

MASYARAKAT TONTONAN
Analisis Tayangan Proses Persalinan Ashanty “Anakku Buah Hati Anang & Ashanty”

Sri Wulandari¹⁾, Pungky Febi Arifianto²⁾

^{1,2)}UPN Veteran Jawa Timur
sri.wulandari.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Televisi di era modern memiliki keunggulan signifikan dalam teknologi dan pengaruh budaya. Televisi tidak hanya sebagai medium hiburan tetapi juga alat penyebaran informasi, pembentukan opini publik, dan refleksi budaya. Televisi memainkan peran besar dalam menyebarkan dan membentuk budaya populer, memperkenalkan nilai-nilai, norma, dan tren yang mempengaruhi masyarakat. Namun, program televisi saat ini cenderung bersifat komersial, sering kali mengorbankan nilai edukatif demi rating dan iklan, seperti pada tayangan proses persalinan Ashanty. Tayangan ini menunjukkan bagaimana media TV mengutamakan logika komersial, mengorbankan kepentingan publik untuk kepentingan pemilik modal. Artikel ini membahas bagaimana televisi sebagai produk dan praktik budaya, membentuk masyarakat tontonan yang termanipulasi oleh citra-citra komersial. Dengan menggunakan konsep "masyarakat tontonan" dari Guy Debord, artikel ini menguraikan bagaimana televisi mengubah realitas menjadi komoditas, menjadikan pengalaman pribadi sebagai tontonan publik yang memanipulasi kesadaran audiens. Kesimpulannya, televisi telah kehilangan fungsi normatifnya, lebih berfokus pada nilai komersial daripada nilai guna, mempengaruhi persepsi masyarakat melalui komodifikasi realitas.

Kata Kunci: masyarakat, guy debord, tontonan, televisi

ABSTRACT

Television in the modern era has significant advantages in terms of technology and cultural influence. It serves not only as an entertainment medium but also as a crucial tool for disseminating information, shaping public opinion, and reflecting culture. Television plays a major role in spreading and shaping popular culture, introducing values, norms, and trends that influence society. However, current television programs tend to be commercial, often sacrificing educational value for ratings and advertising, as exemplified by the broadcast of Ashanty's childbirth process. This broadcast highlights how TV media prioritizes commercial logic, sacrificing public interest for the benefit of stakeholders. This article discusses how television, as a cultural product and practice, forms a society of the spectacle manipulated by commercial images. Using Guy Debord's concept of the "society of the spectacle," the article explains how television transforms reality into commodities, making private experiences public spectacles that manipulate audience consciousness. In conclusion, television has lost its normative functions, focusing more on commercial value than utility, influencing public perception through the commodification of reality.

Keywords: guy debord , society, spectacle, television

PENDAHULUAN

Televisi/TV di era sekarang memiliki sejumlah keunggulan yang signifikan, baik dari segi teknologi maupun pengaruh budaya. Televisi tidak hanya menjadi medium hiburan tetapi juga alat penting dalam penyebaran informasi, pembentukan opini publik, dan refleksi budaya. Televisi memainkan peran besar dalam menyebarkan dan membentuk budaya populer. Melalui berbagai program, televisi memperkenalkan nilai-nilai, norma, dan tren yang kemudian dapat mempengaruhi masyarakat luas. Televisi merepresentasikan berbagai kelompok etnis, gender, dan identitas. Televisi dapat berfungsi sebagai cermin sosial yang menunjukkan bagaimana masyarakat melihat dan memandang diri mereka sendiri dan orang lain. Televisi mengonstruksi dan membentuk imajinasi sosial dan pengetahuan sosial, yang menentukan bagaimana kita memahami dunia, “realitas yang dialami” oleh orang lain, dan secara imajinatif merekonstruksi kehidupan mereka dengan kehidupan kita melalui “dunia secara keseluruhan” yang lebih mudah di mengerti, Hall dalam Barker, (2000).

