



KOMERSIALISASI RAMALAN TAROT OLEH TAROT READER DI KOTA SURABAYA

Novena Clarissa Tiananda^{1*}, Azizah Alie², Yelly Elanda³

¹Mahasiswa Prodi Sosiologi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

^{2,3}Dosen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

*Email: novenaclrss@gmail.com



Karya ini dilisensikan di bawah Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Artikel ini berbicara tentang praktik komersialisasi yang dilakukan oleh para tarot reader dan latar belakang tarot reader dalam mengkomersilkan ramalan tarot tersebut. Penelitian ini menarik karena terjadi di kalangan anak muda dan wilayah perkotaan yang cenderung rasional namun dalam kehidupannya masih percaya terhadap ramalan. Hal ini menjadi dasar para tarot reader untuk mengkomersilkan ramalan tarot pada kaum muda di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan naratif melalui wawancara dengan tarot reader dan pengguna jasanya (konsumen). Penelitian ini menggunakan teori kekuasaan dan pengetahuan Michael Foucault dimana peramal (tarot reader) menggunakan pengetahuannya untuk mengkomersilkan ramalan tarot. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya komersialisasi ramalan tarot dikarenakan adanya permintaan dari pengguna jasa, peluang usaha, kesadaran bahwa ilmu meramal tarot bisa menjadi sumber ekonomi atau penghasilan. Peramal tarot mempromosikan jasanya melalui media sosial dan konvensional (dari mulut ke mulut). Praktik komersialisasi yang dilakukan oleh tarot reader mulai dari proses dealing dengan pelanggan, proses peramalan, hingga penentuan tarif jasa didominasi oleh peramal (tarot reader).

Kata Kunci: komersialisasi; ramalan tarot; tarot reader; kekuasaan, pengetahuan

Abstract: This article talks about the commercialization practices carried out by tarot readers and the background of tarot readers in commercializing the tarot predictions. This research is interesting because it occurs among young people and urban areas who tend to be rational, but do not believe in predictions. This is the basis for tarot readers to commercialize tarot predictions for young people in Surabaya. This study uses a qualitative method with a narrative approach through interviews with tarot readers and service users (consumers). This study uses Michael Foucault's theory of power and knowledge where fortune tellers (tarot readers) use their knowledge to commercialize tarot predictions. The results of this study indicate that the commercialization of tarot divination is due

to demand from service users, business opportunities, awareness that tarot fortune-telling can generate economic resources or income. Tarot fortune tellers promote their services through social media and conventional (word of mouth). Commercialization practices carried out by tarot readers, starting from the process of dealing with customers, to service fees are dominated by fortune-tellers (tarot readers).

Keywords: *commercialization, tarot divination, tarot readers, power, knowledge*

PENDAHULUAN

Ramalan kartu tarot bukanlah satu-satunya metode yang dapat digunakan untuk melakukan peramalan. Berbagai media sering juga menampilkan berbagai metode ramalan lainnya, seperti ramalan *horoscope* atau ramalan *zodiac* perbintangan, ramalan menurut *shio*, primbon jawa, garis tangan, dan lain sebagainya. Peramalan biasanya banyak menggunakan simbol-simbol yang ditafsirkan dengan kehidupan seseorang yang diramalkan dan penelitian ini akan membahas tentang salah satu metode ramalan, yaitu ramalan tarot. Ilmu ramalan tarot banyak ditampilkan di berbagai media membuat masyarakat mulai tertarik, dan ingin mempelajari tentang ilmu ramalan tarot itu sendiri. Walaupun begitu mungkin tidak banyak juga masyarakat yang mengetahui apa itu kartu tarot dan kurang mengerti tentang seluk beluk ramalan kartu tarot. Ramalan tarot sendiri identik dengan kaum gipsi, sebab ramalan kartu tarot ini lebih populer di dunia metafisik Barat (Fasta & Lestari, 2012).

Tarot dikenal sebagai satu pak kartu yang digunakan sebagai media ramal. Diperkenalkan oleh para pendeta Swiss pada tahun 1377 dan diperkuat oleh Girilamo Gargagli pada tahun 1572 mereka menerbitkan dan mempopulerkan karya-karya pada kartu tarochhi sebagai alat ramalan yang dapat menentukan tipe psikologis seseorang (Fasta & Lestari, 2012). Kartu tarot adalah media peramalan yang didasarkan pada mitos dan legenda, diambil dari gambar yang dimulai dari cerita rakyat masing-masing daerah dan terus berkembang dari waktu ke waktu. Saat ini ramalan khususnya tarot juga terbilang cukup mudah ditemukan oleh masyarakat yang ingin mencoba meramal dengan menggunakan media kartu ini. Ada beberapa *tarot reader* (orang yang mahir menafsirkan ramalan tarot) yang menyediakan tempat untuk mereka yang ingin diramal entah itu di rumah mereka, di mall, selain lokasi *offline* tersebut para *tarot reader* juga memanfaatkan media online seperti *instagram*, *twitter*, *whatsapp*, *website*, dll untuk mereka mempromosikan dan juga melakukan praktek ramalan tarot tersebut.

