

Multikulturalisme dalam Wajah Situasi Kita Komedi Situasi: Antara Kesedarajatan dan Kesenjangan

ABSTRACT

Multiculturalism is one of the problems in modern society. Multiculturalism is not pragmatic political doctrine, but it is wisdom in managing cultural differences among people. Indonesia is an archipelago which consists of thousands of islands and hundreds of cultures. There are many crucial conflicts caused by cultural issues, such as ethnicity, religion, race, and other cross cultural issues. In this circumstance, people should be aware and accommodating to accept multicultural reality in a plural society. Television as modern mass media is not only expected to be informative and entertaining media, but also educational media. Through TV broadcast, television has a great social responsibility to explore multiculturalism campaign. TV itself has a variety of programs. Situation comedy is one of the comedy genres which are aired on the television which provides enjoyable entertainment. With humor, strong characters, settings and its smooth implicit message, situation comedy becomes a favorite entertainment program. Unfortunately,

this show is not safe enough to be watched. Sometimes, it demonstrates extreme jokes. These jokes touch cultural issues and they make problems from cultural differences. In situation comedy, they taunt each other with extreme insults. The producer always creates unique selling points by creating a program that presents stereotypes. It is dangerous for multiculturalism education.

Keywords: Multiculturalism, situation comedy, television, mass media

ABSTRAK

Multikulturalisme merupakan salah satu masalah dalam masyarakat modern. Multikulturalisme bukanlah doktrin politik pragmatis; namun kebijaksanaan dalam mengelola perbedaan budaya di antara masyarakat. Indonesia adalah salah satu negara ofislands, yang terdiri dari ribuan pulau dan ratusan budaya. Ada banyak konflik penting yang disebabkan oleh masalah budaya, seperti; etnis, agama, ras, dan kelas lintas. Dalam kondisi ini, masyarakat harus sadar dan akomodatif untuk realitas multikultural dalam masyarakat plural. Televisi sebagai teknologi media massa modern tidak hanya diharapkan menjadi media yang informatif dan hiburan, tetapi juga media edukatif. Melalui siaran, ia memiliki tanggung jawab sosial yang besar untuk membongkar kampanye multikulturalisme. Ini memiliki berbagai program, dan situasi komedi adalah salah satu genre komedi, yang tampil di televisi, yang memberikan hiburan lebih menyenangkan. Dengan humor, karakter yang kuat, pengaturan, pesan yang halus, menjadikan program hiburan favorit. Sayangnya, pertunjukan yang tidak cukup aman untuk ditonton. Kadang, kita ditunjukkan oleh lelucon yang berlebihan. Lelucon menyentuh pada masalah budaya; mereka membuat masalah dari perbedaan budaya. Mereka mengejek satu sama lain dengan menghina. Produser selalu menciptakan titik penjualan yang unik dengan membuat program yang menghadirkan stereotip. Hal ini berbahaya untuk pendidikan multikulturalisme.

Kata Kunci: Multikulturalisme, komedi situasi, televisi, media massa

PENDAHULUAN

Setelah lelah dengan tayangan audisi dan kontes adu bakat, mulai dari audisi Akademi

Fantasi Indosiar (AFI), Kontes Dangdut TPI (KDI), Indonesian Idol, Audisi Pelawak Indonesia (API), Pemilihan Da'i Cilik (PILDACIL), dan audisi-audisi lainnya, televisi Indonesia disibukkan dengan berbagai tayangan mistik baik dalam sinetron maupun *reality show*. Bahkan secara serentak beberapa stasiun televisi swasta menayangkan beberapa sinetron "Illahi-Illahi-an", sebut saja Misteri Illahi, Rahasia Illahi, Jalan Illahi, Hidayah dan lain-lain. Tayangan *reality show* yang bernuansa mistikpun tak mau ketinggalan, mulai dari Gentayangan, Uka-Uka, Dunia Lain, Uji Nyali, Penampakan, sampai Sang Pemburu, semuanya menawarkan sesuatu yang magis, mistis, dan sulit dinalar. Ironisnya tayang-tayang tersebut selalu diburu dan ditunggu pemirsanya, sehingga tayangan-tayangan tersebut sempat mendongkrak omset beberapa stasiun televisi karena mendapat rating yang cukup memuaskan. Namun, tidak lama kemudian berbagai kontroversipun merebak demi merespon tayangan media yang dianggap oleh sebagian besar masyarakat sebagai tayangan yang tidak mendidik alias pembodohan publik.

