

TAYANGAN MISTIK DI TELEVISI: BUDAYA ATAU PEMBODOHAN?

Firman Alamsyah Taufik Robbi¹, Rannie Dyah Khatamisari Rachaju²

^{1,2} Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Langlangbuana, Jl.Karapitan 116, Bandung 40261, Indonesia

E-mail:

*firmanalamsyah0601@gmail.com*¹

*rannie.rachaju@gmail.com*²

Abstract

In this current and advance era where technology development are faster then ever, but there's always an interesting things to talk and questioned about mystical or mysticism. And we can deny that it become a profitable comodity in society. That become one of the reason why mass media use this as their programme and present them to the audiences.

Eventhough this mystical or mysticism profitable for the media, but it doesn't align with the broadcasting constitution. Thus this programme existence are questioned, wether mystical or mysticism programme is a part of our culture or it is a way to duping our society?

Keywords: Mysticism programme, Mass Media, Television

Abstrak

Hal-hal berbau mistik selalu menjadi hal yang menarik untuk dibahas dan dipertanyakan, meskipun ditengah kemajuan zaman dan perkembangan teknologi yang kian pesat. Dan menjadi salah satu komoditi yang menguntungkan. Ini pula lah yang mendorong media massa untuk mengolahnya menjadi sebuah tayangan yang disuguhkan kepada masyarakat.

Meskipun secara pasar tayangan tersebut memberikan keuntungan bagi pihak media, namun keinginan pasar ternyata bertentangan dengan aturan UU penyiaran yang ada. Sehingga keberadaan tayangan ini dipertanyakan apakah sebagai penyajian bentuk kebudayaan yang ada di masyarakat atau justru sebagai bentuk pembodohan masyarat melalui penyajian tayangan yang berbau klenik dan mistik.

Kata Kunci: Tayangan Mistis, Media Massa, Televisi

1. Pendahuluan

Mistik, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti juga “hal gaib” yang tidak terjangkau dengan akal manusia yang biasa”. Sedangkan dalam bahasa Arab “*Takhayyul*” yang diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia “hanya ada di khayal belaka”, yakni sesuatu yang hanya di angan-angan saja sebenarnya tidak ada”. Sebagai sebuah kenyataan dalam hidup, keberadaan daya gaib dengan dan atau tanpa mistik tidak bisa ditampik kehadirannya. Namun itu tidak berarti harus melupakan dampak-dampak yang muncul dari penggunaannya secara sosial, terutama dampaknya pada manusia.

Meskipun manusia pada dasarnya adalah makhluk berpikir, namun manusia memerlukan suatu bentuk kepercayaan kepada kekuatan gaib. Kepercayaan itu akan melahirkan tata nilai guna menopang budaya hidupnya. Nilai-nilai itu kemudian melembaga dalam tradisi-tradisi yang diwariskan turun menurun dan mengikat anggota masyarakat yang mendukungnya. Karena itu, tradisi sangat sulit berubahnya dan kalau berubah sangat lambat.

Namun kemudian teknologi berkembang, sehingga mengubah cara hidup manusia. Meskipun kemajuan teknologi banyak mempermudah kehidupan manusia dan sangat bermanfaat bagi masyarakat, kehadirannya pun sarat dengan hal-hal yang bersifat negatif bahkan dapat merusak tatanan kehidupan sosial masyarakat.

Salah satu produk dari perkembangan teknologi yakni media massa. Dimana media massa muncul seperti matahari di musim hujan. Kehadiran media massa seperti televisi misalnya, merupakan suatu hal yang sangat penting, karena merupakan alat informasi, reformasi dan revolusi, serta merupakan media massa yang bersifat aktif, dinamis, kreatif, edukatif, informatif dan mempunyai fungsi kemasyarakatan pendorong dan pemupuk daya pikiran kritis dan progresif meliputi segala perwujudan kehidupan masyarakat.

Maka bukanlah hal yang aneh jika media massa, khususnya televisi, masih menjadi salah

satu media yang dipilih masyarakat untuk mendapatkan hiburan dan informasi. Meskipun dibombardir dengan berbagai pilihan media digital lainnya, televisi selalu berusaha menyuguhkan beragam tayangan yang menarik perhatian masyarakat sebagai audiens-nya, baik itu tayangan berita maupun hiburan. Akan tetapi media tidak selalu memberikan dampak yang positif saja, namun juga memiliki dampak yang negatif. Semua bergantung dari bagaimana cara masyarakat menerima dan mendengar informasi tersebut, dan juga berkaitan dengan bagaimana lembaga media dapat menyaring dan mengelola pesan kepada masyarakat.

