

PEMAKNAAN MASYARAKAT KELAS MENENGAH BAWAH TERHADAP GAYA HIDUP DAN KELAS SOSIAL PADA TAYANGAN FTV (FILM TELEVISI) CERITA REMAJA DI STASIUN TELEVISI SWASTA INDONESIA

Chandra Mustadiansyah¹

¹Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia
(*corresponding author*: chandra.mustadiansyah@ui.ac.id)

ABSTRAK

Program tayangan yang hadir dalam media televisi beraneka ragam. Dari banyaknya variasi program yang ditayangkan oleh televisi seringkali memunculkan pemaknaan tersendiri bagi khalayak yang mengkonsumsi teks atau pesan yang hadir pada media televisi. Salah satu kategori program yang ditayangkan televisi di Indonesia yang masih sangat disukai dan masih dinikmati oleh masyarakat sebagai khalayak adalah kategori drama, seperti FTV (Film Televisi). FTV identik dengan dengan cerita remaja yang memiliki cerita khas pada setiap judul yang tampil dengan adanya karakter dengan perbedaan kelas sosial masyarakat yang diawali dengan konflik dan berakhir dengan cerita cinta bahagia. Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini ingin melihat bagaimana pemaknaan dari khalayak kelas sosial masyarakat menengah bawah yang selalu diceritakan pada tayangan tersebut. Melalui teori analisis resepsi dengan melihat *encoding-decoding* serta analisis khalayak aktif pada teks dan pesan yang disajikan oleh tayangan FTV cerita remaja untuk mengetahui makna yang tercipta dalam benak khalayak yang berasal dari kelas sosial masyarakat menengah bawah.

Kata Kunci: FTV; pemaknaan; penerimaan; khalayak aktif

PENDAHULUAN

Media massa menurut Mc.Quail (2005), merupakan komunikasi yang menggunakan sarana atau peralatan yang dapat menjangkau massa sebagai khalayak yang banyak dan dengan area yang luas cakupannya. Oleh karena itu, komunikasi massa tidak akan pernah lepas dari massa atau masyarakat sebagai khalayak dan dengan penyampaian pesan yang melalui peran media. (Cangara, 2014) menjelaskan bahwa terdapat berbagai karakteristik dari media massa, antara lain; bersifat melembaga, bersifat satu arah, luas dan serempak, menggunakan peralatan teknis atau mekanis dan juga bersifat terbuka yang dimana pesan dapat diterima oleh siapa saja dan di mana saja tanpa harus mengenal usia, jenis kelamin, agama bahkan suku bangsa. Kemudian, Mc.Quail (2005) juga menjabarkan fungsi dari media massa, antara lain sebagai informasi, korelasi, kesinambungan, hiburan dan juga mobilisasi. Salah satu media massa yang paling banyak digunakan oleh khalayak sebagai pilihan untuk mendapatkan banyak informasi dan juga sebagai sarana hiburan adalah televisi. Effendy (2002) memberikan penjelasan bahwa televisi adalah siaran yang merupakan media dari jaringan komunikasi

dengan ciri-ciri yang dimiliki komunikasi massa, yaitu berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikasinya bersifat heterogen. Kemudian fungsi dari televisi antara lain sebagai informasi, edukasi dan juga hiburan. Dari awal kemunculan televisi dan dijual secara komersil sejak sekitar tahun 1920an, televisi hingga sekarang masih menjadi pilihan khalayak, meskipun pesaingnya yang paling besar kini adalah hadirnya media baru melalui perkembangan teknologi internet. Heryanto (2015) memberikan penjabaran bahwa menonton televisi menjadi salah satu kegiatan sosial dan budaya bagi “lebih dari 90% orang Indonesia (usia diatas 10 tahun)” lebih dari 220 juta jiwa, 15% diantaranya menikmati jaringan televisi kabel. Antara 60-80% dari siaran di TV swasta merupakan hiburan seperti sinetron, film, *infotainment* dan *reality show*, yang merupakan tempat sebagian besar penonton menghabiskan waktunya (Lim, 2011; Pada Heryanto, 2015). Bahkan, televisi memang sudah menjadi barang yang wajib ada dalam suatu kediaman seseorang. Dijadikan sebagai

media yang memberikan informasi dan juga hiburan.

Dalam menentukan tayangan yang dapat diterima oleh masyarakat diperlukan penentuan segmentasi melalui segmentasi demografi dan juga psikografi agar program yang akan disajikan dapat tepat sasaran sesuai pasar dan menyesuaikan kebutuhan masyarakat yang menjadi khalayak dari televisi. Segmentasi demografi pemirsa (*audience*) adalah penentuan langkah yang tepat untuk mendapatkan sasaran khalayak yang mencakup faktor usia, Jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, agama & suku bangsa agar memberikan program tayangan pada waktu yang tepat. Contohnya dalam program yang menarik untuk ditonton oleh seluruh anggota keluarga akan ditayangkan pada waktu disaat semua anggota keluarga sudah berada kembali ke rumah bukan ditayangkan pada saat mereka masih dalam aktifitas masing-masing. Sedangkan segmentasi psikografi mengelompokkan pasar dalam variabel gaya hidup, nilai, dan kepribadian. Gaya hidup juga ditunjukkan oleh orang-orang yang menonjol pada kelas sosial. Minat terhadap suatu produk juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Oleh karena itu, barang yang dibeli oleh orang-orang tersebut adalah untuk menunjukkan gaya hidupnya (Djamal, 2017).

Hiburan pada program televisi terus menerus hadir dan menjadi budaya populer untuk kalangan masyarakat Indonesia yang menjadi khalayak televisi. Menurut Djamil (2017) kategori hiburan untuk program televisi memiliki sifat *timeless*, tidak terikat dengan waktu tayang seperti halnya keharusan pada program berita. Dapat ditayangkan kapan saja untuk mengisi slot waktu yang dirancang. Keterikatan waktu yang ada hanya pada penjadwalan yang dirancang dalam *programming*. Bersifat imajinatif yang mengandung arti bahwa dalam rancangan program hiburan itu terutama format drama. Mengangkat satu alur cerita ke dalam satu adegan *acting* diperlukan satu penghayatan dan kreativitas sutradara sehingga menghasilkan tayangan yang tepat dengan alur cerita tertentu.

