

# TELEVISI MEDIA APRESIASI SENI MASYARAKAT

**Mardjono**

Jurusan Seni Media Rekam  
Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta

## **Abstract**

*People's appreciation in performing arts especially the traditional arts is still very low. Generally, people were more accustomed to popular arts which easily can be enjoyed daily on television, radio, and other mass medias. The youngsters are not appreciative of traditional performing arts that are considering as ancient, not interesting, boring, etc. the technologies of mass medias such as television have superiority as the media in communicating every art events to the society hence the society can easily appreciate thus the sense of belonging will grow. In this context, television has strategic role as communication media in developing the society's appreciation in arts. The symptom shows mass media's, television's particularly, role progress as an important institution in society.*

**Key words** : *media, television, appreciation, art*

## **Pengantar**

Perkembangan informasi melalui media komunikasi telah memberi pengaruh besar bagi kehidupan manusia di dunia, mulai dari kalangan masyarakat biasa (awam) sampai kaum politisi, usahawan bahkan intelektual. Revolusi informasi yang demikian kuat dan cepat, menjadikan dunia telah menjadi sistem pertukaran informasi yang besar tanpa mengalami hambatan. Pertukaran informasi mampu melampui batas geografis, sehingga dunia seakan-akan tanpa batas. Itulah yang dikatakan globalisasi.

Keterbukaan dunia informasi seperti sekarang ini, membuat orang dengan mudah dapat memperoleh berbagai informasi dalam waktu yang cepat. Dapat dengan mudah mengakses karya-karya, pikiran-pikiran, maupun hasil penelitian, penemuan demi kemajuan hidup manusia. Dengan mudah kita memperoleh sumber primer.

Dunia internet yang berkembang demikian cepat, dapat menjadi wahana pertarungan nilai-nilai dari berbagai macam informasi dari seluruh dunia, lepas itu bernilai negatif maupun bernilai positif dipandang dari budaya masyarakatnya, termasuk budaya masyarakat Indonesia dengan falsafah

Pancasilanya. Seiring dengan globalisasi yang sedang bergairah seperti sekarang, menjadi tantangan bangsa Indonesia dalam menjaga jati dirinya. Informasi dari negara maju (barat) dengan latar kebudayaan yang berbeda dengan budaya timur, akan mempunyai pengaruh besar bagi kehidupan tata nilai bangsa sendiri. Pandangan bangsa-bangsa dunia ketiga yang cenderung menganggap budaya barat lebih maju, lebih unggul dan lebih modern, bisa-bisa menjadi referensi bangsa sendiri untuk berubah kearah budaya barat yang sebenarnya belum tentu sesuai dengan kepribadian bangsa sendiri. Pandangan seperti itu terkadang menjadi penghalang upaya masyarakat atau pemerintah untuk menghargai milik bangsa sendiri. Tetapi bagaimanapun, informasi dari budaya barat itu juga tetap diperlukan demi kemajuan bangsa sendiri.

Sementara negara maju sebagai sumber informasi, dimungkinkan mempunyai budaya yang sangat berbeda dengan budaya bangsa sendiri. Meskipun kita tidak bersikap menutup diri, namun dalam rangka melindungi jati diri, paling tidak diperlukan rujukan nilai untuk mengantisipasi dan sekaligus menjaga jati diri bangsa. Bagi bangsa Indonesia, rujukan nilai itu adalah Pancasila, karena Pancasila bukan

sekedar ideologi, pandangan hidup dan dasar negara, tetapi Pancasila secara substantif, diangkat dari nilai-nilai yang sudah mengakar dalam kehidupan bangsa Indonesia jauh sebelum bangsa Indonesia membentuk diri sebagai bangsa yang merdeka. Orang menyebutnya Pancasila diangkat, digali, bersumber dari budaya bangsa sendiri. Nilai-nilai sebagai sumber atau asal materi Pancasila oleh masyarakat pendukungnya telah diakui sebagai petunjuk hidup dan telah dipraktekkan secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, dalam penerapannya sebagai ideologi, sebagai pandangan hidup, Pancasila tetap akan diterima oleh seluruh lapisan bangsa Indonesia. Dalam konteks Pancasila tersebut, salah satu nilai yang dapat dijadikan rujukan adalah bersumber dari seni pertunjukan, salah satunya ialah wayang. Wayang di dalamnya mengandung nilai-nilai yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, yakni nilai budi pekerti (moral), falsafah hidup berbangsa dan bernegara, bahkan masalah hubungan manusia dengan Sang Kholik.

Wayang sebagai budaya bangsa Indonesia, selain mempunyai nilai utama hiburan, juga mengandung nilai tuntunan dan tatanan. Saratnya nilai yang dikandung dalam wayang itu, wayang dapat berfungsi sebagai medium komunikasi. Dengan fungsi seperti itu, melalui ceriteranya, wayang berisi pesan-pesan yang mampu menyentuh berbagai aspek kehidupan.

Melalui pesan-pesan yang dimiliki oleh wayang, wayang juga mempunyai nilai pendidikan, dalam arti ikut serta membentuk kepribadian seseorang bahkan masyarakat bangsa Indonesia. Pesan dalam dunia wayang umumnya disampaikan melalui narasi, dialog antar tokoh, sabet, sulukan dan mungkin iringan pakeliran. Seberapa jauh pesan itu dapat diterima dan dipahami oleh masyarakat, tergantung pada kesanggupan dan kemampuan penerima itu sendiri, maupun kemampuan dalang dalam mengemas pesan.

Posisi seni sebagai rujukan tersebut berorientasi pada seni itu sendiri. Bahwa seni yang berwujud karya seni, entah itu auditif, visual maupun auditif-visual, akan berkomunikasi dengan subyek melalui panca inderanya, karena itulah bisa dikenali nilai atau pesan yang

dikandung oleh karya seni itu. Oleh karena itu, karya seni (termasuk seni pertunjukan) menjadi sangat berfungsi dalam masyarakat, karena seni selain memberi hiburan, juga menyampaikan pesan seniman berupa nilai-nilai yang wigati.