Seseorang dapat disebut sebagai *tarot reader* apabila orang tersebut merupakan penganut gaya hidup tarot, dan mereka bisa membaca tarot (baik dalam tahap pemula ataupun

profesional), memiliki ketergantungan kepada tarot (seorang pembaca tarot akan berkomunikasi dan menggunakan tarot paling tidak satu kali dalam sehari), memiliki ketertarikan untuk mempelajari visual dan simbolisme dari kartu tarot, gemar mengoleksi dek tarot, senang mempelajari perbedaan antara satu tarot dengan tarot yang lain (Putri & Rizkiantono, 2017). Tarot juga akhirnya menjadi bagian dari bisnis usaha industri, sebab pada akhirnya orang yang merasa telah menguasai ilmu pembacaan dari kartu tarot memiliki peluang dan beralih menjadi penyedia jasa untuk orang yang memang menginginkan dirinya untuk diramal. Penyedia jasa ini akan memasang tarif yang harus dibayarkan oleh pengunjung yang ingin diramal sesuai dengan kepentingan apa saja yang diinginkan oleh pengunjung tersebut. Tarif yang berlaku pun tergantung dengan topik apa yang ingin ramalkan, misalnya topik percintaan, kesehatan, keuangan, dll dan juga durasi yang ingin dilakukan oleh orang yang diramal tersebut. Karena banyaknya masyarakat yang ingin diramalkan dengan tarot dan ketersediaan mereka untuk membayar tarif yang sudah ditentukan oleh sang peramal membuat peramal lainnya merasa ada peluang bahwa ilmu yang mereka miliki selama ini dapat menjadi komersil.

Indonesia mewarisi berbagai kebudayaan kuno dari para leluhur mereka yang masih lestari hingga era modern ini baik yang bersifat kesenian maupun hal-hal yang bersifat mistis/supranatural, kepercayaan animisme dinamisme ramal-meramal masih kental di kalangan masyarakat Indonesia yang memang sangatlah sulit di terima akal dan logika, dan hal-hal yang bersifat supranatural ini didapatkan dari olah laku spiritual yang mengedepankan olah kebatinan (Tanoyo, 2001). Salah satu kota di Indonesia yang masyarakatnya masih sangat kental kepercayaannya terhadap ramalan adalah kota Surabaya. Kota metropolitan kedua setelah Jakarta ini dikenal sebagai representasi kota maju, namun pada kenyataannya tidak bisa dipungkiri bahwa masyarakatnya masih percaya terhadap ramalan. Di kota Surabaya ilmu ramalan yang dikenal oleh masyarakat sendiri tidak hanyalah ilmu ramalan tarot, namun bermacam-macam baik jenis ramalannya, bentuk ramalannya, dan juga media yang digunakan untuk meramal. Mengingat sifat kota Surabaya yang heterogen atau beragam membuat ilmu ramalan tidak terdengar asing untuk masyarakat. Seperti etnis suku Jawa dengan kepercayaannya terhadap ramalan primbon, etnis Tionghoa dengan kepercayaannya terhadap ramalan shio.

Walaupun mayoritas masyarakat kota Surabaya merupakan etnis suku Jawa, hal tersebut tidak lantas membuat masyarakat menolak atau tidak mau mempercayai ramalan lainnya. Ramalan tarot contohnya, walaupun ramalan tarot berasal dari luar kota Surabaya bahkan berasal dari luar Indonesia yakni Eropa ramalan tarot tetap mengundang ketertarikan

masyarakat Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari didirikannya komunitas tarot Surabaya yang mana komunitas ini merupakan komunitas ramalan tarot terbesar di Indonesia. Selain itu antusiasme masyarakat kota Surabaya terhadap ramalan tarot dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang ingin mempelajari ilmu ramalan tarot lebih jauh dan dalam, meramal dengan menggunakan kartu tarot dan juga ingin dirinya untuk diramalkan menggunakan ramalan tarot.

KAJIAN PUSTAKA

Komersialisasi adalah sebutan yang kompleks dari bentuk perdagangan pada obyek untuk dijadikan komoditi atau produk, dengan demikian bisa menghasilkan output berupa keuntungan (Hartini, 2013). Penyebab dari komersialisasi juga tidak terlepas dari perilaku konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat. Perilaku konsumtif masyarakat inilah yang sebenarnya menjadi peluang bagi para kapitalis untuk memanfaatkan peluang dengan memberikan serta menyediakan apa yang sedang dicari dan diinginkan oleh masyarakat. Tentu saja pemberian dan penyediaan tersebut tidak gratis, tetapi memiliki latar belakang ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Hal-hal tersebutlah yang akhirnya menjadi penyebab terjadinya kegiatan komersialisasi. Hal ini juga sejalan dengan yang telah disampaikan oleh Freddy Yuliharto yang menjelaskan komersialisasi dalam bukunya "Gejolak Kapitalisme". Komersialisasi digunakan sebagai istilah kunci untuk merujuk pada kecenderungan kapitalisme untuk mengubah segala sesuatu dalam hidup menjadi barang dan jasa yang dijual untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya (Yuliharto, 1993).