Pilihan kategori hiburan yang paling banyak dinikmati oleh khalayak televisi salah satunya adalah tayangan dengan konten drama

dan sandiwara, karena televisi memiliki ciri khas dengan menampilkan cerita yang terarah (*storytelling*) secara terpusat. Yang ditampilkan pada televisi seringkali memiliki cerita terstruktur yang memang memiliki alur cerita tersendiri yang khas. Cerita sandiwara pada tayangan televisi terus berkembang hingga akhirnya muncul cerita sandiwara yang satu kali penayangannya habis dan biasa dikenal dengan film televisi atau lebih biasa disebut dengan FTV yang mulai ramai dinikmati khalayak sejak awal era tahun 2000an di Indonesia. Dilihat dari namanya, FTV atau film televisi memang nampak seperti film, dengan menampilkan cerita yang diputar kurang lebih 2 jam dalam sekali penayangannya dan langsung selesai seperti film yang biasa ditampilkan di bioskop begitu juga dalam tampilan yang disajikan juga hampir serupa dengan film yang biasa beredar.

Pada program tayangan sandiwara dalam bentuk FTV yang hadir pada televisi swasta nasional di Indonesia sangat jelas memberikan mimpi dan harapan yang bisa dicapai oleh khalayak yang memperlihatkan, sehingga akan muncul makna tersendiri dalam benak mereka dalam kehidupan sosial. Pada tayangan FTV remaja dengan judul yang menunjukkan secara langsung latar belakang cerita dan karakter dengan kelas sosial tertentu serta cerita yang ditampilkan terasa sangat tidak memperlihatkan realitas kebanyakan yang ada pada dunia nyata dan menjadi sajian program yang paling memperlihatkan pemberian mimpi dan juga harapan terhadap masyarakat sebagai khalayak yang mengkonsumsi hiburan jenis ini. Wirodono (2005) menganggap kehadiran cerita dengan latar kehidupan remaja menjadi pilihan untuk khalayak yang relatif lebih jelas dengan menyajikan hiburan dengan ekspresi anak muda usia remaja. Sehingga, pada khalayak berusia remaja memiliki pengaruh dan muncul makna tersendiri akibat mengkonsumsi tayangan televisi.

Mengutip artikel di idntimes.com yang ditulis oleh Triadanti pada 11 Oktober 2017, contoh judul yang cukup aneh dan menggambarkan ciri FTV yang dijelaskan pada artikel antara lain ‘Cantik-Cantik Supir Tembak’, ‘Ternak Lele Panen Jodoh’, ‘From Pembantu Jadi Mantu’, ‘Kecolok Cinta Tukang Cilok’, dan masih banyak lagi judul serupa yang

tidak tertulis pada artikel tersebut yang selalu hadir pada televisi setiap harinya. Stasiun televisi yang rajin membuat FTV beserta dengan kisah cerita yang terdengar menggelitik adalah stasiun TV SCTV. Namun, beberapa stasiun televisi swasta kini juga menampilkan program FTV remaja yang serupa. Sebenarnya, FTV menampilkan jalan atau alur cerita yang terlihat sama disetiap judulnya. Bisa menjadi permisalan, cerita berawal dari tokoh A yang seorang wanita yang sedang bekerja dengan keras yang berprofesi sebagai pekerja kasar yang diupah dengan bayaran murah dan A memiliki sifat yang rendah hati, kemudian bertemu dengan tokoh B seorang pria yang diperlihatkan dengan simbol-simbol orang kaya dan mapan dengan mobil mewah dan memakai pakaian yang bagus dan juga membawa gadget terkini dengan sifat dan watak yang angkuh. Cerita mereka bertemu secara tidak sengaja bahkan dengan dramatis seperti kecelakaan kecil atau karena kecerobohan yang kemudian menimbulkan konflik pada kedua tokoh A dan B. Setelah konflik karena kecelakaan kecil tadi telah selesai dan sedikit mereda, kemudian cerita mulai dilanjutkan dengan cerita cinta pada diri masing-masing A & B yang mulai muncul. Lalu timbul lagi konflik diantaranya karena kemunculan tokoh lain sebagai pihak ketiga yang biasanya ingin merusak hubungan A & B. Tokoh yang sebagai pihak ketiga ini biasanya ditampilkan sebagai antagonis yang berasal sama dengan tokoh B dan tidak segan-segan memaki dengan kata yang kasar yang langsung tertuju kepada tokoh A. Lalu cerita dilanjutkan dengan drama percintaan yang pasti akan berakhir dengan kisah indah percintaan dan romantisme diantara keduanya dan akhirnya keduanya akan terus bersama. Cahasta (Panuju, 2015) memaparkan bahwa dalam tayangan televisi dengan sandiwara seringkali memunculkan etnis orang dengan latar belakang ekonomi dengan sifat yang menyesuaikan. Ia memberikan contoh tokoh A yang angkuh dan kaya raya pasti akan berlawanan dengan tokoh B yang miskin dan lugu. Seperti yang diungkapkan oleh Panuju (2015), adanya tokoh-tokoh yang dijadikan “panutan” bagi masyarakat sebagai khalayak

bisa saja mempengaruhi mereka yang mengkonsumsi tayangan.

Tayangan FTV yang bercerita tentang kehidupan remaja dengan kelas sosial tertentu yang diperlihatkan seperti memberikan gambaran yang nyata kepada khalayak yang benar-benar dituju oleh produsen tayangan FTV tersebut. Dengan waktu penayangan yang menyesuaikan dengan target penonton yang memiliki segmentasi C, D, E, maka tayangan FTV ini seolah menjual mimpi atau harapan pada khalayak kelas menengah kebawah untuk menonton sesuatu yang tampak nyata digambarkan melalui layar kaca. Sehingga adanya pemaknaan yang tercipta dalam diri masing-masing khalayak yang berasal dari kelas masyarakat yang menengah hingga kebawah. Seperti yang dijelaskan oleh Kolker (2002), adanya gambaran “kenyataan” yang ditampilkan oleh penggambaran melalui media yang diterima oleh konsumen media itu sendiri. Seperti dalam film (termasuk FTV) seringkali menampilkan realitas yang tampak serupa dengan apa yang terjadi pada dunia nyata dan muncul representasi.

