



FENOMENA AJANG PENCARIAN BAKAT DI INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF POSKOLONIAL

Afrizal Yudha Setiawan¹

¹Universitas Lampung; afrizal.yudha@fkip.unila.ac.id

<p>Doc Archive <i>Submitted: 06-11-2020</i> <i>Accepted: 21-12-2020</i> <i>Published: 31-01-2021</i></p> <p>Keywords <i>ajang pencarian bakat;</i> <i>fenomena seni;</i> <i>poskolonial</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstrak</p> <p>Artikel ini bertujuan untuk mengkaji fenomena ajang pencarian bakat di Indonesia, dengan menggunakan perspektif poskolonial. Berbagai program ajang pencarian bakat di Indonesia merupakan produk <i>import</i>, yang dapat dimaknai sebagai upaya untuk mengglobalkan Indonesia. Hal tersebut secara tidak langsung telah mengubah pola pikir dan kebudayaan masyarakat Indonesia salah satunya seperti selera musik, yang lebih menyukai lagu bernuansa kebarat-baratan. Poskolonial dapat dimaknai sebagai se bentuk unit analisis yang dapat digunakan untuk mengkaji bentuk fenomena penjajahan kebudayaan model baru terutama yang dilakukan oleh Barat terhadap bangsa-bangsa yang ada di kategori wilayah yang sedang berkembang (timur). Bentuk penjajahan yang terjadi tidak lagi penjajahan secara fisik, namun penjajahan dilakukan melalui budaya, teks bahasa, dan pembangunan citra negatif tentang timur oleh barat, menghegemoni sebagai bentuk praktik kekuasaan. Pendekatan poskolonial dalam memandang fenomena ajang pencarian bakat di Indonesia dapat memberikan gambaran tentang bagaimana budaya barat masuk ke Indonesia dan menghegemoni melalui media televisi. Bentuk hegemoni tersebut direpresentasikan dalam acara ajang pencarian bakat yang sarat akan nuansa kebarat-baratan, sehingga makna kebudayaan barat tersebut dapat tersampaikan kepada <i>audience</i> dan terkonstruksi dalam diri <i>audience</i>.</p>
<p>Keywords <i>ajang pencarian bakat;</i> <i>fenomena seni;</i> <i>poskolonial</i></p>	<p style="text-align: center;">Abstract</p> <p><i>This article aims to examine the phenomenon of Indonesia's talent search arena using a postcolonial perspective. Various talent search programs in Indonesia are imported products, which can be interpreted as an effort to globalize Indonesia. This has indirectly changed the Indonesian people's mindset and culture, one of which is the taste of music, which prefers westernized songs. Postcolonial can be interpreted as a form of analysis unit that can be used to study the form of the new cultural colonial phenomenon, primarily carried out by the west towards nations in the developing (eastern) category of regions. The form of colonialism that occurred was no longer physical colonialism. However, colonization was carried out through language texts, culture, and the development of a negative image of the east by the west, hegemony as a form of power practice. The postcolonial approach in looking at the phenomenon of the talent search arena in Indonesia can provide an overview of how western culture enters Indonesia and hegemony through television media. This form of hegemony is represented in the talent search event, which is full of westernized nuances. The meaning of western culture can be conveyed to the audience and constructed within the audience.</i></p>

Pendahuluan

Fenomena maraknya ajang pencarian bakat di Indonesia kian menarik perhatian untuk diperbincangkan. Berbagai stasiun televisi di Indonesia saat ini memiliki program *reality show* yang menyediakan ruang bagi generasi muda yang berbakat dan ingin menjadi seorang bintang dalam kurun waktu yang realtif singkat. Sebut saja Akademi Fantasi Indosiar (AFI), yang merupakan salah satu program televisi yang menjadi pelopor acara ajang pencarian bakat di awal tahun 2000-an. Sontak acara tersebut pernah merajai dunia pertelevisian di Indonesia pada masanya. Dimulai dari acara *Diary AFI*, yang menayangkan aktivitas para kontestan selama masa karantina. Program tersebut ditayangkan setiap hari pada jam dimana *audience* cenderung sedang menonton TV. Dan juga konser mingguan yang selalu dinanti oleh hampir seluruh masyarakat di Indonesia. Penikmat acara tersebut pun tidak tanggung-tanggung, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua.

