



IBADAH KELAS ALA REALITY SHOW DI TELEVISI

Oleh:

Ratna Noviani

ABSTRAK

Reality show merupakan jenis tayangan televisi yang semakin diminati, dan bahkan mampu menempati posisi prime time di Indonesia. Kemiskinan dan kehidupan kaum miskin merupakan salah satu tema yang cukup populer yang diangkat dalam tayangan realitas di televisi. Tulisan ini membahas fenomena tayang anrealitas di Indonesia, khususnya bagaimana program tayangan realitas mengkonstruksi ibadah keagamaan dan distingsi kelas. Empat tayangan realitas yang disiarkan pada momen bulan suci Ramadan 1432 H yaitu Bukan Puasa Biasa (TransTV), Orang Peggiran (Trans7), Jika Aku Menjadi Ramadan (Trans TV), dan Big Brother Indonesia (Trans TV) menjadi focus kajian dalam tulisan ini. Kajian mendalam terhadap ke empat tayangan realitas tersebut menunjukkan bahwa ada proses tetikasi dan obyektifikasi realitas kemiskinan guna mendefinisikan dan menggarisbawahi ibadah kelas. Tayangan realitas tentang kelas bawah cenderung menampilkan banalitas pesan tentang kemiskinan. Realitas hidup dan ibadah agama kelas bawah hanya menjadi project bagi kelas di atasnya untuk memperbaiki kualitas spiritual keagamaannya dan untuk membangun citra positif tentang sikaya. Persoalan kemiskinan, pada akhirnya, hanya dianggap sebagai problem individual yang bisa dilalui atau diatasi dengan religiu sitas dan ketekunan ibadah individual.

Kata kunci: Reality Show, Televisi, Ibadah, Kelas

ABSTRACT

Reality shows have become increasingly popular and aired on prime-time in Indonesian televisions. Themes such as poverty and the life of lower class have gained more attention from the shows. This study examines the way in which Indonesian reality TV shows construct religious piety and class distinction. The study corpuses are four reality TV shows which aired during Ramadan 1432 H, namely, Bukan Puasa Biasa (TransTV), Orang Peggiran (Trans7), Jika Aku Menjadi-Ramadan (Trans TV), and Big Brother Indonesia (Trans TV). The close examination to those corpuses reveals that there is a dichotomy between upper class and lower class religious piety. In this sense, poverty and life of the lower class have been aestheticized and objectified to define classed-religious piety. The life of the lower class becomes a merely spectacle for the upper class, both within and outside the TV-screen. Such reality TV shows also tend to represent the simplification and banality of poverty by underscoring that poverty is an individual problem rather than structural. In this regard, individual religious piety is considered as the best solution for poverty.

Keywords: Reality Show, Television, Piety, Class

A. Pendahuluan

Reality TV was replacing shows on prime time, and it allowed pretty much anyone who had the desire to be on TV to do so." (Jack Benza, 2005). Dalam bukunya *So You Wanna Be on Reality TV*, Benza memaparkan betapa popularitas program realitas di televisi telah menggeser program-program lain yang awalnya menempati posisi manis pada prime-time. Program realitas di televisi juga telah membuka pintu bagi siapa saja untuk bisa tampil di layar kaca. Menjadi "bintang" di layar kaca tidak lagi menjadi sesuatu yang jauh dari jangkauan karena reality show memfasilitasi terwujudnya impian dan hasrat untuk menjadi 'terkenal' via televisi.

Tayangan realitas atau biasa dikenal dengan reality show memang merupakan jenis tayangan yang semakin diminati oleh industri pertelevisian, termasuk di Indonesia. Hal ini terbukti dari maraknya tayangan-tayangan yang menghadirkan penggalan realitas atau potongan kejadian nyata yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari di layar televisi. Varian program dari tayangan realitas ini pun beragam, mulai dari tayangan yang disebut talent contest seperti *Indonesian Idol* (RCTI), *Pildacil* (ANTV), dan *Indonesia Mencari Bakat* (TransTV); atau life diary semacam *Big Brother Indonesia* (TransTV) dan *Penghuni Terakhir* (ANTV); atau tayangan-tayangan realitas yang merekam pengalaman-pengalaman sosial seperti *Jika Aku Menjadi* (TransTV), *Orang Pinggiran* (Trans7) dan *Tukar Nasib* (SCTV).

Riset AGB Nielsen pada tahun 2008 menunjukkan bahwa tayangan-tayangan realitas seperti itu disukai oleh seluruh lapisan masyarakat, baik lapisan sosial maupun ekonomi. Meskipun

demikian, riset Nielsen menengarai bahwa tayangan realitas ternyata paling digemari oleh kelompok masyarakat yang tinggal di daerah urban (dalam Onishi, 2009). Dari riset Nielsen ini juga diketahui bahwa pada akhir tahun 2008 tayangan realitas sudah disiarkan oleh 11 stasiun televisi swasta nasional dan 10 televisi lokal di Indonesia. Sementara, masing-masing stasiun televisi bisa saja menayangkan lebih dari satu program tayangan realitas. Menurut Penelope Couts (2008: 111), sampai tahun 2008 ada lebih dari 50 tayangan realitas yang diproduksi secara lokal dan disiarkan di stasiun-stasiun televisi swasta di Indonesia. Jumlah ini meningkat cukup signifikan pada tahun 2009, di mana jumlah tayangan realitas di televisi Indonesia sampai dengan bulan Mei 2009 sudah mencapai 79 program (Onishi, 2009).