Penelitian ini menggunakan teori kekuasaan dan pengetahuan yang diutarakan oleh Michael Foucault. Foucault menjelaskan bahwa pengetahuan merupakan wacana yang beroperasi dalam jaringan kekuasaan. Kuasa tersebut tidak tampak akan tetapi ia bekerja dalam sistem organisasi itu sendiri (Habib & Maika, 2018). Menurutnya, pengetahuan tidak bersifat netral, kan tetapi pengetahuan memiliki sifat yang politis (Afandi, 2012). Melalui sebuah pengetahuan aktivitas dan kehidupan akan diatur dengan aturan-aturan tertentu. Dalam hal ini, pengetahuan berfungsi sebagai kontrol sosial. Selain itu, masyarakat juga dapat ikut membentuk suatu pengetahuan untuk mengatur bagaimana seharusnya seorang warga harus bertindak dan bertingkah laku atau membatasi suatu hal-hal tertentu. Pengetahuan tersebut dapat diwujudkan dengan cerita, konsep kepercayaan, dan lain sebagainya. Dengan demikian, kekuasaan bukanlah persoalan pemilikan dalam konteks siapa menguasai siapa atau siapa yang *powerful* sementara yang lain *powerless*. Kekuasaan itu tersebar, berada di mana-mana (*omnipresent*), imanen terdapat dalam setiap relasi sosial. Hal

ini tersebut bukan karena kekuasaan itu memiliki kemampuan mengkonsolidasikan segala sesuatu di bawah kondisi ketidaknampakannya, melainkan karena kekuasaan selalu diproduksi dalam setiap momen dan setiap relasi (Said, 2017).

Dalam penelitian ini ilmu ramalan tarot memuat berbagai konsep pengetahuan, pada akhirnya ilmu ramalan tarot menimbulkan suatu tatanan masyarakat sesuai dengan pemahaman masyarakat tersebut tentang ramalan tarot. Ramalan tarot akhirnya memunculkan suatu jaringan-jaringan, baik itu jaringan kecil maupun jaringan besar. Jaringan besar yang dimaksud salah satunya adalah, komunitas-komunitas yang berkaitan dengan ilmu ramalan tarot. Sedangkan yang dimaksud dengan jaringan kecil yakni seorang individu yang tertarik kepada ilmu ramalan tarot. Sedangkan awal terbentuknya jaringan-jaringan tersebut berasal dari pemahaman masyarakat terhadap ilmu ramalan tarot.

Kuasa akhirnya memproduksi realitas, lingkup objek, dan ritus kebenaran, selanjutnya kuasa berjalan melalui normalisasi dan regulasi. Normalisasi diproduksi dengan cara menciptakan kontrol yang sistematis. Ramalan tarot adalah salah satu sarana yang tersedia jika seseorang ingin untuk dapat melihat masa depannya, dan apabila seseorang tersebut ingin diramal menggunakan ramalan tarot maka orang tersebut harus datang ke seorang *tarot reader*. Hal tersebutlah yang akhirnya dianggap suatu hal yang normal di masyarakat, jika ingin diramal atau melihat masa depan maka solusinya adalah pergi mendatangi seorang peramal. Tanpa masyarakat sadar bahwa dirinya sedang dikontrol oleh pengetahuan, dari situlah kuasa dijalankan dengan memuat regulasi yang dijalankan dan ditaati masyarakat dengan sukarela.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian naratif dengan tujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan secara sistematis aktual dan akurat tentang apa yang melatar belakangi dan bentuk praktek komersialisasi ramalan tarot oleh *tarot reader* di Surabaya. Peneliti bertindak sebagai *partisipasi aktif*, sebab peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan oleh narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap. Artinya peneliti ikut terlibat dalam kegiatan praktek komersialisasi ramalan tarot membuat peneliti terjun dalam kegiatan peramalan dan mengamati kegiatan yang dilakukan dalam proses peramalan tersebut, tetapi peneliti tidak mengikuti seluruh prosesnya secara langsung seperti saat sang *tarot reader* dan pelanggan jasa ramalannya melakukan kegiatan peramalan dengan alasan menjaga privasi sang pelanggan jasa ramalan tarot. Peneliti melakukan wawancara dengan 9 informan dan teknik penentuan informannya menggunakan *purposive*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas *Tarot Reader* di Surabaya

