

Saat Perempuan Mengintip Cinta Demaskulinisasi dalam Reality Show “Playboy Kabel”

Dian Arymami

institusi

email

Abstrak

Ditengah unsur voyeurism yang tersaji dalam acara reality show, secara umum bisa dikatakan bahwa acara sejenis selalu memaparkan persoalan kuasa melalui pandangan yang tidak tersadari. Berdasarkan karakteristik utama voyuerisme dan kuasa ini, acara realitas percintaan memaparkan sebuah persoalan yang menarik. Giur yang dibawa dalam acara realitas bertema percintaan tidak semata akses atas ranah privat relasi percintaan, namun sebagai satu kemasan medium hiburan budaya pop secara keseluruhan menjadi wadah kontestasi lebih lanjut atas waham nilai dan identitas perempuan dan laki-laki dalam berelasi ditengah masyarakat. Bila voyuerism merepresentasikan kuasa, maka sekilas acara realitas Playboy Kabel menyajikan deskonstruksi nilai sosial yang menarik untuk ditelaah, dalam posisi kuasa nilai relasi ditengah masyarakat. Tulisan ini berupaya memaparkan sejauh mana deskonstruksi makna kuasa dalam relasi percintaan heteroseksual disajikan dalam acara Playboy Kabel. Ketidaksadaran atas unsur voyuerisme dapat bergerak dalam pendulum antara dua titik ekstrem, penstabilan dan deskonstruksi nilai di tengah masyarakat.

Kata Kunci: *acara realitas, televisi, voyuerisme, perempuan, playboy kabel*

*“All unknowns, at first, at least, to me, until I, like Columbus,
‘discovered’ them. Is voyeurism a form of imperialism?”*
- Ann Rower, Lee and Elaine

Bukan hal yang mengherankan bila *reality show* (acara realitas) menjadi primadona di layar kaca Indonesia. Selain mengasup jumlah rating yang tinggi dan biaya produksi yang rendah, *reality show* menjadi program yang tampaknya sama-sama menguntungkan bagi penonton dan industri media.

Perkembangan acara realitas telah menjadikan genre ini makin sulit untuk didefinisikan, dikarenakan begitu banyak genre program televisi (TV) yang telah membantu menciptakan bentuk acara realitas saat ini. Hampir semua bentuk program TV mengajikan sebentuk realitas hingga *reality show* menjadi campuran antara realitas dan tipe program TV lainnya. Secara harafiah mendefinisikan acara realitas dengan definisi “acara atau program televisi yang menyajikan kejadian nyata dalam kehidupan sehari-hari” menjadi tidak effektif. Genre ini meminjam beragam karakteristik dari berbagai genre program tv seperti dokumenter, sinetron, sitkom, berita, *talkshow* atau program permainan. Perkembangan genre *reality show* kian mengaburkan batas-batas genre-nya.

Tidak dapat dikatakan tepat kapan acara realitas muncul, namun salah satu pionir acara realitas global yang diakui adalah ‘*Candid Camera*’ (1948). Di Indonesia, *reality show* pertama muncul dengan kehadiran ‘*Spontan*’² (1995). Acara realitas pertama di SCTV ini mendulang rating tinggi hingga bertahan di layar kaca sampai 12 tahun. Keberhasilan acara tersebut telah mendorong terus produksi acara-acara realitas yang hingga saat ini tidak terhitung jumlahnya.

Acara realitas biasanya menggunakan tema seperti persaingan, problema hidup, kehidupan sehari-hari seorang selebritis, pencarian bakat, rekayasa jebakan, dan diangkatnya status seseorang dengan diberikan uang banyak, atau yang perbaikan kondisi, barang

¹ *Candid Camera* adalah acara dari kamera tersembunyi yang menampilkan orang-orang biasa secara random sedang melakukan hal-hal yang memalukan atau tidak biasa. Acara ini diproduksi oleh Allen Funt, yang awalnya dimulai pada radio sebagai *Candid Microphone* pada 28 Juni 1947. Beragam versi *Candid Camera* bermunculan di berbagai negara; Inggris pada tahun 1960 dan berlangsung selama tujuh tahun, versi Australia pada akhir 1990-an. Adaptasi acara ini juga berlangsung di berbagai negara, seperti di Quebec dengan judul *Les insolences d'une kamera*. Perkembangan acara kamera tersembunyi muncul pada tahun 1980-an, seperti *Totally Hidden Video* (Fox TV dari 1989 sampai 1992), *Punk (MTV)*, dst-nya.

² *Spontan* merupakan acara realitas yang mirip dengan *Candid Camera* di Amerika Serikat. Acara yang diproduksi oleh StarVision Plus ini tercatat terlama hadir di layar TV Indonesia, yakni selama 12 tahun.

kepemilikan seperti perbaikan rumah atau perbaikan mobil. Fokusnya ada pada menangkap ekspresi dan peristiwa aktual kehidupan orang untuk disajikan sebagai hiburan. Meski kini perkembangan *reality show* tidak semata meletakan *the ordinary people* sebagai hal yang *extra-ordinary*, namun juga artis-artis yang berupa *extraordinary people* dalam kondisi yang *ordinary*.

Dari sekian banyak tema yang digunakan dalam acara realitas, tema relasi percintaan memberikan distinksi yang menarik. Berbeda dengan program realitas yang menekankan pesonanya pada hadiah yang besar, acara program tv realitas bertema percintaan menyajikan pengalaman “otentik” subyektif dan akses terhadap ‘kejujuran’ masing-masing tokoh/individu dalam relasi romantis mereka. Tidak sedikit acara realitas percintaan di Indonesia yang memberikan undangan mengakses relasi percintaan personal penuh drama³.

Tidak dipungkiri, drama merupakan daya tarik yang berhimpit dengan insting kehidupan manusia. Dalam pendekatan psikologis masyarakat dilihat menyukai drama karena berupaya menciptakan cerita dramatis dari kehidupan sendiri. Disisi lain drama dibutuhkan untuk mengkonfirmasi hidup personal dengan cerita, legenda, dongeng, dan juga tragedi yang telah berlimpah dalam pertumbuhan manusia (Kurt Vonnegut, 2009). Mayoritas orang mendambakan hal menarik dan dramatis, sebagai rangsangan dinamika hidup mereka. Bisa dikatakan, secara umum manusia adalah pencari stimulasi. Ditengah obsesi masyarakat terhadap komunikasi, media telah menjadi sarana instan peternak dan penyaji stimulasi dalam keseharian manusia. Bila drama adalah bumbu kehidupan, kini, media massa adalah kokinya.

Tidak mengherankan kemudian, acara gosip di televisi kian digandrungi, atau sinetron dilayar kaca demikian dinikmati. Acara-acara semacam ini menjadi bentuk lain dari stimulasi yang mendenyutkan drama dalam kehidupan audiensnya. Demikian pula dengan acara realitas bertema percintaan, yang memberikan stimulasi drama dari kehidupan nyata. Persoalan relasi percintaan yang selama ini menjadi wacana privat dan tidak terjangkau selain melalui pengalaman-pengalaman subyektif, terekspos membangun antisipasi melalui reaksi tokoh dalam acara sekaligus memenuhi

³ Sebagai contoh : Katakan Cinta (RCTI), *Playboy Kabel* (SCTV), Termehek-mekek (TransTV), Take Me/Him/Celebrity Out (Indosiar), Buaya Darat (RCTI), dan Masilkah Kau Mencintaiku (RCTI).

hasrat keingintahuan misteri konstan dalam relasi percintaan. Acara realitas *Play Boy Kabel* misalnya, merupakan salah satu acara realitas layar kaca yang menjadi jendela ranah privat relasi romatik orang lain. Penyajian gamblang reaksi pasangan atas godaan kesetiaan yang dipaparkan dalam acara realitas ini, seakan menyambut keajaiban, seperti tulis Ann Patchet⁴; "...it is a miraculous thing to be able to watch the person you love undetected". Membuka kesempatan dalam mengamati konteks yang demikian privat dan tidak mampu terlihat dalam kondisi sehari-hari.

Kesempatan mengamati ranah privat, membawa nuansa pengamatan diam-diam. Hal ini merupakan salah satu daya tarik dan karakteristik khas dari acara realitas. Pengamatan tersembunyi atau voyeurisme melalui kamera tersembunyi hingga kini masih menjadi titik utama acara realitas dalam mengeksplorasi peningkatan antisipasi peristiwa yang hendak terjadi berdasar spontanitas, tidak di'atur', dan reaksi pengalaman subyektif orang.