Program-program TV saat ini, banyak menayangkan tayangkan yang bersifat komersil, demi keuntungan semata. Siaran televisi nasional memang menyediakan hiburan dan informasi gratis untuk publik, namun banyak program yang disiarkan sering kali tidak memiliki nilai edukatif. Sebagai media massa, TV semakin kehilangan fungsi normatifnya, yang terlihat dari program-program yang hanya berfokus pada pencapaian rating tinggi dan pendapatan iklan besar. Salah satu contoh nyatanya adalah penayangan tayangan tentang prosesi persalihan Ashanty dimana Ia adalah seorang *public figure* yang terkenal di Indonesia. Tayangan tersebut ditayangkan stasiun TV swasta besar di Indonesia. Ditayangkan dengan durasi 3 jam pada hari Minggu, 14 Desember 2014, dengan judul *Anakku Buah Hati Anang Ashanty*. Kenapa tayangan ini menurut saya menarik untuk dibahas, karena di dalam tayangan ini menunjukkan bahwa media TV sudah terlalu jauh kehilangan logika mereka, Bagaimana mereka menggunakan frekuensi publik untuk menayangkan sebuah tayangan yang seharusnya bersifat pribadi menjadikannya sebagai konsumsi publik hanya semata-mata untuk mengejar rating demi meningkatkan keuntungan bagi pemilik modal. Pada tayangan ini, penonton dianggap pasif dan hanya disajikan realitas palsu yang dikemas agar terlihat menarik. Masyarakat kemudian ditunjukkan betapa menariknya tontonan yang dipenuhi drama tersebut, dengan alur cerita yang menarik namun tidak jelas manfaatnya bagi publik. TV telah memanipulasi kesadaran audiens dan membuat audiens terjebak pada kesadaran palsu dan imajinasi-imajinasi yang berlebihan.

Tontonan tentang prosesi persalihan Ashanty menjadi contoh bagaimana TV tidak sekedar menjadi media komunikasi massa melainkan menunjukkan adanya perubahan sistem komunikasi media, dimana sekarang media dikendalikan oleh logika komersial iklan, media tidak lagi melayani kepentingan publik tetapi melayani kepentingan pemilik modal, kepentingan pribadi dan kepentingan kelompok tertentu. Artikel ini bertujuan untuk mengupas bagaimana tontonan tentang proses persalihan Ashanty lebih mengutamakan nilai komersialnya dari nilai guna memanipulasi audiens dalam kesadaran semu dan kebenaran palsu.

PEMBAHASAN

Media dianggap sebagai produk budaya sekaligus praktik budaya. Budaya media merupakan bagian dari industri budaya yang tersusun berdasarkan model produksi massal dan ditujukan kepada audien massa dengan kategori tertentu, mengikuti formula, aturan dan kode konvensional yang telah ada. Budaya media mengintegrasikan aspek budaya dan teknologi. Melalui media, ditentukan standar tentang apa yang dianggap positif/ negatif, baik/buruk serta bermoral/tidak bermoral. Untuk membuat konten lebih menarik, seringkali digunakan dramatisasi dan legitimasi kekuasaan.

Kondisi masyarakat seperti ini sesuai dengan konsep *society of spectacle*/masyarakat tontonan yang diutarakan oleh Guy Debord. Masyarakat tontonan merupakan masyarakat di mana mayoritas sisi kehidupan penuh oleh berbagai tontonan yang menjadi acuan tujuan hidup dan nilai kehidupan. Selain itu, tontonan memanipulasi dan mengeksploitasi utilitas serta kebutuhan manusia demi meningkatkan keuntungan dan kontrol ideologis. Produk media masa, terutama televisi, mengalami komodifikasi, sehingga semuanya dapat diperjualbelikan atau dipertukarkan. Sistem seperti ini lebih menekankan nilai komersial dibandingkan nilai guna. Misalnya, tayangan proses persalinan Ashanty yang lebih mengutamakan nilai komersialnya daripada nilai guna, lebih mengutamakan rating daripada mengedukasi. Dalam masyarakat tontonan, segala sesuatu disajikan sebagai citra-citra yang bahkan tampak lebih nyata daripada realitas itu sendiri. Guy Debord menguraikan konsep masyarakat tontonan dalam bukunya *Society of the Spectacle* (2024), yang menjadi pemicu utama pemikiran ini. Menurut Debord, tontonan bukan hanya sekadar kumpulan gambar, tetapi juga merupakan hubungan sosial antar-manusia yang dimediasi oleh citra. Media massa berperan dalam mengubah dunia nyata menjadi serangkaian citra yang memiliki efek hipnotis. Dalam masyarakat tontonan, tidak ada hubungan sejati antar-manusia, adanya adalah hubungan yang teralienasi.