Khalayak yang melihat apa yang ada pada media seringkali membayangkan apa yang ditampilkan dan diperlihatkan pada media bisa juga terjadi pada kehidupan mereka yang nyata. Kolker juga menambahkan, adanya “*seeing is believing*” yang membuat khalayak media seperti menginginkan sesuatu yang ia lihat akan terjadi pada diri mereka. Realitas sebagai penggambaran memunculkan persetujuan bahwa yang digambarkan dari kenyataan tersebut terdapat konstruksi sosial seperti memunculkan ide-ide atau gagasan yang menjadi standar masyarakat seperti gaya hidup, politik dan lain sebagainya (Kolker, 2002). Sehingga masyarakat sebagai khalayak menghasilkan banyak pemaknaan dengan dunia nyata yang dijalani.

Dengan demikian, peneliti ingin melihat melalui penelitian dengan *encoding* dan *decoding* dengan menggunakan teori analisis resepsi dari Stuart Hall pada tayangan FTV cerita remaja khususnya yang langsung menunjukkan kelas sosial pada judul-judulnya. Untuk bisa mengetahui posisi pemaknaan khalayak yang menonton tayangan FTV cerita remaja yang berasal dari kelas sosial masyarakat

menengah kebawah yang memunculkan penggambaran gaya hidup dalam kelas sosial tertentu serta perbedaan kelas sosial dalam kehidupan sehari-hari seperti kisah percintaan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka pertanyaan dari penelitian ini ialah sebagai berikut: Bagaimana khalayak masyarakat kelas menengah bawah memaknai tayangan FTV dengan cerita remaja yang menampilkan cerita kelas sosial masyarakat tertentu yang memberikan gambaran gaya hidup serta perbedaan kelas sosial pada tayangan tersebut?

TINJAUAN TEORI

Melalui Media sebenarnya memiliki potensi untuk dapat meningkatkan kesadaran akan beberapa hal seperti isu-isu kelas, kekuasaan dan dominasi. Media dianggap sebagai kompetisi dari berbagai kalangan kelas yang ada. Barker (2004) menjabarkan *cultural studies* merupakan pembentukan wacana, yaitu bentuk gagasan-gagasan, citra-citra serta praktik-praktik, yang menyediakan banyak cara dalam membahas topik, aktivitas sosial tertentu atau bahkan institusional dalam masyarakat. Lalu Storey (2007) memberikan dua definisi budaya dalam *cultural studies*. Definisi pertama adalah ide umum tentang masyarakat atau kelompok dapat memahami ideologinya, atau pengumpulan secara kolektif oleh suatu kelompok tertentu untuk memahami pengalamannya. Kedua, budaya dimengerti sebagai praktek atau bahkan cara hidup suatu kelompok secara menyeluruh dengan apa yang dilakukan individu secara material dari hari ke hari. Dengan kedua jenis pengertian budaya yang dijelaskan sulit untuk menjadi terpisah, karena ideologi suatu kelompok dihasilkan dan direproduksi dalam praktik ideologi.

Merujuk pada teori resepsi dari Stuart Hall mengenai pemaknaan pada media disesuaikan pada latar belakang penelitian ini dilakukan yang ingin melihat bagaimana pemaknaan masyarakat kelas menengah kebawah terhadap gaya hidup dan perbedaan kelas sosial yang seringkali muncul pada tayangan FTV cerita remaja yang ditayangkan oleh stasiun televisi swasta di Indonesia. Karena pesan yang terdapat pada suatu media

selalu mempunyai makna yang diinterpretasikan secara beragam dan melalui proses pemaknaan yang berbeda dari khalayaknya yang memiliki pengalaman, latar belakang serta pengetahuan mereka masing-masing yang dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda-beda. Stuart Hall (dalam Barker, 2004) menyatakan bahwa produksi makna tidak menjamin konsumsi makna sebagaimana yang dimaksudkan oleh para produsen karena pesan-pesan (dalam media), yang dikonstruksi sebagai sistem tanda dengan komponen *multi-accentuated*, bersifat polisemis, sehingga memiliki lebih dari sekedar serangkaian makna potensial. Ketika khalayak berpartisipasi dalam kerangka kerja kultural dengan produsen, maka *decoding* khalayak ditempatkan pada posisi sosial yang berbeda (misalnya, berdasarkan kelas dan gender) dari pengode yang memiliki sumber daya kultural yang sama sekali berbeda, mereka akan mampu mendekode program secara alternatif (Barker, 2004).

Stuart Hall mengungkapkan bahwa makna dari teks terletak antara produsen pesan atau teks (*encoder*) dengan pembacanya (*decoder* atau khalayak). Produsen dalam memproduksi sebuah pesan atau teks pasti sudah memiliki maksud serta arahan kemana pesan ini seharusnya diterima, namun pembaca atau khalayak juga pasti memiliki caranya sendiri dalam melakukan pemaknaan atau proses *decoding*. Ideologi dominan secara khusus dikesankan sebagai *preferred readings* (bacaan terpilih) dalam teks media, namun bukan berarti hal ini diadopsi secara otomatis oleh pembaca (Mc.Quail, 2005). Penjelasan Stuart Hall tentang *encoding* dan *decoding* tersebut, mendorong terjadinya interpretasi-intepretasi yang beragam dari banyak teks media selama proses produksi dan resepsi (penerimaan). Dengan kata lain, makna tidak pernah pasti.

Model *Encoding* dan *Decoding* merupakan kritik Stuart Hall terhadap teori komunikasi massa yang bersifat linear, seperti teori *one way* komunikasi dan semiotika, dimana teori ini menganggap bahwa pembaca pesan adalah pembaca yang pasif. Menurut Hall, pesan yang disampaikan oleh media tidak akan dimakanai sama oleh *receiver*-nya. Stuart Hall juga menambahkan, bahwa makna dan pesan yang terdapat pada pesan tidak hanya sekedar

ditransmisikan, keduanya senantiasa diproduksi, pertama oleh pelaku encoding dari peristiwa sosial yang ‘mentah’ berasal dari kehidupan sehari-hari dan kedua dari khalayak pembaca pesan dalam kaitannya dengan lokasinya pada wacana-wacana lain. Setiap momen ‘sudah pasti’ beroperasi dalam kondisi produksi. *Moment encoding* dan *decoding* juga memiliki kemungkinan yang tidak benar-benar simetris. Tidak ada yang berkenaan dengan hasil dari proses yang didapat, dalam artian yang dimaksud dan juga yang diterima bisa saja tidak sesuai. Para profesional media sebagai pelaku *encoding* mungkin menginginkan *decoding* khalayak sebagai pembaca sama dengan *encoding* yang mereka berikan, namun mereka tidak bisa memastikan bahkan menjamin hal tersebut. *Encoding* dan *decoding* terbuka bagi resiporitas yang terus berubah, ditentukan oleh kondisi eksistensi berbeda, sehingga adanya kemungkinan akan kesalahpahaman (Storey, 2007).