Pengamat dalam satu sisi merepresentasikan posisi kuasa, sebab sebagai saksi, ia memiliki kontrol atas padangan dan peristiwa. Voyeurism dengan demikian bertalian erat dengan unsur kuasa, seperti kutipan tanya Ann Rower diatas, *Is voyeurism a form of imperialism?*". Meski demikian, kuasa yang terrepresentasikan melalui pandangan (*the gaze*) membawa nuansa paradoks. Posisi pemilik kuasa atas pandangan, sekaligus menjadi tidak berdaya karena mengambil posisi sebatas saksi dalam peristiwa (Zizek, 1997). Dualitas posisi yang dengan demikian dimiliki oleh baik saksi maupun 'korban' dalam acara realitas, menyajikan kompleksitas makna atas kuasa yang dapat dibaca lebih jauh dalam rangkai nilai sistem sosial dan budaya melalui satu kesatuan kemasan sebuah medium acara realitas.

Berdasarkan karakteristik utama voyuerisme dan kuasa ini, acara realitas bertema percintaan memaparkan sebuah persoalan yang menarik. Giur yang dibawa dalam acara realitas bertema percintaan tidak semata akses atas ranah privat relasi percintaan, namun sebagai satu kemasan medium hiburan budaya pop secara keseluruhan menjadi wadah kontestasi lebih lanjut atas waham nilai dan identitas perempuan dan laki-laki dalam berelasi ditengah masyarakat. Baik nilai atas seksualitas (maskulin/feminim) maupun nilai atas posisi kuasa gender (matriakhala, patriakal).

⁴ Seorang novelis asal Amerika Serikat.

Dari sekian banyak acara realitas bertema relasi percintaan dilayar kaca Indonesia, acara realitas *Playboy Kabel* menyajikan sebuah persoalan voyuerisme yang menarik. Acara realitas yang dikemas dalam tiga segmen stabil ini, mengangkat persoalan kesetian relasi romantis dengan menyajikan ‘ujian’ bagi pasangan pria sebagai hiburan. Uji kesetiaan dilakukan dengan menjebak salah satu dari pasangan sebagai korban melalui godaan untuk berselingkuh. Jebakan yang diatur sedemikian rupa dengan karakter penokohan seorang perempuan yang berperan sebagai penggoda, dilaksanakan dalam pengaturan ruang yang telah dilengkapi oleh kamera tersembunyi. Mayoritas program *Playboy Kabel* yang disiarkan memaparkan keberhasilan jebakan dan menyajikan reaksi korban saat tertangkap basah oleh pasangan perempuannya, sebagai puncak hiburan. Audiens acara realitas ini menikmati pengamatan atas relasi romantis dalam pengujian sebagai bagian dari kenikmatan voyueristik. Pengemasan program melalui pengamatan diam-diam yang dilakukan oleh pihak perempuan atas pasangan laki-lakinya juga membawa unsur voyeurisme sebagai konten program acara. Ada duplikasi karakteristik voyuerisme melalui sisi pemirsa dan peserta acara realitas. Karakteristik voyuerisme yang kental dalam acara ini, lebih lanjut, mendorong persoalan yang lebih krusial mengenai identitas perempuan dan laki-laki dalam relasi romantis heteroseksual.

Format acara realitas *Playboy Kabel* secara langsung meletakkan lelaki sebagai korban jebakan, dan perempuan dalam posisi saksi pemilik kuasa atas pandangan. Secara sekilas acara realitas ini mendeskonstruksi secara gamblang waham kuasa dalam relasi gender ditengah masyarakat. Nilai kuasa yang sepanjang ini dilekatkan pada sosok lelaki, secara langsung dilenyapkan dengan menjadikan lelaki sebagai obyek tontonan. Eksplorasi identitas lelaki dalam acara ini, menjadi ciri khas unsur voyuerism saksi (perempuan) di dalam acara realitas, sekaligus secara keseluruhan program memberikan kenikmatan voyueristik bagi pemirsa. Duplikasi karakteristik voyuerisme ini menjadi menarik untuk ditelaah tidak hanya sebagai deskonstruksi atas nilai kuasa dalam relasi romantis, namun juga atas dinamika kontestasi nilai kuasa dalam relasi romantis ditengah masyarakat. Hal ini menjadi essensial ditengah fungsi media sebagai wadah pertarungan nilai yang memiliki peran signifikan dalam mendorong arah perkembangan kehidupan sosial dan budaya. Tak dipungkiri media memiliki peran yang essensial dalam

keseharian kehidupan sosial sebagai agen konformitas (Lazerfeld, 1948), dan pada titik yang ekstrem konformitas media dapat mengambil alih kesadaran masyarakat (Adorno, 1982). Tak terelakan media memberikan definisi, panutan, refrensi persepsi atas diri, dan kehidupan (Girpsrud, 2002), maupun membentuk stereotype peran gender (Macdonald, 1995), atau sebagaimana kata-kata Margaret Gallagher *“The media are potentially powerful agents of socialization and social change; presenting models, conferring status, suggesting appropriate behaviors, encouraging stereotypes”* (Carolyn M. Byerly & Karen Ross, 2006: 17). Terlebih acara realitas sebagai bagian dari produk budaya populer, memiliki kekuatan kultural yang mempengaruhi makna-makna sosial (Kellner, 2010; Baker 2000). Media memiliki kekuatan sebagai instruktur kultural. Peran dalam meletakan struktur nilai sosial, melalui kepingan imaji yang diklaim ‘nyata’, acara realitas yang menghiasi layar kaca televisi swasta Indonesia, perlu diperiksa.

Persoalan voyeurisme inilah yang hendak menjadi sentral dalam tulisan ini, dengan upaya **memaparkan sejauh mana deskonstruksi makna kuasa dalam relasi percintaan heteroseksual disajikan dalam acara PlayBoy Kabel**. Bila voyuerism merepresentasikan kuasa, maka sekilas *Playboy Kabel* menyajikan deskonstruksi yang menarik untuk ditelaah, dalam posisi kuasa nilai relasi ditengah masyarakat. Namun, unsur voyeurisme yang melekat dalam acara sejenis selalu memaparkan persoalan kuasa melalui pandangan yang tidak tersadari. Titik terjauh atas ketidaksadaran itu dapat berakibat pada penstabilan nilai-nilai yang eksis di tengah masyarakat. Tulisan ini berpijak pada asumsi medium acara realitas sebagai bagian dari industri budaya populer turut memperkuat konstruksi nilai relasi yang telah ada di tengah masyarakat selama ini.

Eksplorasi konstruksi voyuerisme dalam merepresentasi posisi dan kuasa dalam tontonan *reality show* *Play boy Kabel* ini akan dipaparkan melalui tiga sub bab, dengan uraian acara realitas dan voyuerisme pada bagian pertama, pemaparan kuasa pandangan dan relasi kuasa pada bagian kedua, dan konstruksi nilai *Playboy Kabel* pada bagian ketiga. Pemaparan akan menggunakan beragam kumpulan data serta analisis visual narasi sebagai cara untuk menelaah *Play Boy Kabel* untuk mendorong temuan.

Acara Realitas dan Voyeurism

Karakteristik voyeurisme (mengintip/mengamati secara diam-diam) merupakan salah satu pesona acara realitas. Dalam kamus literatur psikiatri voyeurisme didefinisikan sebagai kecenderungan berlebihan untuk menikmati pengamatan diam-diam, sosok gender yang dianggap erotis dalam kondisi telanjang, membuka baju, dan terlibat dalam perilaku seksual (Freund, Watson, & Rienzo, 1988; Metzl, 2004; Posner & Silbaugh, 1996). Definisi ini tentu memiliki dua dimensi dari voyuerisme yang tidak pernah mampu disajikan oleh acara realitas. Pertama, gagasan utama pengamatan diam-diam yang memungkinkan untuk terlibat dalam aliran satu sisi informasi (*one sided information*) karena obyek yang diawasi tidak menyadari (Calvert & Brown, 2000; Kuhn, 1995; MacNamara & Sagarin, 1977), tidak sesuai dengan akar acara realitas dimana peserta acara realitas seringkali sadar dan terlibat dalam proses pengamatan (Nabi et al., 2003; White, 2003). Kedua, program realitas tidak mengakomodasi dimensi seksual dari keinginan voyeuristik individu, terlebih karena beragam aturan penyiaran yang berlaku. Andai pun acara realitas menyajikan konten seksual, ia tidak pernah melebihi konten seksual genre televisi lain (Corner, 2002; Hill, 2002; Nabi et al, 2003; Patkin, 2003).