Seperti media massa lainnya televisi menawarkan beragam genre tayangan mulai dari tayangan-tayangan religi, *reality show*, mistik, kekerasan dan lainnya bahkan menyerempet pada muatan pornografi, yang keberadaannya semakin marak di stasiun televisi kita. Tetapi, agar media massa tetap berpijak secara fungsional, profesional dan proporsional, maka pemerintah menerbitkan UU No 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran yang mengisyaratkan dijaminnya hak-hak rakyat dalam mendapatkan informasi secara bebas dan adil, serta dijaminnya kemandirian kelompok masyarakat dalam mengelola lembaga penyiaran. Jika membaca UU No 32 tahun 2002, maka stasiun televisi seharusnya mampu berkaca dan memperbaiki mutunya.

Selain membahas tentang aturan tayangan mistik UU tersebut antara lain melarang siaran yang menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkoba dan obat terlarang (Pasal 36 ayat 5 point b). Menyikapi tayangan mistik di televisi yang dikemas dan diolah dalam bentuk tayangan langsung atau terjun langsung melacak dan masuk ke dunia gaib, nampaknya perlu disikapi dengan jelas dan tegas, sebelum begitu saja percaya dan menerima bulat-bulat tanpa dibatasi standar apapun.

Namun faktanya, tayangan yang ditampilkan televisi justru tekesan mendramatisir keadaan. Sehingga, hal yang sebenarnya tidak tampak menyeramkan dibuat

sedemikian rupa menjadi menyeramkan dan menakutkan. Jika ditilik dari sudut pandang pendidikan, justru tayangan mistik tekesan menggiring dan menggurui para pemirsanya untuk lebih percaya dan mencari informasi mengenai dunia gaib daripada membaca literatur-literatur sejarah. Sehingga kemunculan kembali tayangan mistik kian menjamur dan sulit untuk diingkari keberadaannya.

Ketika tayangan mistik kembali “menghantui” program tayangan diberbagai stasiun televisi pada masa sekarang ini, andil dari salah satu tayangan mistik yang cukup fenomenal yakni, tayangan “Karma” yang dipandu Robby Purba dan anak indigo Roy Kiyoshi, dimana program ini sempat bertengger di posisi ke-3 dengan rating 3,8 dan share 23,1 persen. Sehingga menjadi program unggulan stasiun televisi tersebut. Dengan kesuksesan yang “diraup” tayangan Karma, tayangan mistik di televisi pun semakin marak, dan bahkan stasiun televisi lainnya seolah berlomba membuat berbagai variasi dari tayangan yang berbau mistik sebagai program televisi mereka, sehingga pada akhirnya hampir semua stasiun televisi memiliki program yang berbau mistik. Acara berbau mistik bukan hanya dalam acara reality show seperti Karma atau yang lainnya, namun nuansa mistik pun mulai ditemui dalam berbagai judul sinetron yang makin marak dengan sinetron-sinetron ber-*genre* horror, dimana sinetron yang mengambil *genre* ini banyak mengadopsi unsur-unsur mistik didalamnya seperti makhluk gaib dan sejenisnya. Bahkan ini bukan hanya diikuti oleh yang memang benar-benar ber-*genre* horror, namun film atau sinetron yang beraliran drama atau komedi, bahkan acara *reality show* pun akhirnya juga turut menyisipkan unsur mistik tersebut ke dalam program acaranya. Nuansa mistik seolah menjamur dan mewabah di stasiun televisi, dan pada beberapa episode bahkan tayangan mistik ini diikuti dengan hal-hal yang berbau kekerasan ataupun pornografi.

Walaupun batas porno tersebut masih belum jelas, mana yang porno dan yang tidak porno. Namun itu tidak menghentikan tayangan

ataupun media yang mulai mengeksplorasi hal-hal tersebut. Sehingga dari situlah tayangan mistik mulai diperbincangkan dan mendapat perhatian yang cukup banyak dari masyarakat. Namun apabila hal ini dibiarkan, jelas akan menuntun kepada kepercayaan takhayul yang sangat bertentangan dengan agama.

2. Pembahasan

Melihat kepopuleran dan pengemasan tayangan mistik yang disajikan dengan menarik, tidak heran tayangan mistik banyak digemari masyarakat berbagai kalangan, dari mulai anak-anak, ABG, orang dewasa sampai orang tua. Namun bila diperhatikan lebih lanjut tayangan mistik di televisi, sudah sepatut, sebagai insan komunikasi merasa khawatir karena masyarakat seolah digiring kepada kepercayaan yang menyesatkan. Dan yang lebih mengkhawatirkan lagi, tayangan mistik ini justru disiarkan oleh televisi televisi yang seharusnya mendidik masyarakat dengan tayangan yang baik dan benar.