Pembacaan sebuah teks termasuk teks media, dapat melibatkan proses penerimaan, penolakan atau negosiasi, dan dalam beberapa teks penerimaan posisi yang sudah ditawarkan. Kemungkinan- kemungkinan yang mungkin terjadi yang diungkapkan oleh Stuart Hall (dalam Storey, 2007):

1. *Dominant* atau *Preferred Reading* (Pembacaan Dominan): Model dimana khalayak melakukan interpretasi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen pesan media.
2. *Negotiated Reading* (Pembacaan Negosiasi): Model dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan secara kabur dan menegosiasikan makna dengan elemen extratekstual.
3. *Oppositional Reading* (Pembacaan Oposisi): Model dimana khalayak memahami interpretasi yang diinginkan produsen pesan namun setelah membandingkan teks dengan sumber-sumber extratekstual, khalayak membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produser pesan.

Pemaknaan yang dilakukan oleh khalayak bisa menghasilkan bentuk yang bersifat polisemik, dimana teks dimaknai oleh khalayak tidak hanya satu makna saja namun beragam makna. Berdasarkan pendekatan teori

khalayak aktif, media tidak dapat mendikte khalayak sesuai dengan yang diinginkan oleh *encoder* karena khalayak melakukan proses berfikir dalam menerima sebuah pesan, tidak seperti yang diharapkan media sebelumnya dimana khalayak dapat diindoktrinasi (Barker, 2004).

Menurut Frank Biocca (dalam Mc.Quail, 2000) ada lima jenis tipologi dari khalayak aktif yaitu:

- a. Selectifitas (*selectivity*).

Khalayak aktif dianggap selektif dalam proses konsumsi media yang mereka pilih untuk digunakan. Mereka dalam mengkonsumsi media melakukan berbagai pertimbangan, tidak asal-asalan dalam mengkonsumsi media. Konsumsi media yang mereka lakukan berdasarkan atas alasan dan tujuan tertentu.

- b. Utilitarianisme (*utilitarianism*)

Khalayak aktif ketika mengkonsumsi media adalah dalam rangka suatu kepentingan untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan tertentu yang mereka miliki.

- c. Intensionalitas (*intentionality*)

Khalayak aktif yang mengkonsumsi media memang secara sengaja dan sudah mereka niatkan sebelumnya. Konsumsi media yang mereka lakukan karena mereka mempunyai kepentingan terhadap isi media.

- d. Keikutsertaan (*involvement*)

Khalayak yang secara aktif berfikir mengenai alasan dengan keikutsertaan mereka dalam mengkonsumsi media.

- e. *Impervious to Influence*

Khalayak aktif adalah khalayak yang dipercaya sebagai komunitas yang tahan dalam menghadapi pengaruh media atau tidak mudah dibujuk oleh media itu sendiri.

METODE PENELITIAN

Paradigma dari penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis, yang berarti paradigma ini memiliki pertanyaan mendasar tentang bagaimana banyaknya individu pada suatu tempat mengkonstruksikan suatu realita. Paradigma konstruktivis membahas persepsi mereka, “kebenaran”, penjelasan, kepercayaan dan pandangan terhadap dunia. Adanya konsekuensi dari konstruksi tersebut bagi

perilaku mereka dan orang-orang lain yang melakukan interaksi dengan mereka juga diteliti (Patton, 2002). Menurut paradigma konstruktivis, individu mencoba untuk memahami dunia sebagai tempat mereka hidup serta berkegiatan. Sehingga, individu membangun suatu makna subjektif dari pengalaman mereka yang diarahkan pada objek ataupun terhadap hal tertentu (Creswell, 2007).

Denzin & Lincoln (2009) memberikan penjelasan mengenai konstruktivisme dimulai dengan premis bahwa manusia memiliki perbedaan secara alami, fisik dan harus dipelajari secara berbeda. Hal tersebut disebabkan setiap manusia telah mengembangkan kapasitas untuk memberikan interpretasi dan konstruksi pada fakta serta realitas. Konstruktivisme seringkali disebut sebagai proses sosial pengkonstruksian terhadap makna. Adapun kriteria kualitas penelitian konstruktivis bersifat *authenticity* dan *reflectivity*, dengan sejauh mana suatu yang ditemukan menjadi suatu refleksi otentik dari realitas yang dihayati oleh para pelaku sosial. Pada penelitian dengan menggunakan paradigma konstruktivisme ini juga didukung dengan pandangan konstruksionisme yang melihat pembelajaran sebagai rekonstruksi dan bukan sebagai transmisi pengetahuan serta memperluas gagasan tentang bahan manipulatif sebagai gagasan bahwa pembelajaran yang efektif bila sebagian dari aktivitas yang dialami individu dalam membangun produk yang bermakna (Sabelli, 2008). Leeds-Hurwitz (2009) menambahkan, dengan konstruksionisme ini mengembangkan untuk memahami tentang dunia yang membentuk dasar asumsi bersama tentang realitas. Teori ini berpusat pada gagasan bahwa manusia merasionalisasi pengalaman mereka dengan menciptakan model dunia sosial dan berbagi serta menilai model ini melalui bahasa. Paradigma konstruktivisme dengan dukungan teori konstruksionisme dianggap tepat untuk digunakan dalam penelitian ini karena karakteristiknya yang menekankan pada pemaknaan terhadap suatu produk budaya pada media yang dapat membentuk asumsi pada pemaknaan individu yang menerimanya. Maka, penelitian ini tidak melakukan pembongkaran pada produksi teks, namun

melihat dari sudut pandang bagaimana informan dapat memahami dan memberi makna pada teks tersebut yang pada akhirnya menghasilkan suatu kebenaran, panduan berperilaku, dan realitas yang dikonstruksikan pada informan itu sendiri.

