

**Opera Van Java di Mata Penonton Etnis Luar Jawa
(Kajian Etnografi Komunikasi Khalayak Penonton dari Etnis Luar Jawa
terhadap Tayangan Opera Van Java)**

Annisa Risecha Junep

Mahasiswi Pascasarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Gajah Mada, Yogyakarta

Abstract

Opera Van Java (OVJ) is a comedy program in an Indonesian television program, Trans 7. The idea of the show is a modernized human puppet show. The actors in the OVJ are given instruction to improvise themselves without memorizing the script, led by a Puppet Master (Dalang). This article will discuss the reception of the students of non Javanese ethnic towards OVJ. This is involved in the subject environment in order to know how they respond and perseive toward OVJ. The result is that most of the audiences from non Javanese ethnic like the OVJ show because of the unique stories and the funny actors that are presenting the show. Besides, the concept of the show that brings the Javanese theme allows the non Javanese ethnic audiences understand about Javanese culture.

Keywords: Reception, OVJ, Non Javanese Ethnic, comedy.

Abstrak

Opera Van Java (OVJ) merupakan tayangan komedi yang mengudara di stasiun televisi *Trans7*. Konsep tayangan ini adalah pertunjukan wayang orang modern. Para aktor di OVJ diberi instruksi untuk melakukan improvisasi tanpa menghafal naskah skenario. OVJ dipimpin oleh seorang dalang. Tulisan ini membahas bagaimana resepsi penonton dari etnis luar Jawa terhadap OVJ, yang dalam penelitian ini penonton yang diambil adalah dari kalangan mahasiswa. Hasilnya adalah kebanyakan dari penonton dari etnis luar Jawa menyukai OVJ karena jalan cerita yang unik dan aktor-aktor yang lucu. Di samping itu, konsep dari acara OVJ yang menghadirkan tema-tema bernuansa Jawa memungkinkan penonton dari etnis luar Jawa memahami kultur Jawa.

Kata Kunci: resepsi, etnis luar Jawa, OVJ, tayangan komedi.

Pendahuluan

Kebutuhan masyarakat akan humor membuat berbagai stasiun televisi di Indonesia saling berlomba untuk membuat acara humor yang menarik, dengan kreativitasnya masing-masing. Ada yang mempunyai kreasi untuk membuat humor dengan mengungkap budaya, ada pula yang hanya mengandalkan olokan untuk menarik

perhatian penonton. Salah satu dari acara tersebut adalah Opera Van Java (OVJ), yang tayang setiap hari Senin hingga Jumat di salah satu stasiun televisi swasta Indonesia, *Trans7*.

Ide acara OVJ adalah pertunjukkan wayang orang versi modern. Di OVJ, aktor dan aktris yang mengisi acara diberi aba-aba untuk berimprovisasi tanpa menghafal naskah sebelumnya,

dengan panduan seorang dalang, yaitu Parto. Selama pertunjukan wayang manusia ini berlangsung, Parto akan ditemani oleh Sinden Dewi Gita yang akan memberikan komentar terhadap para pemain serta menyanyikan beberapa buah lagu dengan gaya khas seorang sinden. Pemain wayang adalah Sule, Andre, Aziz 'Gagap', dan Nunung. Mereka akan hadir di setiap episode OVJ sebagai pemain wayang tetap.

Sebagai pertunjukan wayang orang, acara OVJ tak hanya didukung oleh dalang dan para wayang, namun juga para pemain musik tradisional lengkap dengan alat musik khas Jawa dan sinden yang menyanyikan lagu pop. Untuk membuat acara lebih menarik, bintang tamu dari kalangan selebritis atau pesohor Tanah Air ditampilkan pada tiap episode. Lakon-lakon yang dimainkan biasanya tentang cerita rakyat Indonesia yang dimodifikasi, cerita tentang karir seseorang yang terkenal, cerita rekaan, cerita hantu, cerita dari negara lain, atau cerita dari hal-hal yang sedang populer.