### Komunikasi sebagai Proses

Astrid S. Susanto (1974, hal. 33) menjelaskan bahwa proses komunikasi adalah proses pengoperan dari lambang-lambang yang mengandung arti. Proses komunikasi melalui media adalah proses pengoperan dari lambang-lambang yang mengandung arti yang dioperkan dengan menggunakan saluran-saluran yang dikenal dengan radio, pers dan televisi. Dalam arti ini, perkataan media dipergunakan dalam arti terbatas, artinya media sebagaimana dikenal dalam arti mass media atau media massa. Yaitu media yang dapat mencapai massa atau jumlah orang yang tidak terbatas. Dalam arti luas, media dapat dipergunakan juga untuk udara, alat telepon, telegrafi dan lain sebagainya. Dalam proses ini, menunjukkan betapa pentingnya peran atau fungsi media itu sendiri dalam masyarakat. Denis Mc Quail (1996, hal. 4) pentingnya fungsi media itu, didasari oleh kondisi : (1) bahwa media (media massa) merupakan sumber kekuatan dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan lainnya; (2) media dapat juga berperan sebagai wahana pengembangan kebudayaan; (3) media dapat menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan. Dalam kaitan ini, media ikut berperan aktif sebagai penyalur dan "toko" informasi, sehingga dengan demikian peranan media itu akan lebih kuat dibanding dengan pengaruh yang ditimbulkan oleh media itu.

Komunikasi sebagai suatu proses yang mengoperkan lambang-lambang yang mengandung arti, maka komunikasi sendiri merupakan juga suatu proses sosial. Hal ini dikarenakan, lambang-lambang yang diberikan arti oleh pendukungnya, akan mempunyai arti yang khusus untuk masyarakat yang bersangkutan. Maka dari itu, komunikasi sebagai suatu proses adalah *any connected series of events*, maka dengan sendirinya proses komunikasi sebagai suatu proses sosial a

*characteristic mode or manner in which related social events may occur* (Astrid S Susanto, 1977, hal.23). Dalam proses komunikasi itu, akan mencakup sejumlah masalah dan prioritas tertentu. Pada komunikasi antarpribadi (*interpersonal*), titik perhatian lebih banyak ditujukan pada proses memahami, mengingat atau menginterpretasikan informasi dan hubungan timbal balik dengan lingkungannya. Berbeda dengan komunikasi antarpersonal dan *intragroup*. Pada tingkat ini, masalah yang menjadi perhatian berkaitan dengan : bentuk wacana, pola interaksi, kedekatan (*afiliasi*), norma-norma, hierarki dan pengendalian serta pengaruh.

Komunikasi sebagai suatu proses, mempunyai segi obyektif dan segi subyektif. Segi obyektif berkaitan dengan lambangnya sendiri, yakni arti yang melekat pada lambang yang dimaknai oleh penerima maupun pengirim lambang, dan segi subyektif berkaitan dengan arti yang diberikan kepada suatu lambang. Dalam proses komunikasi sekurang-kurangnya diperlukan dua orang, maka dari itu, dalam proses tersebut, telah terdapat dua segi subyektif dan dua segi obyektif, dalam mana segi obyektif dapat dikurangi menjadi satu segi obyektif, karena antara dua orang tersebut terhadap lambang yang dioperkan itu memiliki arti sama. Sedangkan segi subyektif tidak mungkin, sebab komunikasi itu menyangkut aspek psikologis. Oleh karena itu dalam satu proses komunikasi, kita perlu mempertimbangkan adanya dua segi subyektif antara dua orang (pihak) yang berkomunikasi.

Komunikasi dapat dipahami, syarat utama, bahwa lambang-lambang di beri arti yang sama oleh pemakai lambang dan penerima lambang. Berlangsungnya proses komunikasi itu, peranan media menjadi penting. Penting bukan saja sebagai saluran untuk menyampaikan berita (informasi), tetapi media menjadi semacam pelontar terhadap berita untuk kemudian diterima atau dipahami oleh sasaran. Dengan dipahaminya berita tersebut oleh sasaran (dalam hal ini komunikan), maka telah terjadi interaksi diantara pengirim dan penerima berita. Dari interaksi itulah dimungkinkan akan terjadi pula perubahan sikap atau perilaku. Hal ini berarti, arti yang diberikan

kepada suatu lambang telah ditangkap dan dipahami sama oleh komunikan.

Dalam konteks ini, komunikasi bukan saja penyampaian informasi, tetapi juga pembentukan *public opinion dan public attitude*, yang dalam kehidupan sosial dan politik memainkan peranan yang penting. Secara lebih khusus, dapat dikatakan bahwa komunikasi adalah proses merubah perilaku orang (pihak) lain. Secara dasariah, dalam komunikasi berlangsung, adanya kesamaan makna mengenai apa yang dipercekapkan atau diinformasikan. Kesamaan makna itu, adalah kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat, sebab dalam kegiatan komunikasi, bukan saja informatif, tetapi juga persuasif agar pihak lain bersedia menerima.

Astrid S Susanto kembali menegaskan, bahwa segi subyektif selanjutnya ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu : (1) frekuensi interaksi, semakin sering mengadakan interaksi akan makin berhasil; (2) teratur-tidaknya interaksi yang diadakan, makin teratur, arah interaksi dapat ditentukan perkembangannya; (3) tersebar tidaknya interaksi, banyak sedikitnya pihak-pihak yang diajak interaksi; (4) interaksi dijalankan dengan prakarsa searah atau tidak (dijalankan dengan inisiatif); (5) interaksi dijalankan dengan langsung atau tidak.

Komunikasi dari bahasa latin communication dan bersumber dari kata communi yang berarti sama. Sama dalam hal ini adalah sama makna, oleh karena itu, komunikasi akan terjadi dan berlangsung selama ada kesamaan makna. Dengan demikian kesamaan makna menjadi syarat terjadinya komunikasi, sebab komunikasi bukan hanya menyampaikan informasi, bukan sekedar orang lain bersedia menerima informasi.

Hovland, Harold Laswell menuliskan bahwa komunikasi adalah proses menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Untuk mendukung berlangsungnya komunikasi, diperlukan unsur mutlak yang harus ada, yakni : komunikator (*control analysis*), media analysis (radio, televisi, pers, film), *content analysis* (pesan), komunikan (*audience analysis*) dan efek atau dampak yang ditimbulkan (*effect analysis*) (Onong Ochjana

Effendy, 1993, hal.2-3). Dengan pengertian itu, menunjukkan betapa besar peranan media dalam proses komunikasi, ialah sebagai pembawa berita (pesan) yang kemudian berdampak pada perubahan sikap atau perilaku penerima berita.