Di kota Surabaya sendiri ramalan tarot sudah mulai dikenal masyarakat sejak tahun 2008 diawali dengan munculnya komunitas tarot. Komunitas tarot ini memiliki nuansa *lifestyle*, maksudnya didominasi anak muda, nongkrong di kafe, punya kelas-kelas training, diliput media, dan ide-ide layaknya komunitas anak muda. Komunitas itu adalah Surabaya Tarot Club (STC), namun pada tahun 2010 komunitas Surabaya Tarot Club harus bubar karena adanya perselisihan internal. Tidak lama setelah bubarnya komunitas Surabaya Tarot Club di tahun yang sama yaitu tahun 2010 muncul kembali komunitas tarot dengan konsep yang sama namun mengusung nama yang baru yakni komunitas tarot *Fullmoon* Surabaya. Komunitas ini mulai memiliki banyak anggota yang tertarik terhadap ilmu ramalan tarot. Dalam komunitas ini para anggota mulai mengenali lebih dalam dan mempelajari ramalan tarot, mulai dari belajar menggunakan kartu tarot, membaca arti simbol-simbol yang terdapat pada kartu tarot hingga meramal menggunakan media kartu tarot.

Komunitas tarot *Fullmoon* Surabaya tetap menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat kota Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan *Gathering* atau kumpul-kumpul yang diadakan secara rutin oleh para anggota komunitas tarot *Fullmoon* Surabaya. Kegiatan *gathering* tersebut seringkali dilakukan di tempat-tempat umum seperti *cafe*, *mall* atau *restaurant*. Dalam setiap kegiatan *Gathering* komunitas tarot *Fullmoon* Surabaya tersebut menawarkan dan memberikan jasa ramalannya secara gratis kepada pengunjung lain yang ingin diramal menggunakan kartu tarot, tujuannya adalah selain untuk mengasah *skill* meramal anggota komunitas juga untuk mengenalkan dan mengedukasi masyarakat bahwa ramalan tarot bukanlah ilmu *klenik* yang bersifat negatif.

Latar Belakang *Tarot Reader* Mengkomersilkan Ramalan Tarot

Seorang *tarot reader* mempunyai peran yaitu sebagai orang yang menguasai ilmu ramalan tarot yakni mampu untuk membaca, menafsirkan dan menjelaskan rangkaian gambar-gambar yang muncul dalam kartu tarot serta memahami arti maupun makna dari simbol-simbol yang terdapat dalam tiap-tiap lembar kartu tarot. Dalam melakukan tindakan komersialisasi, seorang *tarot reader* memiliki alasan-alasan untuk mengkomersilkan jasanya, diantaranya adalah adanya peluang usaha, permintaan dari konsumen, sebagai sumber pendapatan, dan mempunyai nilai ekonomi.

1. Adanya Peluang Usaha

Ramalan tarot saat ini mulai memasuki dunia industri bisnis, hal tersebut dapat dilihat dari mulai maraknya jasa ramalan tarot yang dibuka oleh seorang *tarot reader*. Disini para

tarot reader melihat adanya peluang usaha terhadap ramalan tarot, sehingga para *tarot reader* tersebut memutuskan untuk mengkomersilkan ilmu ramalan tarot yang telah mereka kuasai. Ada banyak faktor yang membuat para *tarot reader* melakukan komersialisasi terhadap ilmu ramalan tarot. Salah satunya disebabkan oleh para *tarot reader* melihat peluang usaha yang dapat dilakukan melalui ramalan tarot yang telah mereka kuasai. Dari data yang disampaikan oleh kedua informan dapat dilihat bahwa yang melatar belakangi *tarot reader* untuk mulai mengkomersilkan ramalan tarot adalah karena mereka melihat adanya peluang yang dapat mereka manfaatkan supaya mereka bisa mendapatkan keuntungan melalui ilmu ramalan tarot yang telah mereka kuasai. Sehingga jasa ramalan tarot yang awalnya dilakukan secara cuma-cuma tanpa dipungut biaya sekarang mulai berubah menjadi sebuah jasa yang berbayar.

2. Adanya Permintaan dari Konsumen

Pelanggan adalah orang-orang yang menjadi pembeli atas produk yang diproduksi dan dijual oleh perusahaan, tidak hanya membeli produk tetapi juga berulang kali membelinya. Sedangkan permintaan adalah jumlah total barang atau jasa yang ingin dibeli atau diminta oleh konsumen pada harga dan waktu tertentu. Intinya, jumlah permintaan yang lebih tinggi akan membuat produk lebih mahal. Sebaliknya, semakin rendah permintaan, semakin rendah harga produk. Inilah yang disebut hukum permintaan. Faktor selanjutnya yang membuat para *tarot reader* melakukan komersialisasi terhadap ilmu ramalan tarot adalah karena banyaknya permintaan pelanggan yang tertarik untuk dirinya diramal menggunakan ramalan tarot. Dari data yang disampaikan oleh kedua informan dapat dilihat bahwa yang melatarbelakangi *tarot reader* untuk mulai mengkomersilkan ramalan tarot adalah karena adanya permintaan dari pelanggan yang tertarik untuk menggunakan jasa ramalan tarot yang dilakukan oleh para *tarot reader*. Selain itu permintaan pelanggan tersebut terus meningkat seiring dengan berjalannya waktu juga menjadi salah satu pertimbangan *tarot reader* dalam mengkomersilkan ilmu ramalan tarot yang telah mereka kuasai.