Meskipun tayangan-tayangan realitas itu diproduksi secara lokal, namun jika dilihat dari substansinya sebagian besar dari tayangan realitas itu terinspirasi atau merupakan adaptasi dari format tayangan realitas yang disiarkan di luar negeri. Tayangan realitas berupa talent contest seperti *Indonesian Idol* misalnya, merupakan versi Indonesia dari tayangan realitas *Pop Idol* yang sudah ditayangkan di British. Dalam perkembangannya, semakin banyak tayangan realitas yang bisa dinikmati di stasiun televisi swasta di Indonesia yang meniru atau merupakan franchise dari tayangan realitas yang lebih dulu populer di negara lain, seperti misalnya *Big Brother Indonesia* atau *Masterclass Indonesia*.

Popularitas dari tayangan realitas juga tampak nyata pada momen bulan puasa. Ketika bulan Ramadan tiba, televisi-televisi di Indonesia ikut

melakukan 'ritual' dengan cara memproduksi dan menayangkan berbagai program untuk menyambut bulan suci umat Islam ini. Tayangan realitas bertema Ramadan menjadi salah satu program yang cukup diunggulkan oleh beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia. Menurut AGB Nielsen dalam Newsletter bulan Agustus 2010, program reality show merupakan salah satu program acara yang banyak diminati oleh penonton selama bulan puasa. Program tayangan realitas yang disiarkan pada saat berbuka puasa seperti *Termehek-mehek* atau *Jika Aku Menjadi* misalnya, mampu menarik perhatian sekitar 2,6 juta penonton.

Pada bulan Ramadan 2011, kecenderungan stasiun televisi swasta untuk mengunggulkan tayangan realitas bertema Ramadan juga masih terlihat jelas. Dari pengamatan yang dilakukan oleh penulis sampai dengan tiga hari pertama puasa, ada 10 tayangan realitas yang ditayangkan setiap hari di enam stasiun televisi swasta yaitu di SCTV, RCTI, TransTV, Trans7, MNC TV dan ANTV. Dari 10 tayangan realitas itu, empat di antaranya ditayangkan oleh TransTV. Secara umum, tayangan realitas yang ditayangkan selama bulan puasa merupakan tayangan reguler yang sudah ada dan disiarkan sebelum puasa tiba. Khusus di bulan puasa, judul dari beberapa tayangan itu diberi tambahan label "Ramadan", seperti misalnya *Jika Aku Menjadi*-*"Ramadan"* atau *Cinta dan Uya Sama-Sama Kuya* "Spesial Ramadan" (SCTV). Namun, ada juga tayangan realitas yang khusus diproduksi untuk menyambut Ramadan seperti misalnya *Bukan Puasa Biasa* (TransTV) atau *SM*SH*

*Ngabuburit*¹ (SCTV). Selain itu, ada juga tayangan realitas yang sudah ditayangkan sebelum Ramadan tiba, namun penayangan acara itu memang dikaitkan dengan datangnya Ramadan, seperti misalnya *Rumah Pildacil* (ANTV).

Dalam tayangan realitas yang muncul pada bulan Ramadan, ada kecenderungan untuk menjadikan ibadah yang dianjurkan selama bulan Ramadan sebagai tema besarnya. Hal ini bisa dilihat terutama dalam tayangan realitas yang mengangkat tema tentang kehidupan kaum miskin dan marjinal. Bagaimana kaum miskin dan marjinal itu menjalani hidup yang sulit dengan keterbatasan kapital ekonomi maupun kapital budaya ditambah lagi dengan kewajiban berpuasa di bulan Ramadan merupakan aspek yang diangkat dan dieksplorasi melalui tayangan realitas itu. Dalam hal ini, ada relasi antara persoalan kelas dan persoalan spiritualitas keagamaan yang direpresentasikan di dalam tayangan realitas tersebut.

Tulisan ini lebih menitikberatkan pada fenomena tayangan realitas di Indonesia, khususnya bagaimana program tayangan realitas mengkonstruksi relasi antara kelas dengan kualitas spiritual keagamaan. Untuk itu, tulisan ini mengkaji empat program tayangan realitas yang disiarkan di televisi swasta pada momen bulan suci Ramadan 1432 H. Tayangan realitas yang dipilih adalah tayangan realitas yang menunjukkan kecenderungan untuk berbicara tentang persoalan kelas dan ibadah kelas dalam setiap tayangannya. Keempat program tayangan realitas itu adalah

¹ Istilah "ngabuburit" merujuk pada aktivitas khusus yang hanya dilakukan pada saat bulan Ramadan. Istilah ini berasal dari bahasa Sunda *burit* yang artinya waktu sore menjelang malam. Jadi, kata "ngabuburit" diartikan sebagai aktivitas yang

dilakukan di sore hari dengan tujuan menunggu buka puasa atau azan Magrib. Untuk informasi lebih lanjut tentang "ngabuburit" lihat *Ajaibnya Puasa (Fasting is Amz)* (Yunus R.,tt)

Bukan Puasa Biasa (TransTV), Orang Pinggiran (Trans7), Jika Aku Menjadi-Ramadan (Trans TV), dan Big Brother Indonesia (Trans TV).