Dengan peran yang besar itu, maka media komunikasi merupakan penemuan teknologi, yang memungkinkan orang untuk mengadakan komunikasi bukan saja dengan komunikan yang mungkin tidak pernah dilihat, tetapi juga kepada generasi yang akan datang. Dengan demikian maka media komunikasi berhasil mengatasi hambatan berupa pembatasan yang diadakan oleh waktu, tempat dan kondisi geografis (Astrid S Susanto, 1974, hal.448). Melalui penggunaan media komunikasi itu, memungkinkan komunikasi dengan jumlah orang yang lebih banyak. Dalam mana, media bukan saja merupakan alat komunikasi informasi yang harus ada, tetapi bertindak (berperan) sebagai penghubung informasi ataupun suatu aktivitas ke pihak lain (publik).

Setiap macam media komunikasi mempunyai sifat-sifat khasnya. Oleh karena itu, penggunaannya pun juga harus diperhitungkan sesuai dengan kemampuan dan sifat khas dari media itu sendiri. Dengan demikian tidak semua media komunikasi mampu menjadi wahana yang cukup baik. Radio dan televisi misalnya, berbeda keefektifannya dalam hal hiburan. Radio umumnya kurang dapat diingat pesannya dibanding dengan televisi, karena penerimaan pesan melalui visual dan audio, sehingga akan mempertinggi intensitas pesan yang diterimanya. Misalnya drama akan lebih efektif dan lebih berhasil melalui media televisi dari pada radio. Untuk musik, tembang, lebih memanfaatkan radio. Dalam kesenian (seni) pertunjukan umumnya lebih efektif melalui televisi dari pada radio, lebih-lebih media cetak. Lepas dari ke-efektifannya media radio maupun televisi tersebut, radio maupun televisi, dapat menjadi wahana efektif dalam membangun apresiasi seni masyarakat. Radio dan televisi sebagai media massa, lahir setelah adanya beberapa penemuan teknologi telepon, telegraf, fotografi dan rekaman suara.

Bertolak dari proses komunikasi, di mana media berfungsi sebagai pembawa berita, yang kemudian terjadi perubahan sikap dan

perilaku pada penerima berita. Kaitannya dengan apresiasi seni masyarakat, perlu ditelusuri seberapa besar peranan media komunikasi khususnya televisi dalam menumbuhkan apresiasi seni pada masyarakat”.

Media komunikasi (dalam hal ini adalah media massa), secara sistematis dan kontinu menjadi wahana penting dalam alih budaya melalui sajian acara atau berita. Dalam hal ini, terjadi penyebaran ide, gagasan dan nilai-nilai untuk mengembangkan budaya atau kepribadian bangsa. Secara langsung atau tidak, publik banyak menyerap nilai-nilai, ide, gagasan ataupun peristiwa yang disajikan, yang menjadikannya sebagai sumber inspirasi dan acuan untuk melihat berbagai permasalahan disekitarnya. Contoh, sajian seni tradisi yang ditayangkan televisi dan atau radio, sangat efektif dalam menyebar luaskan pesan-pesan moral, pesan pembangunan, sajian seni tradisi, selain menjadi tontonan juga menjadi tuntunan. Ini merupakan bentuk revitalisasi kesenian tradisi.

### **Televisi sebagai Media Komunikasi**

Raymond Williams (Denis Mc Quail, 1996, hal.15) menegaskan bahwa radio dan televisi merupakan sistem yang dirancang terutama untuk kepentingan transmisi dan penerimaan yang merupakan proses abstrak. Radio pada mulanya hanya merupakan suatu teknologi, setelah itu, baru radio berperan sebagai alat pelayanan. Demikian pula halnya dengan televisi, mulanya lebih dipandang sebagai barang mainan (sesuatu yang baru) yang memberikan sumbangan terhadap kehidupan sosial.

Inovasi penting yang terdapat pada radio dan televisi ialah kemampuannya menyajikan komentar atau pengamatan langsung pada saat suatu peristiwa berlangsung. Namun dalam prakteknya, kemampuan itu tentu saja memiliki keterbatasan, dalam mana, banyaknya peristiwa yang perlu diketahui oleh publik, menjadikan kadar aktualitas yang disuguhkan oleh reporter ataupun komentar tertulis atau film juga terbatas. Selain itu, peliputan atau pelaporan atas peristiwa yang mestinya diketahui oleh publik, bisa terhambat oleh ketatnya peraturan, pengendalian atau pemberian ijin oleh pihak penguasa dengan berbagai alasan tertentu.

Terlepas dari masalah peraturan, pengendalian maupun perijinan, kedua media tersebut memberi manfaat besar bagi kepentingan komunikasi, yakni komunikasi massa.

Komunikasi melalui media televisi, prosesnya terbagi dua tahap, yakni komunikasi primer dan sekunder. Komunikasi primer, merupakan proses penyampaian pikiran, perasaan, gagasan, ide seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media, seperti bahasa, isyarat, warna dan sebagainya, yang secara langsung mampu menerjemahkan kepada komunikan (*audienc analysis*). Pikiran, gagasan, perasaan tersebut, baru dipahami pada orang lain bila telah ditransmisikan kepada orang lain dengan menggunakan media primer (lambang) tersebut. Dengan demikian maka pesan atau informasi itu, terdiri dari isi (*content*) dan lambang simbol). Komunikasi sekunder, merupakan proses penyampaian pesan dalam komunikasi dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media primer. Media kedua tersebut dilakukan, dikarenakan komunikannya dalam jumlah besar dan berada ditempat yang berbeda-beda (jauh). Oleh karena itu, komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Karena itulah perlu mempertimbangkan ciri dan sifat media yang akan digunakan.

