi artis yang direpresentasikan oleh *infotainment* mencerminkan sisi paradoksal neoliberalisme. Atas nama kebebasan, para wartawan *infotainment* merasuk terlalu dalam kehidupan pribadi artis hingga membuatnya tidak lagi mempunyai privasi. Para wartawan ini terjebak ke dalam kesalahkaprahan dengan mengatakan artis adalah publik figur dan karenanya kehidupan pribadinya dapat dieksploitasi sedalam-dalamnya. Padahal, seorang pejabat publik seperti seorang presiden sekalipun tidak dapat disorot dan diangkat kehidupan pribadinya ke dalam ranah publik tanpa alasan jelas. Di sini, wartawan *infotainment* gagal melakukan pembedaan antara hal yang publik dan yang privat. Padahal, kehidupan seks seorang presiden yang *nota bene* publik figur, merujuk skandal Monica Lewinsky dan mantan Presiden AS, Bill Clinton, tetap menjadi urusan privat kecuali jika skandal tersebut melibatkan dana-dana atau fasilitas

publik. Makanya, Bill Clinton lolos dari *impeachment* parlemen karena berangkat dari pemahaman ini. Namun ironisnya, *infotainment* merasuk begitu dalam kehidupan artis tanpa mempertimbangkan nasibnya, sehingga merepresentasikan moral darwinisme dalam kehidupan sosial.

Awal mula konsep darwinisme sosial dikemukakan oleh salah seorang sosiolog terkemuka Perancis, Pierre Bourdieu. Menurutnya, moral darwinisme diterapkan dengan cara menciptakan sistem perjuangan semua melawan semua dan sinisme dalam bentuk norma-norma praktik sosial (Bourdieu, 2003: 29). Moral darwinisme sosial ini tidak hanya dalam bentuk pelanggaran hak privat yang ditransformasi ke dalam urusan publik untuk dijual ke pengiklan melalui media televisi, tetapi juga munculnya kekerasan simbolik dalam skala luas. Kekerasan simbolik merupakan kekerasan yang secara "paksa" mendapatkan kepatuhan yang tidak dirasakan sebagai paksaan dengan bersandar pada harapan-harapan kolektif dari kepercayaan-kepercayaan yang sudah tertanam secara sosial (Rusdiarti, 2003: 38). Kekerasan simbolik ini bekerja dengan mekanisme—*meconnaissance*—mekanisme penyembunyian kekerasan yang dimiliki—menjadi sesuatu yang diterima sebagai "yang memang seharusnya demikian" (Rusdiarti, *Ibid*). Menurut Haryatmoko (2007: 136), suatu kekerasan dikatakan simbolik karena dampak yang biasa dilihat dalam kekerasan fisik tidak tampak seperti luka, dampak psikologis seperti ketakutan dan kegelisahan. Bahkan, korban tidak merasa telah didominasi atau dimanipulasi. Kekerasan ini terjadi karena pengakuan dan ketidaktahuan yang didominasi atau yang diatur.

Dalam praktik jurnalistik *infotainment*, moral darwinisme sosial ini terrepresentasi dalam liputan yang tidak mengindahkan kepentingan publik, menegasikan hak-hak artis sebagai manusia dan sebagai warga negara, dan pengabaian nasib subjek atas akibat yang ditimbulkannya. Motif tindakannya semata didorong oleh keinginan mengejar berita demi *rating* dan keuntungan-keuntungan ekonomis. Liputan perselingkuhan secara terus-menerus direproduksi tidak peduli apakah liputan tersebut mempunyai dampak yang buruk bagi kelangsungan rumah tangga si artis. Kasus Rosa dan *drumer* grup band Padi merefleksikan dengan gamblang hal ini. Tidak dapat disangkal, keretakan rumah tangga pasangan artis ini diakibatkan oleh liputan *infotainment* yang terus-menerus membongkar "skandal" tersebut. Tidak hanya sampai di situ, jurnalis *infotainment* acapkali menarik terlampau jauh kenyataan sosial yang mereka temukan. Makan bersama yang dilakukan artis beristri atau bersuami dengan orang lain dianggap sebagai perselingkuhan, "jalan bareng" menjadi satu tanda menjalin hubungan lebih serius dan sebagainya. Semuanya berupaya menciptakan sensasi, menjadikan sesuatu yang tidak nyata menjadi seolah-olah nyata. Ironisnya, si subjek tidak melakukan apa-apa terhadap liputan tersebut. Bahkan, mereka menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh wartawan *infotainment* tanpa mempersoalkan bahwa wartawan-wartawan tersebut tidak mempunyai hak atas kehidupan pribadi mereka. Maka, kekerasan simbolikpun terjadi.