Dalih reliji dibalik tayangan yang sarat akan mistik dan syirik ternyata tidak cukup mampu menghipnotis pemirsanya dalam waktu yang lama. Masyarakat yang mengaku literate akan tayangan media massa akhirnya merasa resah dan gelisah sehingga menganggap perlu untuk merekonstruksi bahkan mendekonstruksi tayangan-tayangan media massa yang tidak mendidik agar menjadi lebih mendidik. Melalui media massa juga mereka sampaikan protes, kritik dan saran agar tayangan sinetron reliji-mistik dihentikan atau paling tidak dikemas ulang agar lebih mengedepankan Dakwah Bil Hikmah. Kemudian muncullah TransTV dengan neo sinetron religinya yang mencoba untuk lebih mengedepankan pesan-pesan dakwah melalui perilaku dan akhlakul karimah, bukan lagi pada kemusyrikan yang meyakini pada sesuatu yang bertuah. Maka lahirlah sinetron-sinetron religi baru yang lebih segar, memberi pencerahan dan sarat akan

pesan-pesan dakwah yang tidak "menyesatkan". Dan seperti biasa jika tayangan tersebut "laku" maka stasiun lainpun mengikutinya.

Setelah pemirsa bosan dengan tayangan sinetron, pelaku media mencoba beralih pada sajian komedi yang agak berbeda. Dimana tayangan komedi dulu selalu disajikan dalam bentuk lawakan yang monoton dan datar, seperti Srimulat di Indosiar, Cagur dan Ngelaba di TPI.

Bajaj Bajuri adalah salah satu tayangan komedi situasi yang booming sejak sekitar lima tahun lalu. Tayangan komedi situasi atau biasa disebut sitkom ini sempat menjadi "raja" acara yang fenomenal di pertelevisian Indonesia. Beragam karakter yang merupakan representasi dari beberapa latar belakang budaya menjadikan tayangan tersebut memiliki nilai multikultural dan *proximity* yang tinggi di hati pemirsanya. Sayangnya, lagi-lagi *stereotyping* yang kuat atas masing-masing etnik yang dijadikan sebagai *unique selling point* pada masing-masing karakter tokohnya.

Tokoh emak sebagai representasi masyarakat dari etnik Betawi, diperankan dengan karakter yang selalu antagonis, licik, tidak mau kalah dan semena-mena. Tokoh Parti sebagai representasi masyarakat dari etnik Jawa Tengah-an, ditunjukkan dengan karakter yang selalu mengalah *nrimo ing pandhum* dan lemah, sedangkan tokoh Hindun yang merepresentasikan masyarakat Jawa Timur-an (etnik Madura) memiliki karakter manja, genit, suka menggoda pria, dan suka pamer, dan beberapa tokoh lainnya yang diperankan atas dasar representasi etnik tertentu.

Dalam perjalanannya, awal mula komedi situasi di pertelevisian Indonesia masih sangatlah jarang. Sehingga begitu ada sebuah tayangan segar yang dirasa mampu menghibur dengan menyajikan sebuah realita sosial yang sederhana dan dikemas secara sederhana pula (apa adanya) maka masyarakatpun dengan mudah menerimanya. Setelah meneguk kesuksesan yang besar, tayangan dalam genre inipun mulai bermunculan di beberapa stasiun televisi swasta, seperti *Kejar Kusnadi*, *Parodi Jali-*

jali, OB (*Office Boy*), *Bajaj Bajuri Edisi Salon Oneng*, *Bajaj Bajuri Narik Lagi dan Petak 9* (Komedi Tionghoa).

Seperti halnya *Bajaj Bajuri*, OB juga mencoba menampilkan sisi lain dari sebuah realitas sosial yang multietnis. Suasana bekerja dalam sebuah perusahaan televisi yang penuh dengan aturan dan kompetisi, dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi sebuah fenomena yang menyegarkan dan mudah dicerna. Masing-masing tokoh yang diperankan memiliki karakter yang sangat kuat, sehingga sangat mudah dikenali dan diingat pemirsanya.