Televisi yang dimaksudkan dalam hal ini adalah televisi siaran (television broadcast) yang merupakan media dari jaringan komunikasi massa. Di luar jaringan komunikasi massa, juga ada televisi jenis lain yang biasa dioperasikan dalam lingkungan khusus dan terbatas, seperti televisi di kampus untuk kepentingan pembelajaran, CCTV. Televisi semacam ini terbatas pada jaringan televisi sekitar, hubungannya dengan pemancar disalurkan lewat kabel.

Televisi siaran, di mana sistem hubungan dan pengiriman pesan kepada audience adalah sebagaimana pada komunikasi massa, yang ciri-cirinya (Onong, 1993, hal. 15) yaitu : berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserampakan dan komunikannya heterogen. Sedang pada jaringan

televisi sekitar, biasanya pesan-pesannya bersifat khusus, komunikannya homogen.

Televisi sebagai media komunikasi, mencakup perpaduan unsur audio dan video, radio dan video, penyiaran (broadcast) dan gambar bergerak (*moving images*). Tanpa kedua unsur itu, bukan merupakan televisi, artinya tidak mungkin pemirsa menangkap siaran televisi bila tidak ada prinsip radio yang ditransmisikan dan tidak mungkin pemirsa melihat gambar yang bergerak bila tidak didukung unsur film yang memvisualisasikan.

Sesuai arti televisi dari kata "tele" yang berarti jauh dan "visi" (*vision*) yang berarti penglihatan. Aspek jauh-nya ditransmisikan dengan prinsip radio dan aspek vision diwujudkan dengan prinsip kamera, sehingga menjadi gambar. Dengan demikian televisi terdiri atas dua bagian, yakni saluran suara dan saluran video.

Televisi sebagai media komunikasi, pada dasarnya tidak berbeda dengan media lain dalam fungsinya sebagai wahana menyampaikan pesan (*content analysis*) dari komunikator kepada *audience analysis*, seperti pers, radio, yakni mengemban misi penerangan, informatif, pendidikan dan hiburan.

Fungsi penerangan (*the information function*), fungsi itu sebenarnya sudah terbentuk sejak kemunculan televisi itu sendiri di Amerika Serikat tahun 1946, yakni dalam bentuk pemberitaan tentang sidang umum PBB setelah selesainya perang dunia ke II, yang oleh bangsa Amerika dianggap sangat penting. Dalam fungsi ini, televisi merupakan media yang mampu menyiarkan informasi yang lebih memuaskan, karena komunikan dapat secara langsung melihat, mendengar pada saat peristiwa itu berlangsung.

Fungsi pendidikan (*the educational function*), televisi mempunyai peran besar melalui penyiaran acara pendidikan secara terprogram. Melalui acara yang disiarkan, televisi dapat menyiarkan siaran pendidikan kepada khalayak dalam jumlah yang banyak dan secara simultan. Bisa saja aspek pendidikan disiarkan secara terpadu dengan acara lain, seperti melalui drama, fragmen, film.

Fungsi hiburan (*the entertainment function*), fungsi ini melekat pada televisi siaran secara dominan, dimana sebagian besar

alokasi waktu masa siaran diisi oleh acara hiburan. Hal ini dikarenakan layar televisi dapat ditampilkan gambar hidup beserta suaranya, sehingga seakan-akan nyata dan hadir dihadapannya.

Hadirnya televisi pertama di Amerika, waktu itu adalah untuk melakukan penerangan dalam pemberitaan mengenai sidang PBB yang demikian penting setelah perang dunia II selesai. Sejak itulah masyarakat (terutama Amerika) menaruh perhatian besar pada televisi. Di Indonesia sendiri, televisi hadir dalam bentuk pemberitaan dan penerangan mengenai Asian Games ke IV 1962, dan kemudian dilanjutkan untuk kepentingan propaganda politik pemerintah waktu itu (Garin Nugraha, 2005, hal.258). Dengan demikian, televisi dianggap sebagai media yang mampu menyiarkan informasi yang memuaskan. Hal itu dikarenakan dua faktor penting, yaitu: pertama, peristiwa yang disiarkan itu dapat didengar dan dapat dilihat oleh publik pada saat peristiwa itu berlangsung. Sehingga pemirsa seakan-akan hadir di tempat peristiwa itu. Kedua, informasi yang disiarkan secara audio visual itu sesuai dengan kenyataan, publik dapat melihat dan mendengarkan sendiri.

Televisi sebagai salah satu produk teknologi dan industri, sejak kelahirannya sudah memiliki karakteristik sebagai hiburan. Kultur baru yang dibawa oleh televisi, begitu cepat tumbuh dan mempengaruhi masyarakat. Substansi dari kebudayaan televisi adalah ekspresi dengan menggunakan bahasa verbal dan visual sekaligus. Ekspresi seperti itu, sebenarnya juga telah dimiliki oleh seni tradisi, seperti wayang kulit, karawitan, tembang.

### **Peranan Televisi dalam Menumbuhkan Apresiasi Seni Masyarakat**

Kita semua tahu bahwa Indonesia adalah potret sebuah negara yang memiliki potensi seni cukup besar. Kebhinekaan dan kemajemukan dalam berbagai hal bagi bangsa Indonesia itu, akan semakin mengukuhkan dan mensahkan betapa beragamnya seni budaya kita, termasuk seni pertunjukan yang bergelar tradisi. Ada wayang kulit yang cukup populer dan

telah mengindonesia, reog, ketoprak, ludruk dan banyak lagi lainnya.

Seni-seni pertunjukan itu, selain sebagai ungkapan ekspresi, tentu saja juga sebagai alat artikulasi, karena menggunakan idiom-idiom kebudayaan nasional. Dari sisi fungsi, seni pertunjukan memiliki dua dimensi, ialah substansi (hakekat) dan material (sosok) (Fred Wibowo, 2005, hal.249). Dimensi substansi, mencerminkan bahwa seni pertunjukan dapat dipahami sebagai ekspresi penghayatan seniman dengan latar belakang kehidupannya, pengalamannya, lingkungannya, gagasannya dan sebagainya atas sesuatu yang merangsang daya ciptanya, yang kemudian diwujudkan dalam bentuk karya seni. Maka karya seni yang dihasilkan itu, menjadi sangat bermakna dan berdaya hidup. Secara material, bahwa seni pertunjukan itu berwujud sesuatu yang memberi sentuhan rasa indah, senang dan puas. Dalam konteks ini, seni pertunjukan berfungsi sebagai hiburan. Dengan dimensi tersebut, maka seni pertunjukan sangat berfungsi di dalam masyarakat, yakni memberi hiburan, kepuasan cita rasa dan menyampaikan pesan-pesan sang seniman berupa nilai-nilai, penghayatan hidup, dan sebagainya. Oleh karena itu, bagi masyarakat yang menikmati seni pertunjukan, selain terpenuhi kebutuhan akan hiburan, juga memperoleh pengalaman atau referensi baru berupa nilai-nilai, pandangan hidup dan sebagainya dari seniman.