3. Memiliki Nilai Ekonomi

Dalam hal ini seorang *tarot reader* dalam mengkomersilkan ramalan tarot dilakukan karena mereka menganggap bahwa ilmu ramalan tarot memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Menurut seorang *tarot reader* ramalan tarot merupakan sesuatu yang mahal karena tidak semua orang memiliki kemampuan untuk dapat melakukan peramalan menggunakan kartu tarot. Secara teoritis dalam hal ini ramalan tarot merupakan pengetahuan yang dikuasai oleh seorang *tarot reader* dan akhirnya pengetahuan tersebut digunakan oleh tarot sebagai alat untuk dapat mempengaruhi orang lain atau pelanggannya agar dirinya dapat mencapai tujuannya dalam mengkomersilkan ilmu ramalan tarot miliknya. Seperti yang dijelaskan oleh

Foucault bahwa kuasa bukan sebagai kuasa untuk menguasai orang-orang secara fisik dan kediktatoran melainkan dapat juga menguasai pikiran dan mengontrol tindakan seseorang (Bertens, 2019).

Komersialisasi Ramalan Tarot di Surabaya

Pembahasan mengenai komersialisasi ramalan tarot meliputi pelaku komersialisasi, pengguna jasa ramalan tarot, proses praktek komersialisasi ramalan tarot, tarif yang ditentukan jika seseorang ingin diramal menggunakan kartu tarot, media promosi atau alat yang digunakan oleh *tarot reader* untuk memasarkan tindakan komersilnya terhadap ramalan tarot, serta pendapatan yang di peroleh sang *tarot reader* dari hasil melakukan komersialisasi ramalan tarot.

1. Pelaku Komersialisasi (*Tarot Reader*)

Beberapa peramal atau *tarot reader* menjadikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan sampingan. Mayoritas *tarot reader* sudah mempelajari kartu tarot selama bertahun-tahun namun mereka hanya menjadikan hal itu sebagai hobi. Dalam kondisi tertentu, terutama di masa pandemi dan adanya kebijakan WFH (*work from home*), *tarot reader* memilih untuk mendapatkan penghasilan dari meramal. Hal ini dikarenakan kebijakan WFH telah membuat gaji mereka sebagai karyawan terpotong. Akhirnya para *tarot reader* yang sebelumnya banyak bekerja sebagai karyawan memilih untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui ramalan tarot. Kesadaran para peramal atau *tarot reader* akan penguasaan ilmu ramalan tarot membuat dirinya berani mencoba untuk mulai menjual ilmu ramalan tarot yang sudah dikuasainya.

Berbeda dengan *tarot reader* lainnya, ada *tarot reader* yang menyebut jasa ramalan tarot sebagai mahar. Mahar sendiri adalah istilah lain yang berarti menjual jasa. Sebelumnya *tarot reader* ini sama dengan peramal lainnya yang tidak memaharkan ramalan tarot yang sudah dikuasai olehnya, melainkan ia meramalkan orang lain secara cuma-cuma. Namun karena menurutnya ilmu ramalan tarot yang dikuasai sudah berada di level yang lebih tinggi, sehingga sudah sepantasnya jika *tarot reader* mendapatkan imbalan dari ilmu ramalan tarot yang mereka tekuni tersebut. Kondisi lain yang menyebabkan *tarot reader* untuk menjual jasanya karena kebutuhan keluarga yang tidak mampu terpenuhi namun suami tidak mengijinkannya untuk bekerja. Akhirnya seorang ibu rumah tangga yang sebelumnya mempelajari ramalan tarot ini membuka praktik untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi keluarganya. Praktik meramal biasanya dilakukan di rumahnya sehingga tugas domestik tetap bisa dijalankan dan suami tidak keberatan dengan hal itu.

Jika dijelaskan secara teoritik kuasa dan pengetahuan merupakan dua keping mata uang yang tidak terpisahkan. Kuasa membentuk pengetahuan dan pengetahuan memproduksi kuasa (Afandi, 2012). Ilmu ramalan tarot sendiri memuat berbagai konsep pengetahuan. Sedangkan seorang *tarot reader* adalah orang yang memiliki kuasa karena mereka menguasai suatu pengetahuan. Pengetahuan yang telah dimiliki oleh seorang *tarot reader* inilah yang akhirnya digunakan untuk mengontrol orang lain dengan cara mempengaruhi dan membangun citra kepada masyarakat dengan cara menyuarakan informasi-informasi mengenai ramalan tarot. Sehingga jaringan-jaringan inilah yang pada akhirnya melakukan proses normalisasi kepada masyarakat.