Dalam kebanyakan tayangan komedi situasi, multikulturalisme seringkali dijadikan sebagai pendekatan strategis agar mudah diterima pemirsanya. Demikian pula dengan OB, meskipun tidak banyak namun beberapa etnik terwakili dalam penokohnya. Sebagai contoh Sayuti, OB yang ramah, suka mengalah, dan cenderung memiliki sifat *conflict avoidance*, dengan gaya bahasanya yang medhok, cukup menjadi alasan untuk menyebutnya sebagai representasi etnik Jawa.

Sementara Saudah (Oda) yang arogan, suka memeras orang dan selalu ingin menang sendiri merepresentasikan seorang perempuan Betawi yang semena-mena dan berani. Demikian pula dengan Pak Taka, seorang pemimpin yang otoriter dan Gusti, Hendra, Sasyha, Mail, dan Susi, semuanya memiliki karakter kuat yang mewakili masing-masing kelompok budaya mereka.

Seiring dengan bergulirnya wacana multikulturalisme dan pluralisme yang dianggap sebagai *alternative solution* dari sekian banyaknya permasalahan yang terjadi dan mendera bangsa kita. Multikulturalisme merupakan sebuah paradigma baru yang ingin mencoba merajut kembali hubungan antarmanusia yang terserak dalam suasana yang dipenuhi dengan konflik (Suparlan, 2001:6). Selama ini permasalahan antaranak bangsa seringkali dipicu oleh persoalan SARA (suku, agama, ras, dan antargolongan). Karena selama lebih dari tiga puluh tahun kita memang dipasung, dan dipaksa menjadi bangsa yang

“seragam”, sehingga keragaman dianggap menjadi momok yang membahayakan. Etnosentrisme, primordial, dan diskriminasi atas etnik lain merupakan suatu hal yang lumrah terjadi. Tayangan-tayangan televisi juga lebih pada Java sentries yang memang saat itu (Orde Baru) memiliki kedekatan *cultural* dengan penguasa. Alih-alih wajah bangsa kita berubah menjadi sosok yang sangar yang selalu antipatif dengan keberagaman.



Sumber: Komedi Situasi OB
Episode Sehari tanpa OB (RCTI)

Bersamaan dengan pecahnya konflik sosial yang berakar dari faktor kultural, muncul sebuah kesadaran perlunya kepekaan kita akan sebuah kenyataan bahwa bangsa kita memang sudah dari sononya majemuk dan plural, mulai dari agama, budaya, kepentingan ekonomi, sosial dan politik. Sehingga perlu dengan kesadaran dan kearifan dalam mengelola kemajemukan dan keberagaman ini, yakni dengan semangat kesederajatan kita harus saling menghormati, menghargai, dan menerima saudara kita yang berasal dari kultur yang berbeda. Semangat itulah rupanya yang menjadi inspirasi pelaku media untuk turut membantu terbangunnya kesadaran masyarakat luas akan multikulturalisme.

Kondisi masyarakat yang semakin modern, merupakan salah satu indikasi bahwa sebuah negara tersebut telah berkembang. Dan salah satu indikator masyarakat modern adalah plural, majemuk dan beragam. Sehingga

masyarakatnyapun dituntut untuk secara sadar saling memahi keberagaman dan segala perbedaan. *Modern societies are increasingly confronted with minority groups demanding recognition of their identity, and accommodation of their cultural differences. This is often phrased as the challenge of "multiculturalism"* (Kylicka, 1995:10).

Media massa, dalam hal ini televisi dipercaya memiliki kekuatan yang luar biasa mampu men"uduk"kan audiensnya dan *keep on watching* selama berjam-jam. Dan kekuatan inilah yang dimanfaatkan oleh pelaku media untuk turut memeriahkan wacana multikulturalisme di negeri ini. Melalui berbagai jenis tayangan hiburan, nuansa multikultur sering dijadikan sebagai setting atau sekedar pemanis sajian. Tentunya komedi situasi, sebagai salah satu acara hiburan alternatif yang mendapat tempat di hati pemirsa tidak luput dari pencitraan akan sebuah multikulturalisme. Hanya saja yang mungkin menjadi persoalan adalah, benarkan multikulturalisme yang ada dalam wajah komedi situasi kita membawa semangat kesederajatan atautkah justru sebaliknya, yakni mengusung sebuah kesenjangan, dimana satu etnik dengan etnik lainnya saling mencemooh, melecehkan, dan "memanfaatkan"?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, dengan menggunakan CDA (Critical Discourse Analysis). Paradigma kritis lebih mentitik beratkan pada wacana praktik sosialkultural. Mengutip dari Eriyanto, CDA mengkaji wacana dari 5 elemen, yakni tindakan, konteks, sejarah, kekuasaan, dan ideologi (Eriyanto, 2001:8).