Begitu beragamnya kasanah seni pertunjukan kita, maka tidak mengherankan apabila Indonesia dikatakan memiliki kasanah seni yang tidak bakal habis digali. Celaknya, di balik suburnya kasanah seni pertunjukan yang kita miliki, tidak semua masyarakat kita mengenali, memahami bahkan peduli terhadap seni pertunjukan kita. Bila hal itu benar adanya, menandakan apresiasi masyarakat terhadap seni pertunjukan sangatlah kurang.

Sehubungan dengan kemungkinan rendahnya apresiasi masyarakat terhadap seni pertunjukan, diperlukan upaya menumbuhkan dan mengembangkan apresiasi seni masyarakat melalui berbagai strategi, salah satunya melalui media televisi sebagai media yang dipandang cukup efektif untuk

mengkomunikasikan karya seni (seni pertunjukan) kepada publik. Melalui komunikasi tersebut, dapat dikenali bentuk pengalamannya, gagasannya, pesan-pesannya maupun nilai yang dikandungnya.

Ironisnya, seni pertunjukan yang bergelar tradisi, dalam konteks kehidupan masyarakat modern, kurang mendapat tempat sebagaimana seni modern. Sehingga dapat dimungkinkan seni pertunjukan tersebut, bisa-bisa tidak mendapat perhatian dari masyarakat. Akibatnya, disatu sisi, masyarakat modern tidak lagi peduli terhadap seni pertunjukan tradisi, sehingga keberadaan seni tersebut pada tarap hidup dan mati. Pada sisi lain, karena seni pertunjukan tradisi tidak mempunyai pendukung, maka akan kehilangan pengikut, sehingga seni tersebut tersingkir dari percaturan kehidupan seni pada masyarakat modern.

Kondisi seperti tersebut di atas, nampaknya tidaklah adil, sebab seni akan mengkomunikasikan gagasannya, nilai yang dikandungnya kepada masyarakat zamannya. Maka dari itu, bahasa seni bagi seni tersebut adalah bahasa seni zamannya. Sementara, zaman dan masyarakat itu sendiri terus berubah, termasuk cara berpikinya. Masyarakat sekarang yang telah maju, memiliki cara berpikir manusia modern yang dipengaruhi oleh masyarakat negara maju, maupun memiliki cara berkesenian sendiri, yakni (katakanlah) seni modern.

Dengan kondisi seperti itu, seni pertunjukan tradisi dikomunikasikan dalam kehidupan masyarakat modern seperti sekarang, maka seni pertunjukan tradisi akan ditafsirkan menurut cara berpikir dan berkesenian masyarakat modern. Oleh karena itu, seni pertunjukan tradisi yang pada zamannya mempunyai nilai tinggi, kemudian dibaca dengan cara baca masyarakat modern, dianggap tidak "zamani", tidak relevan lagi untuk kehidupan kesenian modern.

Baagi masyarakat awam, muncul kesan kurang menguntungkan bagi seni (pertunjukan) tradisi, dalam mana seni tradisi sering dikaitkan dengan kuna, tidak berubah, literate, berwawasan sempit, tidak menarik, membosankan dan sebagainya. Sajiannya banyak pengulangan-pengulangan dan lebih panjang dalam kontek durasi waktu, sehingga

penilaian negative (membosankan) datang dari mereka yang kurang akrab dengan kesenian itu. Hal ini bisa dimaklumi, karena seni tradisi bisa jadi sulit dicerna oleh masyarakat dari luar daerah budayanya

Dengan demikian, seni masa lampau yang masih punya daya tarik pada zaman sekarang, daya tarik itu lebih disebabkan karya seni itu masih terbaca dalam cara sekarang (Jakob Sumardjo, 2006, hal.2).

Seiring kemajuan jaman, di mana kehidupan masyarakat makin modern, peranan media komunikasi makin dirasakan mutlak adanya. Disatu sisi media tersebut sebagai alat komunikasi informasi, di sisi lain media itu sendiri menjadi penghubung antara kegiatan dengan masyarakat, termasuk di dalamnya kegiatan kesenian. Oleh karena itu, makin luas dan makin umum daya sebar jangkauan media komunikasi ke tengah masyarakat, maka media tersebut akan mempunyai posisi yang begitu strategis.

Dalam bidang seni (pertunjukan), media komunikasi mempunyai peranan yang cukup besar, baik bagi para pelaku seni maupun penggiat seni. Peran itu digambarkan, bahwa media komunikasi bertindak sebagai dokumentator, sebagai pencatat sejarah. Dalam hal ini media komunikasi mampu memberi informasi pertunjukan masa lalu yang pernah dipentaskan. Bahkan format penulisannyapun, media komunikasi dapat mengambil peran melakukan refleksi dalam kaitannya dengan jamannya.

Dalam masyarakat modern seperti sekarang ini, media komunikasi merupakan alat komunikasi informasi yang mutlak. Ia sebagai penghubung antara kegiatan kesenian dengan publik. Lihat saja festival Solo Batik 2009 di Surakarta, kegiatan itu menjadi lebih bergema dan sampai pada khalayak yang lebih luas, bahkan diluar perkiraan pelakunya sendiri. Kegiatan hari tari yang diadakan oleh ISI Surakarta, telah mendapat simpati dan sambutan dari berbagai pihak, baik pelaku seni maupun penggiat seni, sehingga mereka menyatakan berpartisipasi di dalamnya.

