

Besarnya kekuatan pemodal dalam mengontrol pekerja dan karya atau produk yang dihasilkan dapat dilihat dari sinetron yang dihasilkan. Hal ini terlihat dari bagaimana pemodal melanggengkan dominasinya pada sistem produksi teks yang ada, dengan cara akan memproduksi terus selagi menghasilkan rating atau uang yang banyak, bahkan bisa menghasilkan ribuan episode sampai pekerjaannya tidak “bernyawa” lagi. Tayangan hanya akan dihentikan atau “dimatikan” kalau ratingnya rendah dan tidak banyak yang menggemari lagi.

Oleh karena itu, bentuk komodifikasi teks sinetron TBNH secara tidak langsung merupakan kegiatan mengkomodifikasi khalayak dan pekerja media itu sendiri. Pengelola media baik dari pihak rumah produksi maupun RCTI telah memperlakukan sinetron yang menggunakan simbol agama ini sebagai komoditas yang diperjualbelikan untuk bisa terus menjadi hiburan yang menyenangkan khalayak, mengundang pemasang iklan dan menyenangkan pemilik media yang bersangkutan. Otomatis ketika semua terlena atau terbuai oleh kesenangan semu kapitalisme ini, maka sinetron akan terus diproduksi dan terus diperpanjang, tidak saja perpanjangan episode namun durasi tayang akan terus ditambah.

Jadi proses kerja dalam industri sinetron dan televisi ini adalah bentuk eksploitasi. Pemilik modal akan melakukan eksploitasi terhadap semua sumberdaya yang dimiliki dan yang dapat dikendalikan meskipun tidak dimiliki secara langsung. Eksploitasi ini terjadi dengan cara memeras keringat dan seluruh kemampuan atau keahlian para pekerja media untuk terus menghasilkan sinetron sesuai dengan permintaan televisi didasarkan rating yang ada. Di sisi lain, atas dasar profesionalisme, para pekerja harus menerima kenyataan ini.

Oleh karena itu, peneliti dapat menegaskan di sini bahwa eksploitasi terjadi pada tiga level. *Pertama*, eksploitasi tema atau simbol agama Islam dan budaya Betawi dalam sinetron TBNH. Tema agama dan budaya dan seperangkat simbol yang melekat di dalamnya direpresentasikan dan dikomodifikasi sebagai sebuah strategi pemasaran untuk memperoleh sebanyak mungkin khalayak dan rating yang tinggi. Wacana agama dan budaya dijadikan komoditas dan kemudian diperdagangkan untuk mendapatkan keuntungan, melalui sponsor dan iklan-iklan yang terlibat.

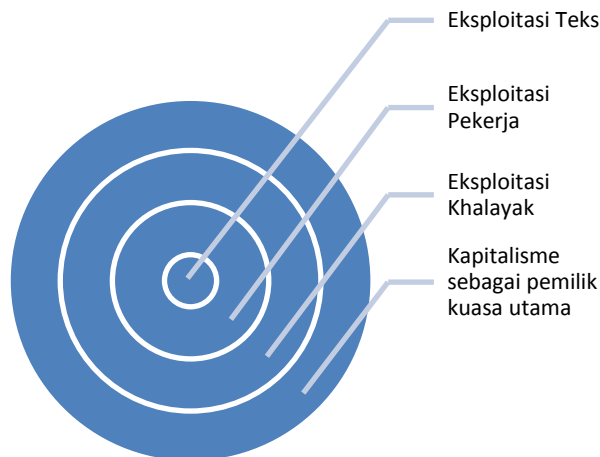
Kedua, eksploitasi pekerja sinetron dan RCTI. Eksploitasi ini terjadi pada semua orang yang menghasilkan keuntungan buat perusahaan, baik orang-orang terikat kontrak pekerjaan dengan SinemArt, maupun orang yang dipekerjakan langsung dan digaji serta diberikan tunjangan/honor oleh RCTI. Para pekerja sinetron dan media ini dituntut untuk bekerja sesuai standar yang ditentukan (SOP) oleh perusahaan.