Perkembangan telaah voyeurism dalam budaya kontemporer, telah memperluas definisi voyeurisme yang tidak selalu melibatkan persoalan seksual (Calvert, 2000; Chandler & Griffiths, 2004; Dovey, 2000). Meminjam dari Lacan, voyuerisme bukan kondisi psikopatologis namun sifat umum yang dinikmati individu normal dengan derajat yang berbeda (Metz, 2004). Karakter voyerisme yang melekat pada kenikmatan melihat yang tidak seharusnya dilihat, menyimpang dari voyeurisme patologis proses bertindak voyuerisme umum dilakukan melalui cara yang tidak memiliki banyak sanksi atau lebih rendah resiko untuk memenuhi hasrat melihat yang tidak seharusnya dilihat. Demikian pula dalam mencari peluang, voyeurisme umum bersifat oportunistik dan bertindak di waktu pribadi saat ekspresi dan informasi tersedia dengan mudah dan aman dikonsumsi (Mann, Ainsworth, Al-Attar & Davies, 2008; Sullivan, 2008).

Perkembangan media elektronik telah menjadi wahana voyuerisme yang aman bagi masyarakat (Calvert, 2004). Kehadiran teknologi komunikasi seperti webcam dan media baru seperti blog melalui internet mendorong kehadiran medium voyuerisme yang

aman sembari memberikan ruang pertemuan bagi eksibisionis yang bersedia terlibat dalam relasi yang saling menguntungkan antara penyingkapan dan pengintipan (Dholakia & Zwick, 2001).

Melalui sisi ini, acara realitas yang bergenre invasif memberikan fungsi voyueristik yang sama, menjadi daya tarik tersendiri untuk acara realitas. Supleman atas rincian pribadi dan potensi untuk mempermalukan peserta, disebut sebagai "*curtains left slightly open*" (tirai yang terbuka sedikit) merupakan indikator dan persoalan yang dekat dengan perdebatan terhadap autentisitas acara realitas hingga saat ini. Pada satu sisi studi menunjukkan audiens lebih menyukai acara berbasis persitiwa nyata dengan orang-orang nyata daripada acara berbasis skrip (Gardyn, 2001; Hill, 2005; Jones, 2003; van Zoonen, 2001). Pada satu sisi, mayoritas audiens memiliki kesadaran tinggi atas sifat artifisial 'buatan' acara realitas (Hill, 2002). Meski demikian, batas kabur antara autentitas dan artifisial ini sendiri, tidak menghentikan pemirsa menyaksikan acara realitas. Lebih jauh, ambiguitas inilah yang menjadi daya tarik sendiri bagi audiens. Melalui ambiguitasnya, acara realitas memaparkan kemungkinan, dalam kata-katan Jones; "*liberate the content by calling attention to itself and allowing the internal dynamics to work themselves out in a more natural fashion*" (Jones, 2003:410). Terlepas dari sifat semu yang mungkin dibawakan oleh acara realitas, autentitas hadir dalam satu sisi personalitas peserta. Acara realitas pada dasarnya tidak dirancang untuk menyangkal diri sendiri, namun menguji dan mengungkapkan diri melalui interaksi mereka (Scannel, 2002).

Berdasarkan pada pandangan ini, daya tarik dalam acara realitas Play Boy Kabel memberikan pandangan sekilas mengenai personalitas yang autentik, melalui reaksi dan pernyataan dalam interaksi. Konsep "*curtains left slightly open*" menambahkan ambiguitas dan kemungkinan lebih besar atas autentitas personal yang tidak mampu diakses, mengundang kenikmatan voyueristik. Dengan kata lain, nilai autentik yang sekilas melalui reaksi ini serupa dengan kenikmatan mengintip, yang jauh lebih bernilai dapat menyaksikan sejenak yang tak tampak menjadi tampak, ketimbang menyaksikan informasi yang mudah tersedia. Serupa dengan proses voyuerism, pemirsa menanti dan mengambil potongan-potongan kecil informasi dalam mengungkapkan kesejadian, seperti pasien pengidap voyeurisme patalogis yang tertarik untuk menyelesaikan gambaran dengan terus-menerus mengintip target-nya. Dengan demikian daya tarik voyueristik dalam acara realitas dalam

mempermalukan peserta menyajikan potongan informasi yang mengundangan pemirsa untuk menangkap sekilas “kesejadian” pribadi melalui sikap dan ekspresi peserta acara realitas; menangkap “kenyataan” diantara yang “artifisial” buatan program.

Hubungan voyeurisme dan konsumsi acara realitas telah banyak dipaparkan dalam berbagai studi. Sering kali persoalan berasal dari inkonsistensi pengukuran nilai voyeurisme dan sejauh mana program realitas dapat diklasifikasikan sebagai voyeuristik. Misalnya, sejauh mana program realitas mengandung daya tarik seksual dengan laporan daya tarik bagi pemirsa (Papacharissi dan Mendelson, 2007) atau sejauh mana program realitas mengakomodasi voyeurisme melalui campuran variable akomodasi dan kenikmatan (Nabi et al, 2006). Dalam penelitiannya, beliau mengukur campuran dua variable ini dari berbagai wawancara, misalnya “ketika saya menonton acara itu, saya merasa seperti saya dapat mengintip ke hidup orang lain” (akomodasi) dan “Aku suka melihat saat-saat pribadi orang di acara” (kenikmatan). Nilai voyuerisme yang tersaji dalam acara realitas, dalam berbagai studi (misalnya: Corner, 2002; Hill, 2005; Nabi et al., 2006), menyatakan bahwa voyuerisme yang tersaji dalam acara realitas tidak serupa dengan voyuerisme dalam temsa psikiatri. Meski demikian, berbagai studi sepakat bahwa konsumsi acara realitas terlepas nilai voyeuristik didalamnya, ada dorongan tinggi dari masyarakat untuk belajar tentang orang lain yang dapat diakomodasi oleh acara realitas. Pendekatan ini banyak didukung oleh konstruk utama atas keingintahuan terhadap orang lain sebagai perbandingan sosial. Individu sering mengevaluasi diri dengan terlibat dalam perbandingan sosial dengan orang lain (Festinger , 1954; Goethals & Darley, 1977). Komponen utama dalam perbandingan sosial adalah belajar dengan pengamatan yang cermat terhadap orang lain (Gibbons & Buunk, 1999). Hal yang dievaluasi melalui perbandingan sosial merupakan hal-hal selama ini diasumsikan/tersimpulkan namun tidak dapat diamati secara langsung, sehingga membutuhkan upaya pengamatan yang berorientasi pada interpretasi perilaku nyata (Goethals dan Darley, 1977:260). Hal inilah yang menjadi titik tekan nilai voyeurisme dalam acara realitas; informasi parsial yang didapatkan dari pengamatan acara realitas terkait dengan hasrat mencari informasi tentang orang lain dalam rangka mengevaluasi diri melalui perbandingan sosial.

Lebih lanjut, Gripsrud (2002) mengutarakan bahwa media mampu memberikan definisi, pengertian dan pengalaman dalam berbagai bentuk dimensi dunia, merepresentasikan kompleksitas dan beragam persepsi yang menjadi referensi presepsi diri bahkan identitas – diri/identitas yang tidak kita inginkan hingga harapan-harapan menjadi sosok yang diimajinasikan beserta pengalaman. Macdonald (1995) melihat media mampu membentuk model panutan yang menggiring manusia untuk mengambil salah satu peran gender dan membawanya sebagai identitas, sebab peran sentral media dalam membentuk stereotype dan beberapa model panutan.

Media memiliki kekuatan yang bersifat kultural, ia menjadi bagian dari budaya modern. Media dan budaya tumpah dalam ruang yang saling berinteraksi dan membentuk satu sama lainnya. Kellner (2010) mengutarakan bagaimana media sering kali dilihat sebagai sumber budaya yang memberi kontribusi dalam mendidik cara berperilaku, berperasaan, apa yang dipercaya, ditakutkan, diinginkan, hingga berinteraksi secara sosial, dan bagaimana menguatkan sistem nilai di masyarakat. Masyarakat bergantung penuh pada media untuk mencari makna.