Bentuk komunikasi informasi sendiri mengalami perubahan dari masa ke masa. Pada satu masa (masa lampau), di mana bentuk media komunikasi masih terbatas, masih

sederhana termasuk daya penyebarannya. Maka sosialisasi atas suatu pertunjukan juga terbatas. Hanya satu masyarakat tertentu saja yang bisa mengapresiasi, dan biasanya hanya mereka yang secara ekonomi lebih baik hidupnya. Dimana ia mampu menyediakan perangkat media komunikasi dalam kehidupan rumah tangganya. Seperti masyarakat perkotaan yang memang telah terfasilitasi oleh pemerintah dalam bentuk media umum, seperti televisi umum di kantor polisi, kantor penerangan. Oleh karena itu, media radio, surat kabar atau televisi yang jumlah dan daya penyebarannya terbatas, berakibat pada terbatasnya kelompok masyarakat yang dapat mengapresiasi.

Sebelum media televisi, surat kabar berkembang secara luas di masyarakat, radio telah hadir dan mempunyai daya jangkauan yang cukup efektif. Karena itu media radio masih merupakan satu-satunya media yang dapat memberi hiburan masyarakat, termasuk pertunjukan di dalamnya. Disamping murah, membumi, juga masih minimnya hiburan.

Radio dibutuhkan sebagai media ekspresi yang cukup luas daya jangkauannya dibanding pertunjukan panggung, sementara teknologi promosi juga belum berkembang. Dengan demikian radio menjadi partner masyarakat dalam hal hiburan. Disamping itu radio juga membutuhkan acara yang menarik dan digemari oleh pendengarnya. Salah satu acara itu adalah penyajian kesenian. Pada masyarakat pedesaan misalnya, yang secara mayoritas adalah masyarakat biasa yang sebagian besar petani, kebutuhan terhadap radio adalah untuk hiburan, dengan demikian acara yang bersifat informatif (berita) kurang dianggap penting. Kondisi ini menunjukkan bahwa antara radio dan kesenian saling membutuhkan, di sisi lain radio belum didominasi oleh aspek bisnis. Lewat radio itu, dapat dinikmati berbagai siaran kesenian sesuai dengan wilayah budayanya masing-masing. Dan masa itu, satu-satunya informasi dan sajian kesenian hanya didapat lewat radio.

Demikian pentingnya peranan radio bagi masyarakat dalam hal memenuhi kebutuhan hiburan, radio menjadi media komunikasi yang cukup berpengaruh bagi apresiasi masyarakat terhadap seni. Seperti ketika RRI Nusantara II Yogyakarta yang lekat dengan siaran

ketopraknya, sehingga masyarakat sangat apresiatif untuk selalu mengikuti acara ketoprak. Maka tidak aneh ketoprak menjadi idola radio RRI Yoyakarta melalui tokoh-tokohnya, seperti Basiyo, Tjokrodijo, Parinah dan Kadariyah. RRI Surakarta misalnya, dapat dinikmati berbagai siaran kesenian tradisi pada jam atau hari tertentu, seperti siaran wayang kulit semalam suntuk setiap malam minggu pertama dan ketiga, siaran klenengan (konser karawitan), siaran wayang orang, siaran keroncong. Melalui acara siaran itu, masyarakat menjadikan acara kesenian sebagai bagian dari kebutuhannya. Lewat radio, masyarakat dapat merasakan kenikmatan estetis kesenian yang hidup dalam wilayah budayanya, dan tumbuh kesadaran bahwa itu adalah miliknya. Kondisi yang obyektif yang digambarkan di atas, menunjukkan bahwa radio sebagai media komunikasi, memberi bukti yang jelas begitu penting dan efektifnya sebuah media massa dalam membentuk (membangun) opini masyarakat dan meningkatkan daya apresiasi masyarakat

Munculnya televisi yang juga menyuguhkan tayangan ketoprak secara rutin, ternyata menjadi acara favorit masyarakat. Demikian populernya tayangan ketoprak itu, mendorong munculnya kelompok ketoprak amatiran, seperti ketoprak mahasiswa, ketoprak ndeso, ketoprak pembaharuan, ketoprak eksperimen dan lain sebagainya (Bondan Nusantara, 2005, hal.243-247). Kemudian munculnya ketoprak format baru tahun 1991 di televisi Yoyakarta, yakni ketoprak plesetan. Pada ketoprak ini, karena formatnya hiburan dan bentuknya kritik sosial, ketoprak plesetan cukup diminati, di mana dari ketoprak plesetan ini, muncul ketoprak lain, seperti : ketoprak Banjaran 1993, ketoprak humor 1993, ketoprak plus versi Didik Nini Thowok 1995 dan ketoprak Jampi stres Marwoto 1998. Demikian juga televisi Indosiar yang menayangkan wayang kulit semalam suntuk secara rutin tiap malam minggu pada tahun 1990-an, menjadi daya tarik masyarakat untuk menonton tayangan wayang kulit. Dari situlah masyarakat benar-benar merasa mendapat hiburan dengan tanpa hadir di tempat pertunjukan, tetapi cukup diruang keluarga sambil menikmati istirahat. Hal ini menunjukkan telah terjadi apresiasi masyarakat terhadap seni, khususnya wayang.

Seiring berkembangnya teknologi informasi dalam bentuk televisi dan meluasnya media cetak, seperti koran masuk desa, listrik masuk desa. Ruang apresiasi masyarakat terhadap seni semakin luas dan bervariasi, di satu sisi dominasi peranan radio mulai berkurang. Melalui televisi orang dapat menikmati pertunjukan secara visual dan auditif. Hal ini menjadikan televisi sebagai partner masyarakat. Televisi sejak kelahirannya telah memiliki karakteristik sebagai hiburan (Fred Wibowo, 2005, hal 253). Bahkan di Amerika Serikat, televisi lahir dari tuntutan rumah tangga-rumah tangga yang memimpin keluarga mereka bisa berkumpul setelah pergi berpenjar. Televisi menjadi medium yang tepat saat berkumpul itu untuk hiburan dan informasi di ruang keluarga. Televisi mampu menedrobos dinding kamar dan langsung hadir keruangan. Dalam kondisi inilah, televisi berhadapan langsung dengan orang-orang dengan melakukan komunikasi searah dan sulit diganggu. Melalui kekuatan yang dimiliki televisi, ialah bahasa visual dan mungkin trik-trik teknologi, menambah kemampuan televisi menarik masyarakat masuk ke dalamnya.