Keunikan OVJ terletak pada lawakan yang dilakukan dengan improvisasi. Para wayang tidak menghafalkan skenario seperti pada pertunjukan akting pada umumnya, dan karenanya jalan cerita sering melenceng dari kisah yang seharusnya. Di sinilah peran dalang, yang bertugas memandu cerita dan lakon yang dijalankan para wayang. Untuk menertibkan jalan cerita, tak jarang dalang ikut naik ke panggung

dan mengawasi cerita, seringkali ikut campur, atau bahkan malah jadi bulan-bulanan para wayang. Pada akhir acara, Dalang selalu mengucapkan kalimat terakhir khas OVJ yang berbunyi: "Di sana gunung, di sini gunung, di tengah-tengahnya Pulau Jawa. Wayangnya bingung, dalangnya juga bingung, yang penting bisa ketawa. Ketemu lagi di OVJ ... Ya ... E ...!"

Properti panggung OVJ seluruhnya terbuat dari busa *styrofoam* dan dibentuk menyerupai kursi, meja, batu, gerobak, makanan, mesin, pohon, mobil dan sebagainya. Tak hanya sebagai latar panggung, properti ini juga digunakan oleh para wayang selama cerita berjalan. Mebel tiruan itu akhirnya hancur lebur karena para pemain akan saling mendorong tokoh lain sampai jatuh ke arah perabotan, melempar, membanting dan memukulkannya dengan sengaja. Benda-benda itu bisa saja diperuntukkan jadi benda lain yang sama sekali berbeda fungsinya, misalnya kompor gas malah dijadikan toilet, sapu jadi gitar, dan sebagainya.

Kata "Java" dalam OVJ menunjukkan adanya budaya Jawa dalam program acara ini. Cerita dalam budaya Jawa yang menjadi tema utama merupakan keunikan tersendiri. Selain itu kostum yang digunakan oleh para pemain seperti baju Jawa yang dikenakan oleh Parto sebagai dalang dan para artis sebagai sinden, penyebutan tokoh seperti "wayang",

“dalang”, “sinden”, menguatkan nuansa Jawa dalam OVJ.

Yang unik, OVJ ditayangkan oleh televisi swasta nasional. Itu berarti OVJ juga disaksikan oleh khalayak dari berbagai etnis yang berbeda di seluruh Indonesia. Melihat dari etnis yang berbeda, dengan perbedaan *sense of humor* dari masing-masing individu, dan dengan kebudayaan yang berbeda-beda tentunya akan menimbulkan penerimaan (*reception*) penonton akan berbeda pula.

Metodologi Penelitian

Dari pemaparan di bagian pendahuluan, penulis meneliti bagaimana resepsi masyarakat dari etnis luar Jawa terhadap konten acara OVJ. Subjek yang diteliti adalah 15 orang mahasiswa yang berasal dari luar Jawa dan tinggal di asrama-asrama mahasiswa luar Jawa di Yogyakarta. Mahasiswa yang menjadi subjek penelitian berasal dari etnis Bima, Kalimantan, Riau, Gorontalo dan Papua.

Penelitian ini menggunakan metode etnografi komunikasi (Kuswarno, 2008). Peneliti melebur ke dalam lingkungan subjek penelitian untuk mengetahui bagaimana respon dan pandangan para mahasiswa dari beragam etnis terhadap tayangan OVJ.

Proses pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara etnografis. Wawancara yaitu sebagai bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan

mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara digunakan untuk mengetahui lebih dalam mengenai komunikasi khalayak penonton OVJ, dalam hal ini adalah mahasiswa dari berbagai etnis luar Jawa.

Ada pun wawancara etnografis merupakan jenis peristiwa percakapan (*speech event*) yang khusus. Setiap kebudayaan mempunyai banyak kesempatan sosial yang terutama diidentifikasi dengan jenis percakapan yang terjadi (Spradley, 2007: 79).

Penelitian berlangsung antara tanggal 28 Oktober 2011 sampai 20 Januari 2012. Masing-masing subjek penelitian akan diwawancarai sebanyak satu kali disesuaikan kebutuhan penelitian. Subjek penelitian yang akan diwawancarai adalah mahasiswa yang mengetahui OVJ, karena pewawancara akan mewawancarai secara mendalam tentang OVJ.

Wawancara dilakukan di asrama mahasiswa luar Jawa untuk mempermudah bertemu dengan mahasiswa dari berbagai etnis luar Jawa. Wawancara dilakukan satu kali karena data yang diperoleh pada wawancara pertama sudah cukup untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Penerimaan (*Reception*) dalam Menonton OVJ

Seperti dikutip dari Hadi (2009: 4-6), *reception analysis* merujuk pada sebuah komparasi antara analisis tekstual

wacana media dan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks, seperti cultural *setting* dan *context* atas isi media lain.