Debord menyatakan, *in a world that is really upside down, to be true is a moment of the false*, Ketika tontonan hanya menjadi representasi, kebenaran berubah menjadi momen kepalsuan. Kehidupan sejati telah dihilangkan dalam perwujudan tontonan yang menawarkan kegembiraan bagi penontonnya. Sadar atau tidak, konsep dari tontonan ini mengikuti pola-pola produksi tontonan populer dan sistem industri dalam masyarakat kapitalis. Seperti halnya proses persalinan Ashanty, proses persalinan yang seharusnya menjadi momen sakral dan pribadi serta menegangkan karena dimana ada pertarungan nyawa sang ibu dan janin, tontonan tersebut direkonstruksi sedemikian rupa sehingga menjadi hal yang penting, yang harus di tonton oleh masyarakat. Kemampuan yang dimiliki oleh TV mampu menciptakan komoditas tersebut menjadi impresif. Misalnya, liputan khusus di segmen infotainment mengenai persiapan proses persalinan, detik-detik menuju persalinan, prosesi sungkem kepada orang tua dan mertua di dalam kamar pasien yang penuh dengan para kru, teman dan keluarga Ashanty, hingga kilas balik kisah asrama Anang dan Ashanty (yang sebenarnya secara logika tidak ada hubungannya dengan proses persalinan).

TV membangun rasa ingin tahu masyarakat, melibatkan sisi emosional masyarakat melalui rekayasa pendapat dari ‘masyarakat awam’ mengenai proses persalinan tersebut, dimana ‘masyarakat awam’ tersebut tidak mengenal Anang dan Ashanty secara personal. Keterwakilan inilah yang membuat seolah-olah masyarakat/audiens menjadi bagian penting dari proses persalinan Ashanty membuat mereka merasa harus menontonnya agar tidak menyesal. Pelabelan glamor, penuh emosi dan kisah yang mengharukan pada tayangan ini turut berkontribusi pada keberhasilan proses komodifikasi. Disadari atau tidak, masyarakat mengalami kesadaran semu. Masyarakat tidak menyadari bahwa televisi telah merebut hak mereka dengan menyiarkan kehidupan pribadi para artis dalam hal ini proses persalinan Ashanty yang sebenarnya tidak perlu untuk diketahui oleh masyarakat. Hal yang dianggap penting dan berharga oleh pemilik media juga menjadi penting bagi penonton. Stasiun televisi menggunakan frekuensi publik untuk siarannya, idealnya harus dimanfaatkan secara maksimal untuk melayani kepentingan masyarakat. Pernyataan dari KPI memperkuat hal ini, dengan menyebutkan bahwa program tersebut menayangkan proses persalinan Ashanty selama sekitar empat jam. KPI Pusat menilai bahwa siaran ini tidak digunakan untuk kepentingan publik. Durasi tayangan yang tidak wajar dan kurangnya manfaat bagi publik sebagai pemilik frekuensi dianggap sebagai pelanggaran terhadap perlindungan kepentingan publik (<http://entertainment.kompas.com>).