Sebagaimana radio, televisipun membutuhkan acara yang menarik dan digemari, sehingga hubungan antara televisi dan pertunjukan dalam berkembangannya berjalan seiring. Televisi tanpa acara yang menarik dan digemari, dipastikan akan ditinggalkan pemirsa. Di sinilah pertunjukan mendapat ruang baru, yang berarti pula masyarakat mempunyai peluang untuk mengapresiasikannya.

Dampak yang tidak terelakkan dari perkembangan pertelevisian, makin surutnya kehidupan seni pertunjukan keliling, termasuk tobong. Bahkan pertunjukan film layar lebarpun ikut mengalami nasib hidup dan mati. Dengan televisi, orang tidak perlu susah pergi (mendatangi) ketempat pertunjukan dengan harus membayar bea masuk, dengan menyediakan perangkat TV, hiburan keluarga dapat terpenuhi.

### **Keprihatinan Seni Pertunjukan di Balik Popularitas Televisi**

Secara umum seni menampakan diri sebagai hiburan, pernyataan ini barangkali berorientasi pada munculnya seni itu sendiri

sebagai hiburan. Secara substansial seni bukan sekedar hiburan, di dalamnya terkandung kecenderungan dan cita-cita akan kenyataan kehidupan yang dieksplor oleh seniman. Oleh karena itu seni menjadikan bagian yang penting dari perkembangan kebudayaan dan kehidupan manusia. Hiburan bagi seni itu sebenarnya hanya satu aspek dari makna yang sesungguhnya dari seni itu sendiri.

Dalam perkembangan teknologi seperti sekarang ini, makna dari seni itu telah mengalami pergeseran. Hal ini sangat ironis memang dalam dunia teknologi industri, sebab dalam teknologi industri, berkecenderungan pada aspek ekonomi, ialah bisnis. Ekonomi bisnis, orientasinya lebih pada kepentingan keuntungan. Bila segala kegiatan manusia dalam hidupnya berorientasi pada keuntungan, maka teknologi dan industri akan menentukan orientasi hidup manusia. Kegiatan hidup manusia didasarkan pada kepentingan keuntungan. Oleh karena itu kegiatan kesenian (pertunjukan) pun tidak bisa lepas dari orientasi keuntungan itu. Artinya, kegiatan seni diarahkan pula untuk kepentingan teknologi industri dengan format ekonomi bisnis.

Kesenian dilihat sebagai industri, maka mau tidak mau harus memenuhi aspek keuntungan ekonomis. Bila sudah demikian orientasinya, yang diperhatikan untuk seni pertunjukan lebih pada bentuk fisikanya, sosoknya, ialah untuk hiburan, dan kurang pada aspek makna atau substansi materialnya. Perhatian pada aspek substansi material memang kurang menarik dan bahkan bisa kurang dimengerti sama sekali oleh publik, maka dinilainya seni sebagai seni, sehingga memberi manfaat apa bagi kehidupan manusia, tidak menemukan jawabnya.

Format ekonomi bisnis kesenian, menempatkan kesenian sebagai industri akan mengakibatkan kesenian kehilangan roh, kehilangan manfaatnya sebagai bagian dari kebudayaan yang memberi referensi bagi kehidupan manusia. Kesenian kehilangan nilai idealisme dan lebih pada nilai pragmatisme. Format kesenian berkomoditi bisnis sudah tentu membuat kesenian menjadi kurang bermakna dalam konteks masyarakat, kecuali sekedar hiburan, orang menyebutnya pendangkalan nilai kesenian.

Seni pertunjukan itu sebenarnya sangat berfungsi di dalam masyarakat, sebab, seni pertunjukan selalu memberi hiburan, kepuasan cita rasa. Seni itu juga menyampaikan pesan sang seniman berupa nilai-nilai penghayatan hidup, hati nurani, perhatian, cinta, hakikat hidup dan banyak lagi lainnya. Masyarakat menyaksikan seni (pertunjukan) sudah seharusnya tidak semata-mata menghibur diri, tetapi juga memperoleh referensi pandangan hidup, nilai yang dipahaminya dengan apa yang disampaikan oleh senimannya. Dari pemahaman itulah, maka timbul kesadaran, bahwa seni itu bukan semata-mata sebagai hiburan, tetapi menjadi wahana menyampaikan nilai-nilai wigati untuk kehidupan manusia.

Televisi sebagai medium industri budaya ke dalam ruang keluarga, menghadapi persoalan yang kompleks ketika berhadapan dengan seni pertunjukan. Di satu sisi seni pertunjukan butuh media untuk diapresiasi oleh masyarakat, sehingga terjadi interaksi antara seni pertunjukan dengan masyarakat. Pada gilirannya kehadiran seni pertunjukan pada sajian televisi tidak mendapatkan tanggapan sinis pemirsa. Pemirsa adalah bagian dari warga bangsa Indonesia yang secara hakiki berada dalam satu bingkai budaya nasional bangsa Indonesia. Oleh karena itu, sudah semestinya keberadaan seni pertunjukan mendapat ruang yang luas dalam sajian acara televisi, dan tidak terbatas pada televisi daerah yang bersifat lokal.

kenyataannya, televisi (terutama televisi swasta) cenderung menghidupkan seni pertunjukan yang memberi nilai ekonomi terbesar. Seni pertunjukan seperti itu biasanya bercirikan

1. Seni pertunjukan itu dikonsumsi penduduk terbesar, seperti wayang.
2. Seni pertunjukan yang relatif mudah diapresiasi dengan tanpa pengetahuan, seperti ketoprak humor, ketoprak plesetan yang berisi banyak kritik sosial yang dikemas dalam bentuk hiburan.
3. Seni pertunjukan tersebut telah bertemu dengan berbagai kebudayaan pop, dalam hal ini pemainnya sebagai bintang iklan, pemain sinetron dan sebagainya, sehingga menarik untuk ditonton.

Dengan ciri tersebut, dimungkinkan, seni pertunjukan yang dihadirkan akan mendapat tanggapan pemirsa, sebab secara umum masyarakat telah mengenalnya dan memahami.