PEMBAHASAN

MENYOAL KOMEDI SITUASI KITA

Jika kita runtut sejarahnya, perkembangan komedi situasi bermula di Amerika Serikat sekitar tahun 1940-an. Saat itu lewat sebuah acara yang paling dikenal dan bertajuk *I Love Lucy* (1957), di mana acara tersebut merupakan sebuah tayangan yang fenomenal

sekaligus menjadi primadona peretelevisian di Amerika Serikat. Bahkan beberapa saat kemudian acara tersebut digemari pemirsa di berbagai negara (Briggs dan Burke, 2006:289). Dengan berkiblat pada acara tersebut serta melalui sejumlah peniruan-peniruan yang lebih inovatif atau dalam istilah audio visual biasa disebut *spin off*, maka bermunculanlah sejumlah komedi situasi-komedi situasi yang kemudian lahir dan menjadi genre tersendiri dalam dunia humor dan komedi peretelevisian dunia.

Cultural Imperialism Theory ikut mengukuhkan akan adanya sebuah imperialisme budaya melalui media massa. Transformasi budaya dengan mudahnya dilakukan melalui media massa. Perkembangan media massa yang cukup pesat dengan segala teknologi canggihnya mampu mengantarkan seseorang pada 'dunia lain' yang bukan merupakan dunianya. Ranah *private* tersentuh oleh hadirnya teknologi baru, yang disebut sebagai *global technology*. Tentunya ini sangat memudahkan kita untuk melihat dan menyaksikan bagaimana media massa di negara luar berkompetisi. Dengan dalih tak mau dikatakan kuno, ketinggalan jaman, dan katrok, maka dengan leluasanya pelaku media menjiplak dan *mengcopy-paste* program acara dari stasiun telvisi lain.

Indonesia, sebagaimana lazimnya, tidak luput dari pengaruh dunia Barat, termasuk tradisi meniru program acaranya. Mulai dari menyadur drama asia, acara *game*, *reality show*, hingga acara komedinya. Meskipun demikian, yang masih menjadi harapan pemirsa di Indonesia adalah bagaimana telvisi kita mampu menyajikan yang original. Meskipun genre acaranya memang tidak lahir di negeri sendiri, namun cerita dan penokohnya harusnya lebih disesuaikan secara antropologis.

Komedi situasi merupakan salah satu genre komedi selain komedi horor, komedi mistik, komedi percintaan, dan komedi-komedi lainnya. Peretelevisian Indonesia sendiri sebenarnya telah menayangkan acara komedi sejak lebih dari 30 tahun. Srimulat adalah

salah satu acara komedi yang ditayangkan di televisi kita (TVRI), kemudian Ludruk, dan Kidungan. Sejak pertelevisian di Indonesia mulai berkembang, dan munculnya beberapa televisi swasta, maka semakin banyak pula tayangan-tayangan komedi di televisi. Sebagai contoh beberapa acara komedi yang masih ditayangkan hingga saat ini; Srimulat 3G di Indosiar, *Ketawa Sore*, *SBY (Santai Bareng Yuuk)*, *Bajaj Bajuri*, *Extravaganza*, *Extravaganza ABG*, *Ngelenong Yook*, dan *Lenong Betawi* di TransTV, *Office Boy (OB)* di RCTI, *Jinny oh Jinny*, *Tuyul dan Mbak Yul* di TPI, *Petak 9* di ANTV, *Parodi Jali-Jali* di Lativi, dan masih banyak lagi.



Salah satu tayangan Komedi Situasi
Sumber: *Bajaj Bajuri* Narik Lagi, TransTV

Kehadiran komedi situasi di pertelevisian kita disambut baik oleh masyarakat pemirsa, karena dianggap sebagai hiburan alternatif ketika mereka pulang dari rutinitas dan kepenatan kerja. Bahkan beberapa orang menganggap komedi situasi merupakan hiburan segar yang tidak membutuhkan kemampuan pikir dan intelektualitas tinggi untuk mencerna dan memahami isi pesannya, semuanya sederhana, mudah, dan tidak njlimet. Bagi sebagian besar masyarakat awam, tayangan tersebut dirasa ringan, tidak politis dan tidak sarat kepentingan, meskipun belum tentu demikian. Nyatanya, jika dilihat dari karakter penokohan yang diperankan “seakan” ada unsur kesengajaan sang sutradara untuk sekedar menarik *interest* pemirsa. Penokohan-penokohan yang ditampilkan seringkali

terkesan diskriminatif.