Media massa berperan sebagai ruang publik atau public sphere, yaitu platform untuk menciptakan diskursus publik yang memungkinkan terbentuknya masyarakat yang kritis dan dapat memantau

kebijakan pemerintah. Ruang publik harus bersifat bebas, terbuka, transparan, dan tidak dipengaruhi oleh campur tangan pemerintah, pemilik modal, kelompok kepentingan, atau pengiklan. Di masyarakat modern, segala sesuatu telah berubah menjadi bentuk 'tontonan' yang tidak terbatas. Apa yang dulunya merupakan pengalaman nyata kini hanya menjadi 'representasi' belaka. Debord mengemukakan bahwa otentisitas kehidupan sosial telah berkurang dari *being* (menjadi) menjadi *having* (memiliki), dan dari *having* menjadi *appearing* (tampak). Tontonan proses persalinan Ashanty dari *being* menjadi *having*, dari siapa Ashanty menjadi apa yang dimiliki Ashanty dan *having* menjadi *appearing*, apa yang dimiliki Ashanty menjadi apa yang tampak, siapa Ashanty. Maksudnya sebelum ada tontonan tentang proses persalinan Ashanty Ashanty hanya dikenal sebagai artis pada umumnya, dengan adanya tontonan tersebut Ashanty yang semula hanya artis biasa menjadi Artis sekaligus sebagai sosok wanita dan ibu yang kuat, seorang pejuang tangguh bagi anak dan orang-orang disekitarnya. Tontonan tersebut hanya menampilkan *appearance* Ashanty sebagai wanita sekaligus ibu yang kuat dan sebagainya, dan mengabaikan proses perjalanan menuju *appearance* itu sendiri.

Tontonan bukan hanya sekumpulan citra, melainkan merupakan hubungan sosial yang dimediasi oleh citra tersebut dan telah berubah menjadi hubungan komoditas. Penonton kini berperan sebagai aktor dari citra-citra yang sebelumnya mereka lihat secara langsung. Dalam konteks ini, tontonan menjadi bagian penting dari masyarakat, berfungsi sebagai jembatan antara berbagai pusat perhatian dan kesadaran manusia modern. Bagi penonton di rumah, tontonan memberikan ilusi seolah-olah mereka dapat merasakan kebahagiaan dan ketegangan yang terjadi menjelang persalinan, seolah-olah mereka dapat merasakan emosi yang dialami Ashanty dan keluarganya. Tontonan tersebut juga membangun imajinasi dalam benak audiens bahwa saat mendekati proses persalinan kamu tetap bisa tampil cantik, menarik, memakai *make up*, saat berada dirumah sakit, pasien boleh membawa banyak orang dan kru TV masuk ke kamar, dirumah sakit boleh membuat kegaduhan sekalipun itu sifatnya untuk kepentingan pribadi. Seperti yang ditampilkan dalam tontonan tentang Ashanty, saat di Rumah sakit, tampak banyak orang di dalam kamar pasien, banyak kru TV begitu juga dengan peralatan pendukungnya, suasana gaduh yang ditimbulkan akibat tontonan tersebut tidak hanya berada di dalam kamar pasien (Ashanty) tetapi juga merembet ke luar area tersebut. Akan tetapi selama tontonan berlangsung, tidak tampak masyarakat/ pasien/ keluarga pasien lain yang berada dirumah sakit tersebut merasa terganggu/ marah/ protes. Sehingga menimbulkan persepsi dalam benak audiens yang rata-rata golongan kelas menengah ke bawah bahwa semua kegaduhan yang terjadi itu tampak wajar di mata mereka. Sesuatu yang oleh media dialamiah kan agar seolah menjadi wajar bagi audiens.

