

REPRESENTASI PEMBAWA ACARA PROGRAM TALK SHOW DI TELEVISI INDONESIA

Rahmat Edi Irawan

Marketing Communication Department, Faculty of Economic and Communication, BINUS University
Jln. KH. Syahdan No.9 Palmerah, Jakarta Barat 11480
reirawan@yahoo.co.id

ABSTRACT

Presentation of talk show host program has been known to be intelligent, smart, and is able to direct the conversation in the program well. The presentation is in line with the view of talk show programs packed seriously as a journalistic genre program with emphasis on the truth of the facts or information conveyed. However, in recent years there are different representations associated with the talk show host of the program. The representation shows that a talk show host is not such intelligent and smart, and is not able to direct the conversation in the program properly. The existence of this representation is consistent with the theory of social construction assuming that mass media play a major role in shaping the social reality in the society. As of this writing, the audience receives social reality as a representation. Like the previous presentation, as the television has broadcasted for a long time, people feel that the reality is normative and ideal conditions for them. Public realize that the social reality was only the reconstruction of the television when TV presents a representation of another social reality. Nevertheless, whatever the social reality that is deliberately made or reconstructed by the media, including television, in fact everything is a reality that is deliberately created just for the sake of the manager or owner of the television station.

Keywords: representation, talk show host, television program

ABSTRAK

Presentasi pembawa acara program talk show, selama ini dikenal harus pintar, smart dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan di program perbincangan tersebut dengan baik. Presentasi tersebut sejalan dengan tampilan program talk show yang dikemas secara serius sebagai program bergenre jurnalistik, yang lebih menekankan pada kebenaran fakta atau informasi yang disampaikan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir ada representasi yang berbeda terkait dengan pembawa acara program talk show. Representasi tersebut adalah seorang pembawa acara program talk show tidak perlu pintar dan smart, dan tidak mampu mengarahkan jalannya perbincangan di program tersebut dengan baik. Adanya representasi ini sejalan dengan teori konstruksi sosial media massa yang menganggap bahwa media massa berperan besar dalam membentuk realitas sosial di masyarakat. Seperti dalam tulisan ini, penonton atau masyarakat menerima realitas sosial itu sebagai sebuah representasi. Seperti juga presentasi sebelumnya, karena ditayangkan televisi dalam jangka waktu yang lama, masyarakat merasa bahwa realitas itu adalah kondisi yang baku dan ideal bagi mereka. Penonton atau masyarakat baru tersadar bahwa realitas sosial itu hanya rekonstruksi televisi saja ketika televisi menghadirkan sebuah representasi berupa realitas sosial lain. Namun demikian, apapun realitas sosial yang sengaja dibuat atau direkonstruksi oleh media, termasuk televisi, merupakan sebuah realitas yang sengaja diciptakan hanya untuk kepentingan pengelola atau pemilik stasiun televisi tersebut.

Kata kunci: representasi, pembawa acara talk show, program televisi

PENDAHULUAN

Perkembangan industri televisi di Indonesia kian menarik untuk diamati. Setelah keran televisi swasta dibuka pada dekade 80-an lalu, di jalur teresterial saat ini tercatat 10 stasiun televisi swasta melengkapi satu stasiun televisi penyiaran publik: Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang melakukan siaran secara nasional. Sementara di tiap daerah, ada puluhan televisi swasta yang melakukan siaran secara lokal yang beberapa di antaranya membentuk stasiun televisi berjaringan. Masih belum cukup, masih ada tambahan ratusan televisi komunitas yang bersiaran pada tempat dan target penonton tertentu. Sementara itu, di jalur nonteresterial ada puluhan televisi kabel dan parabola yang menjangkau penonton berbayar. Saat ini, dengan kemajuan teknologi, juga sudah ada televisi yang melakukan siarannya dengan *streaming* atau melalui jaringan Internet.

Pada satu sisi, kehadiran banyak stasiun televisi tentu memberikan alternatif tontonan yang sangat banyak dan beragam bagi para penonton. Saat ini saja, dalam satu waktu penonton bisa menikmati puluhan acara yang bisa dipilih sesuka hati. Dalam satu hari ada lebih dari ratusan program yang tayang dari berbagai stasiun televisi tersebut. Ditambah lagi, dalam waktu seminggu jumlah program yang tayang bisa mencapai angka seribuan. Jumlah program yang sangat banyak, sekaligus menandakan ketatnya persaingan di industri pertelevisian nasional saat ini. Tentu saja, hanya program yang berbeda dan kreatif yang akhirnya terbukti mampu memenangkan persaingan dan mampu mengumpulkan banyak penonton setiap untuk program tersebut. Suatu hal yang sangat tidak mudah, karena penonton punya kebebasan untuk menentukan program yang akan ditonton, dan program yang akan diabaikan.