Dalam sitkom *Bajaj Bajuri* dan *OB* misalnya, memang idealnya cerita pada komedi situasi haruslah diabdikan pada tokoh yang memiliki karakter yang kuat.



Salah satu adegan Pak Taka menyuruh push up seorang tamu

Sumber: Episode Mail mau Kawin

Dalam adegan diatas ditunjukkan seorang pemimpin yang otoriter menyuruh seorang tamu (diperankan oleh Topan) yang sedang menagih uang ganti rugi pada Ismail (salah satu OB HRD) yang telah menabrak mobilnya. Dalam dialog ditunjukkan orang tersebut menggunakan logat bahasa Madura yang tentunya itu dimaknai sebagai representasi orang Madura. Seperti dikatakan Garin Nugroho (1998) harusnya pada saat kita mengikuti komedi situasi, fokusnya bukan pada apa yang terjadi, tetapi kita mengikuti watak-watak utama yang bereaksi dengan situasi dan muatan peristiwanya. Ruang dalam komedi situasi, misal dalam komedi situasi *OB* (pantry, ruang HRD, toilet, lobi dan kantin) atau dalam *Bajaj Bajuri* (rumah emak, rumah pok minah, rumah Hindun, warung, pangkalan ojek, kontrakan Ucup, dan lingkungan perumahan) merupakan ruang relasi yakni yang menghubungkan sekaligus menetapkan jenis pekerjaan, tingkat ekonomi, juga watak-watak yang saling berelasi.

Dalam ilmu dramaturgi, energi yang dibutuhkan dalam komedi situasi adalah lebih tinggi, dan realitas yang dimunculkan adalah

drama itu sendiri. Tentunya ini membutuhkan sebuah keahlian extra. Dan sayangnya komedi di pertelevisian Indonesia masih belum banyak yang mampu mengangkat rangsang manusiawi dalam diri pemirsa, seperti keharuan, kegembiraan, cinta, rasa ikatan persaudaraan, dan sebagainya. Akhirnya sutradara lebih mengarahkan pada penokohnya, sebenarnya tidaklah keliru, namun akan menjadi fatal jika itu memanfaatkan *stereotype* atas masing-masing entik pada etnik lainnya. Dan lebih bahaya lagi, justru *stereotype* itu yang sengaja dimanfaatkan untuk membangun sebuah *unique selling point* pada tayangannya. Sehingga akan menjadi ironis jika kesadaran multikulturalisme yang ingin dibangun melalui tayangan komedi situasi justru menjadi sebuah media saling melecehkan, merendahkan dan bahkan menistakan satu sama lain.

Terbukti dari banyaknya kekerasan baik verbal maupun non verbal yang terjadi pada tayangan komedi kita yang kesemuanya berasal dari kelemahan fisik seorang pemerannya atau mungkin karena atribut budaya yang dikenakan. Penyebutan seperti nama binatang, tanaman, kuman, atau bahkan sesuatu yang tidak manusiawi. Atau juga perlakuan fisik yang kasar, seperti memukul kepala, menyentuh bagian tubuh yang sensitif, dan masih banyak lagi, yang seringkali itu menyinggung atribut budaya. Meskipun memang tidak jarang atribut budaya sengaja dibawa dan dijadikan identitas seorang komedian untuk mendapat popularitas, hingga pada saatnya itu dianggap sebagai komoditas yang memiliki nilai jual tinggi. Sebut saja Kadir, yang dikenal dengan logat Maduranya, meskipun dia berasal dari Kediri, atau Parto Patrio dengan logat Tegalnya, dan masih banyak lagi artis komedi yang menjadikan latar belakang budaya khususnya logat bicara sebagai komoditas (komodifikasi).