Dalam tontonan tersebut, TV tidak menyoroti proses bagaimana Ashanty bisa tetap tetap tampil cantik dan menarik di depan TV dari mulai persiapan hingga selesai melahirkan. Sejatinya orang mau melahirkan sudah tidak terfikirkan untuk ber-*make up*, dandan, nyalon, dll. Bahkan ketika proses melahirkan secara normal atau secara caesar, seorang ibu biasanya sudah penuh dengan keringat peluh dan menomor sekian kan penampilan fisik. Ketika tontonan hanya menjadi representasi semata, maka kebenaran hanyalah momen kepalsuan. Tontonan menjadi substitusi atas pengalaman, pada kasus persalinan Ashanty, masyarakat yang bahkan tidak pernah bertatap muka secara langsung dengan Ashanty dan keluarganya pada akhirnya ikut merasakan suasana bahagia yang mengharu biru karena proses persalinan berjalan lancar hanya dengan melihat acara tersebut. Tidak perlu jauh-jauh datang ke rumah sakit dimana Ashanty melakukan persalinan, atau membawakan bingkisan bahkan juga tidak perlu menjadi teman/ keluarga dekat Ashanty, cukup duduk di depan TV maka audiens dapat merasakan para anggota keluarga yang datang, bahkan mampu mendeskripsikan suasana kamar Ashanty, bahkan mampu mengidentifikasi siapa saja tamu yang berkunjung.

Tontonan yang disajikan oleh saluran berita, periklanan, dan hiburan adalah hasil dan tujuan dari proses produksi industri kapitalis. Ruang publik, khususnya televisi, tidak hanya memperhitungkan rating

penonton dan keuntungan dari komoditas yang ditayangkan. Realitas kehidupan material sering kali dilanggar batasnya oleh tontonan, sehingga membingungkan perbedaan antara yang nyata dan yang hanya tontonan, dan membuat masyarakat menjadi penonton dari kehidupan mereka sendiri. Penyeragaman ini misalnya bahwa persalinan harus dilakukan dirumah sakit yang fasilitasnya lengkap dengan menafikkan kesan sakralnya. Harusnya tontonan macam ini dipahami sebagai bukti kerja keras dari selama ini sehingga mampu melakukan persalinan di rumah sakit dengan peralatan lengkap.

KESIMPULAN

Tontonan adalah bagian integral dari kebutuhan masyarakat yang kemudian tontonan dipahami sebagai bagian dari masyarakat. Kita harus mampu melawan arus dan membentuk kesadaran karena lawan dari masyarakat tontonan adalah sadar. Kita harus sadar bahwa semua itu hanyalah tontonan. Sehingga mampu menyeleksi pada tontonan yang akan dikonsumsi serta berusaha membatasi imajinasi dalam tontonan yang sifatnya hiburan, yang seringkali hanya menjual mimpi indah secara instan. Saat itu, tayangan TV tentang proses persalinan Ashanty, telah menjadi tontonan yang luar biasa menyita perhatian mayoritas masyarakat Indonesia baik pro maupun yang kontra dengan tontonan tersebut. Sebuah kemenangan tontonan dalam kerangka budaya media, yang lebih memandang kulit daripada isi. Konsep 'masyarakat tontonan' yang diperkenalkan oleh Guy Debord tidak hanya menjelaskan bagaimana realitas berubah menjadi tontonan, tetapi juga bagaimana budaya media mengemas realitas tersebut. Dalam masyarakat tontonan, nilai guna digantikan oleh nilai tukar, menekankan pentingnya komoditas dalam tontonan. Ilmu-ilmu pengetahuan dan teknologi dipakai untuk memuluskan komoditas.

REFERENSI

- Barker, Chris (2000) *Cultural Studies: Teori dan Praktik* ed.4th. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Baudrillard, Jean P. (2004) *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Durham, M.G. and Kellner, D. (2021) *Media and Cultural Studies keywords*. Malmö: MTM.
- Debord, G. (2024). *Society Of The Spectacle*. PM PR.
- Mubarok, Mubarok. (2011) *Korupsi dalam Masyarakat Tontonan*. *Interaktif*, vol. 4, no. 2 <http://entertainment.kompas.com>
- https://www.youtube.com/results?search_query=Anakku+Buah+Hati+Anang+%26+Ashanty+official+rcti , diakses 5 Oktober 2017