Mereka tidak boleh melanggar aturan yang ada, dan tunduk serta patuh terhadap semua aturan yang dikenakan sesuai kontrak kerja yang mengikat mereka. Praktik aturan ini, secara tidak langsung “memaksa” mereka yang bekerja, jika tidak akan dikenai sanksi bahkan sampai pemutusan kerja. Namun sebagai pekerja mereka diberi imbalan selayaknya berdasarkan profesi mereka masing-masing. Dalam hal ini ada jurang perbedaan pendapatan antara pemain bintang dengan pekerja lainnya. Eksploitasi juga merupakan bentuk lain yang ekstrim dari komodifikasi pekerja. Kegiatan eksploitasi ini terjadi ketika pengelola media dalam memperlakukan pekerja sebagai mesin untuk memperoleh uang. Sering kali kegiatan produksi tidak memperhitungkan sisi kemanusiaan dan kemampuan konseptual dan kreativitasnya, karena hal itu diambil alih oleh kelas manajerial yang mengatur segala aktivitas pekerja.

Ketiga, eksploitasi khalayak. Khalayak menjadi aspek yang penting bagi sebuah industri sinetron, karena khalayak merupakan komoditas yang diperjualbelikan antara ketiga pihak berikut yaitu RCTI, Pengiklan dan Nielsen. Sudah pasti Nielsen menjual khalayak melalui data rating televisi ke RCTI dan RCTI menjual khalayak ke pengiklan. Dalam hal ini, khalayak melalui rating diperjualbelikan oleh lembaga pemeringkat yaitu Nielsen kepada media televisi sebagai standar untuk pengiklan memilih program yang tepat untuk beriklan.

Gambar 18:

Tingkat Wilayah Eksploitasi dalam Sinetron TBNH di RCTI



Tiga tingkatan wilayah eksploitasi saling memiliki keterkaitan, di mana teks dihasilkan oleh pekerja, dan teks juga dikonsumsi khalayak. Pekerja dibayar berdasarkan profesionalisme, disesuaikan dengan kontrak

Berdasarkan bagan di atas dapat diungkapkan bahwa sinetron yang mengkalaim memuat ajaran agama sebenarnya tidak bisa dikatakan sebagai sinetron dakwah. TBNH jelas bertujuan untuk kepentingan komersial, bahkan tayangannya telah mendistrorsi makna ajaran dan kebaikan agama Islam itu sendiri. Sistem atau mekanisme produksi saja jelas tidak Islami, di mana ideologi kapital lebih banyak mendominasi cara kerja dan produksinya dengan melanggengkan ideologi-ideologi lain yang menjadi bagian ideologi kapital. Ideologi yang muncul ini bahkan tidak sejalan dengan agama Islam seperti gaya hidup hedonis, konsumeris, materialistis, feodalisme dan lebih banyak mengedepankan budaya patriarki.

Ideologi dan budaya tersebut mempengaruhi mekanisme produksi dan dilanggengkan oleh kapitalisme untuk memperkuat bentuk eksploitasi. Adapun eksploitasi dapat terjadi pada tiga level teks, pekerja sinetron atau media dan khalayak serta media itu sendiri. Eksploitasi teks melalui penggunaan simbol agama Islam dan budaya Betawi terjadi secara berlebihan dalam bentuk kata/kalimat yang sensasional, provokatif dan hiperbola. Selain itu ada banyak adegan yang dikonstruksi dengan berbagai cara dan modus penyalahgunaan untuk dapat menarik khalayak.

Dengan kata lain, eksploitasi yang terjadi melalui komodifikasi simbol agama dan budaya Betawi tersebut telah menjadikan simbol agama hanya sekedar komoditas untuk dikomersialkan atau diperjualbelikan. Para pekerja sinetron (baik pemain dan kru sinetron) dieksploitasi ditemukan dari strategi dan modus yang digunakan oleh pemilik modal atau media dengan memanfaatkan mereka untuk terus bekerja dan memproduksi sinetron dengan batasan waktu yang tidak pasti. Sedangkan eksploitasi khalayak tidak saja terjadi melalui komodifikasi menjadikannya sebagai komoditas yang diperjualbelikan antara lembaga rating, stasiun televisi dan pengiklan. Namun khalayak juga dijadikan buruh yang diharapkan terus menonton (memproduksi rating) dengan berbagai strategi dan modus yang digunakan pengelola/pemilik media untuk “memaksa” khalayak untuk tetap terus mengkonsumsinya.