Kajian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman yang otentik mengenai pengalaman orang-orang, sebagai dirasakan orang-orang bersangkutan seperti diungkapkan oleh (Denzin & Lincoln, 2009):

“Penelitian kualitatif bersifat multi metoda dalam fokusnya, menggunakan pendekatan naturalistic interpretif kepada subyek yang diteliti. Ini berarti bahwa penelitian kualitatif mempelajari apapun di dalam setting alamiahnya, dengan berusaha memberikan makna atau menafsirkan fenomena menurut makna yang diberikan orang kepadanya. Penelitian kualitatif meliputi penggunaan dan pengumpulan berbagai bahan empiris studi kasus, pengalaman personal, interospeksi, riwayat hidup, wawancara, teks, observasional, historis, interaksional, dan visual yang menggambarkan makna dan momen-momen problematis dan rutin dalam kehidupan individu”.

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yang didukung oleh pendekatan *grounded theory* untuk melihat data yang diteliti dengan teori yang telah disesuaikan. *Grounded Theory* merupakan teknik penelitian secara induktif dan ditemukan secara ilmiah ditemukan oleh Barney G. Glaser dan Anselm L. Strauss melalui “*The Discovery of Grounded Theory*”. Istilah *grounded* yang dikenalkan oleh Glaser dan Strauss yang memiliki acuan teori yang dikembangkan melalui yang dimuali dengan data dari teori tersebut diturunkan. Teori ini digunakan untuk berbagai penelitian dalam bidang sosiologi, komunikasi, kesehatan, psikologi, pendidikan, bahkan pada bidang akuntansi (Goddard, 2004). *Grounded theory* adalah metode riset yang melakukan upaya pada pengembangan teori yang tersembunyi pada data yang dikumpulkan dan kemudian dilakukan analisis secara sistematis. Metode ini sebagai induktif, teori yang melalui metodologi untuk memungkinkan

peneliti untuk mengelola sebuah teori yang memperhitungkan secara general secara fitur dalam topik yang secara simultan menjabarkan penghitungan serta pengamatan secara empiris dari data (Martin & Turner, 1986).

Untuk mencapai tujuan studi, maka penelitian ini menggunakan strategi studi kasus untuk mengungkap bagaimana khalayak masyarakat kelas menengah bawah memaknai tayangan FTV. Menurut Creswell (2007), studi kasus adalah suatu proses untuk melakukan eksplorasi terhadap suatu sistem ataupun kasus (dan/atau) kasus-kasus, yang saling berkaitan secara detail dan mendalam, menggunakan jangka waktu tertentu, dengan menggunakan pengumpulan data yang mendalam dengan berbagai sumber informasi yang kaya akan konten. Strategi studi kasus secara mandiri berdiri menjadi serangkaian cerita yang utuh dan detail mengenai individu, organisasi, kampanye, maupun program – apapun unit analisisnya (Patton, 2002).

Teknik-teknik yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian dengan strategi studi kasus sendiri mendasarkan diri pada metode-metode yang umum dilakukan pada studi historis, dengan adanya perbedaan dengan menambahkan dua jenis teknik yang tidak dapat dilakukan para sejarawan, yaitu wawancara mendalam dan observasi. Dua teknik ini yang sebenarnya menjadi salah satu kekuatan studi kasus dibandingkan studi historis, yaitu kemampuan strategi ini untuk bersentuhan sepenuhnya secara langsung dengan peristiwa yang terjadi dan menjadi sumber bukti.

Objek dari penelitian ini ialah program tayangan FTV cerita remaja yang menampilkan kelas sosial masyarakat tertentu pada media televisi. Tayangan FTV cerita remaja memang memiliki banyak judul dan selalu berbeda pada setiap penayangannya. Namun, walaupun berbeda judul yang disajikan, tayangan tersebut selalu memiliki pola cerita atau dapat disebut memiliki *template* cerita yang selalu serupa. Sementara, subjek penelitian ini merupakan khalayak dari masyarakat kelas menengah ke bawah yang memiliki jenis pekerjaan yang hampir menyerupai kisah dan judul yang ditampilkan oleh tayangan FTV. Para informan merupakan pihak-pihak yang secara sadar

memiliki kemampuan yang cukup untuk memberi tanggapan tentang program tayangan FTV cerita remaja yang menunjukkan kelas sosial masyarakat tertentu pada media televisi. Secara lebih rinci, kriteria informan dalam penelitian ini ialah sebagai berikut: (1) Masyarakat kelas menengah bawah (Penghasilan kurang dari atau sama dengan Rp. 2.500.000 berdasarkan dengan kriteria kelas menengah bawah yang ditulis oleh Setiawan (2012) bahwa kelas tersebut memiliki pengeluaran berkisar Rp 375.000 dalam satu bulan yang juga dengan pendapatan tidak besar menyesuaikan dengan keseimbangan kemampuan berbelanja, serta pendidikan terakhir maksimal SMA dengan menyesuaikan kemampuan ekonomi kelas menengah bawah); (2) Tinggal di daerah Jabodetabek; dan (3) Berusia 17-25 tahun, atau termasuk dalam kategori usia remaja akhir menyesuaikan dengan karakter tokoh yang diceritakan oleh tayangan FTV cerita remaja.

Pengolahan dan analisis data pada penelitian ini ialah dengan metode *coding*. Pada penelitian berpendekatan kualitatif, *coding* dilakukan dengan mengorganisasi data menjadi kategori-kategori yang lebih konseptual (Neuman, 2003). Terdapat tiga tahapan coding data pada penelitian kualitatif (Neuman, 2003) antara lain:

1. *Open Coding*

Tahapan *coding* pertama melakukan penelitian dimulai dengan melakukan identifikasi data-data yang mentah ke dalam kategori maupun kode analisis tertentu. Dalam tahap ini, dilakukan pembentukan serta penamaan kategori-kategori awal yang kemudian diturunkan menjadi beberapa jenis subkategori (Neuman, 2003). Pengategorian tersebut dilakukan dengan menyesuaikan konsep dan teori-teori, serta literatur yang telah dibahas sebelumnya, meliputi pertanyaan penelitian awal, dan juga istilah-istilah atau konsep baru yang timbul dalam pencarian data. Melalui sejumlah subkategori, atau yang disebut dengan properti, dilakukan dimensionalisasi yang berarti adalah usaha untuk memperlihatkan kemungkinan-kemungkinan ekstrim dari tiap subkategori yang tersedia. Bentuk dari open coding masih

disesuaikan dengan kronologis data yang mentah, atau urutan pertanyaan wawancara.