Salah satu *genre* program yang cukup banyak disajikan stasiun televisi di Indonesia adalah *talk show*. Memang jumlahnya masih belum sebanyak program drama atau berita yang selalu muncul dalam tayangan televisi Indonesia. Meskipun demikian, *talk show* masih menjadi salah satu 'jualan' atau program yang diandalkan beberapa stasiun televisi di Indonesia. *Talk show* atau acara perbincangan di televisi memang menjadi pilihan menarik bagi stasiun televisi. Selain tetap mampu memikat penonton, karena topik perbincangannya pas dan bintang tamu yang ditunggu penonton, penggarapan atau produksi program ini juga relatif mudah, murah, dan praktis. Tidak perlu persiapan yang panjang, biaya yang tidak besar, dan bisa dibuat kapan saja dan dimana saja, membuat *talk show* tetap hidup sebagai salah satu *genre* program yang dibuat oleh stasiun televisi.

Selain topik yang pas dan bintang tamu yang ditunggu penonton, modal utama kesuksesan sebuah program *talk show* dalam memikat penonton tentu saja pembawa acara atau *presenter* program perbincangan tersebut. Sebagai pengatur lalu lintas jalannya perbincangan, tentu seorang pembawa acara program *talk show* harus punya bekal yang cukup untuk memandu program tersebut. Menurut Wibowo (2007), seorang pembawa acara program *talk show* adalah seorang yang sangat cerdas, karena programnya melibatkan narasumber yang mungkin saling bertentangan, serta penonton yang terkadang terlibat juga dalam program ini. Ia menambahkan bahwa seorang pembawa acara *talk show* yang baik adalah yang mampu melontarkan pertanyaan-pertanyaan cerdas diselingi dengan humor, mampu mengorek keterangan dari narasumber tanpa menyinggung perasaan, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan sesuai dengan topik permasalahan yang dibahas.

Melihat kriteria di atas, tidak heran jika presentasi seorang pembawa acara program *talk show* selama ini haruslah orang yang cerdas dan punya kepercayaan diri yang tinggi. Sebuah persyaratan yang seolah menjadi baku selama ini, mengingat beratnya tugas pembawa acara *talk show* tersebut. Memang untuk bisa melontarkan pertanyaan cerdas, memotong, dan mengarahkan pembicaraan narasumber tanpa penyinggungannya, serta memberikan hiburan yang segar kepada penontonnya dengan lawakan yang segar, maka jelas dibutuhkan seseorang yang pintar, cepat menganalisis, dan mampu berkonsentrasi penuh dalam pekerjaannya. Singkatnya, hanya orang-orang yang punya kemampuan di

atas rata-rata saja sepertinya yang cocok untuk menjadi seorang pembawa acara program *talk show* di televisi.

Namun, dari presentasi pembawa acara *talk show* tersebut, saat ini kelihatannya mulai bergeser. Tukul Arwana yang sukses membawakan acara *talk show* “Empat Mata” dan “Bukan Empat Mata” di Trans7 tidak seratus persen mewakili presentasi pembawa acara *talk show* yang pintar, *smart*, dan punya kepercayaan diri yang tinggi. Meski memang punya kepercayaan diri yang sangat besar, pelawak yang dibesarkan di panggung Srimulat dan Radio Humor SK ini jauh dari pintar dan cerdas. Pada saat awal pertama kali acara tersebut ditayangkan, bahkan hingga kini, Tukul sering tidak memahami yang sedang diperbincangkan. Bahkan sebagian besar pertanyaan, ada di *laptop* yang sudah dibuat oleh tim kreatif program tersebut, dan tinggal dibacakannya. Kesan tidak *smart* juga sering terlihat, karena begitu gampangnya perbincangan dialihkan oleh bintang tamu dan Tukul sering kehilangan kendali atas alur perbincangan dalam program tersebut.