Munculya AFI sebagai pelopor program ajang pencarian bakat di televisi memicu televisi-televisi lain untuk membuat program serupa, seperti *Indonesian Idol* di RCTI, dan Kontes Dangdut KDI di TPI (KDI). Seiring dengan berjalannya waktu, acara-acara tersebut kian berkembang tidak hanya dalam bidang tarik suara saja, melainkan telah merambah pada bidang bakat lain seperti pada program Audisi Pelawak TPI (API), *Master Chef Indonesia* (bidang memasak), *The Master Indonesia* (bidang sulap/magic), serta *Indonesia Mencari Bakat* dan *Indonesian Got Talent* yang menampung berbagai macam bidang bakat yang dimiliki oleh peserta (tidak hanya bidang musik).

Program-program pencarian bakat kian bergulir bagaikan tak berjeda di setiap tahunnya. Hilang program yang satu, maka akan muncul program sejenis lainnya meskipun dengan nama yang berbeda, seperti *Rising Star*, *X Factor Indonesia*, *The Voice Indonesia*, *Dangdut Academy*, Liga Dangdut dan juga ajang pencarian bakat untuk anak-anak seperti AFI Junior, *Idola Cilik*, *Idol Junior*, dan *The Voice Kids Indonesia*, dimana pesertanya adalah anak-anak yang dianggap memiliki talenta yang tidak biasa. Namun demikian, pada dasarnya tujuan acara-acara tersebut adalah sama, yaitu melahirkan seorang idola baru, dan menarik perhatian *audience* selama program tersebut berlangsung.

Program acara pencarian bakat mampu menarik perhatian *audience* dalam jumlah yang sangat fantastis. Hampir seluruh pusat perhatian masyarakat tertuju pada acara tersebut, sehingga dapat menaikkan *rating* dalam kurun waktu yang sangat singkat. Hal ini jelas dimanfaatkan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam dunia pertelevisian untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya, sebab acara dengan *rating* yang sangat tinggi akan memasang tarif iklan yang lebih tinggi. Bahkan menurut Guritno dkk. pada tahun 2004 silam, satu kali penayangan Gala Konser *Indonesian Idol*, pihak RCTI diperkirakan dapat meraup keuntungan sebesar Rp 1,728 triliun dari perolehan tarif iklan. Harga iklan yang ditetapkan pada saat itu adalah Rp 18 juta per 30 detik (Heryanto, 2012, p. 172). Jelas ini merupakan angka yang sangat fantastis, mengingat dalam satu musim kurang lebih akan terdapat 12 *show*/konser. Hal tersebut belum ditambah dengan keuntungan yang diperoleh dari tarif SMS yang dikirimkan oleh *audience* untuk mendukung idolanya masing-masing.

Namun demikian, banyak masyarakat yang tidak menyadari bahwa ajang pencarian bakat ini merupakan produk *import*, yang dapat dimaknai sebagai upaya untuk mengglobalkan Indonesia. Alhasil Indonesia akan semakin kehilangan identitasnya. Segala sesuatunya kini sudah semakin kebarat-baratan, mulai dari gaya hidup, gaya berbicara, gaya berpakaian, gaya bergaul dan bersosialisasi, bahkan gaya bahasa, dimana bahasa Indonesia sudah semakin jauh dari istilah tuan di rumahnya sendiri.

Coutas mengatakan bahwa dalam kasus *Indonesian Idol*, para produser terdiri dari dua agensi berbeda, yaitu stasiun televisi swasta nasional, konservatif, RCTI, dan perusahaan internasional *Freemantle Media* (Heryanto, 2012, p. 170). Hal ini jelas mengindikasikan bahwa acara tersebut merupakan acara *import*, dan berkiprah dengan sangat sukses di Indonesia. Selain itu, bisa dipastikan bahwa program ajang pencarian bakat yang serupa juga merupakan acara *import*, sebab program tersebut sudah ada lebih dulu di negara-negara luar (negara Barat), seperti program *X Factor*, *Rising Star*, dan *The Voice*.

Untuk membuat program ajang pencarian bakat yang merupakan program *import*, pihak televisi diberi tuntutan berupa ketentuan program yang harus dipatuhi sesuai standar yang telah ditetapkan (standar Internasional). Seperti yang dapat diamati bersama, segala sesuatu yang ditayangkan di televisi melalui acara tersebut

seolah-olah bernuansa kebarat-baratan. Mulai dari standar panggung, kostum, penampilan, dan pemilihan lagu yang lebih didominasi oleh lagu-lagu barat. Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa seni pertunjukan di Indonesia akan semakin kehilangan identitasnya. Pertunjukan semacam ini sangat jauh dari bentuk seni pertunjukan yang ada di Indonesia.