2. *Axial Coding*

Tahap lanjutan dari *open coding* yang dimana dalam tahapan ini dilakukan penyusunan dan penautan di antara kategori-kategori serta subkategori-subkategori yang ada kemudian dimasukkan pada konsep kode tertentu. Konsep-konsep serupa dikumpulkan untuk membangun konstruk yang lebih umum untuk kemudian digunakan untuk menyusun kerangka analitis utama. Pada tahapan ini, dalam melakukan penelitian mulai melihat pada sebab-akibat, kondisi dan interaksi, serta strategi yang terjadi dalam fenomena. Kategori-kategori yang sebelumnya terlihat dalam tahap *open coding* direduksi dengan memisahkan konsep-konsep yang dapat terkait dan mendukung pengategorian secara konseptual yang telah disusun dan kemudian dilakukan penautan dan reduksi antarkategori dan subkategori.

3. *Selective Coding*

Sebagai tahapan yang terakhir dari rangkaian *coding* yang dilakukan, dengan melakukan pemilihan dan pengkategorian secara memusat yang dianggap signifikan terhadap fenomena, serta memvalidasi keterkaitan antara berbagai kategori dan subkategori (Neuman, 2003). Pada *selective coding* dalam penelitian ini dilakukan pemeriksaan terhadap konsep-konsep yang telah diproses pada *coding-coding* sebelumnya serta memilah konsep-konsep yang dapat terkait dan mendukung pengategorian konseptual yang telah disusun sebelumnya.

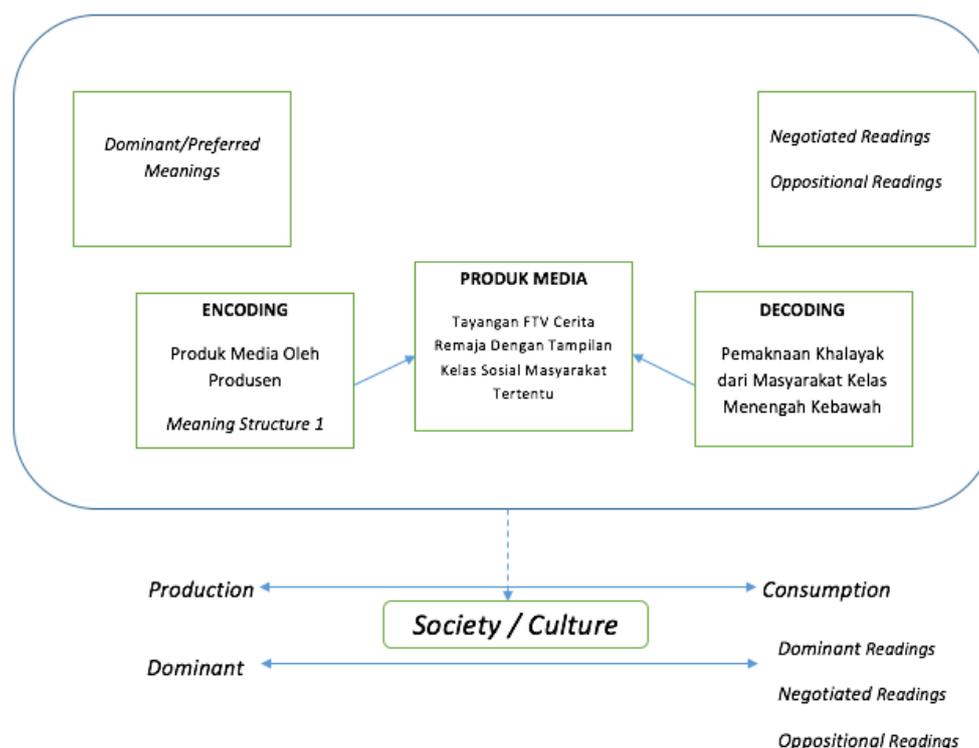
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan dari data lapangan hasil wawancara mendalam dan observasi di atas, ditemukan pola-pola sebagai berikut:

a. Informan yang memilih hanya media televisi sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari cenderung menerima pemaknaan sebagian gaya hidup pada tayangan FTV cerita remaja. Berbeda dengan yang memilih media televisi bukan hanya sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari tetapi juga memilih media

sosial digital, cenderung menolak pemaknaan gaya hidup yang ada pada tayangan tersebut.

- b. Informan yang memilih hanya media televisi sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari cenderung menerima adanya beberapa ketertarikan cerita tayangan FTV cerita remaja yang terjadi pada kehidupan kelas sosial menengah bawah. Berbeda dengan yang memilih media televisi bukan hanya sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari tetapi juga memilih media sosial digital cenderung menolak adanya beberapa ketertarikan cerita tayangan FTV cerita remaja yang terjadi pada kehidupan kelas sosial menengah bawah.
- c. Informan yang sedang memiliki kisah percintaan dengan pasangan yang berasal dari kelas sosial masyarakat yang berbeda cenderung menerima sebagian pemaknaan cerita percintaan pada tayangan FTV cerita remaja. Berbeda dengan yang tidak memiliki kisah percintaan dengan pasangan yang berasal dari kelas sosial masyarakat yang cenderung menolak pemaknaan cerita percintaan pada tayangan tersebut.
- d. Informan yang memiliki pengalaman kerja diatas 10 tahun menjadikan tayangan FTV sebagai hanya hiburan semata, sehingga cenderung ada pada posisi *oppositional reading*. Berbeda dengan yang memiliki pengalaman kerja dibawah 10 tahun cenderung menjadi pembaca pada posisi *negotiated reading*.
- e. Informan yang hidup mandiri menjadikan tayangan FTV sebagai hanya hiburan semata, sehingga cenderung ada pada posisi *oppositional reading*. Berbeda dengan yang tinggal pada fasilitas tempat informan bekerja dan tidak tinggal sendiri, cenderung menjadi pembaca pada posisi *negotiated reading*.
- f. Informan yang bertujuan memilih tayangan FTV cerita remaja hanya sebagai



Gambar 1. Skema Teoretis Pemaknaan Khalayak Tayangan FTV Cerita Remaja

hiburan dengan tidak mendalami cerita serta tidak memiliki idola pada tayangan tersebut, menjadikan dirinya cenderung ada pada posisi *oppositional reading*. Berbeda dengan yang memilih tayangan FTV cerita remaja sebagai hiburan dan juga menantikan idola masing-masing pada tayangan tersebut cenderung menjadi pembaca menjadi pembaca pada posisi *negotiated reading*.