2. Pengguna Jasa Ramalan Tarot

Pengguna jasa ramalan tarot berasal dari berbagai kalangan, walaupun sebagian besar dari mereka adalah seorang remaja. Selain itu latar belakang seorang pelanggan yang mendatangi seorang *tarot reader* untuk diramal juga berbeda beda. Tujuan pelanggan datang kepada *tarot reader* karena ingin mengetahui arti dibalik simbol-simbol kartu tarot, ingin mengetahui sifat dan kebiasaan pasangan, hingga ingin mengetahui solusi dari kendala yang dialami oleh pelanggan di tempat kerjanya. Jika dijelaskan secara teoritik menggunakan teori yang disampaikan oleh Foucault bahwa pengetahuan dalam bentuk ilmu ramalan tarot sudah cukup lama dikenal oleh masyarakat kota Surabaya. Kekuasaan yang dulunya digunakan hanya untuk mendisiplinkan tubuhnya sendiri sekarang digunakan juga untuk mendisiplinkan tubuh orang lain. Pengetahuan ini menimbulkan efek kekuasaan besar yang akhirnya mampu untuk mengontrol pikiran masyarakat (Kamahi, 2017) jika dirinya ingin melihat masa depannya maka jawabannya adalah dengan mendatangi seorang *tarot reader*. Kepercayaan pelanggan terhadap ilmu ramalan tarot dibangun oleh para *tarot reader* melalui normalisasi yang dilakukan. *Tarot reader* menyuarakan berbagai informasi yang disampaikan, informasi penyampaian tersebut bertujuan juga untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap ilmu ramalan tarot, menanamkan pemikiran kepada masyarakat bahwa ramalan tarot memiliki hasil ramalan yang akurat, dll. Di titik ini bekerja teori relasi kekuasaan Foucault bahwa pengetahuan memproduksi kekuasaan. Hal ini bukan karena kekuasaan memiliki kemampuan mengkonsolidasikan segala sesuatu dibawah kondisi ketidaknampakannya melainkan karena kekuasaan selalu diproduksi dalam setiap momen dan relasi (Said, 2017). Puncaknya adalah masyarakat yang ingin diramal oleh seorang *tarot reader* secara tidak sadar dirinya sudah masuk ke dalam suatu kontrol yang membuat dirinya melakukan hal tersebut dengan suka hati, yakni mereka dengan kesadaran dirinya mendatangi seorang *tarot*

reader dan mengikuti pola yang sudah ditentukan oleh *tarot reader* tanpa dirinya merasa terpaksa.

3. Tarif Ramalan Tarot

Tarif yang dimaksudkan di sini adalah pungutan biaya yang ditentukan oleh seorang *tarot reader* kepada pelanggan jasa ramalan mereka. Tarif yang diterapkan *tarot reader* kepada pelanggannya berkisar antara 50.000 sampai 250.000 tergantung pada durasi waktu dan jumlah topik yang diramal. Setiap *tarot reader* menentukan tarif yang berbeda-beda untuk jasa ramalan tarot miliknya. *Tarot reader* menentukan tarif tersebut berdasarkan *skill* atau kemampuan yang mereka kuasai terhadap ramalan tarot. Namun beberapa *tarot reader* memberikan tarif tambahan kepada pelanggannya yang ingin melakukan sesi tanya jawab. Sesi tanya jawab ini disebut dengan *Oracle*. *Oracle* merupakan proses tanya jawab antara pelanggan dengan *tarot reader*. Biasanya *tarot reader* akan menjawab serta memberikan saran atau solusi atas pertanyaan pelanggannya tersebut.

Menurut data di atas dapat dijelaskan sekali lagi bahwa disinilah teori relasi kekuasaan Foucault bekerja. Bahwa pengetahuan memproduksi kekuasaan dimana dalam masa modern terjadi pola normalisasi yaitu kuasa yang disamarkan, disembunyikan dan diselubungi sehingga terkesan tidak terlihat. Pada masa ini kuasa tidak lagi bekerja melalui penindasan dan kekuatan fisik melainkan dijalankan dengan membuat regulasi-regulasi yang dijalankan dan ditaati secara sukarela dalam sebuah organisasi, instansi, negara maupun masyarakat (Bertens, 2019). Ketika antusiasme masyarakat terhadap ramalan tarot serta timbulnya keinginan untuk dirinya diramal oleh seorang *tarot reader* secara tidak sadar dirinya sudah masuk ke dalam suatu kontrol yang membuat dirinya melakukan hal tersebut dengan suka hati, yakni mereka dengan kesadaran dirinya mendatangi seorang *tarot reader* dan mengikuti pola yang sudah ditentukan oleh *tarot reader* tanpa dirinya merasa terpaksa walaupun harus membayarkan tarif yang ditentukan oleh *tarot reader* tersebut.