Khalayak dilihat sebagai bagian dari *interpretive communitive* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna, tidak hanya sekedar menjadi individu pasif yang hanya menerima saja makna yang diproduksi oleh media massa. *Reception analysis* merupakan studi yang mendalam terhadap proses aktual dimana wacana dalam media diasimilasikan kedalam wacana dan praktik-praktik budaya khalayak. *Reception analysis* menekankan pada penggunaan media sebagai refleksi dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi khalayak atas pengalaman dan produksi. Hasil penelitian ini merupakan representasi suara khalayak yang mencakup identitas sosial dan posisi subyek.

Setiap individu mempunyai identitas ganda (*multiple subject identities*), yang secara sadar atau tidak dikonstruksi dan dipelihara, termasuk didalamnya umur, ras, gender, kebangsaan, etnisitas, orientasi seksualitas, kepercayaan agama, dan kelas. Misalnya, jika sebuah film mempunyai pesan feminis yang kuat pada penonton akan memberikan penerimaan yang berbeda pada kaum perempuan daripada penonton perempuan yang tidak mempunyai 'rasa' feminis. Hal yang sama,

juga pada karya film tentang perjuangan ras akan dimungkinkan 'dibaca atau dimaknai' berbeda oleh khalayak anggota minoritas ras daripada mayoritas. Jadi khalayak akan melihat dan memaknai teks dari posisi subyek berdasarkan persentuhan pengalaman pada saat yang bersamaan. Harapan pemirsa atas sebuah teks misalnya sebuah film tertentu dapat dipengaruhi oleh apa yang dikenal dengan film's genre; seperti aktor, penulis naskah, sutradara, atau personalia produksi, suasana produksi/ setting, dan sebagainya.

Faktor-faktor tersebut sangat mendominasi dalam studi *reception*. Oleh karena itu, terpenting dan umumnya sulit adalah pada saat mengumpulkan informasi dari para informan untuk menganalisis bagaimana pengalaman khalayak. Peneliti bisa menggunakan teknik pengumpulan data melalui *in-depth-interview* untuk memperoleh reaksi penerimaan (pemahaman dan interpretasi) mereka atas teks media. Sehingga diharapkan diperoleh informasi atau pendapat yang jujur dan terbuka sesuai dengan tema yang dipilih. Analisisnya adalah narasi-narasi kualitatif yang diperoleh dari hasil interpretasi *in-depth interview* yang dilaksanakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Sedangkan informan bisa dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan variasi berdasarkan latarbelakang konteks sosial budaya.

Seorang peneliti bisa memulai *interview* informan dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mungkin mempengaruhi seperti bagaimana teks media yang dilihat atau dibaca. Bagaimana pengalaman seseorang atas teks media dari perspektif posisi subjek. Bagaimana makna teks media bagi kelompok umur tertentu, termasuk dari faktor agama, faktor kaum minoritas, faktor sejarah, faktor sosial dan budaya, faktor pendidikan, jenis kelamin, dan sebagainya. Sumber lain yang bisa digunakan untuk mendukung analisis, disamping tinjauan pustaka (konseptual teoritik) dan review literature, adalah dengan membaca surat pembaca ke editor, kolom gosip, artikel surat kabar dan majalah, iklan, press releases, dan bentuk publisitas lain yang mendukung.

Khalayak Aktif vs Khalayak Pasif OVJ

Teori yang didasarkan pada asumsi bahwa konsumen media adalah aktif harus menjelaskan apa yang dikatakan “khalayak aktif”. Singkatnya, hal ini menyatakan bahwa penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh khalayak itu sendiri, dan bahwa partisipasi aktif dalam proses komunikasi mungkin difasilitasi, dibatasi, atau mempengaruhi kepuasan dan pengaruh yang dihubungkan dengan eksposur.