Pertanyaan yang kemudian muncul adalah, mengapa industri pertelevisian di Indonesia tidak membuat program pencarian bakat yang bernuansa ke-Indonesiaan, dimana lagu, penampilan, dan tata panggung yang disuguhkan kental akan budaya tradisi yang ada di Indonesia. Namun, jawaban dari pertanyaan tersebut nampaknya sudah dapat dipastikan. Program semacam ini sudah tidak akan lagi memperoleh *rating* yang tinggi, sebab masyarakat sudah semakin mengagumi segala hal yang berbau kebarat-baratan. Sebagai contoh, sebagian remaja saat ini lebih tertarik menyanyikan lagu-lagu barat dengan bahasa Inggris, ketimbang lagu-lagu milik Koes Plus misalnya. Lebih dari itu, kalangan remaja dan bahkan kaum intelektual sekalipun lebih suka menggunakan bahasa Inggris untuk sekedar bercakap-cakap dalam pergaulan sehari-hari, atau menulis “status” di media sosial, daripada menggunakan bahasa Indonesia, yang notabene adalah bahasa persatuan. Sebab, orang yang mampu berbahasa Inggris dengan baik dalam pergaulan akan dinilai sebagai orang yang cerdas, dan memiliki status sosial yang lebih tinggi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka dibutuhkan suatu pandangan untuk mengungkap realitas yang terjadi dibalik maraknya program ajang pencarian bakat dalam dunia pertelevisian di Indonesia. Dalam artikel ini, akan digunakan sebuah pendekatan poskolonial untuk mengungkap realitas tersebut. Adapun studi poskolonial menawarkan sebuah perspektif “baru” dalam menganalisis dominasi negara Barat (dikelompokkan sebagai kelompok superior) atas kelompok negara-negara Timur (kelompok inferior) yang tertindas (Martono, 2012, p. 139).

Pembahasan

Postkolonialis dan Orientalisme

Poskolonial dapat dimaknai sebagai sebarang unit analisis yang dapat digunakan untuk mengkaji bentuk fenomena penjajahan kebudayaan model baru terutama yang dilakukan oleh Barat terhadap bangsa-bangsa yang ada di kategori wilayah yang sedang berkembang

(timur), beserta kemungkinan jalan keluar atau pemecahannya (Kasiyan, 2003). Sementara secara harafiah, poskolonial dapat diartikan sebagai “masa setelah penjajahan” (Martono, 2012, p. 141). Artinya praktik penjajahan (kolonialisme) masih berlanjut sampai sekarang, di era modern. Bentuk penjajahan yang terjadi tidak lagi penjajahan secara fisik, namun penjajahan dilakukan melalui teks bahasa, budaya, serta pembangunan citra negatif mengenai timur oleh barat, menghegemoni sebagai bentuk praktik kekuasaan. Secara perlahan-lahan Barat telah melakukan hegemoni secara politik maupun budaya. Selain itu, konteks poskolonial juga mencakup kasus globalisasi dan perdagangan bebas yang seringkali dianggap sebagai bentuk neokolonialisme. Kata “post” sebaiknya diartikan sebagai “melampaui” sehingga poskolonial adalah kajian yang melampaui kolonialisme, artinya bisa berupa pasca atau permasalahan lain yang masih terkait meskipun tampak seperti terpisah dari kolonialisme (Nurhadi, 2007, p. 2).

Moore & Gilbert menjelaskan bahwa teori poskolonial yang lahir pada paruh kedua abad ke-20 sering disebut sebagai metode dekonstruksi terhadap model berpikir dualis (biner), yang membedakan antara “Timur” dan “Barat” (Martono, 2012, p. 140). Dalam hal ini, kedudukan Barat ditempatkan sebagai posisi penjajah, dan Timur sebagai posisi yang terjajah. Dengan kata lain, Barat memiliki kedudukan yang lebih unggul dari pada Timur. Konsep ini lebih dikenal dengan orientalisme yang diperkenalkan oleh Edward Said dalam bukunya yang berjudul *Orientalisme*.