4. Media Promosi Ramalan tarot

Media promosi adalah sarana mengomunikasikan suatu produk atau jasa atau *brand* atau perusahaan dan lainnya agar dapat dikenal masyarakat lebih luas. Dalam penelitian ini media promosi merupakan sarana yang digunakan oleh *tarot reader* dalam mengkomunikasikan atau mempromosikan jasa ramalan tarot mereka sehingga dapat dikenal oleh masyarakat dengan lebih luas. Media promosi yang digunakan dalam mempromosikan ramalan tarot oleh *tarot reader* adalah media sosial dan teman-teman tarot. Media sosial merupakan media yang sangat ampuh dalam mempromosikan jasa ramalan tarot. Hal ini juga tidak terlepas dari konsumen atau pelanggan jasa ramalan tarot, yang mayoritas pelanggannya

adalah remaja. Remaja atau anak muda identik dengan penggunaan teknologi sehingga mereka lebih banyak mendapatkan informasi dari media sosial. Namun seiring berjalannya waktu, media sosial kurang memiliki pengaruh yang cukup signifikan dibandingkan dengan media pemasaran melalui teman-teman *tarot reader*. Media sosial hanya digunakan pada pertama kali para *tarot reader* mengenalkan keahliannya selanjutnya mereka bergantung pada testimoni para pelanggannya yang disebar dari mulut ke mulut.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh para *tarot reader* bertujuan untuk mempromosikan jasa ramalan tarot yang dikuasainya. Selain itu dengan melakukan promosi jasa ramalan tarot maka masyarakat akan merasa lebih familiar terhadap ilmu ramalan tarot. Secara teoritik pola hubungan kekuasaan dan pengetahuan mulai bekerja pada kasus ini. Ketika seorang *tarot reader* dengan sengaja mengunggah promosi mengenai jasa ramalan tarotnya maka hal tersebut akan mulai menimbulkan gejolak dalam masyarakat khususnya masyarakat yang tertarik terhadap ilmu ramalan tarot. Pengetahuan yang tertanam dalam masyarakat merespon informasi ini dengan berbagai hal, salah satunya adalah dengan mendatangi seorang *tarot reader* agar dirinya dapat diramal. Disinilah pengetahuan mulai memproduksi kekuasaan. Kekuasaan dalam hal ini merupakan ilmu ramalan tarot yang dikuasai oleh sang *tarot reader*.

5. Pendapatan Tarot Reader

Menurut keterangan yang diberikan oleh beberapa informan pendapatan *tarot reader* dari hasil menjual jasa ramalan tarotnya tidaklah pasti. Pendapatan yang didapat oleh *tarot reader* tergantung dari banyaknya jumlah pelanggan pada saat itu. Rata-rata penghasilan yang bisa didapatkan oleh *tarot reader* adalah Rp.300.000 hingga Rp.1.000.000 per bulan. Penghasilan yang didapat dari hasil meramal tidaklah banyak, namun para *tarot reader* cukup senang dengan penghasilan yang didapat dari hasil meramal. Dari meramal yang hanya sekedar hobi bisa menambah penghasilan. Mereka tidak terlalu bergantung pada penghasilan dari meramal karena pekerjaan sebagai *tarot reader* hanya sebagai pekerjaan sampingan.

6. Proses Peramalan

Sebelum pelanggan melakukan proses peramalan, pelanggan harus melakukan proses *dealing* terlebih dahulu dengan seorang *tarot reader*. Proses *dealing* merupakan proses dimana pelanggan awalnya mulai memilih *tarot reader* yang ingin mereka gunakan jasanya, hingga terjalin kesepakatan antara sang pelanggan dengan *tarot reader* untuk mulai melakukan peramalan. Proses *dealing* antara *tarot reader* dengan pelanggan diawali dengan pelanggan yang menghubungi sang *tarot reader* pilihan mereka. Selanjutnya *tarot reader* akan menanyakan keinginan pelanggan yang akan diramalnya, seperti topik yang ingin

diramalkan, berapa topik yang ingin ditanyakan, durasi berapa lama yang diinginkan oleh pelanggan dan lain sebagainya. Setelah terjawab *tarot reader* akan memberikan *price list* atau daftar harga yang sudah mereka tetapkan untuk jasa ramalan tarot mereka. Apabila pelanggan sudah menyetujui harga yang ditawarkan, pelanggan harus menyelesaikan pembayaran terlebih dahulu. Setelah proses pembayaran selesai barulah *tarot reader* melakukan peramalan atau *tarot reading* terhadap pelanggannya tersebut.

Dalam proses peramalan para *tarot reader* biasa melakukannya dengan dua cara yakni secara langsung atau *offline* dan juga secara daring atau *online* sesuai dengan permintaan pelanggan. Dalam peramalan secara *online*, tarot reader meminta pelanggannya untuk membayarkan tarif yang sudah ditentukan terlebih dahulu baru melakukan proses peramalan. Pembayaran tersebut biasa dilakukan melalui *transfer* antar bank, OVO, Gopay ataupun pembayaran langsung secara tunai. Peramalan secara *online* ini dilakukan melalui aplikasi komunikasi seperti Zoom, WhatsApp, Line dan Telegram yaitu pelanggan dengan sang tarot reader menggunakan fitur *Video Call* untuk bertatap muka secara *online*. Sedangkan peramalan secara *offline* dilakukan di lokasi yang telah disepakati antara *tarot reader* dengan pelanggan lalu proses peramalan dilakukan dan diakhiri dengan proses pembayaran.