B. Pembahasan

1. Tayangan Realitas: Definisi dan Sejarah

Pengertian dari istilah reality television yang merujuk pada program tayangan realitas di televisi hingga saat ini masih dalam perdebatan. Munculnya tayangan realitas di televisi sebetulnya berasal dari dunia sinema atau film; dan tayangan realitas ini merupakan sub-genre dari film dokumenter (Kolker, 2009: 189). Istilah tayangan realitas atau reality show itu sendiri sebetulnya berasal dari bahasa Perancis cinema vérité, yang berkembang pada akhir 1950-an dan awal 1960-an. Cinema vérité merujuk pada penciptaan ilusi yang dihasilkan dari kerja kamera yang mendokumentasikan serangkaian peristiwa yang sedang terjadi tanpa ada interupsi dari si pembuat film. Di dalam cinema vérité ini juga tidak ada suara narator. Naratifnya berkembang secara spontan dan tergantung pada karakter-karakter atau partisipan yang sedang diobservasi [oleh kamera]. Dengan kata lain, tayangan realitas merupakan penciptaan ilusi melalui observasi yang tidak dimediasikan. Kadang-kadang memang ada pembawa acara atau host, tetapi fungsi host di sini hanya memperkenalkan peristiwa dan kadang-kadang berbicara dengan para partisipan. Dengan cara seperti itu, sebetulnya produsen acara berharap agar penonton memiliki kedekatan dengan para partisipan sehingga

penonton pada akhirnya bisa ikut 'terlibat' di dalam observasi [melalui kamera] itu.

Pada perkembangannya, genre tayangan realitas tidak hanya ditemukan dalam dunia film tetapi juga menjadi bagian dari sejarah pertelevisian. Annette Hill (2005: 451) mencatat bahwa program realitas mulai disukai massa dan menempati ruang-ruang media televisi pada saat prime-time terutama pada dekade 1990-an. Di British, program realitas seperti docu-soap atau reality-soap bahkan dikatakan sebagai "motor of prime-time" pada pertengahan tahun 1990-an. Ada sekitar 65 program docu-soap yang ditayangkan di saluran-saluran utama televisi British dan ditonton oleh sekitar 12 juta penonton. Popularitas genre ini tidak hanya terjadi di negara-negara Barat seperti British dan Amerika, tetapi juga berkembang sampai ke negara-negara sedang berkembang, termasuk Indonesia.

Ada ciri khas yang dimiliki oleh genre tayangan realitas yaitu bahwa program tayangan realitas biasanya tidak menggunakan skenario, bintang atau karakter yang bermain dalam program itu adalah the real people dengan keseharian mereka masing-masing. Seperti yang disampaikan oleh Hill (2005: 41) "There are a variety of styles and techniques associated with reality TV, such as non-professional actors, unscripted dialogue, surveillance footage, hand-held cameras, seeing events unfold as they are happening in front of the camera." Sementara itu, Richard Kilborn (1994) mengemukakan bahwa tayangan realitas di televisi bisa diartikan sebagai upaya untuk melakukan simulasi atas peristiwa yang terjadi dalam kehidupan riil melalui berbagai bentuk rekonstruksi dramatis, atau inkorporasi peristiwa riil yang diedit sedemikian rupa ke dalam

bentuk program televisi yang atraktif (dalam Holmes & Jermyn, 2004: 2).

Jadi, bisa dikatakan bahwa disain awal dari program tayangan realitas adalah menyajikan penggalan realitas dalam kehidupan sehari-hari kepada para penonton. Namun, menurut Corner (2001), dalam perkembangannya tayangan realitas mengalami variasi dan modifikasi. Ia mengatakan bahwa trajectory dari tayangan realitas di negara-negara Barat, seperti British atau Amerika, mengalami ekspansi format yang luar biasa karena adanya kombinasi kepentingan ekonomi dan perubahan praktik budaya dalam kehidupan masyarakat. Hal ini bisa dilihat dari pergeseran yang terjadi misalnya dari sisi partisipan atau karakter yang terlibat di hadapan kamera, yang awalnya fokus pada orang biasa atau ordinary people menjadi orang-orang terkenal seperti kalangan selebritas atau figur publik. Hal yang sama juga diidentifikasi oleh Hartley (2002: 97), yang menyebutkan bahwa program tayangan realitas yang muncul di awal perkembangannya yaitu pada tahun 1990-an lebih banyak berupa tayangan realitas kriminal, namun kemudian bergeser menjadi docu soap atau reality-soap yang merupakan perpaduan antara dokumentasi dan soap opera. Format ini cenderung lebih mengedepankan aspek hiburan daripada aspek sosialnya, dan melalui format ini orang-orang biasa yang menjadi partisipan akhirnya bisa menjadi bintang atau selebritas. Pada tahun 2000, format reality game show seperti Survivor atau Big Brother mulai digemari oleh stasiun televisi dan menjadi bestseller (Hill, 2005:452).

Program tayangan realitas juga memperoleh sorotan karena sifat 'realitas' yang dimunculkannya.

Meskipun awalnya genre ini berasal dari film dokumenter yang notabene lebih banyak merepresentasikan the real, namun dalam perkembangannya banyak yang mengatakan bahwa 'realitas' dalam program tayangan realitas hanya artifisial saja. Hartley (2002: 97) misalnya, menggarisbawahi bahwa realitas yang disajikan dalam tayangan realitas sebetulnya merupakan produk dari nilai-nilai produksi. Sedangkan Kronig (2000: 47) lebih mengarahkan kritiknya pada aspek sensasionalisasi emosi yang ingin dimunculkan oleh tayangan realitas. Ia mengatakan bahwa tayangan realitas di televisi merupakan "a triumph of emotional sensationalism over serious issues from politics to science".