Jika memang hadirnya berbagai representasi etnis dalam tayangan komedi di layar kaca dimaknai sebagai upaya membangun kesadaran multikulturalisme, bahwa kita memang majemuk, beragam, dan plural, maka sudah

selayaknya upaya tersebut disertai semangat kesederajatan bukan kesenjangan. Bukan sebaliknya, keberagaman menjadi bahan untuk saling mengejek, menghina dan merendahkan demi menarik tawa pemirsanya.

PERAN MEDIA DALAM MEMBANGUN MASYARAKAT MULTIKULTUR

Kemajemukan masyarakat Indonesia merupakan sebuah realitas yang tidak mungkin dipungkiri. Kemajemukan masyarakat dan budaya Indonesia tercermin dengan adanya keragaman agama, etnik, bahasa dan budaya, yang muncul karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kondisi wilayah geografis, latar belakang sejarah/ historis, dan psikologis.

Seperti ditunjukkan Tatang Muttaqin bahwa keanekaragaman ini di satu sisi akan memberi warna positif pada system nilai budaya bangsa apabila terwujud dalam bentuk interaksi yang saling melengkapi, tetapi di sisi lain dapat menjadi sumber konflik apabila tidak dipahami dengan baik, apalagi jika menjadikannya sebagai suatu kesatuan dalam berkompetisi untuk memperebutkan sumberdaya ekonomi dan politik. Dengan demikian, kemajemukan masyarakat Indonesia tidak mungkin dinegasikan. Konsepsi Bhinneka Tunggal Ika adalah representasi normative yang menjadi acuan dalam mengelola kemajemukan sehingga kemajemukan tersebut menjadi kekuatan bangsa. Disamping itu, cita-cita bersama untuk mewujudkan demokrasi menuntut adanya apresiasi terhadap keragaman budaya sehingga perlu pengelolaan keragaman secara sinergis (Muttaqin,2003:4).

Media massa merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah komunikasi multikultur. Media massa dianggap memiliki posisi yang strategis dalam masyarakat. Secara konseptual, keberadaan dan relasi antara media massa dan masyarakat perlu dilihat secara dua arah. Apakah media massa membentuk atau mempengaruhi masyarakat, ataukah sebaliknya, yakni sebagai cermin atau dipengaruhi oleh

realitas masyarakat.

Media massa dengan powernya dipercaya mampu memegang peranan penting sebagai katalisator dalam masyarakat (Laswell, 1934). Media massa sebagai media “pendidik” diyakini memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membangun dan memberikan pemahaman tentang masyarakat multikultur. Karena perannya yang sangat potensial untuk mengangkat opini publik sekaligus sebagai wadah berdialog antar lapisan masyarakat, dan tidak menutup kemungkinan antaretnik, antaragama, antargolongan, dan sebagainya. Seperti ditunjukkan dalam Agenda Setting Theory (McCombs & Shaw, 1972) bahwa kaitan antara urutan kadar penting suatu isu yang ditetapkan media dan urutan signifikansi yang diletakkan pada isu yang sama oleh publik. Namun, sayangnya kebanyakan media kita terlalu berorientasi pada komersialisme dan menggunakan strategi pendekatan budaya massa (Panjaitan dan Iqbal, 2003:14; Wardhana, 1997:34). Apa yang sedang digandrungi masyarakat itulah yang disajikan.

Jurnalisme sebagai salah satu produk media massa, saat ini telah mulai mempertimbangkan adanya keragaman dan kemajemukan dalam masyarakat kita, dikenallah Jurnalisme Multikultural, dimana dalam penyajian berita selalu memperhatikan dan mempertimbangkan aspek-aspek *cultural*, tidak semata-mata bombastis dan sensasional. Sehingga sudah selayaknya media massa secara makropun berperan demikian. Yakni dengan cara mendekati isi media pada realitas masyarakat yang plural, bahkan lokalistik, seperti pemahaman terhadap solidaritas, penanaman terhadap perbedaan budaya, hidup dalam kebhinnekaan, dengan nuansa yang berakar dari kebersamaan (Purwasito, 2002:288). Bukan malah ikut memanfaatkan suasana konflik yang semakin memperparah dan memanaskan keadaan.