- g. Informan yang menjadi khalayak aktif dalam kategori *Impervious to Influence* pada tayangan tersebut cenderung ada pada posisi *oppositional reading*. Berbeda dengan yang menjadi khalayak aktif dalam kategori *intentionality* cenderung menjadi pembaca pada posisi *negotiated reading*.

Setelah temuan yang didapatkan melalui wawancara mendalam serta dilakukan observasi pada informan sebagai subjek penelitian terhadap tayangan FTV cerita remaja sebagai objek penelitian untuk mengetahui pemaknaan masyarakat kelas menengah kebawah terhadap gaya hidup dan kelas sosial pada tayangan tersebut melalui teori resepsi oleh Stuart Hall dengan *decoding-encoding*, maka berikut ini didapatkan sekma teoretis yang dihasilkan tertuang dalam Gambar 1.

Skema teoretis yang ditunjukkan pada gambar diatas, mendiskripsikan bahwa pemaknaan melalui teori resepsi Stuart Hall dengan *encoding-decoding* merupakan satu kesatuan untuk mendapatkan pemaknaan pada suatu teks dan pesan pada suatu media. *Encoding* melalui produk media yang diciptakan oleh produsen media tersebut merupakan suatu pesan yang secara keseluruhan menjadi pemaknaan yang dominan sesuai dengan apa yang ingin produsen berikan kepada khalayak yang mengkonsumsi produk tayangan tersebut yang bisa diterima dan dipahami sebagai sesuatu yang dianggap “lazim” oleh khalayak yang menerima tayangan tersebut yang kemudian nantinya akan memunculkan pemaknaan yang beragam. Khalayak bisa terbagi pada beberapa kemungkinan pembaca; sebagai *dominant reading* yang menginterpretasi teks atau pesan pada media sesuai dengan apa yang diinginkan oleh produsen produk media, *negotiated reading* yang memahami interpretasi yang diinginkan produser pesan secara kabur dan menegosiasikan makna dengan elemen extratekstual, serta *oppositional reading* yang membentuk makna yang bertentangan dengan yang dimaksudkan oleh produsen pesan. Dari *encoding-decoding* pesan media tersebut dimulai

dengan tahap produksi yang dilanjutkan dengan sirkulasi serta konsumsi dan reproduksi yang menghasilkan pemaknaan terhadap objek penelitian yang dimana pada penelitian ini adalah tayangan FTV cerita remaja. Sehingga pemaknaan yang berbeda terjadi karena makna yang diproduksi oleh produsen media tidak selalu sama dengan makna yang dikonsumsi oleh khalayak pada media tersebut.

KESIMPULAN

FTV atau film televisi adalah merupakan tayangan dengan kategori drama yang memasukkan cerita yang berasal dari kisah kehidupan sehari-hari namun dilakukan improvisasi drama yang sedemikian rupa sehingga menarik untuk ditonton oleh khalayak media televisi di Indonesia. FTV memiliki ciri khas tersendiri cerita sandiwara yang satu kali penayangannya habis memang nampak seperti film, dengan menampilkan cerita yang diputar kurang lebih 2 jam dalam sekali penayangannya dan langsung selesai seperti film yang biasa ditampilkan di bioskop begitu juga dalam tampilan yang disajikan juga hampir serupa dengan film yang biasa beredar namun FTV memiliki kualitas lebih rendah dibandingkan film yang ditayangkan melalui layar lebar karena proses produksi yang juga berbeda sehingga yang dihasilkan tidak memiliki kualitas yang baik, hanya untuk menjadi hiburan dengan cerita yang menghibur dan memberikan harapan-harapan serta mimpi bagi yang mengkonsumsi tayangan tersebut. FTV di Indonesia yang mulai banyak diproduksi di Indonesia pada awal tahun 1995 yang dipelopori oleh salah satu TV swasta yaitu SCTV, dan produk FTV masih menjadi andalan dari stasiun TV ini.

FTV dengan cerita remaja adalah yang menjadi ciri khas yang ditampilkan oleh SCTV yang terus menjadi FTV yang dinantikan oleh masyarakat di Indonesia walaupun selalu menampilkan alur cerita yang serupa dalam setiap penayangannya. Tidak hanya alur cerita yang khas, namun judul yang ditampilkan juga cukup mengundang khalayak untuk menjadi penasaran dan menonton tayangan tersebut. Namun, FTV cerita remaja yang sekarang tidak hanya ditampilkan oleh SCTV, FTV cerita remaja selalu menampilkan adanya kelas sosial

tertentu di dalamnya begitu juga dengan judul untuk masing-masing FTV cerita remaja yang ditayangkan. Dari penelitian ini mencoba untuk menemukan bagaimana masyarakat dengan kelas sosial masyarakat kelas menengah bawah memaknai cerita yang ada pada FTV cerita remaja tersebut.

Sesuai dengan penelitian ini, diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah diungkapkan sebelumnya pada Bab 1. Penelitian ini pada dasarnya ingin melihat bagaimana khalayak media televisi yang berasal dari kalangan masyarakat kelas sosial menengah bawah memaknai program tayangan FTV cerita remaja dengan cakupan pemaknaan gaya hidup serta pemaknaan perbedaan kelas sosial yang ditampilkan pada cerita tayangan FTV tersebut. Oleh karena itu, melalui teori resepsi model *encoding* dan *decoding* yang terlihat ketika informan yang menjadi khalayak tayangan tersebut tengah melakukan konstruksi pemaknaan pada tayangan FTV cerita remaja yang memang menampilkan kelas sosial masyarakat tertentu, yang kemudian menghasilkan makna, menginterpretasikannya kepada lingkungan dimana informan berada meliputi lingkup sosial dan juga budaya sosial mereka masing-masing.