Cara tayangan realitas untuk melibatkan dan mengaduk-aduk emosi memang banyak dijadikan sorotan. Air mata, penderitaan, ekspresi kekecewaan, kesedihan, kegembiraan sebagai elemen-elemen realitas yang dimunculkan dalam tayangan itu difungsikan sedemikian rupa untuk memunculkan sensasi emosi pada diri penonton. Elemen-elemen ini oleh Roscoe (dalam Hartley, 2002: 97) disebut sebagai "flickers of authenticity", yang seolah menunjukkan pengalaman-pengalaman otentik partisipan atas sebuah peristiwa hidup yang mereka alami kepada para penontonnya.

Annette Hill (2005: 452) menyoroiti sifat voyeuristic yang dimunculkan oleh tayangan realitas di televisi, di mana realitas yang dikemas untuk membidik emosi penonton pada akhirnya bisa memunculkan semacam pleasure atau kesenangan dan juga hiburan ketika penonton melihat tayangan tersebut. Akibatnya, perbedaan antara yang fakta dan yang fiktif menjadi kabur; dan penonton pun cenderung

untuk tidak terlalu peduli dengan terpilin-pilannya fakta dan fiksi tersebut.

2. Kelas dalam Tayangan Realitas

Salah satu tema yang sering diangkat di dalam program-program tayangan realitas adalah kehidupan kelas, terutama kelas bawah. Persoalan hidup yang dialami oleh kelas bawah menjadi topik yang sering dieksplorasi habis-habisan oleh produsen acara realitas ini. Impian kelas bawah untuk mengalami kehidupan kelas di atasnya atau melakukan upward mobility menjadi salah satu varian tema yang sering diangkat. Pendefinisian kelas dan perbedaan posisi individu dalam struktur sosial sering ditampilkan melalui penanda-penanda seperti kepemilikan material atau praktik budaya, seperti pilihan selera, gaya hidup dan perilaku konsumsi.

Pierre Bourdieu, dalam bukunya *Distinction* (1984), mengulas keterkaitan kelas sosial dengan praktik-praktik konsumsi yang melibatkan selera dan preferensi gaya hidup. Menurut Bourdieu, pilihan-pilihan gaya hidup merupakan indikator yang penting dari posisi seseorang di dalam struktur sosial (dalam Giddens, 2006:322). Pada dasarnya, ketimpangan sosial, dalam pandangan Bourdieu, bersumber pada distribusi kapital yang tidak seimbang dalam masyarakat. Dalam kajiannya tentang kelas, Bourdieu tidak hanya menyoroti kapital ekonomi saja (seperti kepemilikan properti, kekayaan dan income), tetapi ia juga menyebutkan tiga bentuk kapital lain yang juga bekerja dalam proses pendefinisian kelas, yaitu kapital budaya (seperti pendidikan, keterampilan, apresiasi seni,

leisure), kapital sosial (relasi dengan orang lain, network) dan kapital simbolik (reputasi, status). Keempat kapital itu saling berhubungan satu sama lain. Kepemilikan sebuah kapital bisa mendukung pencapaian kapital yang lain, yang sekaligus bisa menentukan dan mengubah posisi kelas seseorang dalam masyarakat.

Dalam konteks tayangan realitas di televisi, posisi kelas seseorang didefinisikan berdasarkan kepemilikan kapital-kapital seperti yang dikemukakan oleh Bourdieu. Hal ini misalnya bisa dilihat dalam tayangan realitas yang bercerita tentang make-over atau perubahan yang dilakukan oleh individu-individu kelas bawah untuk “menjadi” individu di kelas atas. Tayangan seperti *Joe Millionaire*, *I Want to Be a Hilton* [Paris Hilton], *Extreme Makeover* yang ditayangkan di Amerika misalnya, merupakan beberapa program tayangan realitas yang merepresentasikan kehidupan dan mimpi kelas bawah untuk melakukan mobilitas kelas ke atas. Individu kelas bawah, dalam hal ini, sering ditampilkan sebagai sosok yang kapital ekonomi dan kapital budayanya minim. Mimpi kelas bawah untuk berada pada posisi kelas di atasnya diarahkan pada peningkatan kepemilikan atau penguasaan atas kapital ekonomi dan budaya. Dalam tayangan *Joe Millionaire* yang ditayangkan stasiun televisi Amerika, Fox, misalnya, seorang kelas bawah mengalami transformasi menjadi kelas atas lewat perubahan kapital ekonomi (ditandai dengan kepemilikan uang, mobil mewah dan rumah mewah) serta kapital budaya (pilihan leisure, fashion, selera makan dan sebagainya).