Namun melihat dari sisi bisnis dan keuntungan, media massa-pun tidak membuang-buang kesempatan. Dimana saat media melihat bahwa tayangan mistik tersebut sebagai pasar yang cukup menguntungkan, bukan hanya dunia pertelevisian namun media cetak seperti majalahpun seolah tak ingin ketinggalan moment, maka media-media massa tersebut mulai membuat acara ‘investigasi’ mengenai hal-hal yang berkaitan dengan fenomena mistik. Pemutaran film-film berbau mistik dan horor dengan adegan panas pun mulai marak kembali. Selain memadukan tayangan mistik dengan seks, kekerasan juga semakin diekspos. Hal ini terlihat dengan banyaknya pemberitaan mengenai kriminalitas di televisi, bahkan hampir semua stasiun televisi menyuguhkan berita-berita kriminalitas, mulai dari exposure penjahat atau peristiwa kriminalitas hingga tayangan rekonstruksi atau reka ulang adegan suatu peristiwa. Dimana secara otomatis di dalamnya tergambarkan bagaimana suatu peristiwa kriminalitas terjadi dan yang pasti menyajikan

setidaknya penusukan, pemerkosaan, perampokan, pembunuhan dan yang lainnya tersebut melalui rekayasa gambaran peristiwa yang dibuat sedemikian rupa sehingga menyerupai kejadian aslinya. Kekerasan tidak hanya dalam pemberitaan saja namun dalam sinetron juga makin marak, misalnya saja ada sinetron yang menceritakan penyiksaan tante terhadap ponakannya yang tidak dia suka, atau majikan yang menyiksa pembantunya dan yang paling tipikal adalah penyiksaan ibu tiri terhadap anak tirinya. Bahkan ada satu sinetron yang menggambarkan bagaimana seseorang itu sangat jahat, sampai dia bisa mempunyai pikiran di luar umumnya, hanya untuk mencelakai orang yang dia anggap musuhnya. Dan ujungnya ketika merasa kekerasan fisik dirasakan cukup maka banyak yang beralih menggunakan kekuatan mistik untuk menyakiti musuh atau balas dendam.

Jika fenomena ini dikaitkan dengan konseptual teori agenda setting, maka pada intinya sebuah media membuat suatu 'agenda' tertentu untuk membingkai persepsi ataupun konsepsi dari khalayaknya, namun kadang kala media membuat 'agenda' tersebut lebih melihat kepada kepentingan yang ingin dicapai oleh medianya itu sendiri, dan mungkin tanpa mempertimbangkan apa dampak yang mungkin ditimbulkan dari program yang di tayangkan kepada khalayaknya.

Karena jujur saja, situasi dalam teori jarum hipodermik, dimana menggambarkan kekuatan dari media itu sedemikian besar mempengaruhi khalayaknya seperti menyuntikkannya kepada khalayak, masih berlaku dalam beberapa hal dan situasi. Karena berdasarkan pengamatan yang dilakukan, pemahaman dan penalaran terhadap tayangan-tayangan tadi masih dipengaruhi oleh tingkat pendidikan masyarakat yang ada, sedangkan kenyataannya tidak semua masyarakat mendapatkan pendidikan yang sama.

Jika menilik keberadaan tayangan-tayangan yang disuguhkan kepada khalayak media massa, dalam hal ini televisi, bukannya membuat khalayak berpikir lebih baik atau maju ke depan. Namun malah sebaliknya

menjadi penghambat karena masyarakat seolah 'dibodohi' dengan di-'cekoki' oleh hal-hal klenik atau berbau mistik misalnya, yang tidak diikuti dengan pemahaman yang lebih dalam mengenai agama dan budaya yang ada di masyarakat. Sehingga pada akhirnya membuat khalayak percaya dengan tayangan-tayangan yang disajikan, atau bahkan menjadi begitu ketakutan terhadap makhluk gaib, yang pada dasarnya sama-sama makhluk ciptaan Tuhan.

Namun begitulah kenyataan yang ada ditengah masyarakat kita, dimana stasiun televisi banyak yang tidak memperhatikan kode etik yang sudah disahkan menjadi Undang-undang penyiaran di Indonesia. Dengan dalih mereka mengikuti selera pasar. Sebagian kalangan, terutama kalangan pendidik menganggap tayangan mistik adalah sebuah tayangan yang membodohi rakyat, namun demikian dalam realitasnya amat digemari pemirsa, terbukti tayangan-tayangan jenis ini mampu meraup jumlah pemirsa yang cukup fantastis.