Selain persoalan voyuerisme dalam konsumsi acara realitas, voyuerisme juga dapat ditemukan dalam produksi acara realitas. Dalam hal ini voyuerisme dilihat sebagai teks. Salah satu studi teks media yang bersinggungan dengan voyuerisme mengemuka secara kritis adalah konsep '*the male gaze*' yang dipaparkan oleh Laura Mulvey (1975). Pendekatan feminis ini, mengurai kuasa pandangan laki-laki yang mendominasi mayoritas film klasik di *Hollywood*. Dalam paparannya, peran pasif perempuan yang selama ini mendominasi isi film didorong lebih jauh sebagai kenikmatan visual berbasis *scopophilia*⁵, dan berperan dalam penguatan identifikasi atas peran lelaki. Imbas dari ini adalah obyektifitasi dan eksplorasi perempuan yang dilakukan melalui media. Studi Mulvey menyadarkan kemungkinan produksi mayoritas film tersebut

⁵ *Scopophilia* merupakan kenikmatan dari proses memandang, seperti atau berkaitan dengan voyeurisme. Mulvey menjelaskan ada tiga jenis pandangan yang mendominasi film hollywood, dimana keseluruhan padangan itu berpihak pada kenikmatan lelaki. Pandangan pertama merupakan *profilmic event*, yang tampak natural, namun cenderung kuasa pandangan lelaki karena mayoritas tukang rekam adalah lelaki. Kedua, gambar lelaki yang berupa potongan gambar yang mengarahkan pada perempuan sebagai obyek mata tokoh lelaki. Ketiga, pandangan pemirsa yang terpaksa mengimitasi sesuai padangan kamera.

sebagai film yang diperuntukan bagi penonton lelaki, dan membuka pertanyaan dan kemungkinan '*the female gaze*' dalam produksi teks media yang diperuntukan bagi perempuan. Konsep psikoanalisis yang digunakan Mulvey diujikan dalam teks yang diperuntukan perempuan dalam melihat kemungkinan gambaran memenuhi kenikmatan pemirsa perempuan (Kaplan, 1986). Modleski memaparkan kenikmatan perempuan hadir dalam saat yang sama dalam struktur relasi patriakis (1982:69).

Tampaknya perkembangan studi teks dalam voyuerisme sepanjang ini telah didominasi oleh studi audiens. Meski beberapa perkembangan studi teks berupaya menelaah '*the female gaze*' dengan konsep yang serupa dengan schophophilia, menekankan pada daya tarik seksual, namun bagi perempuan. Belum ada konsep yang menyamakan schophophilia bagi perempuan. Tseelon (1995) bahkan menggunakan pendekatan yang sama dengan Mulvey dengan memaparkan perspektif perempuan dalam melihat imaji '*male gaze*' yang menemukan persepsi yang berbeda antara lelaki dan perempuan. Misalnya saja, gambar '*male gaze*' yang dibaca oleh lelaki sebagai object of desire, dibaca oleh perempuan sebagai '*range of roles*', atau gambar yang dibaca lelaki sebagai "*defined by, through, for men*", dibaca oleh perempuan sebagai "*independent existance beyond and outside male discourse*" (Tseelon dalam Sasanto, 2011). Perkembangan '*the gay gaze*' bahkan dijadikan serupa dengan '*the female gaze*' yang membawa gerakan budaya eksplorasi tubuh lelaki termuktahir dengan tagline "*we need more gay movies*", yang masih ambigu memiliki orientasi kenikmatan pandangan untuk siapa, namun dijadikan legitimasi gerakan kesetaraan '*the female gaze*' sebagai *counter-culture* atas '*the male gaze*'. Pemaparan teoritis pembedahan teks bernuansa voyuerisme diatas ini, belum mampu menjawab persoalan makna voyourisme dalam teks voyouristik yang secara eksplisit berlangsung dalam segmen acara realitas *Playboy Kabel* sebagai teks.

Studi teks dengan pendekatan feminis, seperti Laura Mulvey (1975) yang bersinggungan secara langsung dengan persoalan voyuerisme, pada umumnya berpijak pada teori psikoanalisis, yang secara umum menjelaskan bagaimana subyek dikonstruksi dalam struktur bahasa patriakal. Berbeda dengan pendekatan Freud (1977) dan Lacan, karya Foucault (1973, 1980) yang juga memberikan pengaruh besar dalam pendekatan feminis dalam studi televisi jarang disitasi. Foucault memaparkan bagaimana diskurs bergerak sebagai

kuasa, atau dengan kata lain konstruksi nilai masyarakat berlangsung melalui diskurs. Beliau memaparkan secara khusus jejak sejarah seksualitas terkait dengan kekuasaan di ranah sosial terkonstruksi melalui kontrol institusi, agen sosial, dan terencana secara sistematis. Seksualitas merupakan hal personal yang kompleks dan tidak terpisah dari kehadiran skrip seksual sosial (*social sexual script*⁶), menciptakan *social sexual scripts* yang mempengaruhi secara langsung nilai seksualitas sebagai ruang personal dan individual. Pendekatan konstruksionis meletakan dasar realitas yang terkonstruksi secara sosial (Berger, 1967), yang hanya dapat berkembang dengan komunikasi dalam dinamika proses yang cair (Hoffman, 1990). Pendekatan Foucault tampak lebih visible dalam mendekati voyuerisme dalam teks voyueristik dalam melihat posisi perempuan melakukan pengamatan tersembunyi atas lelaki dalam acara realitas *Playboy Kabel*, untuk mengurai makna voyuerisme dalam teks voyueristik ini.

Kuasa (Pandang) Perempuan dalam Diskurs

Voyuerisme dalam teks media sepanjang ini telah didominasi oleh diskurs akan ‘the male gaze’ yang mendominasi wacana seksualitas gender dengan meletakan perempuan sebagai obyek. Hal ini telah mengembangkan beragam studi mengenai eksplotiasi perempuan dalam media, yang sekaligus memaparkan tingginya budaya seksualisasi⁷ hingga saat ini. Diskurs terhadap seksualitas

⁶ Skrip seksual merupakan metafora dan citra untuk memahami hubungan seksual manusia dalam interaksi sosial. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh sosiolog John H. Gagnon dan William Simon pada tahun 1973 dalam *Sexual Conduct*. Idenya menyoroti tiga tingkat penciptaan skrip, yaitu: budaya/sejarah, sosial/interaktif, dan personal/intrapersikis. Teori *sexual scripting* seksual menggunakan perspektif psikologis, sosiologis, budaya, antropologi, sejarah dan sosial untuk mempelajari seksualitas manusia. *Scripting* membantu untuk memahami seksualitas sebagai bagian dari budaya, sejarah dan sosial, ketimbang biologis.

⁷ Budaya seksualisasi menjelaskan komoditisasi tubuh dan seks dalam media. Dengan kata lain tubuh dan seks telah menjadi komoditi utama dalam media yang mempengaruhi dan menyelimuti budaya kehidupan masyarakat. Di sini, istilah budaya seksualisasi tidak hanya digunakan label, tetapi untuk menunjukkan seks yang lebih luas dan beragam cara di mana seks telah menjadi lebih terlihat di media dan budaya. Ini termasuk, pembahasan luas nilai-nilai seksual, praktik dan identitas di media, pertumbuhan media seksual dari segala jenis, misalnya, erotika, fiksi, buku self-help seksual dan banyak genre pornografi, munculnya baru bentuk pengalaman seksual, misalnya pesan instan atau avatar seks dimungkinkan oleh perkembangan teknologi, sebuah perhatian publik dengan rincian konsensus tentang

yang panjang, sebagaimana pemaparan Foucault (1981), tidak dapat lepas dari konstruksi identitas masyarakat atas identitas diri dan gender.

Berangkat dari karya Goffman (1979), studi analisis isi pada lebih dari 500 iklan, yang memakan waktu lebih dari 4 dekade, menyibak bagaimana media popular mengkonstruksi maskulinitas dan feminitas. Pentingnya karya Goffman telah menjadi landasan beragam studi mengenai gender dan seksualisasi dalam budaya popular yang mendorong temuan-temuan lebih lanjut. Kang (1977) misalnya menambahkan beberapa aspek penciptaan stereotip gender yang dilakukan oleh media. Setelah 12 tahun penelitian Goffman, Kang menyatakan *“magazine advertisements are still showing the same stereotyped images of women”* (1991: 988–989). Bahkan ada perubahan substansi yang signifikan dimana perempuan nyaris bugil meningkat 30% dari tahun 1979-1991. Linder (2004:420) memaparkan majalah *Vogue* menggambarkan perempuan dalam potret inferioritas dan kuasa sosial yang rendah. Pada tahun 2001, Krasaas (2003) melakukan sebuah penelitian diadakan untuk membandingkan seksualisasi lelaki maupun perempuan, dan menemukan bahwa perempuan mengekspos dada dan pantat tiga kali lebih sering dari pada laki-laki. Ditengah pekembangan budaya seksualisasi yang juga meningkat terhadap lelaki (Bordo, 1999; Paus et al, 2000; Rohlinger, 2002), obyektifikasi terhadap perempuan masih jauh lebih tinggi (Gill, 2007). Adanya seksualisasi lelaki menunjukkan kesetaraan media populer dalam obyektifikasi, sebagaimana beberapa pengamat menyebutnya sebagai *“equal opportunity objectifier”* (e.g., Frette 2009; Taylor and Sharkey 2003), meski tidak berarti representasi terhadap lelaki dan perempuan setara.