Pemikiran terbaru juga menyatakan bahwa aktivitas khalayak paling baik

dikonseptualisasikan sebagai sebuah variabel konstruk, dengan khalayak mempertunjukkan berbagai jenis dan tingkat aktivitas. Keaktifan (*activeness*) lebih dekat dengan apa yang benar-benar menarik minat peneliti dalam kegunaan dan gratifikasi: kebebasan dan otonomi khalayak dalam situasi komunikasi massa. Seseorang mungkin dapat menjadi tidak aktif pada waktu-waktu tertentu (“saya akan menyalakan televisi agar ada sedikit keramaian”) dan kemudian menjadi cukup aktif (“acara berita sudah dimulai! Saya sebaiknya menonton”). Tingkat keaktifan seseorang sering kali bervariasi sesuai dengan waktu dan jenis isi. Contohnya seseorang dapat menjadi pengguna internet yang aktif pada siang hari dan konsumen yang pasif dari acara bincang-bincang tengah malam di televisi (Turner dan West, 2008: 107-108).

Ada lima tipologi dari khalayak aktif (Littlejohn, 1999; Junaedi, 2007). *Pertama* adalah selektifitas (*selectivity*). Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media, namun disadari alasan dan tujuan tertentu.

Karakteristik *kedua* adalah utilitarianisme (*utilitarianism*) di mana khalayak aktif dikatakan mengkonsumsi media dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.

Karakteristik yang *ketiga* adalah intensionalitas (intentionality), yang mengandung makna penggunaan secara sengaja dari isi media. Karakteristik yang *keempat* adalah keikutsertaan (*involvement*), atau usaha. Maksudnya khalayak secara aktif berfikir mengenai alasan mereka dalam mengkonsumsi media.

Yang *kelima*, khalayak aktif dipercaya sebagai komunitas yang tahan dalam menghadapi pengaruh media (*impervious to influence*), atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri.

Etnosentrisme

Istilah kelompok etnik telah digunakan oleh para ilmuwan sosial dalam dua arti yang berbeda, yang satu luas dan yang lainnya sempit. Beberapa definisi yang luas cukup meliputi pengertian kelompok ras. Sejumlah ahli (seperti dikutip Liliweri, 2003: 138) mengartikan kelompok etnis sebagai kelompok sosial yang dapat dibedakan oleh kebudayaan. Sedangkan ras berkaitan dengan ciri fisik yang juga mengandung di dalamnya kebudayaan, bahasa dan agama. Kelompok agama, asal bangsa, kelompok ras, semua berada di bawah bendera yang namanya kelompok etnik. Kelompok etnik adalah suatu suatu keluarga atau identitas keluarga yang meliputi agama (Belanda), bahasa (Belgia), dan semuanya yang berkaitan dengan pengertian tersebut, pengalaman sejarah, dan lain-lain.

Etnosentrisme merupakan paham yang dipegang para penganut suatu kebudayaan atau suatu kelompok suku bangsa selalu merasa lebih superior daripada kelompok lain di luar mereka. Etnosentrisme dapat membangkitkan sikap “kami” dan “mereka”, lebih khusus lagi dapat membentuk subkultur-subkultur yang bersumber dari suatu kebudayaan yang besar. Sikap nasionalisme merupakan salah satu bentuk etnosentrisme, misalnya Irak merasa di atas Iran, India merasa lebih tinggi dari Pakistan, orang Thai merasa lebih superior daripada Malaysia. Etnosentrisme sangat berpengaruh dalam komunikasi antarbudaya, misalnya mengingatkan kecenderungan untuk memilih dengan siapa Anda berkomunikasi.

Nada dan Warms (dalam Samovar, dkk., 2010: 214) menjelaskan etnosentrisme sebagai berikut:

Etnosentrisme merupakan pandangan bahwa budaya seseorang lebih unggul dibandingkan budaya lain. Pandangan bahwa budaya lain dinilai berdasarkan standar budaya kita. Kita menjadi etnosentris ketika kita melihat budaya lain melalui kaca mata budaya kita atau posisi sosial kita.

The Random House Dictionary (dalam Mulyana dan Rakhmat, 2005: 70), mendefinisikan etnosentrisme sebagai kepercayaan pada superioritas inheren kelompok atau budayanya sendiri; etnosentrisme mungkin disertai rasa jijik pada orang-orang lain yang tidak sekelompok; etnosentrisme cenderung

memandang rendah orang-orang yang dianggap asing, etnosentrisme memandang dan mengukur budaya-budaya asing dengan budayanya sendiri.