Menurut Said, orientalisme yang menggambarkan hubungan dua bagian antara Timur dan Barat merupakan kunci dalam teori poskolonial. Konsep “Timur” diciptakan oleh Barat yang menekan kemampuan “Orient” untuk mengekspresikan diri. Penggambaran Barat mengenai Timur diposisikan dalam tempat yang lebih rendah, terbelakang, irasional, dan tradisional, sehingga dengan demikian Barat mengidentifikasi diri mereka sebagai lawan dari karakteristik tersebut, yaitu sebagai dunia yang unggul progresif, dan rasional (Martono, 2012, p. 144).

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dimaknai bahwa orientalis cenderung merendahkan cara berpikir Timur yang dianggap tidak sederajat dengan Barat. Terdapat perbedaan yang terkesan sangat jauh antara Barat dan Timur. Dengan demikian praktik-praktik

penjajahan dapat dilakukan dengan mudah oleh Barat terhadap Timur, melalui praktik penjajahan secara hegemoni, baik hegemoni politik maupun budaya.

Representasi Budaya Barat melalui Media

Maraknya ajang pencarian bakat sebagai program andalan di beberapa stasiun televisi swasta dapat dimaknai sebagai suatu bentuk masuknya budaya barat ke Indonesia. Program *import* yang tayang dengan sukses di Indonesia tersebut mempengaruhi berbagai macam aspek, salah satunya adalah semakin terpuruknya kualitas dan identitas seni pertunjukkan di Indonesia. Suasana panggung yang menampilkan sang Idola dibuat sedemikian global sehingga mirip dengan nuansa konser pertunjukan yang ada di Barat. Dengan demikian, masyarakat sebagai *audience* akan menganggap yang demikian adalah keren dan modern. Seni pertunjukan yang berlabel ke-Indonesiaan bahkan sangat jarang dijumpai dalam acara-acara televisi.

Terdapat pesan-pesan yang menarik untuk dikaji dalam menangkap fenomena ajang pencarian bakat di Indonesia, seperti misalnya *Indonesian Idol*. Imperialisme budaya merupakan salah satu tesis yang paling menarik untuk menjelaskan pesan-pesan tersebut. Bagi para penggagas tesis imperialisme budaya, televisi global adalah televisi kolonial yang menjajah menurut Coutas (Heryanto, 2012, p. 177). Dalam berbagai program acara ajang pencarian bakat nuansa kebarat-baratan sangat mudah untuk dikenali. Secara tampilan, *Indonesian Idol* tidak ada bedanya dengan *American Idol*. Artinya, potret globalitas yang direpresentasikan dalam acara tersebut dapat dikenali sebagai Barat, dan kebudayaan Barat.

Masuknya kebudayaan Barat di Indonesia sangat dipengaruhi oleh media, salah satunya adalah aktivitas menonton tayangan televisi. Thwaites, Davis, dan Mules (1994, p. 1) mengatakan “*Culture is the ensemble of social processes by which meanings are produced, circulated, and exchanged.*” Budaya adalah gabungan dari proses sosial, dimana makna diproduksi, disirkulasikan, dan dipertukarkan. Sebagai bagian dari budaya, maka dalam aktivitas menonton televisi terdapat proses pemaknaan, yang dalam hal ini dilakukan oleh *audience*. Menonton televisi sebagai aktivitas membaca tidak hanya sekedar menyaksikan apa yang dilihat oleh mata, melainkan adanya proses menerjemahkan teks menjadi makna. Makna

tersebut kemudian dapat memberikan pengaruh kepada *audience*. Dengan demikian, produser media akan berpijak pada sistem tersebut, agar representasi yang ditampilkan melalui program televisi dapat menimbulkan makna di benak para *audience*. Dengan kata lain, kebudayaan barat yang direpresentasikan dalam acara ajang pencarian bakat di Indonesia dapat tertanam dengan baik dalam benak para *audience*.

Fenomena Ajang Pencarian Bakat ditinjau dari Perspektif Poskolonial

Berdasarkan studi poskolonial yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, maka fenomena maraknya ajang pencarian bakat di Indonesia dapat dimaknai sebagai bentuk penjajahan yang telah menghegemoni masyarakat Indonesia. Nuansa kebarat-baratan sebagai bentuk representasi globalitas ditampilkan dengan sangat jelas. Lahirnya sang Idola melalui ajang tersebut dapat dikatakan sebagai bentuk kamufase belaka. Sebab pesan yang lebih tertangkap, seolah-olah ingin disampaikan melalui acara tersebut adalah bagaimana kebudayaan barat dapat masuk dan mempengaruhi masyarakat sebagai penonton. Tanpa disadari hal ini adalah bentuk kolonialisme yang seharusnya sudah menjadi bahan renungan.