Terkait dengan wacana multikulturalisme, peran media massa seperti pisau bermata dua, yakni berperan positif sekaligus juga berperan negatif (Muttaqin, 2003:9). Peran positif

media massa bisa berupa: 1) memberikan kontribusi dalam menyebarluaskan dan memperkuat kesepahaman antar warga masyarakat, 2) memberikan pemahaman terhadap adanya kemajemukan sehingga melahirkan penghargaan terhadap budaya lain, 3) sebagai ajang publik dalam mengaktualisasikan aspirasi yang beragam, 4) sebagai alat kontrol publik masyarakat dalam mengendalikan kesewenang-wenangan, 5) meningkatkan kesadaran terhadap persoalan sosial, ekonomi, dan politik di lingkungannya.

Sebaliknya media massapun mampu berperan secara negatif, yakni: 1) media memiliki kekuatan ‘penghakiman’ sehingga penyampaian yang *stereotype*, bias dan cenderung imaging yang tidak sepenuhnya menggambarkan realitas bisa nampak seperti sebuah kebenaran yang tak terbantahkan, 2) media memiliki kekuatan untuk menganggap biasa suatu tindakan kekerasan (darah dan luka jadi berita), karena beberapa tayangan yang menampilkan kekerasan yang berbasis etnis, bahasa, dan budaya dapat mendorong dan memperkuat kebencian etnis dan perilaku rasis, 3) media memiliki kekuatan untuk memprovokasi berkembangnya perasaan kebencian melalui penyebutan pelaku atau korban berdasarkan etnis atau kelompok budaya tertentu, 4) pemberitaan yang mereduksi fakta sehingga menghasilkan kenyataan semu (*pseudorealitas*) atau *false reality* yang dapat berakibat menguntungkan kepentingan tertentu sekaligus merugikan kepentingan pihak lain.

SIMPULAN

Ketatnya kompetisi bisnis pada industri media menuntut kreatifitas pelaku media untuk terus mencari ide original dalam mencipta sebuah karya. Kondisi masyarakat Indonesia yang multikultur, harusnya mampu menjadi inspirasi yang nyata bahwa kita memang beragam, majemuk, dan berbeda. Sehingga kondisi tersebut bisa ditampilkan di media melalui berbagai format acara, baik berita maupun hiburan dengan baik dan

proporsional. Merebaknya komedi situasi di pertelevisian kita menghadirkan varian baru sekaligus memberikan angin segar dalam industri hiburan di media. Sehingga kondisi tersebut bisa dimanfaatkan, tidak hanya untuk bisnis namun juga untuk menciptakan suatu kondisi yang demokratis.

Semakin bebasnya sistem media, bukan berarti semakin bebas pula pelaku media menyuguhkan tayangan-tayangannya dan melepaskan tanggungjawab sosial begitu saja. Justru dalam kondisi masyarakat yang mulai “melek” (literate) dan gencarnya gerakan pemantauan media (media watch), media harus semakin cerdas dan inovatif dalam memproduksi karya-karyanya. Dalam penyajian isi media sebaiknya selalu mengedepankan nilai-nilai egalitarian, toleransi dan demokrasi, demi menanamkan kesadaran akan keragaman bangsa yang kemudian bisa dikelola menjadi sebuah kekuatan yang utuh. Sehingga penanaman kesadaran akan multikulturalisme benar-benar membawa semangat kesederajatan, bukan kesenjangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Purwasito, Andrik (2003). *Komunikasi Multikultural*. Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta Press
- Briggs, Asa & Burke, Peter (2006). *Sejarah Sosial Media, dari Gutenberg Sampai Internet*. Jakarta, Yayasan OBo Indonesia
- Erica L. Panjaitan & Tm. Dhani Iqbal (2006). *Matinya Rating Televisi Sebuah Netralitas*. Jakarta, Yayasan OBo Indonesia
- Suparlan, Parsudi (2001). *Artikel Menuju Masyarakat Indonesia yang Multikultural*. Jakarta, Harian Media Indonesia.
- Muttaqin, Tatang (2003). *Strategi Media dalam Membangun Masyarakat Multikultur*, artikel yang diadopsi dari *Studi Pengembangan Wajak Diri Bangsa Melalui Media*.
- Wardhana, Veven (1997). *Kapitalisme Televisi dan Strategi Budaya Mass*. Yogyakarta,, Pustaka Pelajar
- Kymlicka, Will (1999). *Multicultural Citizenship*. Oxford, Clarendon Press

SUMBER LAIN:

- Bajaj Bajuri* Narik Lagi di TransTV
OB Episode Mail Mau Kawin, RCTI
OB Episode Sehari tanpa *OB*, RCTI