Presentasi pembawa acara *talk show* yang mampu mengorek jawaban dari narasumber dengan pertanyaan yang cerdas, tajam tanpa membuat narasumber tersinggung, juga tidak terlihat sepenuhnya saat Deddy Corbuzier membawakan acara “Hitam Putih” juga di Trans7. Meskipun mampu melontarkan pertanyaan cerdas, kesan yang diperlihatkan justru terlihat arogan. Akibatnya, justru narasumber menjadi narasumber, dan terkadang tidak mau menjawab atau menjawab seadanya pertanyaan yang diajukan Deddy. Seorang narasumber bahkan pernah pulang dan tidak mau melanjutkan *shooting* karena merasa terhina dan tidak dihargai keberadaannya di program tersebut. Hal itu diakibatkan pertanyaan Deddy dianggap menyinggung pribadi narasumber. Beberapa artis hingga saat ini tidak mau tampil di program tersebut karena merasa “ditelanjangi” jika harus menjadi narasumber Deddy di program “Hitam Putih”.

Tentu saja menjadi menarik, terjadinya pergeseran gambaran seorang pembawa acara program *talk show* televisi ideal seperti sekarang ini. Model atau gambaran baru pembawa acara *talk show* tanpa harus cerdas dan *smart*, serta membuat narasumbernya tersinggung, justru menjadi fenomena yang ada dalam industri pertelevisian di Indonesia saat ini. Benarkah sudah terjadi representasi baru seorang pembawa acara *talk show* televisi yang dibentuk atau hasil dari representasi yang ditampilkan oleh media? Kajian itulah yang akan menjadi topik bahasan dalam artikel ilmiah berikut ini.

Kajian Pustaka

Pengertian representasi dalam studi pertelevisian adalah upaya untuk memahami signifikansi medium dan makna yang dibangun bagi audiens televisi. Istilah representasi secara lebih luas sebenarnya mengacu pada penggambaran kelompok-kelompok dan institusi sosial. Representasi itu biasanya berhubungan dengan stereotip, tetapi tidak sekadar menyangkut hal ini. Lebih penting lagi, penggambaran itu tidak hanya berkenaan dengan tampilan fisik atau tampilan yang kelihatan dari luar saja, tetapi juga yang lebih penting adalah makna apa yang sesungguhnya ada di balik tampilan luar tersebut. Televisi adalah media audio visual, televisi menampilkan ikon, gambar orang dan kelompok yang setidaknya terlihat seperti hidup. Padahal, ikon atau gambar tersebut merupakan konstruk atau bangunan elektronis yang sengaja dibuat oleh pemilik atau pembuat program acara televisi tersebut. Analisis representasi dalam televisi tersebut merupakan bagian dari pendekatan kritis. (Burton, 2011:31-32).

Seperti yang diungkapkan Burton, bahwa analisis representasi adalah bagian dari pendekatan kritis, maka jika dirunut pada teori komunikasi massa yang cocok dengan model representasi televisi tersebut adalah teori konstruksi sosial media massa. Teori yang dikembangkan dari teori konstruksi sosial dari Berger dan Luckmann ini menyatakan bahwa media massa menjadi variabel yang sangat dominan dalam merekonstruksi realitas sosial. Melalui kelebihan penyebarannya, maka media massa berperan penting dalam proses eksternalisasi, subjektivasi, dan internalisasi dari sebuah realitas yang hidup di masyarakat. Proses konstruksi yang dibuat oleh media massa bukanlah sesuatu yang terjadi

tiba-tiba, tetapi melalui berbagai tahapan, seperti menyiapkan materi konstruksi, menyebarkan konstruksi, membentuk konstruksi realitas, dan mengkonfirmasi konstruksi realitas baru tersebut. (Bungin, 2008:193-195).