Bentuk hegemoni semacam ini kian memberikan pengaruh yang negatif, terutama dalam kemunduran kualitas seni pertunjukan di Indonesia. Bentuk pertunjukan lokal yang menunjukkan identitas Indonesia akan semakin sulit dijumpai dalam tayangan televisi, sebab masyarakat akan lebih menyukai bentuk pertunjukan dengan nuansa Barat karena sudah terbiasa dengan suguhan-suguhan acara bernuansa barat tersebut. Masyarakat akan memiliki penilaian bahwa segala sesuatu yang berbau Barat akan lebih baik daripada Timur (termasuk Indonesia). Hal tersebut juga berdampak pada kehidupan sosialnya, mulai dari gaya hidup, gaya berpakaian, selera musik, hingga gaya berbicara yang kebarat-baratan.

Beberapa waktu lalu ajang pencarian bakat yang baru selesai digelar adalah *The Voice Kids Indonesia*, dimana pesertanya adalah anak-anak usia 9-13 tahun. Dan lagi-lagi nuansa konser dibuat sangat kebarat-baratan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. *Audience* yang sebagian besar adalah anak-anak dan remaja menjadi konsumen rutin acara tersebut selama beberapa bulan terakhir. Acara ini juga menuai perhatian dan komentar dari para netizen. Satu

hal yang menarik adalah perihal pemilihan lagu yang dibawakan oleh para kontestan, dimana sebagian besar kontestan lebih memilih membawakan lagu-lagu barat/lagu berbahasa inggris, daripada lagu Indonesia. Hal ini dapat diperkirakan sebagai sebuah bentuk pengaruh yang timbul akibat acara-acara ajang pencarian bakat sebelumnya yang penuh dengan nuansa kebarat-baratan, sehingga mempengaruhi generasi berikutnya, termasuk anak-anak. Lagu-lagu Indonesia bahkan sudah semakin kehilangan identitas di rumahnya sendiri. Namun demikian, pendapat lain mengatakan bahwa lagu-lagu barat membutuhkan kualitas teknik vokal yang jauh lebih rumit daripada lagu Indonesia, sehingga lagu barat dinilai lebih berkualitas dari segi teknik, dan lagu Indonesia dinilai terlalu sederhana. Hal inilah yang menjadi alasan

mengapa lagu barat lebih sering digunakan oleh para kontestan.

Kesimpulan

Pendekatan poskolonial dalam memandang fenomena ajang pencarian bakat di Indonesia dapat memberikan gambaran tentang bagaimana budaya barat masuk ke Indonesia, dan menghegemoni melalui media televisi. Bentuk hegemoni tersebut direpresentasikan dalam acara ajang pencarian bakat yang sarat akan nuansa kebarat-baratan, sehingga makna kebudayaan barat tersebut dapat tersampaikan kepada *audience* dan terkonstruksi dalam diri *audience*. Hal ini sudah sepatutnya menjadi renungan bersama, sebab akan menentukan nasib dari Identitas ke-Indonesiaan di masa yang akan datang, tidak hanya dalam bidang seni pertunjukkan, namun juga bidang-bidang yang lain.

Referensi

- Heryanto, A. (2012). *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru* (A. Heryanto, ed.). Yogyakarta: Jalasutra.
- Kasiyan. (2003). Revitalisasi Dialektika Pluralitas Budaya Global Dalam Persepkif Poskolonial. *Humaniora*, 15(1), 74–82. <https://doi.org/10.22146/jh.776>
- Martono, N. (2012). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Nurhadi. (2007). Poskolonial: Sebuah Pembahasan. *Seminar Rumpun Sastra*. Retrieved from <http://staffnew.uny.ac.id/upload/132236129/penelitian/POSKOLONIAL+SEBUAH+PEMBAHASAN.pdf>
- Thwaites, T., Davis, L., & Mules, W. (1994). *Tools for Cultural Studies: an Introduction*. Victoria: Macmillan Education Australia.