Dari hal ini dapat dilihat bahwa *tarot reader* yang memiliki kendali untuk menentukan seluruh berjalannya proses meramal. Seluruh ketentuan yang dibuat oleh *tarot reader* dalam mengkomersilkan ramalan tarot tergantung pada latar belakang *tarot reader* untuk mengkomersilkan ramalan tarot. Kuasa yang dimiliki oleh *tarot reader* inilah yang akhirnya memproduksi realitas, lingkup objek dan ritus kebenaran. Kuasa tersebut berjalan melalui normalisasi serta regulasi (Kamahi, 2017). Di sini dijelaskan bahwa komersialisasi terhadap ramalan tarot dapat terus berjalan dan berkembang karena adanya normalisasi dan regulasi yang berjalan. Melalui normalisasi tersebut akhirnya menggiring pemahaman masyarakat terhadap ilmu ramalan tarot yang dianggap dapat memprediksi masa depan seseorang. Selain itu citra yang dibangun oleh para *tarot reader* membuat orang akan mempercayai seluruh hasil peramalan meskipun tidak ada kepastian bahwa hasil ramalan tersebut benar sepenuhnya atau bahkan salah. Sedangkan regulasi merupakan beberapa ketentuan yang ditetapkan oleh para *tarot reader* yang meliputi sebuah proses dari awal pelanggan menghubungi sang *tarot reader* hingga proses peramalan selesai.

KESIMPULAN

Tarot sering dikaitkan dengan mistik atau supranatural dan ramalan masa depan, dan tidak sedikit orang yang menggunakan tarot sebagai alat yang mampu membangunkan

kumpulan intuisi guna membimbing manusia berkomunikasi dengan dunia batinnya. Namun semakin berjalannya waktu ramalan tarot mulai dijadikan salah satu bagian dari bisnis usaha industri, pada akhirnya seorang *tarot reader* atau orang yang merasa telah menguasai ilmu pembacaan dari kartu tarot memiliki peluang dan beralih menjadi penyedia jasa untuk orang yang memang menginginkan dirinya untuk diramal. Ada beberapa hal yang melatarbelakangi para *tarot reader* dalam mengkomersilkan jasa ramalan tarot miliknya. *Pertama* karena para *tarot reader* melihat adanya peluang usaha terhadap ramalan tarot. *Kedua* karena adanya permintaan dari konsumen yang terus meningkat terhadap ramalan tarot. *Ketiga* ramalan tarot memiliki nilai ekonomi.

Komersialisasi ramalan tarot yang dilakukan oleh *tarot reader* di Surabaya dapat dilihat dari tindakan yang dilakukan oleh *tarot reader*. Komersialisasi ramalan tarot tersebut dilakukan dengan cara melakukan promosi melalui media sosial dan juga promosi secara langsung melalui teman. Promosi jasa ramalan tarot akan memudahkan para *tarot reader* untuk menarik pelanggan serta memudahkan *tarot reader* untuk dapat mengenalkan ramalan tarot ke masyarakat luas. Selanjutnya adanya proses *dealing* antara sang *tarot reader* dengan pelanggannya. Proses yang dimaksud adalah adanya penentuan tarif oleh *tarot reader* berdasarkan pada durasi yang diinginkan oleh pelanggan serta waktu peramalan yang disepakati antara keduanya hingga dilakukannya proses peramalan dan pembayarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, K. A. (2012). *Konsep Kekuasaan Michel Foucault*. Teosofi: Jurnal Tasawwuf Dan Pemikiran Islam, 2(1).
- Bertens, K. (2019). *Filsafat Barat Kontemporer Prancis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Fasta, F., & Lestari, A. C. (2012). *Mistisme Simbolik Kartu Tarot The Devil (Studi Semiotika Tarot "The Devil" Dari Buku "Easy Tarot" Lidia Pratiwi)*. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial, 1(2), 149–165.
- Habib, M. A., & Maika, A. (2018). *Pola Komunikasi Dokter-Pasien dalam Pemberian Pelayanan Kesehatan*. Yogyakarta: Repository Universitas Gadjah Mada.
- Hartini, D. (2013). *Komersialisasi Pendidikan Di Era Globalisasi*. Pusat Dokumentasi Dan Informasi Ilmiah Universitas Sebelas Maret.
- Kamahi, U. (2017). *Teori Kekuasaan Michel Foucault: Tantangan bagi Sosiologi Politik*. Jurnal Al-Khitabah, 3(1).

- Putri, S. E., & Rizkiantono, E. R. (2017). *Perancangan 22 Kartu Arkana Mayor Tarot Astadewa untuk Aplikasi Mobile*. Jurnal Sains Dan Seni Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 6(2).
- Said, I. (2017). *Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern*. Jurnal Al-Khitabah, 3(1).
- Tanoyo, R. (2001). *Primbon Sabdo Pandito*. Karya Utama.
- Yuliharto, F. (1993). *Gejolak Kapitalisme*. Golden Terayon Press.