Perkembangan wacana media terhadap seksualitas yang didominasi oleh obyektifikasi perempuan, berhubungan secara langsung pada perkembangan makna identitas, citra, dan relasi gender sebagai bagian yang tak terlepas dari struktur simbolik bahasa dan makna di masyarakat. Seksualitas boleh jadi merupakan tempat

peraturan untuk mendefinisikan dan berurusan dengan kecabulan, prevalensi skandal, kontroversi dan panik sekitar seks di media (Feona, 2006). Kehidupan manusia diliputi dengan pesan seksual yang tak terbatas terjalin dalam budaya massa melalui beragam media – iklan, lagu, film, fesyen, novel, komik, dstnya. Beragam penelitian telah menunjukkan perkembangan budaya seksualisasi yang telah melampaui batas. Hampir semua bentuk media membawa budaya seksualisasi dalam roda wacana dan keseharian (APA, 2010). Disini semua warga tak terbatas umur terpapar paksaan seksualitas orang dewasa.

paling leluasa bagi bertemuanya dunia alamiah dan dunia budaya. Nilai feminitas yang melekat pada identitas perempuan disosialisasikan secara terbatas oleh media (Friedian, 1963), demikian pula dengan nilai maskulinitas. Gambaran seksualitas pada media telah membakukan dominasi sifat-sifat feminitas dan maskulitas pada dua sisi binary yang kontradiktif, seperti; aktif-pasif, keras-lembut, dan seterusnya. Kuatnya peran media dalam keseharian masyarakat telah menjadi aspek penting dalam mempengaruhi perspektif seksualitas. Melalui industri budaya, masyarakat mendapatkan ide-ide mengenai apa yang dianggap atraktif, feminin, maskulin, seksi, sebagai refrensi refrensi seksualitas.

Wacana seksualitas yang berkembang ini pula telah menjadi bagian dari nilai relasi gender ditengah masyarakat. Tseelon (1995) memaparkan bahwa konsep feminitas merupakan '*in-essensial social construction*', yang menjelaskan bahwa konsepsi feminitas merupakan pandangan monolitik, yang tidak dianggap penting oleh masyarakat.

Konsepsi atas feminitas dan konstruksi seksualitas beriringan dengan konstruksi sosio-historis mengenai peran dan identitas seksual. Sebagaimana pandangan Foucault terhadap seksualitas yang tidak terlepas dari rangkai historis dan kontrol sosial dalam bingkai kuasa. *Social sexual script* perempuan di Indonesia melalui perjalanan historis yang panjang⁸, kini mengacu pada heteroseksualitas dan diperbincangkan secara ambigu. Pada satu titik seksualitas dibicarakan dengan penuh apresiasi dan diagungkan tetapi pada saat

⁸ Perkembangan dinamika seksualitas perempuan Indonesia, secara historis tidak lepas dari sosok RA Kartini, pahlawan feminis Indonesia, yang telah menyuarakan kondisi perempuan sejak abad 18. Pada masanya, Kartini menyuarakan hak pendidikan bagi perempuan. Pemikiran Kartini juga banyak dipengaruhi oleh kolonialisme, yang berpengaruh terhadap penolakannya dalam sistem feodalisme terhadap kaum miskin. Ia pun berpendapat bahwa pemikiran masyarakat Jawa yang sangat patriarkat menjadi salah satu faktor penghambat majunya perempuan di Indonesia. Dalam bukunya *Habis Gelap Terbitlah Terang* (1987), memaparkan ide dan cita-citanya untuk memajukan kaum wanita di Indonesia. Berporos pada pemikiran Kartini, beberapa organisasi perempuan di Indonesia hadir memperjuangkan emansipasi, persamaan hak, dan tujuan untuk mengakhiri eksplorasi yang dialami oleh kaum wanita Indonesia. Gerakan melawan poligini dan poligami misalnya hadir setelah Kongress Perempuan Indonesia pertama di Indonesia. Kongres pertama pada tahun 1928 di Yogyakarta ini memperkuat wujud gerakan feminism di Indonesia dan menjadi fondasi kelahiran organisasi-organisasi perempuan. 'Istri Sedar' misalnya merupakan organisasi perempuan yang menjadi cikal bakal dari Gerwani (Gerakan Wanita Indonesia). Organisasi progresif dengan mayoritas anggota perempuan dari golongan buruh dan petani; Sarekat Rakyat, mendapat reaksi keras dari pemerintah Indonesia, karena dinilai sebagai gerakan radikal yang memiliki keterlibatan dengan PKI (Partai Komunis Indonesia).

yang lain tertutup dan ditabukan. Indonesia memiliki budaya yang secara umum dilandasi oleh nilai-nilai religiousitas yang kuat terjalin dalam budaya sehari-hari masyarakat Indonesia. Pada titik ini, secara umum seksualitas di Indonesia dirayakan dengan kemegahan dan penuh nuansa-nuansa sakralitas⁹.

Seksualitas perempuan Indonesia acapkali kehilangan hak seksualitasnya dalam ruang publik maupun domestik. Dalam ruang domestik misalnya, nilai budaya bahwa tubuh perempuan adalah milik suami, cukup kuat. Istilah “*Swarga nunut, neroko katut*” atau “*sumur, kasur, dapur*” begitu familiar di telinga masyarakat Indonesia, dapat menggambarkan posisi perempuan di masyarakat. Perkawinan jadi dirumuskan sebagai “transaksi kepemilikan atas tubuh untuk pemenuhan kebutuhan seksualitas laki-laki atas perempuan dan tidak sebaliknya”, menjadi bagian yang mengalir dalam budaya. Pada titik ini hak-hak seksualitas perempuan bukan hanya tidak diapresiasi, melainkan juga ditundukkan. Pada ruang publik, seksualitas perempuan Indonesia juga mengalami pembatasan.

Pada umumnya, tata nilai skrip seksual sosial perempuan Indonesia berlandaskan pada nilai-nilai heteroseksual yang memiliki poros patriakis dan tata budaya berlandas religiusitas yang kuat. Gelombang transformasi seksualitas secara global turut memicu perubahan peran perempuan dalam kehidupan masyarakat, khususnya mengenai kesetaraan ruang publik¹⁰. Meski demikian tidak dipungkiri masih kuat mengakarnya stereotype perempuan

⁹ Hal ini muncul dalam upacara-upacara budaya, seperti sunatan, sebuah selebrasi yang merayakan representasi ‘kedewasaan’ anak laki-laki. Upacara perkawinan, di Indonesia juga merupakan ruang sakral yang menjadi wahana sah kebebasan manusia mengaktualisasikan hasrat-harsat seksualitasnya. Perempuan dalam acara-acara pernikahan biasanya akan ditampilkan penuh pesona dan elok pada ruang publik, namun setelah acara selesai perempuan akan di‘batasi’. Keleokan tubuh perempuan tersebut misalnya tidak dapat diekspresikan diruang publik dan hasrat-hasrat biologisnya dikendalikan oleh orang lain.

¹⁰ Perkembangan gerakan feminism secara global dipahami hadir dalam beberapa tahap gelombang (*first wave feminism, second wave feminism, third wave feminism*). Feminisme di Indonesia pun tidak lepas dari perkembangan global ini, dalam ranah konteks Indonesia. Perkembangan feminism di Indonesia sesuai dengan *first wave feminism*, dapat dilihat dari pergerakan sebelum kemerdekaan dan masa Orde Lama. Ciri deskonstruksi terhadap tata nilai patriarki, hadir dalam gerakan awal sebelum kemerdekaan menyuarakan persamaan hak untuk pendidikan. Pada masa Orde Lama suara perempuan juga mengarah pada persamaan hak untuk terlibat dalam kebijakan elit politik. Seiring dengan Orde Baru, perkembangan feminism seiring dengan *second wave feminism* beragam bentuk perjuangan perempuan bergerak di ranah peran ruang publik yang lebih luas, seperti memilih pekerjaan. Sedang masa era reformasi, diwarnai oleh suara tindak anti-kekerasan dan tema-tema liberal lainnya.

pada ranah domestik ditengah budaya masyarakat Indonesia, terlepas dari beragam gerakan melek seksualitas di Indonesia¹¹. Nilai-nilai kesetaraan bersama citra dan identitas perempuan yang diperjuangkan kaum feminis masih saja menyisakan akar di struktur nilai kebudayaan yang melihat perempuan sebagai sosok emosional, pasif, lemah, dependen, dekoratif, tidak asertif, dan tidak kompeten.

Dalam tatanan nilai diskursif seksualitas inilah relasi nilai kuasa dalam *Playboy Kabel* tidak dapat lepas dari script seksual sosial yang berlangsung ditengah masyarakat. Melihat voyuerisme yang dilakukan oleh perempuan sebagai representasi atas kuasa, dalam *Playboy Kabel* menyiratkan deskonstruksi nilai stereotype perempuan yang selama ini masih mengakar ditengah struktur masyarakat Indonesia.

