

## Nalar Politik Masyarakat Tontonan

Oleh Triyono Lukmantoro

Sebagai produk tontonan, Piala Dunia 2010 tidak mampu dikalahkan. Hampir semua media massa menyajikan momentum pertandingan sepak bola terbesar itu sebagai pemberitaan utama. Berita-berita politik yang rutin dan menjemukan akhirnya tersisihkan. Mengapa? Piala Dunia menyajikan nilai-nilai spektakularitas tontonan yang tidak terlawankan. Maka, untuk menyiasati pemberitaan politik yang gampang mendatangkan kejenuhan, media massa mengadopsi berbagai konsep dari sepak bola.

Simaklah bagaimana penyusunan kabinet presidensial yang memakai istilah “*the dream team*” untuk merujuk pada tim impian yang berisi pemain-pemain hebat dalam sebuah kesebelasan. Para menteri disepadankan dengan pemain sepak bola. Presiden diibaratkan sebagai manajer atau pelatihnya. Tidak hanya itu. Ketika fraksi-fraksi dalam Panitia Khusus (Pansus) Hak Angket tentang Bank Century mengambil sikap tentang kebijakan Bank Indonesia yang mem-*bail out* (memberi dana talangan) kepada bank bermasalah itu, media massa pun melakukan hal serupa. Skor telak 7:2 untuk kemenangan fraksi-fraksi penentang *bail out*. Puncaknya terjadi pada rapat paripurna DPR. *Metrotv* menyebut peristiwa itu sebagai “*Grand Final Pansus Century*”. Lagi-lagi, skor telak 6:3 direbut fraksi-fraksi yang menentang *bail out*.

Semua itu menunjukkan, logika sepak bola sebagai tontonan telah merasuk sangat mendalam pada nalar masyarakat dalam berpolitik. Douglas Kellner (*Media Culture and the Triumph of the Spectacle*, 2005) menyajikan sinyalemen, kehidupan politik dan sosial telah dibentuk oleh tontonan yang disajikan media massa. Realitas itu bisa terjadi karena hiburan populer telah memiliki akar yang kuat dalam tontonan, baik berupa perang, agama, terlebih lagi olah raga. Bukan fenomena yang janggal jika di Indonesia tontonan olah raga yang paling populer adalah sepak bola, maka nalar politik masyarakat pun sangat ditentukan oleh kode-kode dari tayangan sepak bola.

Gejala politik itu tentu bertentangan dengan ide Hannah Arendt (1906-1975) yang menegaskan, politik berpusat pada gagasan tentang kewargaan yang efektif. Politik menekankan nilai dan pentingnya keterlibatan warga dan deliberasi kolektif tentang semua problem yang mempengaruhi warga. Aktivitas politik dinilai bukan pada pencapaian konsensus bersama atau pemahaman umum mengenai kebaikan. Politik dilihat pada kemampuannya dalam mendorong setiap warga untuk mengolah

kekuatan sosial sebagai pelaku aktif. Hal ini diyakini mampu mengembangkan warga dalam memberikan penilaian dan pencapaian kematangan politis.

### **Adu kekuatan**

Pemikiran ideal Arendt tentang politik itu jelas tidak terwujud di negeri ini. Sebab, politik lebih dipahami sebagai adu kekuatan. Lebih buruk lagi, media massa (terutama televisi) yang sangat tergila-gila dengan tontonan, kemudian mengolah dan memperlakukan politik sebagai sejenis permainan yang selayaknya menghasilkan spektakularitas. Artinya adalah politik yang baik mampu memberikan efek tontonan yang menimbulkan keterpesonaan, kegembiraan, atau kemencekaman. Pada akhirnya, warga hanya menempatkan diri sebagai sekumpulan penonton yang begitu asyik menyaksikan pertandingan kekuasaan itu sendiri.

Kenyataan ini, sekali lagi, dapat dilihat pada bagaimana televisi menampilkan kejadian-kejadian politik bagai pertandingan sepak bola. Dalam simplifikasi tayangan televisi, politik diberlakukan sebagai kalkulasi menang-kalah belaka. Apa yang dapat dievaluasi dari semua gejala itu? Politik telah menjadi tontonan dan tontonan telah menjadi politik. Itulah politik dalam masyarakat tontonan. Guy Debord (1931-1994), dalam karyanya yang berjudul *The Society of the Spectacle* (2002), mendefinisikan masyarakat tontonan sebagai masyarakat dalam produksi dunia modern yang menempatkan kehidupan sebagai akumulasi dari tontonan yang tersebar luas.

Semuanya dihidupkan secara langsung dalam sajian yang sedemikian berjarak. Tontonan menghadirkan diri sebagai realitas yang tidak mampu dijangkau, bahkan tidak mampu juga untuk dipertanyakan. Pesan tunggal yang disodorkan masyarakat tontonan ialah “Apa yang tampak adalah bagus; apa yang bagus tampak”.

Karena semua hal diperhitungkan dalam logika penampilan, maka media massa terjebak menyajikan aneka peristiwa yang sensasional. Dalam kaitan itu, kita jadi mengerti kenapa semua media massa memberitakan kasus video porno yang para pelakunya mirip Luna Maya, Ariel Peterpan, dan Cut Tary. Kisah Ariel yang mampu menaklukkan para selebritis cantik memenuhi ruang dan waktu. Kata “menaklukkan” sendiri biasa dipakai dalam sepak bola. Jadi, apa yang diburu media massa bukan dorongan untuk memberikan pengetahuan yang mencerahkan publik, namun sekadar komodifikasi untuk menggapai keuntungan finansial secara maksimal.

Komodifikasi, ungkap Chris Barker (*Cultural Studies: Theory and Practice*, 2000), adalah proses ketika obyek-obyek, berbagai kualitas, dan tanda-tanda dijadikan

komoditas (barang dagangan) belaka. Komoditas itu sendiri bermakna sebagai sesuatu yang tujuan utamanya adalah dijual dalam arena pasar. Komodifikasi yang terjadi secara massif terhadap dunia politik menghasilkan situasi alienasi (keterasingan). Hal itu terjadi karena deliberasi (konsultasi intensif) tidak dijalankan para aktor politik.

Akar munculnya politik sebagai tontonan dan tontonan sebagai politik terjadi ketika politik hanya dipahami sebagai aksi-aksi kompetisi belaka. Politik lebih banyak disoroti pada elemen persaingannya, bukan unsur deliberasi atau pemberdayaannya. Kompetisi, sebagaimana diuraikan Paul B. Horton dan Chester L. Hunt (*Sociology*, 1964), ialah pertarungan untuk menguasai ganjaran (*rewards*) yang tersedia secara terbatas. Karena keterbatasan ganjaran itulah maka monopolisasi terus digulirkan oleh pihak-pihak yang bertarung untuk saling melampaui. Memang, tidak harus terjadi pembunuhan atau kekerasan vulgar dalam kompetisi itu.

### **Terjadinya pertarungan**

Hanya saja, setiap kompetisi selalu mengharuskan terjadinya pertarungan. Ini bisa terjadi karena setiap kompetisi, tegas Horton dan Hunt, mempunyai tiga fungsi. *Pertama*, metode mengalokasikan sumber-sumber yang langka. *Kedua*, membentuk sikap-sikap bagi pihak-pihak yang terlibat dalam kompetisi. *Ketiga*, sebagai perkakas untuk memastikan bahwa setiap pihak yang terlibat dalam kompetisi terdorong untuk mencapai prestasi tertinggi. Contoh kompetisi terbaik terjadi dalam dunia olah raga, terutama sepak bola. Dalam arena itulah status juara begitu langka. Pihak-pihak yang ingin meraih status juara harus berani bersaing dengan cara mengerahkan kemampuan terbaik. Siapa yang mampu mengolah kekuatan dan strategi pasti menjadi pemenang. Sebaliknya, siapa yang tidak dapat meramu kekuatan dan muslihat pasti terjengkang.

Elemen kompetisi menjadi hal yang paling dimuliakan dan disembah dalam dunia perpolitikan kita. Internalisasi (penanaman nilai-nilai) politik macam itu telah merasuk sangat mendalam pada kesadaran diri kalangan elite negeri ini. Pihak media massa, yang sangat terobsesi dengan nilai berita dari peristiwa politik yang penuh pertikaian sebagai kejadian yang bernilai jual tinggi, mempunyai kesadaran serupa. Masyarakat pun terpola sekadar menjadi pihak yang menonton kompetisi politik tanpa berupaya untuk menjalankan gugatan.

Jalanan politis yang menghubungkan antara para elite politik, media massa, dan masyarakat pada akhirnya disatukan oleh spirit tontonan itu sendiri. Media massa menjelma sebagai arena pertandingan. Para elite politik dengan sepenuh kesadaran

memainkan diri sebagai sekumpulan aktor yang sedang bertanding. Pihak masyarakat, karena tidak mendapatkan pemberdayaan dari dunia politik, pada akhirnya sengaja memosisikan diri sebagai penonton yang mengalami keterasingan.

Masyarakat, atau warga secara keseluruhan, tidak mengalami pemberdayaan. Deliberasi makin menjauh dari harapan. Kematangan politik sekadar menjadi impian. Bukan kenyataan yang janggal ketika terjadi pertarungan politik, semua perhitungan dikalkulasikan pada siapa pemenang dan siapa pecundang. Para elite politik dan kaum pengamat meneriakkan jargon-jargon kemenangan dan keadilan bagi rakyat. Padahal, semua itu sekadar mewujudkan kepentingan tersembunyi untuk memperbesar posisi kekuasaan sambil mengusir rakyat hengkang dari arena permainan politik. Begitulah mekanisme komodifikasi politik di era masyarakat tontonan.

Bukan kenyataan yang berlebihan ketika sepak bola menjadi parameter dalam mengevaluasi peristiwa politik, maka persoalan politik pun terbenam dan kalah jauh spektakularitasnya. Di situlah bisa dimengerti kenapa hampir seluruh energi pekerja media dan masyarakat tercurah pada Piala Dunia 2010 ini. Bahkan, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan sejumlah menteri membuat acara nonton bareng *World Cup*. Apakah itu sebentar perhatian pada nasib sepak bola kita yang selalu terpuruk? Tentu, tidak. Itulah cara terbaik meraih publisitas politik dalam masyarakat tontonan.

\* \* \*

***Triyono Lukmantoro, dosen Sosiologi Komunikasi FISIP Undip Semarang.***

*(Seputar Indonesia, 18 Juni 2010)*