Sementara itu, program televisi secara sederhana artinya adalah acara atau rancangan yang akan ditayangkan di media audio visual atau televisi. Program dapat juga diartikan sebagai rangkaian pesan yang ditampilkan melalui media televisi. Artinya, program adalah segala hal yang ditampilkan televisi untuk menarik audiens. Melalui program, audiens mengikuti siaran yang dipancarkan oleh stasiun televisi; program menjadi barang dagangan bagi stasiun televisi. Karena program yang sukses menggaet banyak penonton akan dilirik oleh pemasang iklan untuk menempatkan iklan di sana, hal itu menjadi sumber pemasukan bagi stasiun televisi, khususnya stasiun televisi. Oleh karena itu, program menjadi hidup mati dan pertarungan bagi stasiun televisi. Lewat program, kesuksesan dan kegagalan sebuah stasiun televisi dapat dilihat dan ditentukan. (Morissan, 2008:199-200)

Berdasarkan karakteristiknya, program siaran televisi dibagi dua, yaitu jurnalistik dan artistik. Pada program jurnalistik, karakternya adalah program yang mengutamakan informasi kepada penonton, sehingga ada unsur penyampaian fakta atau kebenaran dalam program tersebut. Program jurnalistik, jika dilihat dari proses produksi dan penyampainnya terbagi dua bagian, yaitu *hardnews* dan *softnews*. Pada *hardnews*, fakta yang diproduksi atau diliput dan disampaikan kepada penonton terikat pada dimensi waktu, atau harus cepat dilakukan, seperti pada program buletin di televisi. Sementara untuk *softnews*, tidak ada lagi keharusan untuk segera melakukan liputan dan segera pula menayangkannya, seperti pada program *feature* dan *magazine*. Untuk program artistik, lebih ditekankan pada faktor keindahan dalam proses pembuatannya sehingga bisa memberikan hiburan bagi penonton. Beberapa jenis program artistik antara lain program drama, musik, *variety show*, lawak. (Djamal dan Fachruddin, 2011:163-165).

Sebenarnya program *talk show* bisa masuk baik dalam program jurnalistik maupun artistik. Program *talk show*, seperti sudah disebutkan, adalah program perbincangan di televisi yang menghadirkan satu atau beberapa narasumber untuk mengulas atau membicarakan topik atau permasalahan tertentu. Program *talk show* yang masuk kategori jurnalistik, berarti perbincangan yang dilakukan menyangkut tema atau topik-topik yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat pada saat itu, atau ada unsur kekinian dan kesegaraan untuk memperbincangkan topik atau tema tersebut. Sementara pada *talk show* yang masuk kategori artistik, titik berat tema atau topik yang dibicarakan adalah sesuatu yang menghibur penontonya. (Wibowo, 2007:92-97)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mendapatkan gambaran terhadap fenomena sosial yang terjadi, terutama yang berkaitan dengan penampilan pembawa acara program *talk show* di televisi Indonesia. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka tentang produksi program televisi, observasi dengan melihat tontonan atau melihat secara langsung tampilan pembawa acara program *talk show* saat memandu program mereka, dan dokumentasi terkait dengan data-data *rating* dan *share* yang dikeluarkan Nielsen (2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Presentasi presenter *talk show* yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan dengan baik, mungkin juga tidak bisa dilepaskan dari karakteristik dari program *talk show* itu. Selama ini presenter program *talk show* yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan

jalannya diskusi tersebut, adalah presentasi lama dari jenis program *talk show* yang memang lebih banyak berada di ranah *genre* program jurnalistik. Dalam sejarah pertelevisian di Indonesia program *talk show* selama ini memang dominan ada di *genre* jurnalistik. Bukan saja di Indonesia, kehadiran program *talk show* di luar negeri pun lebih banyak program perbincangan yang membicarakan isu yang bersifat *current* atau kekinian. Baru setelah Oprah Winfrey dan Larry King membawakan acara *talk show* yang lebih mengarah pada *entertainment*, program *talk show* juga dianggap sebagai program perbincangan yang juga bisa memberikan hiburan bagi penonton.

Sebagai program informasi yang mengandalkan kekuatan pada kebenaran fakta yang disampaikan, maka wajar presentasi pembawa acara *talk show* yang dibangun adalah pintar, *smart*, dan memahami serta menguasai hal yang sedang diperbincangkan. Pasti aneh, jika dengan konsep demikian, pembawa acara tidak mengetahui apa yang diperbincangkan dalam acara *talk show* tersebut. Artinya, sekali lagi yang dibangun atau direkonstruksi baik program acara maupun pembawa acaranya adalah suatu bangunan konstruksi atau presentasi yang disesuaikan dengan kepentingan pemilik atau pengelola stasiun televisi. Gambaran visual atau presentasi yang didapatkan penonton tentang pembawa acara program *talk show* yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan dengan baik adalah realitas sosial yang sengaja dibangun dalam jangka waktu yang lama, dan untuk kepentingan stasiun televisi atau program itu.