Deskonstruksi dan Demaskulinisasi dalam *Playboy Kabel*

Ditengah konstruksi identitas dan citra perempuan yang masih melekat sebagai ‘*the second sex*’¹², kemunculan *Playboy Kabel* yang secara langsung menyajikan lelaki sebagai obyek pengamatan diam-diam, sotak membawa nuansa deskonstruksi nilai feminitas yang selama ini mapan di masyarakat. Kecenderungan obyektifikasi perempuan yang selama ini mendominasi media diputar balik dalam *Playboy Kabel* melalui dua proses penyajian yang kasat mata; yakni, proses voyuerism perempuan atas pasangan lelakinya, dan posisi lelaki sebagai korban. Karakteristik voyuerisme yang merepresentasikan posisi kuasa karena menunjukkan kontrol atas peristiwa, secara langsung mengindikasikan deskonstruksi nilai

¹¹ Beragam gerakan dari kalangan perempuan Indonesia telah berupaya untuk meningkatkan daya kritis dan melek seksualitas secara komprehensif di Indonesia. Beberapa penulis seperti, Firliana Purwanti, penulis buku *The Orgasm Project* (2010) turut menyuarakan pentingnya bagi perempuan untuk berdaya dan memiliki pengetahuan yang utuh dalam hal seksualitas. Semakin percaya diri seorang perempuan dalam hal seksualitasnya maka semakin setara relasi personal yang bisa dibangun. Julia Suryakusuma, penulis buku *Sex, Power and Nation* (2004) memaparkan konstruksi sosial keperempuanan melalui data mengenai organisasi perempuan seperti PKK dan Dharma Wanita yang cenderung digunakan untuk mendukung kekuasaan pada zaman orde baru. Naisbitt dan Aburdene (1990) mengungkapkan bahwa pada dasawarsa 1990-an akan ditandai dengan munculnya perempuan dalam kepemimpinan (*the decade of women in leadership*).

¹² *The Second Sex* merupakan judul buku karya Simone de Beauvoir tahun 1949. Ini merupakan salah satu bukunya yang paling terkenal, berhubungan dengan perlakuan terhadap wanita sepanjang sejarah. Tema *the second sex* mengacu pada aspek gender perempuan sebagai aspek identitas yang secara bertahap diperoleh.

feminitas yang selama ini dilihat sebagai pasif, lemah, dan tidak assertif. Deskonstruksi feminitas ini berlangsung karena sosok perempuan diposisikan sebagai pengamat yang sekaligus merepresentasikan kuasa. Peserta lelaki yang senantiasa menjadi sosok uji dalam jebakan acara realitas secara langsung diposisikan sebagai korban, yang dengan sendirinya melalui posisi binari maskulin-feminin, mengindikasikan deskonstruksi nilai feminitas yang selama ini dipersepsi oleh sosok perempuan yang lemah, dan dependen, sebagai posisi korban.

Deskonstruksi nilai feminitas dan maskulinitas, sebagai satu rangkai konsep binari atas identitas yang melekat pada gender, dapat ditelusuri dalam peran gender dalam patahan segmen acara realitas *Playboy Kabel*. Secara umum, acara realitas ini membagi programnya dalam tiga semen utama; segmen pertama sebagai ajang perkenalan tokoh-tokoh yang terlibat, segmen kedua sebagai proses pengamatan diam-diam lelaki yang tengah diuji dengan godaan atas kesetiaan, dan segmen ketiga yang merupakan bagian konflik dan resolusi, sebagai puncak acara.

Dalam keseluruhan segmen peran perempuan, sebagai sosok *protagonis* ditampilkan dalam acara realitas ini dengan mengambil peran utama pelapor (istilah yang digunakan *Playboy Kabel* pada sosok yang menginginkan pasangannya diuji). Secara naratif, posisi *protagonis* ini secara langsung diambil oleh sosok pelapor karena memiliki segmen pertama sebagai ruang perkenalan dan kesempatan penjabaran alasan dalam mencurigai pasangan. Posisi ini menguntungkan posisi pelapor sebagai *protagonis* karena memiliki ruang argumentasi untuk menjustifikasi posisinya sebagai pelapor dalam acara tersebut. Berbeda dengan sosok lelaki yang hanya diperkenalkan dengan nama tanpa penjelasan. Mayoritas sosok lelaki yang menjadi korban tidak memiliki ruang justifikasi dalam menyampaikan perspektif subyektifnya atas tindakan dan penilaian sosok perempuan sepanjang proses voyueristiknya. Dalam hal ini, posisi perempuan sebagai pemilik kuasa atas padangan voyueristik sepanjang acara cenderung hanya menerima informasi satu arah atau proses *one-way-flow-communication*, sebab baik saat perempuan menjadi saksi tersembunyi, maupun saat resolusi dalam konfrontir persoalan dengan pasangan, sosok perempuan cenderung mempertahankan akses komunikasi satu arah. Secara general, pada titik ini, narasi peristiwa yang dipaparkan dalam acara realitas *Playboy Kabel* menjadi sepenuhnya kuasa perempuan yang sejak

awal membuka cerita, dan menggiring percakapan dengan pasangannya yang tertangkap basah dalam kondisi subyektifitas yang tidak setara.

Sifat inisiatif yang terepresentasikan dalam segmen pertama kembali memberikan nuansa yang konsisten atas deskonstruksi nilai feminitas yang terkemuka pada kesan pertama acara realitas. Perkenalan dan pengungkapan alasan untuk 'menjebak' pasangan dilakukan secara singkat dengan kondisi yang tenang dan tertata, menambah kesan independen dan percaya diri sosok perempuan. Penggambaran ini sekali lagi menegaskan perlawanan atas nilai-nilai feminitas lama yang masih kuat ditengah masyarakat. Meski tidak demikian dengan pengenalan pemeran perempuan penggoda. Gambar yang bergerak mengamati tubuh pemeran perempuan sebagai penggoda dieksplorasi secara fisik tubuhnya memberikan kesan eksplorasi seksual. Kekhasan unsur voyuerisme bernuansa '*male gaze*' kental menjadi pola yang spesifik pada tiap episode. Obyektifikasi perempuan dalam gambar ini tidak lain sama dengan pemaparan Mulvey atas peran perempuan sebagai kenikmatan visual scopophilia.

Segmen kedua menyajikan peristiwa 'uji' kesetiaan lelaki yang diamati secara diam-diam melalui kamera tersembunyi. Posisi lelaki sebagai korban voyeurisme dijebak dalam percakapan yang diarahkan menjebak posisi lelaki untuk mebreak kesetiaan hubungan relasi romantisnya. Percakapan ini biasanya diarahkan pada pernyataan pengakuan lelaki atas statusnya sebagai lelaki bebas atau sudah memiliki pacar, dengan pancingan telpon dari pacarnya. Pancingan percakapan yang mengarah pada 'bohong' tidaknya lelaki tersebut menyatakan posisinya. Bagian ini menjadi bagian dari konsep 'left the curtains slightly open' dengan reaksi dan informasi yang dapat dinilai bohong atau tidak. Mayoritas lelaki enggan menjawab posisi keberadaannya secara tepat. Bila informasi yang disampaikan berupa kebohongan, secara langsung direspon dengan mencapatkan reaksi perempuan dan komentar pembawa acara. Sepanjang segmen ini, program acara realitas *Playboy Kabel* akan menyajikan gambar dengan proses *cut-to-cut*; gambar voyueristik yang dimiliki oleh perempuan atas pasangannya, dan gambar ruang pengamatan tersembunyi yang memaparkan reaksi sosok perempuan atas perilaku, jawaban, dan informasi yang dia terima melalui voyuerism atas pasangannya. Pada segmen ini posisi voyuerisme berpindah secara dinamis antara peserta perempuan

dengan pemirsa di rumah. Yang menarik disini adalah posisi paradoks yang penuh atas kuasa voyeurisme yang dimiliki perempuan sebagai saksi, sekaligus tak berdaya menyentuh informasi yang dia saksikan. Beragam ekspresi perempuan saat menemukan pasangannya masuk jebakan untuk tidak 'setia', tidak dapat ditutupi dan dieksplorasi oleh kamera *profilmic*, gambar yang tampak netral merekam situasi dalam ruang pengamatan. Kegagapan dan inkonsistensi antara bahasa tubuh dengan kata-kata komentar pada pembawa acara atas sikap kekasihnya yang tidak setia, menggeser posisi kuasa perempuan tersebut ke posisi korban eksplorasi.