Perilaku wartawan *infotainment* dianggap sebagai sebuah kelaziman, sesuatu yang seharusnya begitu. Padahal, sebenarnya tidaklah demikian. Kebebasan si artis pun lantas berkurang. Para artis tidak lagi menikmati kebebasan seperti sebelumnya karena interpretasi sewenang-wenang atas "publik figur", sedangkan di sisi lain wartawan



menikmati kebebasan yang lebih besar karena interpretasi tersebut. Di sini, kebebasan dinikmati dengan cara mengorbankan pihak lain. Sebuah paradoks yang sangat gamblang dalam masyarakat neoliberal. Kebebasan individu sebagaimana diangankan neoliberalisme ternyata harus dibayar dengan mengorbankan pihak lain.

Wartawan *infotainment* mampu melakukan keseluruhan tindak kekerasan tersebut karena mereka mempunyai kekuasaan. Mereka mempunyai televisi yang mampu membuat hitam-putih kehidupan seseorang. Ketergantungan artis atas media dan “candu” menjadi terkenal dan digandrungi banyak orang menjadikannya *powerless*. Dalam situasi semacam ini, artis dan juga masyarakat menjadi korban terus-menerus *infotainment*, yang dengan ironis direpresentasikan bukan sebagai korban, tetapi pihak terhukum. Maka, “proyek neo-liberalisme (dalam industri televisi) bekerja laksana cemeti yang secara permanen mencambuki kita untuk melakukan renovasi kemampuan diri, juga bila renovasi itu dilakukan untuk agenda transaksi pasar. Itu adalah berita baik sebab para pemalas akan dihukum. Dalam gagasan neo-liberal, tak ada tindakan yang bersifat *for its own's sake*. Hidup adalah pacuan dan karena itu terberkatilah si cepat!” (Priyono, 2006: 16). Sisi pasar yang merusak inilah yang menggugah Polanyi untuk mengatakan bahwa pasar tidak dapat diandalkan sebagai satu-satunya sumber nilai dan pengatur kehidupan masyarakat. Sebagaimana ia kemukakan (2003: 98), “mengizinkan mekanisme pasar menjadi satu-satunya pengatur nasib umat manusia dan lingkungan alam mereka, bahkan hanya sebagai satu-satunya pengatur nilai dan kegunaan daya beli akan menghancurkan masyarakat. Karena apa yang dianggap sebagai komoditas 'tenaga kerja' tidak bisa dibawa ke sana kemari, digunakan secara sembarangan atau bahkan dibiarkan tidak terpakai tanpa memengaruhi individu manusia yang kebetulan menjadi pemilik komoditas unik tersebut”. Mengutip Robert Owen, Polanyi (2003: 178) mengemukakan, “jika pasar dibiarkan berkembang menurut hukum-hukumnya sendiri, dia akan menciptakan keburukan-keburukan yang dahsyat dan permanen”.

Keburukan inilah yang kini direpresentasi dalam karya jurnalistik *infotainment*. Ditinjau dari jurnalisisme profesional, jelas apa yang ditampilkan oleh liputan *infotainment* tidak mencerminkan hal ini (Rianto, 2007). Dalam praktiknya, mereka tidak mengindahkan standar liputan profesional yang berlandaskan etika. Mereka juga tidak merepresentasikan karya jurnalistik yang profesional, yang menjunjung tinggi objektivitas dan netralitas. Sebaliknya, jurnalistik yang mereka tampilkan penuh sensasi dan penuh prasangka. Lebih jauh lagi, *infotainment* telah merusak tatanan tradisional yang selama berabad-abad menjadi sumber nilai kebaikan. Mempergunjingkan aib orang lain yang dalam nilai tradisional “dilarang” kini menjadi sesuatu yang lazim dilakukan. Media televisi, meminjam istilah Clay Calvert (2004), telah menjadi sarana mengintip masyarakat, sesuatu yang dalam norma tradisional dianggap perilaku sosial yang menyimpang. Merujuk komentar Robert Abelman, Calvert (2004: 55) mengemukakan, “*On television, the private sphere of intimate relations, personal problems, illicit and illegal acts, embarrassing behavior, and confidential activities remain magically open to the viewer.*”

Menurut Calvert, kekuatan sosial yang mendorong televisi bertindak sebagai *mediated voyeurism* adalah kompleks dan banyak faktor seperti *uses and gratifications*; usaha-usaha untuk mencari kebenaran dan realitas; pencarian keadilan dan pengukuhan

norma-norma sosial; pengetahuan dan kekuatan melihat; hancurnya dialog dan meningkatnya citra; individualisme, hedonisme dan kesenangan visual; pergeseran privat menjadi publik; dan sebagainya, tetapi pada akhirnya, "*the media, in brief, may cultivate a demand for mediated voyeurism*" (2004: 87). Dalam jurnalistik *infotainment*, televisi telah menciptakan kesenangan dari kebiasaan mengintip kehidupan orang lain.