Akhirnya media kembali mengikuti keigianan pasar. Maraknya media yang menawarkan hal-hal yang berbau mistik--tidak hanya secara tersurat saja namun juga secara tersirat--yang terkadang seolah memberikan legitimasi terhadap suatu perilaku tertentu, misalnya saja ada sebuah episode dimana untuk mengalahkan lawan bisnisnya dia menggunakan ritual dan meminta bantuan jin untuk menghancurkan lawan bisnisnya hingga lumpuh, atau bahkan tayangan drama yang disisipi dengan adegan mistik. Dimuatnya tayangan tersebut untuk sebagian orang yang memang menyukai hal-hal yang berbau mistik, seolah diberikan justifikasi atas apa yang dilakukannya, karena didukung oleh media, dan yang paling parah ketika individu yang mengkonsumsi tayangan tersebut dan menganggap bahwasanya hal tersebut adalah yang biasa saja dan tidak meresahkan.

Memang untuk tayangan-tayangan dengan muatan mistik yang juga diwarnai dengan kekerasan dan muatan seks ditayangkan pada jam tayang tertentu, dimana jam tayangnya hampir mendekati tengah malam,

namun tidak ada yang bisa menjamin bahwa audiensnya hanya kelompok umur dewasa yang menonton, selalu terbuka kemungkinan audiensnya adalah kelompok umur anak-anak ataupun remaja. Padahal hal-hal semacam ini tidak sesuai dengan kategorinya bahkan tidak sesuai dengan norma agama dan norma sosial yang berlaku di Indonesia, yang pada akhirnya kemungkinan terjadinya degradasi moral terjadi pada masyarakat Indonesia.

Lalu ketika tayangan berbau mistik ditayangkan, tidak ada yang menjamin bahwa adegan yang ditayangkan tidak ditiru oleh khalayaknya. Bahkan dengan adanya program berita-berita kriminalitas juga tidak membuat adanya pengurangan dalam tingkat kriminalitas yang ada, justru yang terlihat justru makin meningkat saja dari waktu ke waktu.

Ketika tayangan-tayangan di televisi menimbulkan proses imitasi dari khalayaknya ini akan berbahaya, dan hal ini mungkin terjadi karena tayangan televisi tersebut memberikan rangsangan yang kuat kepada khalayaknya dan ini sesuai seperti model psikologikal comstock mengenai efek televisi pada perilaku individu yang pada intinya ketika televisi menayangkan sebuah tayangan tertentu, seperti acara berbau mistik, porno atau kekerasan, dan khalayak menerimanya serta menjadikan tayangan tersebut sebagai input untuk melakukan suatu tindakan spesifik bahkan imitasi, karena tayangan tadi dapat menstimuli dirinya, atau menimbulkan ketertarikan tertentu untuk mengadopsi tindakan sesuai dengan referensi yang ia dapatkan ketika menonton televisi.

3. Kesimpulan

Berdasarkan paparan diatas maka dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat menjadi masukan serta rekomendasi sebagai usaha perbaikan ke depannya :

1. Bagi media ada baiknya, lebih memperhatikan norma-norma dan nilai-nilai yang ada di masyarakat di dalam menyajikan sebuah tayangan atau program acara. Walaupun sebagai suatu media massa juga harus memperhatikan

keuntungan untuk kelangsungan hidup stasiun televisinya, namun ada baiknya lebih memperhatikan kepentingan khalayak juga dalam membuat 'agenda' medianya dan berusaha menjadi stasiun yang bisa menjadi panutan.

2. Dan ada baiknya juga, untuk mulai membuat aturan-aturan penyiaran yang jelas batasan-batasan yang boleh dan yang tidak sehingga ada kontrol untuk pihak media dalam menyajikan tayangannya, terutama dalam masalah batasan porno atau tidak, tingkat kekerasan seperti apa yang boleh, ataupun mistik yang bagaimana yang boleh ditayangkan.
3. Dan untuk individu atau masyarakat diharapkan untuk lebih dapat memilih dan memilah mana yang baik dan yang buruk buat dirinya, tanpa mengabaikan norma-norma yang berlaku. Dan bukan hanya karena ingin diterima oleh lingkungan tertentu.

Daftar Pustaka

- Badjuri, Adi. 2010. *Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Depdiknas. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka.
- Effendi, Onong Uchjana. 1987. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Griffin, EM. 2003. *A First Look at Communication Theory Fifth Edition*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Karyanti S, Rema. 2005. *Komunikasi Massa* Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- McQuails, Denis and Sven Windhal. 1981. *Communication Models for The Study of Mass Communication*. New York: Longman Inc.

Onong, Uchijana Effendi. 2003. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, Cet III; Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Redaksi Sinar Grafika. 2003. Undang-undang Penyiaran RI No. 32 Th. 2002 Cet. I; Jakarta: Sinar Grafika Offset.