Prasangka

Dalam pengertian yang luas, prasangka merupakan perasaan negatif yang dalam terhadap kelompok tertentu. Sentimen ini kadang meliputi kemarahan, ketakutan, ebencian, dan kecemasan.

Dalam suatu komunikasi, perasaan dan perilaku negatif sasaran prasangka kadang ditunjukkan melalui penggunaan label, humor permusuhan atau pidato yang menyatakan superioritas suatu kelompok terhadap yang lain. Seperti yang anda lihat, permusuhan terhadap kelompok yang lain merupakan bagian integral dari prasangka.

Sama seperti stereotipe, kepercayaan yang dihubungkan dengan prasangka memiliki beberapa karakteristik. *Pertama*, mereka ditujukan pada suatu kelompok sosial dan anggotanya. Terkadang kelompok tersebut ditandai oleh ras, etnik, gender, usia, dan lain sebagainya. *Kedua*, prasangka melibatkan dimensi evaluatif. Menurut Brislin, prasangka berhubungan dengan “perasaan mengenai yang baik dan buruk, benar dan salah, bermoral dan tidak bermoral, dan sebagainya.” Perasaan-perasaan ini kadang menimbulkan perdebatan hangat mengenai perilaku yang didasarkan atas prasangka. *Ketiga*,

prasangka itu terpusat, dalam arti “seberapa besar pentingnya suatu kepercayaan dalam menentukan perilaku seseorang terhadap yang lainnya.” Seperti yang anda duga, semakin sedikit intensitas kepercayaan tersebut, semakin sukses anda dalam mengubah prasangka anda terhadap orang lain (Samovar, dkk, 2010: 207).

Menurut Sears, prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka (Sears, dalam Ardianto, dkk, 2004: 91). Pada umumnya prasangka dilakukan oleh suatu kelompok masyarakat tertentu terhadap kelompok masyarakat lainnya karena perbedaan suku ras dan agama.

OVJ merupakan tayangan komedi/humor yang melibatkan khalayak secara umum di dalamnya. Khalayak yang menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ memiliki prasangka (*prejudice*) yang beragam. Khalayak yang berasal dari berbagai etnis luar Jawa yang menyaksikan OVJ mempunyai prasangka (*prejudice*) dikarenakan perbedaan suku ras. Khalayak yang berasal dari luar Jawa dan tidak mengerti tentang Jawa, sedikit banyak mereka mendapatkan informasi tentang cerita dan kebudayaan Jawa melalui OVJ. Mereka mengetahui bahasa Jawa, kostum Jawa, musik Jawa, sinden, dalang, dan cerita yang mengangkat budaya Jawa melalui OVJ. Prasangka khalayak yang berasal dari berbagai etnis luar Jawa terbentuk dengan sendirinya

berdasarkan informasi yang mereka peroleh dengan menyaksikan tayangan komedi/ humor OVJ di televisi.

Prasangka (*prejudice*) penonton OVJ berkaitan dengan persepsi, dalam hal ini persepsi penonton OVJ dari etnis luar Jawa terhadap etnis Jawa yang ditampilkan dalam OVJ. Persepsi penonton OVJ tentang etnis Jawa di OVJ adalah bahwa orang Jawa menggunakan bahasa Jawa, memakai baju tradisional Jawa dan bahasanya halus dibandingkan dengan orang dari daerah lain. Prasangka (*prejudice*) ini muncul dengan sendirinya ketika menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ di televisi.

Stereotipe

merupakan sejumlah asumsi salah yang dibuat oleh orang di semua budaya terhadap karakteristik anggota kelompok budaya lain. Setiap masyarakat memiliki stereotip mengenai anggota, etika, dan kelompok rasial dari masyarakat yang lain. Stereotip budaya terkenal karena sangat mudah dibuat. Scarborough (dalam Samovar, dkk, 2010: 50) mengemukakan hubungan ini ketika ia menuliskan, “ketika kita menyamaratakan sekelompok orang, sama seperti yang kita lakukan dalam menjelaskan budaya, kita berhadapan dengan isu stereotipe”.