Segmen ketiga merupakan puncak dari acara realitas ini dengan mempertemukan pasangan, kedua peserta acara realitas. Perilaku, respon, dan reaksi kedua belah pihak menjadi puncak penantian antisipasi dalam kemasan acara realitas sebagai hiburan. Pada segmen ini ambiguitas sifat acara realitas kian memasuki ambang abu-abu dengan sebaran informasi yang tak terduga. Pengambilan gambar yang *handheld* atas situasi yang sedang berlangsung secara *profilmic* atau tampak netral dan mengembalikan posisi voyuerisme pada pemirsa. Proses konfrontasi dan sering kali memermalukan sosok lelaki dengan membongkar kebohongan yang sepanjang acara telah terhampar dalam berbagai potongan peristiwa, berlangsung disini. Proses bertemunya pasangan kekasih dalam satu bingkai gambar ini menjadi paling menarik dalam membaca relasi kuasa dan deskonstruksi nilai feminitas. Ada setidaknya tiga catatan menarik dalam permainan narasi gambar dan cerita dalam segmen puncak ini.

Pertama, berlangsungnya demaskulinisasi, atau proses degradasi nilai identitas lelaki. Pembongkaran realitas jebakan yang telah dilakukan pada sang lelaki, sotak menggeser kesadaran atas diri sebagai korban. Reaksi atas kesadaran ini (baik jebakan, maupun tertangkap melakukan kebohongan) melenyapkan semua nilai yang melekat pada identitas lelaki sebagai pemilik kuasa. Ada sebuah proses demaskulinisasi yang disajikan dalam segmen ini. Fakta bahwa demaskulinasi terjadi, peserta lelaki sebagai korban dalam berbagai episode *Playboy Kabel* memiliki pola. Pertama saat demaskulinisasi tersadari, semua secara langsung berupaya keluar dari situasi dengan melangkah pergi atau sebagian melarikan diri dari lokasi. Meski demikian, drama pengejaran yang juga menjadi bagian dari kenikmatan acara realitas ini, konfrontasi mayoritas terjadi, dan peserta lelaki secara umum memiliki dua reaksi yang berbeda atas proses demaskulinisasi. Reaksi atas demaskulinisasi

dapat bersifat akomodatif (menerima) atau defensif (menolak). Seperti dalam edisi Ivon dan Erfan, sifat akomodatif menjadi pilihan. Sang lelaki tidak semata menjadi obyek visual sepanjang acara, namun juga menjadi obyek kekerasan fisik yang dilakukan oleh pasangannya (pacarnya) sepanjang proses konfrontasi. Dia memilih diam dan menerima proses utuh demaskulinisasi yang berlangsung dalam acara maupun dalam konteks relasi romantisnya. Berbeda dengan reaksi lelaki dalam episode Dini dan Kris (pasangan suami istri) yang saat proses demaskulinisasi, secara spontan melampiaskan perlawaan atas degradasi identitas dengan memukul amuk pada pembawa acara. Upaya melarikan diri dari kejaran kamera yang gagal berakhir pada brutalitas fisik pada pembawa acara, merepresentasikan penarikan nilai maskulinitas yang telah terdeskonstruksi sepanjang acara. Mayoritas lelaki dalam acara *Playboy Kabel*, berupaya mengambil kembali identitas maskulinnya dan menyelamatkan muka, dengan mengakui bahwa dia tidak lagi membutuhkan pasangannya, mengakui bahwa selama ini kekasihnya yang bodoh tidak memahami tabitanya, atau bereaksi secara fisik dengan memukul (baik pembawa acara, pembawa kamera, ataupun pasangan kekasihnya).

Kedua, fakta rekonstruksi feminitas. Deskonstruksi nilai feminitas yang ditawarkan secara kasat mata dalam acara realitas *Playboy Kabel* melalui berbagai peran dan citra peserta perempuan, menjadi kemasan yang semata bersifat komoditas. Hal ini tampak melalui jalinan representasi peserta perempuan dalam narasi diri yang muncul dalam kumpulan kepingan segmen. Pada segmen pertama, posisi perempuan sebagai 'pelapor' yang tampak merepresentasikan inisiatif dan percaya diri yang tinggi, patah dengan isi pemaparan alasan subyektif atas argumen 'mematai'. Dari beragam alasan yang dikemukaan oleh sosok protagonis perempuan ini, kembali meletakkan dependensi eksistensi diri sebagai perempuan yang hanya ada dengan keberadaan lelakinya. Dengan kata lain, keberadaan diri perempuan dan nilai peran sosialnya (sebagai kekasih) sepenuhnya bergantung pada keberadaan diri lelaki dan peran sosialnya (sebagai kekasih). Hal ini terrepresentasikan dalam mayoritas alasan peserta perempuan yang menyatakan perubahan perilaku (perhatian) pasangannya pada dirinya. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa nilai perempuan, tidak berdiri tunggal sebagai individu sebab perubahan perilaku pasangan lelakinya telah mendorong perilaku perempuan untuk mencari kepastian atas posisi dirinya.

Ketiga, peletakan nilai relasi ditengah masyarakat. Acara realitas *Playboy Kabel*, sebagai medium hiburan budaya populer dalam rangkaian industri media, memiliki peran yang melekat dengan sifat media sebagai wadah konfirmitas sosial. Acara yang bertema relasi percintaan secara general membawa nilai konfirmitas atas relasi percintaan heteroseksual. Menemukan nilai yang diletakan oleh *Playboy Kabel*, tidak lepas dari narasi besar yang dijaga oleh program acara realitas ini. Secara faktual, seluruh program acara realitas memiliki pemandu acara sebagai penjaga konsistensi pola acara. Fungsi pemandu acara, baik secara disadari maupun tidak, merangkum secara utuh rangkaian segmen yang terberai dalam satu kemasan makna. Posisi pembawa acara dalam *Playboy Kabel* sepanjang acara, senantiasa diposisikan sebagai sosok arief yang memberikan nasehat pada sosok perempuan sesuai dengan kasus yang dihadapi. Mayoritas nasehat berupa semangat untuk mencari pasangan yang lebih "baik". Dalam konteks ini setia. Mayoritas relasi yang diuji dalam sajian acara realitas tersebut, merupakan relasi pacaran yang berakhir dengan pemutusan hubungan diakhir acara. Eksplotasi atas ranah privat relasi subyektif ini, tampak sepenuhnya menjadi komoditas tontonan yang tidak berpihak pada peserta pasangan acara realitas. Hal ini dapat dilihat dalam pengambilan gambar atau pandangan kamera yang tidak lagi fokus pada peserta diakhir acara, namun pada perbincangan pembawa acara realitas. Ditengah rangkaian segmen yang terkemas dalam acara ini, secara keseluruhan proses deskonstruksi nilai feminism melalui karakteristik voyuerisme yang dimiliki oleh peserta perempuan tidak signifikan dibanding dengan rekonstruksi nilai feminitas yang hadir baik melalui narasi maupun karakteristik profilmic, yang mendominasi acara. Sebagaimana paparan Mulvey (1975), *profilmic gaze* tampak netral namun tetap berporos pada *the male gaze* yang scopopholic. Dari rangkaian episode *Playboy Kabel*, edisi pasangan suami istri, memberikan konfirmasi lebih jauh atas makna nilai relasi heteroseksual yang disajikan oleh acara realitas tersebut. Dalam episode ini, berbeda dengan pasangan yang masih pacaran, *Playboy Kabel* menyisipkan pengakuan suami yang telah insaf, sebagai resolusi atas konflik relasi. Hal ini menegaskan kembali, nilai relasi suami-istri ditengah masyarakat sebagai relasi yang sakral dalam harmonisasi.

Ditengah limpahan acara realitas di layar kaca Indonesia sebagai bagian dari budaya populer dan industri media, yang diyakini sebagai

wadah kontestasi, tampaknya perlu dipertanyakan kembali. Melalui pemaparan atas *Playboy Kabel* dalam tilikan voyuerisme, yang tampak memberikan nuansa deskonstuksi atas waham nilai-nilai yang melekat di masyarakat, kembali memaparkan fakta medium acara realitas sebagai bagian dari budaya populer lihai mengambil nilai-nilai yang tampak penuh kontestasi ditengah masyarakat sebagai kemasan yang bersifat komoditas semata. Hal ini menekankan kembali persoalan kuasa yang melekat pada karakteristik voyuerism dalam medium yang bergerak dalam roda industri budaya populer berlangsung tanpa tersadari. Titik terjauh atas ketidaksadaran itu dapat berakibat pada penstabilan nilai-nilai yang eksis di tengah masyarakat. Bahwa orientasi entertainment yang disasar *reality show* telah mentahbiskan secara lebih ekstrem stereotip sosial di tengah masyarakat selama ini.