Melalui dasar studi *decoding* yang menggunakan analisis resepsi terhadap para informan yang memiliki latar belakang serta pengalaman sosial dan budaya yang beragam dan berbeda satu sama lainnya kemudian didapatkan posisi kecenderungan pembacaan teks atau pesan pada media pada tayangan FTV cerita remaja yang tayang pada stasiun televisi swasta di Indonesia. Dengan analisis resepsi yang dilakukan pada tayangan FTV cerita remaja sebagai objek penelitian, maka dilakukan wawancara yang mendalam pada konsep cerita dari tayangan FTV cerita remaja yang selalu memiliki *template* yang sama dalam setiap judul penayangan yang sama serta dilakukan observasi dengan membahas beberapa judul FTV cerita remaja yang menyesuaikan dengan jadwal tayang ketika dilakukan observasi untuk mengetahui pemaknaan yang hadir pada setiap informan. Sehingga observasi yang berbeda terhadap judul FTV cerita remaja yang dilakukan dengan

informan Acung pada tayangan FTV cerita remaja yang berjudul “*My Brother Bikin Baper*”, dengan informan Sinta dilakukan observasi dengan tayangan FTV cerita remaja yang berjudul “*My Beautiful (Ex) Sister*” dan informan yang merupakan kelompok asisten rumah tangga dilakukan observasi dengan tayangan FTV cerita remaja yang berjudul “*Nada Asoy Si Nanny Unyu*”. Meskipun judul yang tampil berbeda, namun inti dan juga alur cerita dari masing-masing judul tersebut masih memiliki *template* yang sama dengan konsep cerita FTV cerita remaja yang telah dijelaskan.

Setelah dilakukan wawancara mendalam serta observasi dengan beberapa judul pada masing-masing informan maka didapatkan hasil pemaknaan dari masing-masing informan yang berbeda. Informan Acung yang memiliki kecenderungan posisi *oppositional reading* pada tayangan FTV cerita remaja meliputi adanya cerita percintaan, gaya hidup serta perbedaan kelas sosial tertentu secara keseluruhan cerita yang ditayangkan pada tayangan tersebut merupakan khalayak aktif dalam kategori *Impervious to Influence*. Acung memiliki pengalaman kerja diatas 10 tahun, hidup mandiri di Jakarta. Ia juga bertujuan memilih tayangan FTV cerita remaja hanya sebagai hiburan semata dengan tidak mendalami cerita serta tidak memiliki idola pada tayangan tersebut menjadikan tayangan FTV sebagai hanya hiburan semata karena menurutnya secara keseluruhan cerita tampil tidak secara nyata. Berbeda dengan lima informan lainnya yang cenderung menjadi pembaca pada posisi *negotiated reading* pada tayangan FTV cerita remaja meliputi adanya cerita percintaan, gaya hidup serta perbedaan kelas sosial tertentu secara keseluruhan cerita yang ditayangkan pada tayangan tersebut merupakan khalayak aktif dalam kategori *Intentionality*. Lima informan ini yang antara lain informan Sinta, Lusi, Lina, Ita & Elvi, mereka memiliki pengalaman kerja dibawah 10 tahun, mereka juga tinggal pada fasilitas tempat mereka bekerja dan tidak tinggal sendirian secara mandiri. Mereka juga memilih tayangan FTV cerita remaja selain sebagai hiburan dan juga menantikan idola masing-masing pada tayangan tersebut untuk memuaskan diri mereka masing-masing melihat idolanya.

Kemudian ditemukan juga melalui keseluruhan informan berdasarkan tayangan FTV cerita remaja melalui pemaknaan gaya hidup, informan yang memilih hanya media televisi sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari cenderung menerima pemaknaan sebagian gaya hidup pada cerita tayangan FTV cerita remaja yang memang sesuai dengan kelas masyarakat tertentu dalam melakukan gaya hidup. Berbeda dengan Informan Sinta yang memilih media televisi bukan hanya sebagai hiburan dalam kegiatan sehari-hari tetapi juga memilih media sosial digital, cenderung menolak pemaknaan gaya hidup menolak adanya beberapa ketertarikan cerita tayangan FTV cerita remaja yang sesuai dengan gaya hidup pada kelas sosial tertentu.

Kemudian pada pola selanjutnya yang ditemukan melalui pemaknaan cerita percintaan dengan adanya perbedaan kelas sosial, seperti informan Sinta yang sedang memiliki kisah percintaan dengan pasangan yang berasal dari kelas sosial masyarakat yang berbeda cenderung menerima sebagian pemaknaan cerita percintaan pada tayangan FTV cerita remaja, dan ia mempertanyakan adanya intimidasi kelas sosial yang berbeda pada tayangan tersebut. Berbeda dengan yang tidak memiliki kisah percintaan dengan adanya perbedaan kelas sosial dengan pasangan yang berasal dari kelas sosial masyarakat yang cenderung menolak pemaknaan cerita percintaan pada tayangan tersebut karena menyadari posisi mereka sebagai masyarakat kelas sosial bawah.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C. (2004). *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Kreasi Wacana.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Usage.
- Denzin, N., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*. Pustaka Pelajar.
- Djamal, H. (2017). *Programming: Sebagai Satu Kesisteman Untuk Meraih Jumlah Audiens Secara Optimal*. Kencana.
- Effendy, O. U. (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. PT Remaja

- Rosdakarya.
- Goddard, A. (2004). Budgetary practices and accountability habitus. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 17(4), 543–577.
<https://doi.org/10.1108/09513570410554551>
- Heryanto, A. (2015). *Identitas & Kenikmatan : Politik Budaya Layar Indonesia*. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Kolker, R. (2002). *Film, Form, And Culture*. McGraw-Hill.
- Leeds-Hurwitz, W. (2009). Social construction of reality. In *Encyclopedia of communication theory*.
- Martin, P. Y., & Turner, B. A. (1986). Grounded Theory and Organizational Research. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 22(2), 141–157.
<https://doi.org/10.1177/002188638602200207>
- Mc.Quail, D. (2000). *McQuail's Mass Communication Theory*. Sage.
- Mc.Quail, D. (2005). *Teori Komunikasi Massa*. Erlangga.
- Neuman, L. (2003). *Sosial Research Method, Qualitatif and Quantitative Approaches*. Allyn and Bacon.
- Panuju, R. (2015). *Sistem Penyiaran Indonesia*. Fajar Interpratama Mandiri.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods : 3 Edition*. SAGE Publications Ltd.
- Sabelli, N. (2008). *Constructionism: A New Opportunity for Elementary Science Education*. DRL Division of Research on Learning in Formal and Informal Settings.
- Storey, J. (2007). *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Bentang.
- Wirodono, S. (2005). *Matikan TV-Mu Teror Media Televisi di Indonesia*. Resist Book.