Stereotip merupakan bentuk kompleks dari pengelompokan yang secara mental mengatur pengalaman anda dan mengarahkan sikap anda dalam

menghadapi orang-orang tertentu. Hal ini menjadi cara untuk gambaran-gambaran yang Anda miliki ke dalam suatu kategori yang pasti dan sederhana yang Anda gunakan untuk mewakili sekelompok orang.

Stereotip dapat positif atau negatif. Stereotip yang merujuk sekelompok orang sebagai orang malas, kasar, jahat atau bodoh jelas-jelas merupakan stereotip negatif. Tentu saja, ada stereotip yang positif, seperti asumsi pelajar dari Asia yang pekerja keras, berkelakuan baik, dan pandai. Stereotip cenderung untuk menyamaratakan ciri-ciri sekelompok orang. (Samovar, dkk, 2010: 203).

Temuan dan Analisis Hasil Penelitian

Penerimaan (Reception) menonton OVJ

Analisis Resepsi memfokuskan pada perhatian individu dalam proses komunikasi massa (decoding), yaitu pada proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas media teks, dan bagaimana individu menginterpretasikan isi media. Hal tersebut bisa diartikan individu secara aktif menginterpretasikan teks media dengan cara memberi makna atas pemahaman pengalamannya sesuai apa yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari .

Dari penelitian OVJ adalah tayangan komedi/humor yang menimbulkan beragam resepsi dan motivasi bagi penontonnya. Motivasi sebagian besar penonton OVJ dalam menonton tayangan

komedi/humor OVJ adalah untuk mendapatkan hiburan.

Para penonton OVJ termotivasi untuk menonton tayangan komedi/humor OVJ karena mereka membutuhkan hiburan dalam kehidupan sehari-hari. Selain motivasi menonton, para penonton juga memiliki persepsi terhadap tayangan komedi/humor OVJ. Resepsi penonton tentang tayangan komedi/humor OVJ dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Humor OVJ lucu
2. Humor OVJ bagus
3. Humor OVJ menarik dan ceritanya tidak membosankan
4. Humor OVJ kadang membuat jengkel apabila tingkah laku pelawaknya yang tidak bagus ditiru oleh anak-anak
5. Humor OVJ sedikit *ngawur* tetapi edukatif
6. Humor OVJ bisa mengisi waktu luang dan menghilangkan stress
7. Humor OVJ sangat bisa diterima dan sangat menghibur penonton
8. Humor OVJ bagus, dapat melihat kepribadian pelawak OVJ
9. Humor OVJ memberikan pelajaran yang baik
10. Humor OVJ dapat membuat hati merasa senang
11. Humor OVJ membuat lebih positif dan *fresh*

Khalayak Aktif dan Khalayak Pasif Tayangan OVJ

Keaktifan bersifat relatif. Beberapa orang merupakan partisipan yang aktif di dalam komunikasi massa; yang lainnya lebih pasif. Keaktifan juga bervariasi berdasarkan individu. OVJ merupakan tayangan komedi/humor yang melibatkan khalayak secara umum di dalamnya. Khalayak yang menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ setiap episode dinamakan khalayak aktif. Ketika acara OVJ mulai, khalayak aktif langsung menyaksikannya baik sendiri maupun bersama orang lain dan hal itu dilakukan secara rutin. Hal ini diungkapkan oleh beberapa mahasiswa asal luar Jawa seperti asal Bima, Papua, Gorontalo, Riau dan juga Kalimantan. Beberapa mahasiswa asal luar Jawa ini menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ setiap episodenya.

Khalayak yang menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ tidak hanya khalayak aktif, ada pula khalayak pasif. Khalayak pasif ini menyaksikan OVJ hanya pada waktu tertentu, misalnya pada saat libur kuliah, saat sedang suntuk, maupun hanya kebetulan saja ketika menyalakan televisi ada acara OVJ.