Daftar Pustaka

- Adorno, Theodor W. 1982. *The Culture Industry Reconsidered*. Media Studies: A Reader. New York: New York University Press.
- Andrejevic, M. 1964. *Reality TV : the work of being watched*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Attwood, Feona .2006. 'Sexed Up: Theorizing the Sexualization of Culture.' "Sexualities" 9(1), pp. 77-94.
- Berger & Luckman. 1967. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor
- Butler, Judith. 1990. *Gender trouble: Feminisme and the Subversion of Female Identity*. London. Routledge.
- Calvert, C. 2000. *Voyeur nation: Media, privacy, and peeping in modern culture*. Boulder, CO: Westview Press.
- Calvert, C., & Brown, J. 2000. *Video voyeurism, privacy, and the Internet: Exposing peeping toms in cyberspace*. Cardozo Arts and Entertainment Law Journal, 19, 469-566.
- Carolyn M. Byerly & Karen Ross. 2006. *Women and Media. A Critical Introduction*. Blackwell Publishing.
- Chandler, D., & Griffiths, M. 2004. *Who is the fairest of them all? Gendered readings of Big Brother UK*. Dalam E. Mathijs & J. Jones (Eds.), *Big Brother International: Formats, critics and publics* (pp. 40-61). New York: Wallflower Press.
- Denzin, N. K. (1995). *The cinematic society: The voyeur's gaze*. London: Sage.

- Kellner, Douglas. 2010. *Budaya Media*. Jalasutra. Yogyakarta.
- Dovey, J. 2000. *Freakshow: First person media and factual television*. Sterling, VA: Pluto Press.
- Festinger, L. 1954. *A theory of social comparison processes*. *Human Relations*, 7, 117–140.
- Foucault, M. 1973. *The Birth of the Clinic: An Archaeology of Medical Perception*, New York: Pantheon Books.
- _____. 1980. *Power/Knowledge*, edited by C. Gordon, London: Harvester.
- _____. 1981. *The History of Sexuality: An Introduction*, London: Penguin.
- Freud .1977. *On Sexuality*. Pelican Freud Library.
- Friedian, Bety. 1963. *The Feminine Mystique*. W.W. Norton and Co. USA.
- Gardyn, R. 2001. *The tribe has spoken*. *American Demographics*, 23(9), 34–40.
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. 1999. *Individual difference in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 129–142.
- Goethals, G. R., & Darley, J. M. 1977. *Social comparison theory: An attributional approach*. Dalam J. M. Suls & R. L. Miller (Eds.), *Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives* (pp. 259–278). Washington, DC: Hemisphere Press.
- Goffman, E. 1979. *Gender advertisements*. 1st Harper colophon ed. NY: Harper & Row.
- Gripsrud, Jonathan. 2002. *Understanding Media Culture*. Bloombury. USA.
- Hatton, Erin and Mary Nell Trautner. 2011. *Equal Opportunity Objectification? The Sexualization of Men and Women on the Cover of Rolling Stone*. *Sexuality & Culture*. 15(3):256-278.
- Hill, A. 2002. *Big Brother: The real audience*. *Television and New Media*, 3, 323–340.
- _____. 2005. *Reality TV: Audiences and popular factual television*. New York: Routledge.
- Hoffman, M.L. 1990. *Empathy and justice motivation*. *Motivation and Emotion*, 4, 151-172.
- Jones, J. M. 2003. *Show your real face*. *New Media and Society*, 5, 400–421.

- Kang, M. 1997. *The portrayal of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited*. *Sex Roles*, 37(11/12), 979-996.
- Kaplan, E.A. *Rocking Around the Clock: Music, Television, Postmodernism, and Consumer Culture*. New York: Methuen, 1986.
- Kartini .1987. *Habis Gelap Terbitlah Terang*. PT Balai Pustaka.
- Kuhn, A. 1995. *Lawless seeing*. Dalam G. Dines & J. M. Humez (Eds.), *Gender, race and class in media* (pp. 19–47). Thousand Oaks: Sage.
- Lazersfeld, P.F, dan Merton, R.K (1948). *Mass communication, popular taste and organized social action*. Dalam L.Bryson (ed) *The Communication of Ideas*. New York, Harper & Row. (hal 95-118)
- Macdonald, Myra. 1995. *Representing Women: Myths of Femininity in The Popular Media*. St Martin's Press Inc. NY.
- MacNamara, E. E. J., & Sagarin, E. N. Y. 1977. *Sex, crime, and the law*. New York:Free Press.
- Mann, R. E., Ainsworth, F., Al-Attar, Z., & Davies, M. 2008. *Voyeurism: Assessment and treatment*. Dalam R. Laws & W. T. O'Donohue (Eds.), *Sexual deviance: Theory and assessment* (pp. 320–335). New York: Guilford Press.
- Metzl, J. M. 2004. *From scopophilia to Survivor: A brief history of voyeurism*. *Textual Practice*, 18, 415–434.
- Modleski, Tania.1982. *Loving with a Vegeance: Mass-Produced Fantasies for Women*. Hamden. Conn: Archon.
- Mulvey, Laura. 1975. *Visual Pleasure and Narrative Cinema: Visual and Other Pleasures*, 2nd edition. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Naisbitt, J., & Aburdene, P. 1990. *Megatrends 2000: Ten new directions for the 1990's*. New York: William Morrow and Company, Inc.
- Papacharissi, Z., & Mendelson, A. L. 2007. *An exploratory study of reality appeal:Uses and gratifications of reality shows*. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 51, 355–370.
- Patchett, Ann. 2001. *Bel Canto*.Perennial, Haper Collins.
- Patkin, T. T. 2003. *Individual and cultural identity in the world of reality television*.Dalam M. J. Smith & A. F. Wood (Eds.), *Survivor lessons: Essays on communication and reality television* (pp. 13–26). Jefferson, NC: McFarland & Company.
- Purwanti, Firliana. 2010. *The Orgasm Project*. Jakarta : Kepustakaan Populer Gramedia

- Rower, Ann. 2002. *Lee and Elaine*. Serpents Tail.
- Sasanto. 2011. *Sosiologi Feminisme: Kontruksi Perempuan dalam Industri Media*. LKis. Yogyakarta.
- Scannel, P. 2002. *Big Brother as Television Event*, Television and New Media, 3(3), 271-282
- Suryakusuma, Julia. 2004. *Sex, Power and Nation*. Metafor. Jakarta
- Tseelon dalam Sasanto. 2011. *Sosiologi Feminisme: Kontruksi Perempuan dalam Industri Media*. LKis. Yogyakarta.
- Van Zoonen, L. (2001). *Desire and resistance: Big Brother and the recognition of everyday life*. Media, Culture & Society, 23, 669–677.
- White, M. 2003. *Too close to see: Men, women, and webcams*. New Media & Society, 5, 7–28.
- Zizek, Slavoj. 1997. *The Plague of Fantasies* (Second Edition). Verso. London.

Internet

- American Psychological Association (APA) Task Force. 2007. *Report of the APA task force on the sexualization of girls*. Washington, DC: American Psychological Association. Diunduh September 2002 dari <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>.
- Dholakia, N., & Zwick, D. 2001. *Privacy and consumer agency in the information age: Between prying profilers and preening webcams*. Journal of Research for Consumers, 1(1). Diunduh Jan, 2013 dari http://www.jrconsumers.com/academic_articles/issue_1/DholakiaZwick.pdf
- Frette, J., 2009. *Men are altered and objectified too: Ryan Reynolds graces the cover of Entertainment Weekly*, Available from: <http://www.examiner.com/women-s-issues-in-national/men-are-altered-and-objectified-too-ryan-reynolds-graces-the-cover-of-entertainment-weekly> (Accessed 20 December 2010)
- Iwan Awaluddin Yusuf.** *Super Trap: Ketika Televisi Terjebak Acara Reality show*. <http://bincangmedia.wordpress.com/tag/acara-reality-show/>
- Taylor, E. and Sharkey, L., 2003. *Em & Lo's sex myths: women's bodies are sexier*. The Guardian, 22 March. Available from: <http://www.guardian.co.uk/lifeandstyle/2003/mar/22/weekend.emmataylor> (Accessed 20 December 2010).

Universal Networks International (UNI). 2012. diunduh 23 Mei 2012
dari <http://kompas.com/10KeunikanPerempuanIndonesia.KompasFemale.html>.

Vonnegut, Kurt. 2009. Short Lecture on the Shapes of Stories, New York. Access: <http://www.youtube.com/watch?v=oP3c1h8v2ZQ>

Episode-episode Playboy Kabel: ditonton melalui akses youtube.com, dengan daftar episode melalui: http://www.youtube.com/results?search_query=playboy%20kabel&sm=3