Meski sebuah realitas sosial yang sengaja dibangun, presentasi pembawa acara program *talk show* yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya diskusi memang punya kekuatan atau keunggulan dalam mendongkrak performa program. Seperti yang sudah dijelaskan, jika mendapatkan pembawa acara yang sesuai dengan kriteria tersebut, akan lebih mudah mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari penonton. Sebagai program *news*, kredibilitas perlu ditumbuhkan, dan hal itu menjadi nilai jual bagi program tersebut. Selain itu, pembawa acara yang mampu menguasai jalannya perbincangan memang diperlukan karena ritme sebuah program *news* relatif lebih cepat dibandingkan program hiburan. Bahkan, jika diperlukan, seorang pembawa acara program *talk show* yang ber-*genre news* mempunyai kemampuan memotong pembicaraan lawan di saat yang tepat, sehingga membuat jalannya *talk show* tidak bertele-tele dan membosankan. (Wibowo, 2007:79-82)

Namun, pembawa acara yang terkesan formal memang juga punya banyak kelemahan. Kesan kaku, terkadang sulit untuk dihilangkan dari program seperti itu. Akibatnya, pembawa acara justru membuat jarak dengan audiens programnya. Jika hal itu yang terjadi, sulit untuk mendapatkan penonton loyal dan tambahan penonton lain untuk program tersebut. Sebagai program *news*, *talk show* yang termasuk *genre* jurnalistik memang sulit untuk mendapatkan penonton setia jika mempunyai pembawa acara yang hanya bermodalkan pintar dan *smart*. Mereka harus punya modal lain untuk menggaet penonton, seperti keramahan dan selera humor yang tinggi untuk mencairkan suasana. Seperti yang dilakukan Andi F. Noya lewat program *talk show* yang dianggap terbaik di Indonesia, "Kick Andi". Mantan wartawan Media Indonesia ini bukan hanya pintar dan *smart*, tetapi juga ramah dan mampu menggaet penonton dengan pertanyaan usilnya yang jenaka, serta gerak tubuh yang selalu sesuai dengan tema atau topik yang diperbincangkan. Sehingga konstruksi realitas tentang *host* yang mampu memadukan kepintaran dan kejenakaan yang dibangun bertahun-tahun melalui program ini dianggap berhasil.

Pada sepuluh tahun terakhir program *talk show* tidak lagi membahas atau memperbincangkan tema yang aktual semata. Pembahasan yang lebih ringan, seperti permasalahan rumah tangga, permasalahan gaya hidup, atau permasalahan di seputar dunia artis, juga menjadi obrolan yang ditunggu-tunggu pemirsa televisi di rumah. Jadi, jika semula *talk show* selalu identik dengan program serius yang membahas krisis politik, mulai bergeser pada isu yang lebih ringan dan menghibur. Cara mengemas program *talk show* yang tadinya kaku, yang hanya menghadirkan presenter dan narasumber yang berbincang dari awal hingga akhir program, sudah kadaluarsa dan ketinggalan zaman. Sebagai gantinya, kini pendamping pembawa acara yang muda dan cantik, unsur *gimmick* atau kejuatan di

awal, tengah, atau akhir program, bahkan performa lainnya seperti penyanyi atau penari juga sah dimasukkan pada program *talk show*.

Jika pengemasan program program *talk show* mengalami perubahan, gambaran tentang pembawa acara program *talk show* yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya diskusi, juga mengalami pergeseran. Kini, justru persyaratan itu tidak lagi menjadi mutlak, seperti yang terlihat pada Tukul Arwana dalam membawakan acara “Empat Mata” dan “Bukan Empat Mata”. Realitas sosial yang dibangun dan kebetulan memang juga terdapat pada diri Tukul sebagai pembawa acara yang memang tidak perlu pintar, tidak juga *smart*, dan tidak mampu mengarahkan jalannya diskusi, justru dipilih sebagai pembawa acara. Meskipun ada risiko gambaran pembawa acara *talk show* yang baru seperti itu mungkin dianggap aneh dan ditolak oleh penontonnya, representasi presenter program *talk show* yang baru tetap dijalankan. Bahkan, setelah beberapa tahun dan ketika program ini meledak di pasaran, representasi pembawa acara *talk show* kini terbukti berubah. Banyak penyanyi, pelawak, atau *entertainer* yang diminta untuk membawakan program *talk show* di televisi.