Pandangan Tentang Konsep OVJ yang Mengusung Tema Jawa

OVJ merupakan tayangan komedi/humor yang berbeda dengan tayangan komedi/humor lain. OVJ mempunyai keunikan tersendiri dalam

menyusun konsep pertunjukannya. Konsep OVJ diusung dengan membawakan tema Jawa, ditandai dengan keberadaan dalang, sinden, dan musik Jawa. Pandangan penonton OVJ tentang konsep OVJ yang mengusung tema Jawa beragam. Adapun pandangannya adalah sebagai berikut:

1. OVJ yang mengusung tema Jawa bagus
2. OVJ yang mengusung tema Jawa tidak bagus
3. OVJ yang mengusung tema Jawa bagus, tetapi lebih baik menggunakan bahasa Indonesia saja
4. OVJ yang mengusung tema Jawa mungkin harus dikembangkan lagi
5. OVJ yang mengusung tema Jawa dapat memperkenalkan budaya Indonesia
6. OVJ yang mengusung tema Jawa bagus karena mengangkat tradisi Jawa
7. OVJ yang mengusung tema Jawa bagus tentang sejarah Jawa
8. OVJ yang mengusung tema Jawa bagus karena Jawa-jawanya kental

Beragam pandangan tentang konsep OVJ yang mengusung tema Jawa menandakan bahwa konsep OVJ yang mengusung tema Jawa mengundang Pro dan Kontra, ada yang menyukai konsep Jawa OVJ karena dapat mengangkat tradisi Jawa, sejarah Jawa, dan juga mengangkat budaya Indonesia, ada pula

yang tidak suka karena bahasa yang digunakan adalah bahasa Jawa yang tidak dimengerti semua orang, dan karena cerita yang diangkat hanya cerita Jawa.

Etnosentrisme berarti percaya bahwa budaya sendiri lebih baik dari budaya lain. Dalam OVJ etnosentrisme juga terjadi, dalam hal ini etnosentrisme dari mahasiswa asal luar Jawa terhadap humor OVJ. Hal ini ditandai dengan argumen bahwa humor di daerah asal mereka lebih bagus bahkan jauh lebih bagus apabila dibandingkan dengan humor OVJ. Mereka menganggap bahwa isi humor dan cara penyampain humor di daerah mereka lebih bagus karena menggunakan bahasa asal daerah mereka sendiri.

Khalayak yang berasal dari berbagai etnis luar Jawa yang menyaksikan OVJ mempunyai prasangka (*prejudice*) dikarenakan perbedaan suku ras. Khalayak yang berasal dari luar Jawa dan tidak mengerti tentang Jawa, sedikit banyak mereka mendapatkan informasi tentang cerita dan kebudayaan Jawa melalui OVJ. Mereka mengetahui bahasa Jawa, kostum Jawa, musik Jawa, sinden, dalang, dan cerita yang mengangkat budaya Jawa melalui OVJ. Prasangka (*prejudice*) khalayak yang berasal dari berbagai etnis luar Jawa terbentuk dengan sendirinya berdasarkan informasi yang mereka peroleh dengan menyaksikan tayangan komedi/ humor OVJ di Televisi.

Prasangka (*prejudice*) penonton OVJ berkaitan dengan persepsi, dalam hal

ini persepsi penonton OVJ dari etnis luar Jawa terhadap etnis Jawa yang ditampilkan dalam OVJ. Persepsi penonton OVJ tentang etnis Jawa di OVJ adalah bahwa orang Jawa menggunakan bahasa Jawa, memakai baju tradisional Jawa dan bahasanya halus dibandingkan dengan orang dari daerah lain. Prasangka (*prejudice*) ini muncul dengan sendirinya ketika menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ di televisi.

Stereotip merupakan sejumlah asumsi salah yang dibuat oleh orang di semua budaya terhadap karakteristik anggota kelompok budaya lain. Dalam OVJ stereotip juga terjadi, dalam hal ini stereotip dari mahasiswa asal luar Jawa terhadap humor OVJ. Hal ini ditandai dengan adanya pandangan bahwa orang Jawa itu bahasanya halus.

Penutup

OVJ merupakan tayangan komedi/humor yang sedang diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dari berbagai daerah. Ada berbagai faktor yang menyebabkan penonton menyukai OVJ mulai dari materi OVJ karena humor, para aktor yang bermain, dan ada pula yang menyukai OVJ karena OVJ dapat menambah pengetahuan tentang kebudayaan.

Motivasi sebagian besar penonton menyaksikan OVJ adalah untuk mendapatkan hiburan. Selain motivasi menonton, para penonton juga memiliki persepsi terhadap tayangan

komedi/humor OVJ. Persepsi penonton tentang tayangan komedi/humor OVJ pada umumnya positif, dengan mengatakan bahwa OVJ lucu, , menarik dan ceritanya tidak membosankan.

OVJ merupakan tayangan komedi yang berbeda dengan tayangan komedi pada umumnya. OVJ mempunyai keunikan tersendiri dalam menyusun konsep pertunjukannya dengan mengusung tema Jawa, ditandai dengan keberadaan dalang, sinden, dan musik Jawa. Cerita-cerita yang diusung dalam OVJ pun beragam disesuaikan dengan konsep Jawa, mulai dari kostum dalang, sinden, pemain musik, para pelawak dan juga bintang tamu yang bermain dalam OVJ.

Khusus untuk bahasa, bahasa Jawa banyak digunakan dalam OVJ, untuk mendukung konsep Jawa yang telah dipilih OVJ untuk diusungnya. Humor OVJ berbeda dari humor daerah lainnya karena OVJ yang mengusung budaya Jawa. Meski begitu tidak semua pemain OVJ dan penonton OVJ memahami Bahasa Jawa.

Hal itu menjadikan dalam menyaksikan OVJ etnosentrisme juga terjadi, dalam hal ini etnosentrisme dari mahasiswa asal luar Jawa terhadap humor OVJ. Hal ini ditandai dengan argumen bahwa humor di daerah asal mereka lebih bagus bahkan jauh lebih bagus apabila dibandingkan dengan humor OVJ. Mereka menganggap bahwa isi humor dan cara penyampain humor di daerah mereka

lebih bagus karena menggunakan bahasa asal daerah mereka sendiri.

Persepsi penonton Opera Van Java (OVJ) tentang etnis Jawa di tayangan tersebut adalah bahwa orang Jawa menggunakan bahasa Jawa, memakai baju tradisional Jawa dan bahasanya halus dibandingkan dengan orang dari daerah lain. Prasangka (*prejudice*) ini muncul dengan sendirinya ketika menyaksikan tayangan komedi/humor OVJ di televisi.

Stereotip merupakan sejumlah asumsi yang dibuat oleh orang di semua budaya terhadap karakteristik anggota kelompok budaya lain. Dalam OVJ stereotip juga terjadi, dalam hal ini stereotip dari mahasiswa asal luar Jawa terhadap humor yang ditampilkan oleh program acara tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Penonton OVJ yang berasal dari etnis luar Jawa yang tinggal di asrama-asrama mahasiswa luar Jawa seperti Bima, Papua, Kalimantan, Riau dan Gorontalo dapat dikelompokkan menjadi penonton berstereotip, penonton beretnosentrisme dan juga penonton berprasangka. Yang dimaksud dengan penonton berstereotip adalah penonton yang pada saat menyaksikan tayangan OVJ memaknai pesan yang disampaikan sampai muncul stereotip dari hasil pemaknaannya tersebut. Yang dimaksud dengan penonton beretnosentrisme adalah penonton yang pada saat menyaksikan tayangan OVJ memaknai pesan yang disampaikan sampai muncul

etnosentrisme. Yang dimaksud penonton berprasangka adalah penonton yang pada saat menyaksikan tayangan OVJ memaknai pesan yang disampaikan sampai muncul prasangka.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dkk. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Hadi, Ido Prijana. 2009. "Penelitian Khalayak dalam Perspektif Reception Analysis". *Jurnal Ilmiah SCRIPTURA Vol 3 No 1, Januari*. hal 1-7.
<http://cpanel.petra.ac.id/ejournal/index.php/iko/article/viewFile/17015/17786> , diakses 15 Oktober 2011
- Junaedi, Fajar. 2007. *Komunikasi Massa Pengantar Teoritis*. Yogyakarta: Penerbit Santusta
- Kuswarno, Engkus. 2008. *Etnografi Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran
- Liliweri Alo. 2003. *Dasar-dasar Komunikasi Antarbudaya*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar
- Littlejohn, Stephen W. 1999. *Theories Of Human Communication*. Yogyakarta: Mediasoft Indonesia

Mulyana, Deddy dan Rakhmat, Jalaluddin. *Komunikasi Antar Budaya*. 2005. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Samovar, Larry A-Richard E. Porter-Edwin R. McDaniel. 2010. *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika

Spradley, James P. 2007. *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana

Turner, Lynn H & Richard West. 2008. *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika

