



Marilyn Monroe

Sinema dalam Kajian Budaya (2)

Spektakel & Bintang Film: Politik Selebritas

Seno Gumira Ajidarma

Abstraksi: Melihat film sebagai potensi bisnis, tidak bisa dilepaskan akan peran teknologi yang berkembang dan mengiringinya. Melalui campur tangan teknologi ini film diyakini akan terlihat lebih sensasional dan nampak begitu fantastis -spektakuler. Namun pemeran film juga menuntut statusnya dipertimbangkan sebagai faktor penentu juga bagi penciptaan spektakel tadi. Jadilah film sebagai ajang pertarungan ideologi dalam hegemoni wacana spektakel, tempat memperebutkan identitas aktor-aktris film.

Spektakel adalah suatu teknik naratif untuk membangun kesan dramatik—tetapi kesan dramatik sebenarnya dapat dicapai tanpa spektakel, sehingga kita akan memakai istilah spektakuler: yakni peristiwa-peristiwa dahsyat yang fantastis, seperti misalnya bisa disaksikan dalam film-film James Bond, film-film perang, dan tentu saja film-film bencana alam. Spektakel diupayakan demi kepentingan film sebagai media hiburan, dan perkembangan spektakel sangat ditentukan oleh teknologi film. Catatan di sini: teknologi film tumbuh demi kepentingan komersial.

Bahkan ketika film hitam-putih menjadi berwarna, perubahannya tak ada urusan dengan obsesi estetis, melainkan justru hanya ekonomis. Demikian pula yang terjadi dengan penemuan suara dan layar lebar, akan berkembang atau sekadar lewat dalam catatan sejarah berdasarkan resepsi penonton. Jadi, teknologi film mampu berkembang ke manapun seperti telah dibuktikan oleh film tiga-dimensi (penonton harus pakai kacamata khusus) atau teater IMAX (hanya beberapa gedung di muka bumi); tetapi berlanjut atau tidak ditentukan oleh posisi film dalam masyarakat sebagai komoditas budaya. Dengan begitu, para pemilik bioskop sudi mengganti seluruh perlengkapannya dengan sistem suara

THX misalnya, lebih karena pertimbangan bahwa hal itu akan mengundang lebih banyak penonton. Demikianlah perkembangan teknologi film di hulu akan menuntut pula perombakan teknologi di hilir.

Film adalah suatu bisnis besar yang penuh risiko, karena ulangan sebuah film yang sukses biasanya gagal—tidak ada yang pernah tahu, film seperti apa yang akan meledak. Merajalelanya TV pada tahun '50an di Amerika Serikat nyaris membangkrutkan studio-studio besar yang berjuang membuat berbagai spektakel baru, sebagai hasil dari teknologi yang juga baru. Tidak aneh jika film yang dilahirkan tentu bukanlah film yang berusaha merepresentasikan realitas, sebaliknya seolah-olah merupakan entitas independen yang akan memberi ilusi “kebenaran” tanpa mengindahkan hukum-hukum keterlibatan penonton. Alih-alih representasi realitas, kehidupan diubah menjadi suatu spektakel: apabila sinema-realis cenderung menolak atau menyederhanakan kemungkinan teknis, film-film Hollywood justru terikat oleh kemajuan teknologis dan industrial dari sinema, demi lahirnya sinema spektakuler. Sekali lagi, perkembangan sinematografi jadinya terisolasi format komersial.

Dalam konteks ini, perkembangan film ditentukan oleh berbagai faktor determinan di luar film. Dalam Kajian Budaya, berarti film dikonstruksi oleh pola konsumsi—di sini, seluruh aspek yang berhubungan dengan film (komersial) mempunyai kepentingan yang sama, yakni bahwa film yang diproduksi akan sukses di pasaran. Jika konsumen itu adalah kelas pekerja, maka kemungkinan besar ketika menonton film di waktu luangnya yang langka, ia tidak ingin dikembalikan kepada realitas hidupnya, melainkan melarikan diri dari realitas



Menonton film menggunakan kacamata tiga dimensi

itu. Film menjadi pelarian sementara yang berusaha dipenuhi para pedagang—tetapi bagi kelas pekerja, akhirnya menonton film bukanlah pelarian (ingat, hegemoni adalah kondisi—yang selalu—dalam proses), mereka bekerja memang untuk makan dan berbahagia, dan kebahagiaan dicari dalam ilusi realitas, ilusi itu bagi kelas pekerja sama nyatanya sebagai bagian yang sah dari kehidupan sehari-hari, karena berbagai faktor dalam film itu yang mereka rujuk demi kehidupannya. Konsumen bisa memberi makna lebih kepada film daripada produsen yang menganggapnya sekadar sebagai komoditas. Tepatnya, konsumen telah menjadi produsen makna bagi film sebagai komoditas budaya.¹ Perkembangan apapun akan diikuti (dan dimodali) jaringan pedagang ini (ingat faktor distribusi kebudayaan dalam hubungan-hubungan kuasa) selama mengundang banyak orang ke dalam bioskop.

¹ Tentang komoditi budaya, periksa teori John Fiske mengenai dua ekonomi televisi, yakni ekonomi finansial dan ekonomi budaya. Melalui John Storey, *Cultural Studies & The Study of Popular Culture* (1996), 25-7. Ringkasnya: Ekonomi finansial berurusan dengan nilai tukar (*exchange value*) dan ekonomi budaya dengan makna, kenikmatan, dan identitas sosial; meski berlangsung simultan dalam resepsi sebuah teks, proses yang berlangsung dalam ekonomi budaya tidak linear seperti ekonomi finansial. Seperti terbukti: konsumen tidak memberi makna komoditi kultural seperti dimaksud produsen.

Cara menghadirkan seorang bintang di layar juga merupakan suatu spektakel, agar ia tak tampak sekadar berada dalam suatu peran, melainkan terutama agar tampil bagaikan seorang dewi (bukankah kita kenal sekarang kosakata “diva”?). Konstruksi sosial yang membentuk sinema dominan, yakni film-film Hollywood itu, sebanding dengan konstruksi yang melahirkan “bintang film” sebagai faktor di luar film yang dalam pergulatan antarwacana dibentuk-dan-membentuk penonton. Dengan kata “bintang”, jelas terdapat suatu konstruksi di luar pekerjaannya sebagai aktor-aktris atau pemain—bahkan dalam hal film, kemampuan berperan tidak dibutuhkan seperti seorang pemain teater misalnya, yang memerlukan ketekunan tersendiri sebelum mampu tampil di panggung, karena dalam film segalanya bisa dibikin, melalui efek-efek tatacahaya, bayangan, gerak kamera, dan penyuntingan. Itulah sebabnya sering dikatakan, untuk menjadi bintang film tidak diperlukan bakat. Seorang pemain film tidak perlu berperan, mereka hanya perlu ada.² Kamera akan melakukan segalanya bagi mereka.

Jadi apa yang harus dimiliki seorang bintang film? Mereka memang tidak perlu bakat, melainkan aura yang unik, misteri, suatu magnet yang akan terperagakan olehnya—dan supaya tampak alamiah, ternyata harus direkayasa, sama seperti merekayasa spektakel. Manusia pertama yang mendapat perekayasaannya ini adalah Florence Lawrence, dan yang lebih penting adalah perekayasanya, yang tercatat bernama Carl Laemmle, seorang pemilik studio modern pertama. Pada tahun 1910, dalam rangka menghadapi konglomerasi Edison, ia mencoba teknik publikasi baru, yakni menyebarkan rumor dan polemik,

yang semuanya dia tulis sendiri, tentang benar tidaknya Lawrence sudah meninggal. Isyu kematian ditelan dan disanggah sekaligus, lantas ia minta Lawrence muncul di stasiun kereta api. Dampaknya luar biasa, orang banyak bukan hanya mengerumuni tetapi juga merobek-robek busana Lawrence untuk dijadikan cinderamata. Maka seorang bintangpun dilahirkan. Semenjak saat itu, siapa nama sang pemain film menjadi makin penting bagi penonton.