Kekuatan atau keunggulan pembawa acara yang tidak formal atau tidak kaku dalam membawakan program acara *talk show*, biasanya dapat menghilangkan acara perbincangan yang biasanya membosankan dengan humor-humor jenaka. Memang harus diakui, jika program *talk show* tersebut ada di *genre* program jurnalistik, selingan atau sajian yang menampilkan suasana yang lebih menghibur, sangat diperlukan. Pada program “Bukan Empat Mata”, yang dilakukan Tukul Arwana ketika memandu program tersebut selalu menjadi bahan tertawaan. Bukan hanya penonton di rumah, tetapi narasumber juga bisa dengan seenaknya menertawai pembawa acara, yang mereka anggap bodoh dan tidak banyak mengerti. Selain itu, pada beberapa narasumber, model presenter yang tidak menggurui atau sangat sopan terhadap narasumber akan membuat nyaman narasumber, sehingga akan bercerita lepas menjelaskan tentang berbagai hal yang dijalankan atau diketahui oleh narasumber tersebut.

Namun kelemahan atau kekuarangan pembawa acara *talk show* yang tidak formal dalam membawakan acara, juga masih banyak terlihat. Pada program “Bukan Empat Mata” penonton terkadang tidak tahu dan tidak jelas tentang perbincangan yang sedang terjadi karena terlalu banyaknya intervensi lawak yang dihadirkan oleh pembawa acara dan narasumber. Selain tidak fokus seperti itu, banyak narasumber yang juga merasa tidak digali informasi yang mungkin penting untuk disampaikan dan berharga bagi penonton. Sementara penonton di rumah juga cepat bosan, jika humor yang ditampilkan juga hanya humor yang berselera rendah dan selalu diulang-ulang (Wibowo, 2007:86-87). Khusus pada program “Hitam Putih” tampilan presenter yang dikemas sinis dan selalu menyudutkan narasumber juga membuat sebagian penonton yang malas untuk mengikuti jalannya perbincangan. Apalagi, jika mereka melihat akhirnya narasumber justru tidak mau bercerita lepas, bahkan terkesan sangat berhati-hati dan terlalu formal ketika menjawab berbagai pertanyaan Deddy Cobuzier.

Meski mengalami pergeseran dalam gambaran seorang presenter program *talk show* di televisi dari yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan kepada seorang presenter program *talk show* yang tidak perlu pintar dan *smart* serta tidak mampu mengarahkan jalannya perbincangan secara baik, dalam kenyataannya semua yang ditampilkan televisi hanyalah realitas sosial yang sengaja dibangun media massa. Tampilan presenter program, seperti tampilan lainnya dalam sebuah program, seperti desain panggung, *wardrobe*, dan *graphic* adalah alat mekanis lainnya yang terdapat dalam program. Pemilik atau pengelola media massa atau televisi yang membangun atau merekonstruksi realitas sosial, sehingga diterima penonton atau masyarakat. Selama bertahun-tahun presentasi masyarakat dibentuk, bahwa seorang pembawa acara *talk show* haruslah seorang yang pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya diskusi itu sebenarnya juga adalah bentukan. Tidak ada aturan baku yang mengatakan bahwa realitas sosial yang dibentuk oleh televisi itulah yang benar. Jadi tidak heran, jika nanti ada pemilik atau pengelola televisi akan membangun realitas sosial lainnya yang baru, yang lebih disesuaikan dengan program atau kepentingan bisnis televisi itu.

Sama seperti kondisi saat ini, ketika sebagian stasiun televisi membangun sendiri realitas sosial tentang seharusnya seorang presenter program *talk show* di televisi tidak perlu yang pintar dan *smart* serta juga tidak harus mampu mengarahkan perbincangan dengan baik, adalah sebuah realitas sosial baru yang juga dikonstruksi oleh televisi. Inilah yang disebut representasi dalam kajian televisi, bahwa pemilik atau pengelola stasiun televisi berusaha menanamkan gambaran visual yang seharusnya dibangun penonton terhadap realitas sosial tertentu. Tanpa banyak disadari penonton merasa bahwa realitas sosial tersebut adalah realitas sosial yang benar atau memang sebenarnya itu yang seharusnya terjadi. Padahal, realitas sosial adalah sesuatu yang direkonstruksi televisi hanya untuk kepentingan pemilik atau pengelola stasiun televisi itu. Penonton atau masyarakat baru kaget jika persepsi itu kemudian tidak lagi digunakan oleh televisi. Sebaliknya, televisi menggunakan representasi yang baru, yang sebelumnya memang tidak ada atau memang selama ini tidak pernah ditunjukkan atau diekspos oleh media, termasuk televisi (Bungin, 2008:201-205).