Ada juga program tayangan realitas yang lebih banyak mengekspos kerja keras yang dilakukan

oleh kelas pekerja dengan penghasilan yang minim di tengah kondisi perekonomian yang sedang krisis. Menurut Pepi Leistyna, citra tentang kelas bawah di dalam tayangan realitas cenderung memposisikan kelas bawah sebagai kumpulan orang bodoh yang mengalami disfungsi dalam kehidupan sosialnya (2009: 348). Keterbatasan kapital ekonomi dan kapital budaya dari kelas bawah membuat mereka hanya bisa bermimpi “menjadi” dan menikmati hidup kelas atas. Tayangan realitas yang menawarkan make-over menjadi semacam solusi bagi kelas bawah untuk melakukan upward class-passing. Class-passing sendiri adalah sebuah terminologi yang perlu dibedakan dengan mobilitas kelas. Di dalam class-passing ada kepura-puraan atau pretending, seolah-olah berada pada posisi kelas lain (biasanya kelas atas) padahal realitasnya tidak demikian (Foster 2005:4). Seperti dalam kasus pengkelasan warna kulit, seseorang bisa mengalami upward-class passing hanya dengan mengubah warna kulitnya menjadi putih [karena warna putih dianggap lebih baik atau diposisikan dalam strata yang lebih tinggi daripada kulit berwarna]. Dalam tayangan realitas yang mengedepankan kerja keras dari kelas bawah, Leistyna juga mengamati bahwa televisi cenderung menjadikan kesusahan, kerepotan, dan resiko sosial yang dialami oleh kelas bawah dalam menghadapi kerasnya hidup sebagai hiburan saja, karena aspek edukatif dari tayangan itu tidak jelas.

Tayangan realitas yang mengangkat tema tentang kehidupan dan relasi kelas juga disiarkan di televisi-televisi swasta di Indonesia. Menurut Onishi (2009) tayangan realitas yang menampilkan perbedaan kelas sosial memperoleh popularitas tersendiri di Indonesia. Pada konteks Ramadan 1432 H, program

tayangan realitas yang mengangkat kehidupan kelas bawah yang miskin pun menghiasi layar televisi. Ada beberapa program reguler yang di luar jadwal Ramadan tidak berbicara tentang kelas bawah dan kemiskinan, pada episode yang ditayangkan selama bulan Ramadan tiba-tiba ikut berbicara juga tentang kelas bawah dan kemiskinan. Program Big Brother Indonesia (Trans TV) misalnya, yang pada tayangan reguler lebih banyak fokus pada kehidupan para housemate yang ada di rumah Big Brother, pada episode yang ditayangkan pada bulan Ramadan tiba-tiba berbicara tentang keluarga pemulung miskin.

Stasiun TransTV bahkan memproduksi tayangan realitas yang secara khusus diputar pada saat bulan Ramadan. Tayangan realitas itu adalah Bukan Puasa Biasa yang membahas kehidupan kaum papa dan bagaimana mereka menjalankan ibadah puasa. Ada juga program Jika Aku Menjadi edisi Ramadan yang sebetulnya tidak jauh berbeda dengan tayangan regulernya yaitu memotret pengalaman orang kaya dari daerah urban yang hidup bersama dan menjalani kehidupan orang miskin. Si kaya harus tinggal selama beberapa waktu bersama keluarga miskin dan harus menjalani aktivitas keseharian dari keluarga miskin itu. Bedanya, pada edisi Ramadan setting waktunya pun disesuaikan yaitu pada saat bulan puasa. Kehidupan keluarga miskin di tengah suasana Ramadan menjadi fokus utama dari tayangan realitas ini. Sedangkan pada program Orang Pinggiran (Trans7) yang dibahas adalah kehidupan orang miskin, khususnya pada saat bulan Ramadan. Acara ini menyorot kehidupan orang-orang yang mengalami marjinalisasi dalam kehidupan sosialnya, baik karena keterbatasan kapital ekonomi maupun karena mengalami keterbatasan mental dan fisik.

3. Ibadah Kelas dan Purifikasi Spiritualitas

Dalam empat tayangan realitas yang menjadi fokus kajian dalam tulisan ini, substansi tayangan dengan sengaja dihubungkan dengan atmosfer dan nilai-nilai ibadah Ramadan. Persoalan kelas, dalam hal ini, dikaitkan dengan kualitas keagamaan yang dimanifestasikan lewat ritual-ritual seperti sholat, puasa, berdoa, mengaji atau aktivitas ke-Islam-an di masjid atau mushola. Ada proses inkorporasi nilai-nilai ibadah yang dianjurkan selama bulan suci Ramadan ke dalam tayangan realitas tersebut. Inkorporasi nilai-nilai ibadah Ramadan itu dilakukan melalui dua cara.

Cara yang pertama adalah dengan memoles elemen-elemen naratif seperti setting, backsound, atau penampilan karakter yang bermain dengan penanda-penanda yang merujuk pada hal-hal yang dihubungkan dengan Islam seperti masjid, mushola, jilbab, baju koko, sajadah atau musik padang pasir. Cara yang kedua adalah dengan mengkonstruksi story tentang ibadah yang dilakukan oleh karakter-karakter yang sedang dibicarakan dalam tayangan itu. Realitas ibadah yang disorot tentu saja dikaitkan dengan ibadah-ibadah yang dianjurkan pada bulan Ramadan. Pada program *Jika Aku Menjadi-Ramadan* dan *Big Brother Indonesia* terlihat bagaimana ibadah agama dari kelas bawah dan kelas di atasnya ditampilkan dalam konteks bulan suci Ramadan. Sementara, pada tayangan *Orang Pinggiran* dan *Bukan Puasa Biasa*, tayangan lebih difokuskan pada praktik ibadah yang dilakukan oleh kelas bawah saja.

Ibadah kelas, khususnya kelas bawah, yang ditampilkan di televisi sengaja dikaitkan dengan manfaat dan hikmah dari ibadah Ramadan. Apalagi,

salah satu hikmah Ramadan adalah untuk membangun empati terhadap kaum fakir miskin, seperti yang disampaikan oleh Abdul Manan bahwa salah satu maksud dari ibadah puasa adalah menyerupai kaum fakir miskin sehingga bisa merasakan keadaan mereka secara lebih mendalam (2005: 29). Hikmah dari ibadah Ramadan inilah yang diangkat sebagai tema besar oleh keempat tayangan realitas yang menjadi obyek analisis dalam tulisan ini.

Jika Aku Menjadi-Ramadan yang ditayangkan pada hari kedua Ramadan 1432H misalnya, menampilkan seorang foto model cantik dari Jakarta yang sengaja ditempatkan dalam sebuah keluarga miskin pencari pasir kuarsa di Lampung Timur. Sang foto model harus tinggal dan menjalani kehidupan seperti layaknya keluarga pencari pasir kuarsa tadi. Tayangan realitas ini mengeksposisi gigihnya perjuangan si miskin untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Di tengah keterbatasan sosial ekonomi, keluarga miskin yang terdiri dari suami istri yang sudah lanjut usia itu tetap taat menjalankan ibadah agama. Si miskin ditampilkan sebagai sosok yang memiliki kepasrahan dan ketaatan spiritual pada Tuhan, yang digambarkan melalui frekuensi dan intensitas yang bagus dalam menjalankan ritual keagamaan seperti sholat maupun puasa. Kepasrahan si miskin pada Tuhan ditekankan secara repetitif di dalam tayangan itu, misalnya terlihat pada kutipan kata-kata si foto model berikut ini: "Seharian kerja banting tulang [mengayak pasir] cuma dapat Rp.10.000,-, aku bener-bener nggak habis pikir. Tapi kata si embah, mereka tetap bersyukur, berapapun uang yang bisa diterima, itu rejeki dari Allah." Selain itu, narasi dan visualisasi tentang aktivitas ibadah yang dilakukan oleh si

miskin juga ditonjolkan dalam tayangan tersebut, seperti bagaimana si bapak tua yang miskin berpuasa, mengaji atau membersihkan masjid. Alur cerita dalam tayangan itu menunjukkan bagaimana kuantitas dan kualitas ibadah si miskin memberi inspirasi dan pembelajaran bagi si foto model yang kaya untuk melakukan refleksi diri. Dengan melihat derita dan ketidakberdayaan sosial ekonomi dari si miskin, si kaya kemudian seperti tersadar bahwa selama ini ia menjadi makhluk Tuhan yang kurang bersyukur dan kurang taat menjalankan ibadah agama.

Empati si kaya pada fakir miskin juga terlihat misalnya pada tayangan realitas Big Brother Indonesia. Pada tayangan edisi Ramadan 1432 H, di rumah Big Brother dihadirkan keluarga pemulung miskin yang selama ini tinggal di kawasan kumuh di Jakarta. Partisipan acara Big Brother atau dikenal dengan istilah housemate wajib untuk hidup bersama dengan keluarga pemulung itu. Berbeda dengan tayangan Jika Aku Menjadi-Ramadan yang mengharuskan si kaya melakukan downward class-passing, pada tayangan Big Brother ini si miskin yang diajak untuk melakukan upward class-passing yaitu pura-pura menjadi dan berada dalam posisi kelas atas, menjadi bagian dari kelas yang berada di atas kelas sosialnya sendiri dalam realitas kehidupan sehari-hari.

Fokus dari acara Big Brother edisi Ramadan ini sebetulnya adalah menyorot bagaimana kemampuan para housemate dalam menjaga dan mengendalikan emosi dalam konteks Ramadan. Dalam hal ini, para housemate harus menunjukkan kemampuan mereka untuk berbagi dan berempati dengan orang-orang miskin. Keanehan dan kelucuan

sikap dan perilaku kelas bawah ketika berada pada habitus kelas di atasnya juga menjadi tontonan tersendiri dalam tayangan Big Brother. Faktor empati dijadikan alat oleh Big Brother untuk menilai kemampuan para housemate dalam mengendalikan emosi terhadap perilaku kelas bawah yang tinggal bersama mereka. Siapa yang tidak mampu menunjukkan empati, maka keberadaannya di rumah Big Brother bisa jadi akan berakhir atau tereliminasi.

Dari kedua tayangan realitas itu, terlihat adanya dikotomisasi ibadah yaitu ibadah kelas bawah dan ibadah kelas atas. Kualitas spiritual keagamaan dari kelas bawah direpresentasikan melalui kepasrahan dan keikhlasan menjalani hidup yang berat ditengah keterbatasan sosial ekonomi dan melalui keikhlasan menjalani praktik-praktik ritual keagamaan seperti sholat, berdoa, aktif dalam kegiatan masjid dan berpuasa. Sebaliknya, kualitas spiritual dari kelas atas digambarkan kurang atau belum bagus, yang ditandai dengan pengakuan mereka bahwa mereka kurang rajin mengaji, kurang bisa bersyukur pada Tuhan, kurang sabar dan sebagainya. Dengan hidup bersama dengan kelas bawah, kelas atas kemudian bisa melakukan introspeksi diri dan bercita-cita untuk memperbaiki kualitas spiritualnya, misalnya dengan cara memperbaiki frekuensi dan intensitas mereka dalam menjalankan ritual agama seperti sholat, puasa atau membaca Al-Quran.

Kehidupan keluarga miskin yang ditampilkan dalam tayangan realitas itu difungsikan sebagai arena purifikasi jiwa bagi kelas di atasnya, yang tadinya kotor dan terkontaminasi oleh dorongan materi dan hasrat keduniawian dikembalikan ke jiwa yang lebih religius dan, dalam konteks Ramadan ini, ke jiwa

yang lebih islami. Jadi, dengan mengalami downward class-passing atau menempatkan diri pada posisi kelas bawah, maka orang-orang kelas atas dimungkinkan untuk melakukan transformasi spiritual keagamaan ke arah yang lebih baik (baca=islami).

4. Realitas Kelas Bawah sebagai Tontonan Media

Tayangan realitas yang menyajikan pertarungan hidup kelas bawah menunjukkan kecenderungan bahwa kesusahan dan kemiskinan tidak lebih sebagai sebuah tontonan media. Kesusahan dan kemiskinan mengalami proses estetikasi sehingga kemiskinan tidak lagi menjadi bahan komentar atau perenungan sosial tetapi hanya menjadi citra-citra atau tanda-tanda tanpa makna yang jelas. Proses estetikasi ini, merujuk pada pendapat Mike Featherstone (1991: 67), merupakan sebuah kecenderungan yang muncul dalam masyarakat yang semakin memuja komoditas. Media, dalam hal ini, memegang peran yang sangat penting dalam proses manipulasi citra-citra komersial hasil rekaan industri.

Penderitaan kaum miskin dalam tayangan realitas pun tidak lebih dari sekedar citra media yang bisa mendatangkan keuntungan komersial. Dalam bahasa pemikir Perancis, Guy Debord, kecenderungan seperti ini dinamakan sebagai spectacle, yaitu ketika relasi-relasi individu dalam kehidupan sosial ditransformasi dan dimediasikan melalui citra-citra yang berfungsi sebagai pemuas mata saja (2002: 7).

Kehidupan kelas bawah hanya menjadi project dari industri media maupun dari kelas di atasnya. Seperti yang terlihat dalam tayangan Orang Pinggiran dan

Bukan Puasa Biasa, kesusahan dan beratnya hidup si miskin mengalami obyektifikasi demi sebuah tontonan yang bisa menguras air mata dan rasa iba dari penonton. Rumah yang reyot, baju yang sudah kumal, sajadah bekas yang sudah sobek, atau makanan yang seadanya menjadi penanda-penanda kesusahan dan derita si miskin. Penanda-penanda kemiskinan seperti ini difungsikan oleh tayangan realitas untuk menyajikan sensasionalisasi emosi. Hal ini diperkuat lagi dengan menghubungkan penanda-penanda kemiskinan tadi dengan tontonan tentang kegigihan si miskin untuk tetap beribadah seperti sholat dan puasa di tengah terik matahari bulan Ramadan. Seperti pada episode penyadap karet, program Orang Pinggiran menggambarkan gigihnya perjuangan si penyadap karet yang miskin dan sakit-sakitan untuk mencukupi kehidupan keluarganya yang hidup di rumah yang reyot karena dimakan rayap dan tidak berpenerangan listrik di malam hari. Berbagai aspek yang menunjukkan ketidakberdayaan si penyadap karet dieksposisi dan digarisbawahi oleh cerita sang narator. Tidak lupa kemampuan si penyadap karet untuk pasrah dan bersyukur atas apa yang diperolehnya—meskipun sebetulnya kurang—ditampilkan secara repetitif di dalam tayangan itu.

Hal yang tidak jauh berbeda juga diperlihatkan dalam program Bukan Puasa Biasa yang menghadirkan sosok pemulung tua. Kualitas spiritual keagamaan si pemulung bahkan diperlihatkan melalui visualisasi ibadah sholat Dzuhur yang dilakukannya di bantaran sungai yang kotor. Adegan ketika si bapak pemulung sholat Dzuhur dengan menggunakan sajadah dekil dan sobek hasil temuannya di sungai ditampilkan dengan iringan backsound yang menyayat hati.

Sajadah itu dicucinya terlebih dahulu dan diangin-anginkan sebentar untuk kemudian dia gunakan sebagai alas bersembahyang. Kerja kerasnya di bawah terik matahari untuk mengumpulkan barang-barang bekas dilakukannya dengan penuh semangat, penuh keikhlasan dan tanpa keluh kesah. Si bapak pemulung, seperti ditegaskan oleh sang narator, memang bukan sosok yang suka mengeluh meski harus kerja berat di bulan puasa.

Sensasionalisasi emosi atas realitas kemiskinan yang dihadapi kelas bawah pada akhirnya tidak berujung pada kebaikan bagi kelas bawah, tetapi justru menjadi alat tercapainya kebaikan kelas-kelas di atasnya. Dalam kaitannya dengan bulan Ramadan, realitas kemiskinan kelas bawah hanya menjadi project perenungan individu kelas atas dan menjadi stimulus terbukanya kesadaran individu tersebut untuk memperbaiki kualitas spiritual keagamaannya. Dengan kata lain, realitas kemiskinan dan ibadah yang dilakukan kelas bawah diharapkan berdampak positif bagi perbaikan kualitas spiritual kelas di atasnya. Selain itu, problem si miskin tampaknya juga hanya dijadikan alat bagi si kaya untuk membangun citra-citra positif di layar kaca, seperti si kaya yang mau berefleksi diri, si kaya yang empatik dan si kaya yang bertekad memperbaiki kualitas spiritual keagamaannya.

Sementara, problem kemiskinan kelas bawah tetap menjadi persoalan individual dari kelas bawah itu sendiri. Dalam hal ini, tayangan-tayangan realitas cenderung melakukan simplifikasi dan individualisasi problem kemiskinan. Tidak ada satu pun tayangan realitas yang mewacanakan problem kemiskinan sebagai persoalan struktural, di mana peran negara sangat krusial dalam menyediakan

jaminan sosial bagi warganya. Problem kemiskinan dalam tayangan realitas adalah problem individual yang bisa diatasi jika si individu punya semangat hidup yang tinggi, sabar, ikhlas dan pasrah pada Yang Maha Kuasa. Dalam tayangan-tayangan realitas yang berbicara tentang kemiskinan itu, si miskin tidak diajak untuk memproblematisasi kemiskinannya dan bagaimana cara mengatasi kemiskinan itu. Sebaliknya, perhatian diberikan justru pada bagaimana si miskin bisa sabar, pasrah dan tetap bersyukur hidupnya yang serba kekurangan. Solusi kemiskinan dibelokkan kepada urusan pribadi masing-masing dan pada level religiusitas individu. Akibatnya, tayangan realitas cenderung menganggap bahwa kunci utama untuk menghadapi problem kemiskinan adalah pada bagus tidaknya kualitas spiritual individual.

C. Kesimpulan

Program-program tayangan realitas yang mengangkat tema tentang pergulatan hidup kelas bawah dalam konteks Ramadan menunjukkan adanya praktik inkorporasi nilai-nilai ibadah Ramadan demi sebuah tontonan media. Ada dikotomi ibadah yang direpresentasikan dalam tayangan realitas yang muncul selama bulan Ramadan 1432 H, yaitu ibadah kelas bawah dan ibadah kelas atas. Dalam hal ini, terjadi proses estetikasi dan obyektifikasi realitas kemiskinan guna menggarisbawahi dikotomisasi ibadah kelas tersebut. Selain itu, tayangan realitas tentang kelas bawah cenderung menampilkan banalitas pesan tentang kemiskinan. Kesengsaraan dan kerasnya perjuangan hidup yang dilakukan oleh kaum miskin ditonjolkan sedemikian rupa, bukan untuk

membantu si miskin agar bisa memberdayakan diri. Namun, realitas hidup dan ibadah agama kelas bawah hanya menjadi project bagi kelas di atasnya untuk memperbaiki kualitas spiritual keagamaannya dan untuk membangun citra positif tentang si kaya. Persoalan kemiskinan, pada akhirnya, hanya dianggap sebagai problem individual yang bisa dilalui atau diatasi dengan religiusitas dan ketekunan ibadah individual.

Daftar Pustaka

- Berger, Peter. L and Richard Neuhaus. 1977. *To Empower People, the Role of Mediating Structure in Public Policy*. Washington: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
- Coutas, Penelope 2008 "Fame, Fortune, Fantasy: Indonesian Idol and the New Celebrity" dalam Heryanto, Ariel (ed), *Popular Culture in Indonesia: Fluid Identity in Post-Authoritarian Politics*. London: Routledge, hal 111-129
- Debord, Guy 2002 *The Society of the Spectacle*. Canberra: Hobgoblin Press
- Featherstone, Mike 1991 *Consumer Culture and Postmodernity*. London: Sage Publication
- Foster, Gwendolyn Audrey 2005 *Class-Passing: Social Mobility in Film and Popular Culture*. Southern Illinois, USA: Southern Illinois University Press
- Hartley, John 2002 *Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts*. London: Routledge
- Hill, Annette 2005 *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*. London: Routledge
- Holmes, Su & Jermyn, Deborah 2004. "Introduction: Understanding Reality TV", dalam Holmes, Su & Jermyn, Deborah (Eds). *Understanding Reality Television*. London: Routledge hal 1-32
- Kolker, Robert 2009 *Media Studies: An Introduction*. Oxford: Wiley-Blackwell
- Kronig, J 2000 Elite versus Mass: The Impact of Television in an Age of Globalization, dalam *Historical Journal of Film, Radio and Television Vol 20 No. 1*, hal 43-49
- Leistyna, Pepi 2009 "Social Class and Entertainment Television: What's So Real about Reality TV?" dalam Hammer, Ronda & Kellner, Douglas. *Media/Cultural Studies: Critical Approaches*. New York: Peter Lang, hal. 339-359
- Manan, Abdul 2005 *Kesempurnaan Ibadah Ramadan*. Jakarta: Penerbit Republika
- Nielsen Newsletter 2010. 8th edition, 30 Agustus 2010. [www. agbnielsen.co.id](http://www.agbnielsen.co.id) [diakses tanggal 30 Juli 2011]
- Onishi, Norimitsu 2009. Do Wee See Indonesia in Reality TV? Dalam <http://www.thejakartaglobe.com/home/do-we-see-indonesia-in-reality-tv/277838> [diakses tanggal 2 September 2011]
- R, Ayi Yunus (tanpa tahun). *Ajaibnya Puasa* (Fasting is Amazing). Bandung: DAR Mizan