Namun konstruksi macam ini lebih berhasil jika sang bintang, seperti telah disebutkan, memiliki aura yang unik, seperti bintang yang kemudian menjadi idola Amerika, yaitu Mary Pickford. Mula-mula namanya yang Gladys Smith disulap, kemudian karena ia dipuja sebagai pemeran anak kecil, karena wajahnya memang kekanak-kanakan, ia selalu hanya mendapat peran anak 12 tahun, meski ketika umurnya sudah 32, dalam *Little Annie Rooney*. Adapun film yang dibintanginya sebagai orang dewasa seluruhnya gagal di pasar, bukan karena permainannya yang buruk, tetapi karena penonton ingin melihat seorang bintang, dan bukan pemain film yang sedang mendemonstrasikan “seni” peran. Publikasi massal telah melahirkan suatu karakter dengan kepribadian terpujakan (ingat saja asal kata “celebrate”) di luar naratif, tetapi yang nyaris dikonstruksi bagaikan fiksi, melalui iklan, berita yang direkayasa, kisah-kisah roman, foto-foto yang ditandatangani, *fans club*, penampilan, yang semuanya dirancang untuk membuatnya terkenal. Posisi *fans* bukanlah posisi penggemar teater yang mengapresiasi seni bermain drama, mereka orang awam yang digarap agar mencintai seorang bintang.

² “a screen actor is called upon not to act but simply to be.” Roy Armes, *Film and Reality* (1974), 136. Kalimat ini lebih jelas dalam uraian James Monaco: “Film fused two types: real people became fictional characters. The concept of the ‘star’ developed—and stars are quite different from ‘actors’. The most important role Douglas Fairbanks played was not Robin Hood or Zorro, but ‘Douglas Fairbanks’. (In fact, Douglas Fairbanks was played by Douglas Ullman—his original name).” / “‘Stars’ act out their personas through nominal characters roles. ‘Celebrities’ appear mainly as ‘themselves’ and are known, in Daniel Boorstin’s apt phrase, ‘for their well-knownness’.” Lihat Monaco, *How To Read a Film* (2000), 263-4.



Greta Garbo

Contoh yang paling berhasil dari proyek macam ini adalah Greta Garbo (nama asli Greta Gustafsson)³ dan Marlene Dietrich. Pilihan atas tipe wajah yang mereka miliki mempertimbangkan segala kemungkinan *make up* demi penampilan di layar; dan dalam hal Garbo, nuansa misteri terpenuhi secara utuh, sekali mundur dari dunia film pada usia 36 tahun ia menyembunyikan diri dengan total. Foto publikasi Garbo selalu digarap oleh jurufoto brilyan William Daniels dan Dietrich selama enam tahun dipotret dan disutradarai oleh Josef von Sternberg, yang secara konsisten terus membalutnya dengan misteri. Relevansi data-data ini adalah pembuktian, bahwa karakter seorang

bintang itu tidak datang secara alamiah, melainkan suatu konstruksi, yang maknanya bukan sekadar datang dari perekayasa, tetapi justru terutama dari pembermaknaan oleh masyarakat—yang kepentingan ideologisnya tidak selalu sama dengan perekayasanya, misalnya bahwa dalam kekosongan spiritual kehidupan kota besar, mereka memang butuh seorang idola untuk dipuja.

Apa yang dianggap daya tarik seorang bintang tidaklah selalu ke-dewi-annya, mereka tetaplah manusia dengan tipe yang memikat, tetapi lebih dari itu menggambarkan dengan baik tentang masyarakat di mana kita hidup maupun mimpi-mimpi dan keinginan manusia yang paling dasar. Karena itu konstruksi impianpun bisa berubah, tepatnya berlangsung pula perjuangan ideologis tentang bintang macam apa yang layak dipuja. Setelah Marilyn Monroe tak mampu mengatasi citranya sendiri, dan tenggelam dalam proses merusak diri—bintang-bintang film tercitrakan secara lebih manusiawi, seperti Katherine Hepburn dan Ingrid Bergman. Peralihan ke film suara juga telah membumikan para bintang. Bintang pria tahun '30an mempunyai nama-nama yang sangat Amerika: Cary Grant, Gary Cooper, Clark Gable, Henry Fonda, Spencer Tracy. Ini juga terkonstruksi oleh berbagai faktor di luar film—meski pada awalnya segenap rekayasa pencitraan itu bertujuan agar banyak orang tertarik menonton mereka dalam bioskop, dugaan atas apa yang akan menarik orang banyak (makna, kenikmatan, identitas sosial) adalah pembebanan makna yang ketika diterima, dinegosiasi, atau ditolak, merupakan materi yang pada umumnya diperiksa dalam suatu Kajian Budaya.

Dengan demikian seorang bintang sebetulnya memainkan peran dalam dua dunia, dan dalam dua dunia itu permainannya dibatasi:

³ Roland Barthes mengulas wajahnya yang terekayasa bagaikan sebuah puisi dalam "The Face of Garbo", melalui James Monaco, *Celebrity: The Media as Image Makers* (1978), 128-30.

peran yang dimainkan dalam film terbatas oleh kebhintangannya; peran yang dimainkannya sebagai “bintang film” terbatas oleh peranannya dalam film—tentang dirinya sendiri, sebisa mungkin hal itu ditutupi, karena hanya akan menjadikannya “orang biasa” seperti semua orang lain, dan mereka yang terlanjur memujanya tidak ingin melihat fakta bahwa pujaan mereka sama saja konyolnya dengan diri mereka sendiri. Rudolph Valentino mati sebagai legenda, pada hari ia dimakamkan, dua perempuan muda bunuh diri. Namun apa kata Valentino sebelum mati? “*A man should control his life—mine is controlling me. I don’t like it.*”⁴



Rudolph Valentino

Hegemoni yang dominan tentu mendapat perlawanan, dan dari sinilah eksotisisme para antihero, atau hero yang kalah, seperti Humphrey Bogart dan semua peran “detektif swasta” yang kumuh mendapatkan tempatnya.

Wacana spektakel dan wacana kebhintangan lahir dari konstruksi yang sama: suatu rekayasa demi kepentingan dagang—yang secara ideologis tentu berbendera kapitalisme. Namun yang bisa disebut ideologi bukan hanya kapitalisme, melainkan juga bahwa realisme tetap bertahan dalam politik representasi, meski itu merupakan ilusi realitas. Betapapun, apa yang semula dilahirkan dengan kesadaran sebagai ilusi ternyata eksis sebagai bagian dari realitas dalam pembermaknaan konsumen.

⁴ *Ibid.*, xi.

Itulah saat ketika bintang film yang kebhintangannya ditentukan oleh sejumlah peran dalam film (yang penuh spektakel) menyeruak sebagai selebritas. Keselebritas-an seseorang tidak hanya ditentukan oleh peranannya, melainkan oleh kepribadiannya sendiri, tetapi kepribadian seperti tercitrakan dalam media—yang selain dalam dirinya sudah terkondisi oleh kebhintangan seseorang dalam konstruksi spektakel film, juga menciptakan spektakel pemberitaannya sendiri. Dalam hal ini, diri sendiripun bukan dirinya sendiri, karena apa yang

diberikan kepada publik secara massal tidak selalu ada hubungannya dengan apa yang bersifat pribadi. Sekali yang bersifat pribadi terkuak, tetap terhadirkan dalam kerangka dongeng dirinya sebagai selebritas—mereka yang tidak mampu menyadari hal ini, dengan begitu boleh disebut korban: yakni mengira dirinya memang dan adalah seperti terkonstruksi media tersebut.

Realisme macam ini mencapai puncak ilusinya ketika karakter fiksional yang terkonstruksi spektakel film maupun spektakel media menjadi begitu hegemonik, sehingga konsumen tidak berdaya memisahkannya: Julia Roberts tetap menjadi Julia Roberts meskipun ia memerankan tokoh yang masih hidup, Erin Brokovich. Orang tetap ingin menyaksikan Julia Roberts sebagai Julia Roberts sang selebritas yang tercitrakan media dan bukan Erin Brokovich, meski Julia Roberts memainkannya dengan meyakinkan dan mendapat Oscar. Akan halnya Erin Brokovich yang sesungguhnya maupun Julia Roberts di luar konteks media boleh dianggap berada di luar wacana. Bahkan, sekali berada

dalam wacana, hanya terba ketika nasib Erin Bronkovich yang menjadi selebritas mendadak karena film itu menjadi makin tragis, dan lagi-lagi hadir hanya karena memenuhi syarat sebagai spektakel dalam melodrama media.⁵

Kecenderungan hegemoni media atas wacana pribadi di Amerika ini sudah lama mendapat perlawanan. Para aktris Prancis misalnya, berpolitik dengan sadar untuk menghindari jebakan *star system* Hollywood yang menghapuskan bukan hanya peran pribadi, bahkan juga perempuan: jadi memang berbau feminis, dan menegaskan kepolitisannya. Lima aktris Prancis pada 1980-an misalnya, Isabelle Adjani, Maria France-Pisier, Juliet Berto, Alexandra Stewart, dan Marlene Jobert, bukan sekadar menghindari peran yang stereotip dan terbatas, tetapi juga bergerak ke balik kamera, apakah menjadi produser, sutradara, atau penulis skenario. Kadangkala mereka bersedia main untuk sutradara muda yang potensial untuk film pertamanya, yang secara komersial tidak seimbang dengan nama mereka—selama peranannya memberi tempat yang adil bagi perempuan, misalnya bahwa perempuan itu juga bisa jadi tulang punggung keluarga dan menjadi manusia cerdas.⁶ Dihadapkan dengan Hollywood, perbedaannya



Julia Robert & Erin Brocovich

menjadi jelas: perempuan di sana hanya ada dalam pandangan patriarkhal, baik dalam format teman tidur (Marilyn Monroe) atau ibu rumah tangga ceria (Doris Day), dan mereka yang tidak bersedia memainkan stereotip seperti itu kariernya susah berkembang. Namun dalam film Amerika bukannya tak ada perlawanan: film *Thelma & Louis* (1991) ditutup dengan adegan perempuan berciuman dengan perempuan, sebelum mobil mereka melayang

ke jurang—ketergantungan kepada lelaki terhapuskan, dan sikap politis yang menantang konstruksi stereotip masih terus bermunculan.

Dengan demikian kita bisa melihat perjuangan ideologi dalam kasus ini, ataukah seorang bintang memang bersedia hanya “dipinjam” keunikan tubuh dan aura pribadinya, tapi bukan gagasan dalam kepalanya; ataukah seorang aktor-aktris mampu memilih dan menciptakan peluang untuk mengekspresikan gagasannya melalui peranan yang dimainkannya. Sama-sama selebritas⁷, bisa sangat berbeda ideologinya dalam hegemoni wacana spektakel, karena kepentingan dalam politik selebritas memang ada, yang berhubungan langsung dengan makna, kenikmatan, dan identitas sosial yang terjanji dan tercita-citakan dalam konteks pandangan dunia masing-masing, sehingga disebut perjuangan ideologi.

⁵ Karena film itu, Erin Bronkovich mendadak punya uang, pindah ke kota besar, hanya untuk mengalami anaknya menjadi korban obat bius (karena kaget dengan perubahan gayahidup), kesulitan bayar pajak, dan para mantan pasangan hidupnya menuntut pembagian harta karena film itu juga menceritakan tentang diri mereka. Baca Duncan Campbell, “What Erin Bronkovich did after the movie and the big pay deal” dalam *The Jakarta Post*, 23 Desember 2001.

⁶ James Monaco, “Women and The Politics of Acting” dalam Monaco (1978), 144-53. Para bintang Prancis sebelum mereka, yang sebetulnya dianggap sangat berbakat sebagai aktor, seperti Alain Delon, Jean-Paul Belmondo, bahkan juga Catherine Deneuve dianggap sudah “terbeli” dan terjebak dalam *star system*.

⁷ Aktor dan bintang film, keduanya terpisah atau menyatu dalam diri satu orang, dan kedua kategori ini bisa sekaligus juga berarti selebritas: “Stars, paradoxically, are not necessarily actors (nor actors are always potentially stars). Actors play roles, stars play themselves. There’s a continuum here, too. Olivier is clearly an actor, but Brando—although he is famous in part of his “acting ability”—is 90 percent star. No matter what the role, he’s Brando first, character second. People didn’t go to see *Last Tango in Paris* because they were interested in a character named Paul. They paid five dollars because they were irresistibly drawn to the spectacle of Marlon Brando—the Marlon Brando—talking dirty and simulating sex. *ibid.*, 11.