### Penutup

Tulisan ini tidak ditujukan untuk memperpanjang perdebatan seputar tayangan *infotainment*. Namun, lebih ditujukan untuk melakukan eksplorasi terhadap kekuatan yang berada di balik maraknya tayangan tersebut, yang dalam ini adalah neoliberalisme. *Infotainment* adalah produk industri budaya yang hadir dalam ruang televisi. Sebagai komoditas budaya, motif utamanya adalah mengejar keuntungan sebesar-besarnya. Dalam situasi semacam ini, *infotainment* kemudian terjebak ke dalam paradoks liberalisme karena terlalu mencampuri urusan pribadi individu yang bukan menjadi porsinya. Sedangkan, moral darwinisme mereka representasikan dalam bentuk pengorbanan nasib orang lain demi keuntungan pribadi melalui pengejaran *rating*. Dengan kekuasaan yang mereka miliki, wartawan *infotainment* melakukan eksploitasi hampir tanpa batas atas kehidupan artis tanpa peduli nasib si artis dalam kehidupan masyarakat.

### Daftar Pustaka

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Adorno, Theodor W. 2005. "Culture Industry Reconsidered". Dalam Raifords Guins dan Omayra Zaragoza Cruz (ed.). *Popular Culture a Reader*. London, Thousand Oaks dan New Delhi: Sage Publications (hal.101-108).
- Agger, Ben. 2007. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan dan Aplikasinya*. Bandung, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Berlin, Isaiah. 2004. *Empat Esai Kebebasan*. Jakarta: Freedom Institute dan LP3ES.
- Burton, Graeme. 2007. *Membincangkan Televisi: Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi*. Yogyakarta dan Bandung: Jalasutra.
- Calvert, Clay. 2004. *Voyeur Nation: Media, Privacy, and Peering in Modern Culture*. Westview Press.
- Croteau, David; Hoynes, Williams. 1997. *Media/Society: Industries, Images, and Audience*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- Curran, James. 2006. "Media and cultural theory in the age of market liberalism". Dalam James Curran dan David Morley (ed.). *Media and Cultural Theory*. London dan New York: Routledge (hal. 129-148).
- Haryanto, Ignatius. 2006. *Aku Selebritis Maka Aku Penting*. Yogyakarta: Bentang.
- Hidayat, Dedy N. "Audiens: Dari Konsumsi ke Komoditi dan Buruh". Dalam Puji Rianto (ed.), *Riset Audiens dalam Kajian Komunikasi*. Yogyakarta: PKMBP.

- Polanyi, Karl. 2003. *Transformasi Besar: Asal-Usul Politik dan Ekonomi Jaman Sekarang*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Postman, Neil. 1995. *Menghibur Diri Sampai Mati: Mewaspada Media Televisi*. Jakarta: Sinar Harapan.
- Priyono, Herry B. 2004, "Marginalisasi ala Neoliberal". *Basis*, Nomor 05-06, Tahun ke-53, Mei-Juni 2005
- \_\_\_\_\_.2006. "Neoliberalisme dan Sifat Elusif Kebebasan". Refleksi yang disampaikan dalam acara "Pidato Kebudayaan" Dewan Kesenian Jakarta, Taman Ismail Marzuki, Jakarta, 10 November 2006.
- Rianto, Puji. 2006. "Menyoal Tayangan Infotainment dalam Industri Televisi". *Jurnal INPTEK-KOM*, Vol. 8, No. 1, Juni 2006, hal. 33-47.
- Rusdiarti, Suma Riela. 2003. "Bahasa, Pertarungan Simbolik dan Kekuasaan". *Basis*, No. 11-12 Tahun ke-52, November-Desember 2003, hal. 31-40.
- Soros, George. 2002. *Krisis Kapitalisme Global: Masyarakat Terbuka dan Ancaman Terhadapnya*. Yogyakarta.
- Storey, John. 2008. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Bandung, Yogyakarta: Jalasutra.
- Strinati, Dominic. 2003. *Popular Cultural: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Bentang.
- \_\_\_\_\_.2008. "Melawan Monopoli, Oligopoli dan Pemusatan Kepemilikan Media". *Jurnal Demokrasi Sosial*, Vol 3 No.1 Juli-September 2008.
- Wardhana, Veven SP. 2007. "Pelajaran Jurnalistik dari Infotainment". [www.tempointeraktif.com](http://www.tempointeraktif.com), 3 Januari 2007.