Dengan demikian, televisi dalam konteks menghidupkan seni pertunjukan, memiliki kecenderungan lebih besar pada aspek pengembangan ekonomi bisnis dari pada pengabdian terhadap seni pertunjukan itu sendiri. Hal ini membuka kesadaran seniman tradisi, bahwa daya tarik dan daya hidup seni pertunjukan itu, banyak ditentukan oleh interaksinya dengan lingkungan dimana seni itu hidup ( dalam bahasa lain adalah masyarakat pendukung seni tersebut). Bagaimanapun sebuah seni pertunjukan akan terasa bermakna, berbobot atau berkualitas, bilamana ia berada dalam kondisi pendukungnya. Sebaliknya akan terasa tidak bermakna apa-apa dalam kondisi masyarakat awan terhadap seni tersebut. Oleh karena itu *pangalembana* biasanya datang atau diberikan oleh mereka yang memahami dan berada dalam bingkai seni pertunjukan tersebut. Sajian karawitan di televisi misalnya, bagi anak muda sekarang menilainya sebagai sajian yang menyebabkan kantuk, tidak memberikan gairah, semangat hidup. Berbeda bagi mereka dari kalangan seniman tradisi, mereka bisa menikmati sambil menilai bobot karawitannya.

Bagaimanapun juga, sebenarnya televisi tidak selalu berkecenderungan negatif terhadap seni pertunjukan. Televisi sebagai media komunikasi, sebenarnya telah berpihak pada masyarakat dalam hal berapresiasi terhadap seni pertunjukan. Persoalannya pada porsi sajian seni pertunjukan itu yang memang kurang dimiliki, sehingga seakan-akan televisi kurang memberi ruang terhadap kehadiran seni pertunjukan. Keberpihakan ini bisa dirunut dari fungsi televisi itu di dalam masyarakat. Menurut beberapa pakar komunikasi di Amerika Serikat (Fred Wibowo, 2005, hal.255), fungsi televisi tersebut adalah :

1. Menjadi pengawas situasi masyarakat dan dunia.  
Fungsi ini menempatkan televisi pada posisi mengamati kejadian di dalam masyarakat dan kemudian melaporkan sesuai kenyataan yang ditemukan. Menyajikan suatu realitas secara seimbang. Hal ini mestinya termasuk terhadap seni pertunjukan.

2. Memperlihatkan obyektifitas yang seimbang. Dalam fungsi ini, semestinya televisi tidak hanya memperlihatkan hal-hal yang baik, sementara yang buruk diabaikan, namun juga perlu dipertontonkan. Melalui fungsi ini masyarakat mempunyai referensi yang seimbang.
3. Menyebarkan kebudayaan. Fungsi ini, menempatkan televisi pada tujuan mengembangkan kebudayaan dan bukan pada kebudayaan sebagai muatan khusus di dalamnya.
4. Hiburan. Sebenarnya apa yang dipertontonkan televisi dalam sajian acaranya termasuk seni pertunjukan merupakan aspek hiburan. Namun sajiannya itu dapat dikembangkan secara utuh antara substansi materialnya dengan format hiburan.
5. Mobilisasi masyarakat. Dalam fungsi ini, televisi dapat menggerakkan masyarakat dalam suatu gerakan kebudayaan. Dalam mana gagasan atau ide harus tumbuh atas dorongan masyarakat.

Bertolak dari fungsi televisi tersebut, perlu dipikirkan atau dicarikan cara terbaik menghadirkan seni pertunjukan pada televisi dengan penciptaan format yang sesuai dengan formula dalam dunia televisi. Barangkali perlu kerjasama antara televisi dengan lembaga atau institusi kesenian dalam bentuk yang saling menguntungkan. Misalnya ISI Surakarta dengan televisi Tetap Abadi (TATV). TATV bisa menyiarkan sajian tugas akhir mahasiswa kepublik. Sebab tugas akhir mahasiswa itu secara kualitas sudah bisa dipertunjukan kemasyarakat. Dari kerja sama itu, disatu sisi, ISI dikenal oleh masyarakat luas mengenai kualitas dan isinya, sementara dari TATV, makin diminati masyarakat karena sajian keseniannya.

Kita sadari bahwa pertelevisian sebagai salah satu produk teknologi dan industri, sejak kelahirannya sudah memiliki karakteristik sebagai hiburan. Televisi sebenarnya merupakan ekspresi dengan menggunakan bahasa verbal dan visual secara sekaligus.

## Kesimpulan

Mengingat demikian besar peranan media massa dalam membangun opini masyarakat, termasuk dalam membangun apresiasi masyarakat terhadap seni pertunjukan, perlu adanya kerja sama antara insan seni pertunjukan dengan dunia media massa, dalam hal ini media televisi. Berbagai peristiwa kesenian dan perkembangan yang terjadi di dalam dunai seni pertunjukan, perlu segera terkomunikasikan kepada masyarakat melalui media massa (televisi), sehingga tidak terjadi kesenjangan apresiasi antara pekerja seni dengan masyarakatnya. Tanpa bantuan media massa, sebuah peristiwa seni pertunjukan dapat terkomunikasikan dan terpublikasikan kepada masyarakat. Dengan demikian, televisi akan turut membangun citra bagi keunggulan seni pertunjukan, disamping mengetengahkan besarnya nilai dan manfaat seni pertunjukan bagi kehidupan manusia.

## Kepustakaan

- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju.
- Mc Quail, Denis, 1996. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, terj. Agus Dharma dkk. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakara.
- Rustopo, Bambang Murtiyoso, editor. 2005. *Mencermati Seni Pertunjukan III Perspektif Pendidikan, Ekonomi, Manajemen dan Media*, surakarta : STSI Press.
- Sumardjo, Jakob. 2006. *Estetika Paradoks*, Sunan Ambu Prees, STSI Bandung,
- Susanto, Astrid S. 1994. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, Bandung: Binacipta.

**Mardjono** : Televisi Media Apresiasi Seni Masyarakat

---

\_\_\_\_\_. 1977. *Pengantar Sosiologi dan Perubahan Sosial*, Bandung: Bina Cipta,

Wright, Charles R. 1988. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung, Remaja Jaya.