SIMPULAN

Presentasi pembawa acara program *talk show*, selama ini dikenal harus pintar, *smart*, dan mampu mengarahkan jalannya perbincangan di program perbincangan tersebut dengan baik. Presentasi model tersebut sejalan dengan tampilan program *talk show* yang dikemas secara serius sebagai program ber-*genre* jurnalistik, yang lebih menekankan pada kebenaran fakta atau informasi yang disampaikan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir ada representasi yang berbeda terkait dengan pembawa acara program *talk show* tersebut. Representasi tersebut adalah seorang pembawa acara program *talk show* tidak perlu pintar dan *smart* serta tidak mampu mengarahkan jalannya perbincangan di program tersebut dengan baik. Tampilnya representasi seperti itu terkait dengan kesuksesan dua program *talk show*: “Bukan Empat Mata” dan “Hitam Putih” di Trans7 yang dibawakan oleh Tukul Arwana dan Deddy Cobuzier, yang tidak sepenuhnya pintar dan *smart* serta mampu mengarahkan jalannya diskusi dengan baik. Kebetulan, kedua pembawa acara dan program yang dibawakan termasuk *talk show* yang ber-*genre* artistik sehingga tujuannya lebih untuk memberikan hiburan kepada penonton.

Meskipun demikian, kedua gambaran tentang pembawa acara program *talk show* tersebut sebenarnya bukan kondisi ideal atau yang sebenarnya ada dalam realitas masyarakat. Kedua kondisi tersebut merupakan sebuah realitas sosial yang sengaja direkonstruksi oleh media, sehingga penonton atau masyarakat merasa bahwa realitas itu adalah yang ideal atau yang sebenarnya seharusnya terjadi. Pada presentasi presenter program *talk show* yang lebih formal, yang lebih dulu dikenal, sebenarnya juga adalah sebuah realitas yang sengaja dibangun oleh pemilik atau pengelola stasiun televisi selama bertahun-tahun. Penonton atau masyarakat menerimanya, karena ditayangkan terus model seperti itu oleh televisi dalam jangka waktu yang lama, masyarakat merasa bahwa realitas seperti itu adalah kondisi yang baku dan ideal bagi mereka. Penonton atau masyarakat baru tersadar ketika televisi menghadirkan sebuah representasi, seperti ketika menampilkan pembawa acara program *talk show* yang lebih menghibur dan jauh dari kesan formal. Penonton atau masyarakat disadarkan bahwa ada suatu realitas baru di sekitar mereka, yang disampaikan oleh media, khususnya oleh televisi, yang harus mereka terima sebagai sebuah realitas yang baru.

Namun, apapun realitas sosial yang sengaja dibuat atau direkonstruksi oleh media, termasuk televisi, sebenarnya semuanya merupakan sebuah realitas yang sengaja diciptakan hanya untuk kepentingan pengelola atau pemilik stasiun televisi. Jika pengelola atau pemilik merasa perlu menampilkan representasi baru sebagai sebuah realitas sosial yang baru, mereka akan berusaha untuk menampilkan hal tersebut dan melakukannya berulang-ulang sehingga lambat laun penonton atau masyarakat dapat menerima itu memang sebagai sebuah realitas sosial. Dari pembahasan ini terlihat, media, terutama televisi, berperan sangat besar dalam membentuk realitas sosial. Media mampu

membuat sebuah rekonstruksi atas realitas sosial sehingga menjadikannya sebagai hal yang diterima dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Bungin, B. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Burton, G. (2011). *Membincangkan Televisi*. Yogyakarta: Jalasutra.

Djamal, H. & Fachruddin, A. (2011). *Dasar-dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana.

Nielsen. (2012). *Data Rating dan Share AGB Nielsen*.

Wibowo, F. (2007). *Kteknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus.