

# Program Televisi yang Dibutuhkan dan Diminati

## Studi Kasus Komedi Situasi *Bajaj Bajuri*

CHRISTANTA ADHITYAKSA\*

chrispakde@yahoo.com

### ABSTRAK

Dari sekian banyak program TV yang disuguhkan tentunya akan memberi kesempatan kepada penonton dalam memilih program mana saja yang dibutuhkan, diminati, atau keduanya. Penonton kadang tanpa sadar telah memilih program televisi favorit berdasarkan kriteria tersebut, dampaknya adalah penonton akan terjebak dalam memilih program yang mereka minati tapi sebenarnya tidak dibutuhkan atau sebaliknya. Hal ini berujung pada suatu kenyataan bahwa program yang sarat dengan unsur pesan moral belum tentu diminati oleh penonton dan pengiklan sehingga masa tayangnya menjadi singkat, akibatnya program yang beredar didominasi oleh tayangan yang jauh dari kata 'sehat'. Dari kondisi itu tentu yang diharapkan adalah adanya program televisi yang diminati dan sekaligus dibutuhkan oleh penonton

### KATA KUNCI

Komedi Situasi, Program TV, Minat

### ABSTRACT

From many tv programs presented , would give the opportunity to the audience in choosing any program they needed , were interested in it , or both . Sometimes without conscious, audience has chosen favorite television program based on the provision , the implications of this are the audience will be trapped in choosing program that they were interested in it but don 't actually needed or vice versa . This led to a fact that program that is loaded with an element of the moral values not necessarily demanded by the audience and advertisers so it will make the number of episode be a little , aftereffect existing programs dominated by rubbishy one. Of that condition of the expected television program that is attractive and also needed by the audience .

### KEYWORD

Situation Comedies, TV Programs, Interest

### PENDAHULUAN

Dalam pemikiran penulis, penonton televisi kita cenderung memilih program TV yang diminati tanpa memikirkan apakah sebenarnya program tersebut mereka butuhkan atau tidak. Minat berarti kecenderungan hati

yang tinggi terhadap sesuatu<sup>1</sup> sedangkan butuh adalah sangat perlu menggunakan atau memerlukan<sup>2</sup>. Jika dilihat dari sifatnya, maka kata "butuh" lebih bermakna primer seperti halnya kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan sedangkan minat lebih bermakna

1 www.KamusBahasaIndonesia.org

2 ibid

skunder. Sebut saja program sinetron yang katanya menjual mimpi-mimpi terbukti masih berkibar, tanpa melihat data dari lembaga periset rating pun kita bisa tonton di televisi bahwa program tersebut laku di pasaran, penonton masih suka, stasiun TV masih mendominasi penayangan program tersebut pada jam *prime time*, dan pengiklan pun masih antusias memasang produknya pada tayangan tersebut.



Gambar 1. Logo *Bajaj Bajuri*

Pada tahun 2002, muncul sebuah program di televisi nasional yang membawa semangat baru, pokok persoalan sangat bersahaja, menyentuh masyarakat bawah, dan mengajak penonton masuk ke dalam realitas kehidupan, program ini bergenre komedi situasi (*situation comedies/sitcom*) berjudul *Bajaj Bajuri* tayang di *TransTV*. Sitcom ini menceritakan kehidupan seorang sopir bajaj yang bertubuh gemuk bernama Bajuri. Ia tinggal bersama istrinya yang bernama Oneng dan menumpang hidup di rumah mertuanya yang dipanggil Emak, mereka bermukim di pinggiran Jakarta.

Kondisi ekonomi Bajuri yang serba pas-pasan sering menjadi bulan-bulanan mertuanya yang sebenarnya sangat menginginkan Oneng bersuamikan orang kaya. Masalah Bajuri dan Oneng yang belum mendapat keturunan menjadi bumbu utamanya. Keluguan dan kecenderungan Oneng telat berpikir sering

membuat Bajuri kesal tapi karena kondisi itu pula membuat Bajuri bersyukur dan bahagia karena Oneng tidak pernah menuntut banyak darinya.

Sitcom *Bajaj Bajuri* berbentuk seri, yaitu setiap episode tokoh dan karakter sama tapi jalan ceritanya tidak ada hubungannya baik dari episode sebelum maupun sesudahnya. Hal ini kebalikannya dari serial yang berarti tokoh dan karakter sama tapi jalan ceritanya



Gambar 2. Logo *Bajaj Baru Bajuri*

berhubungan/bersambung dengan episode sebelum dan sesudahnya.<sup>3</sup>

*Bajaj Bajuri* yang bergaya komedi situasi menjadi tontonan baru dan mendobrak pasar karena sebelumnya tayangan komedi di televisi kita didominasi oleh *Warkop DKI* dan *Srimulat* yang cenderung bergaya *slapstick*. Setelah era perfilman pada tahun 1994 *Warkop DKI* dengan personil Wahjoe Sardon (Dono), Kasino Hadiwibowo (Kasino), dan Indrodjojo Kusumonegoro (Indro) muncul di televisi dengan membuat program berjudul *Warkop Millenium*. Tapi setelah meninggalnya Kasino pada tahun 1997, dan disusul Dono tahun 2001, tidak lama kemudian sinetron ini juga

<sup>3</sup> Helen Fulton dan Rosemary Huisman, Julian Murphet, Anne Dunn, *Narrative And Media*, New York: Cambridge University Press, 2005, hal.154 dalam Christanta Adhityaksa, Pengantar Karya S2 IKJ, Peran Drama Komedi Seri Televisi Dengan Konten Kelokalan Untuk Memperkaya Program TVRI Jogja, Jakarta: Pascasarjana IKJ, 2011

selesai. Sedangkan Srimulat setelah pimpinan mereka yang bernama Teguh Slamet Rahardjo resmi membubarkan Srimulat pada tahun 1989 maka terjadi kevakuman di kelompok lawak ini. Atas ide salah personilnya, maka diadakan reuni pada tahun 1995 dan hal ini menjadi cikal-bakal munculnya Srimulat di panggung televisi.

Srimulat tampil di stasiun TV Indosiar seminggu sekali selama tahun 1995–2003. Dua program inilah menjadi salah satu dorongan munculnya Bajaj Bajuri karena melihat peluang bahwa program televisi yang bergenre komedi tetap mendapat tempat di hati penonton. Bajaj Bajuri diproduksi dari tahun 2002–2005. Bersamaan dan setelah penayangan *Bajaj Bajuri*, muncul produk sitcom lainnya sebut saja *Warga Sini Emang Gitu* yang tayang di stasiun ANTV; *Tante Tuti*, *Radio Repot*, dan *Suami-Suami Takut Istri*—yang semuanya tayang di stasiun TransTV. Selanjutnya, hingga kini, tayangan komedi terus membanjiri televisi kita.

### Komedi yang Bersahaja

Sebelum sebuah program televisi dibutuhkan oleh penonton biasanya diawali dengan diminati terlebih dahulu. Penulis mencoba memberikan indikator bagaimana penonton meminati sebuah program televisi (sinetron), yaitu :

- 1) Penonton merasa nyaman dengan jalan cerita, pemain, penokohan/karakterisasi, dan setting ceritanya, termasuk jalan ceritanya yang tidak berbelit-belit.
- 2) Penonton akan merasa kehilangan jika tidak menyaksikan episode berikutnya.

Kemudian yang menjadi indikator jika program televisi tersebut sudah mulai dibutuhkan oleh penonton adalah: program tersebut sudah menjadi pengisi jiwa, pesan yang disuguhkan menjadi bahan perenungan, dan dapat memberikan inspirasi dalam menjalani kehidupan nyata.



Gambar 3. Sutradara mengarahkan pemain



Gambar 4. Sutradara cek dialog pemain



Gambar 5. Suasana shooting di studio



Gambar 6. Liputan *Tabloid Bintang* Edisi 666. TH.XIII, Januari 2004



Kebutuhan penonton untuk memperoleh hiburan murah selepas mereka berjuang menjalani roda kehidupan, salah satunya adalah dengan cara menonton program komedi di televisi karena murah dan mudah didapatkan. Sangat disayangkan jika komedi yang ada tidak dibuat dengan baik dan tidak mempunyai fungsi. Jika kita berbicara komedi tentu isinya sangat erat kaitannya dengan humor, menurut Prof. James Danandjaja humor yang dipentaskan mempunyai beberapa fungsi, seperti yang dijelaskan William R. Bascom<sup>4</sup>, sedikitnya humor mempunyai empat fungsi, yaitu:

- 1) Sebagai sistem proyeksi yakni sebagai alat pencerminan angan-angan suatu kolektif.
- 2) Sebagai alat pengesahan pranata dan lembaga-lembaga kebudayaan.
- 3) Sebagai alat pendidikan anak (*pedagogical device*).
- 4) Sebagai alat pemaksa dan pengawas agar norma-norma masyarakat selalu dipatuhi anggota kolektifnya.

*Bajaj Bajuri* didesain agar pokok permasalahannya dekat dengan masyarakat terutama kelas menengah ke bawah sesuai dengan karakter yang diwakilinya. Ide ceritanya sangat membumi dan menyentuh keseharian, sehingga masyarakat tidak lagi diajak bermimpi tapi lebih mengajak bagaimana meraih mimpi-mimpi itu dengan kerja keras melalui bahasa lisan yang bersahaja sehingga sangat mudah diterima masyarakat/penonton.

*Bajaj Bajuri* termasuk program TV yang diminati oleh penonton dengan melihat beberapa indikatornya, antara lain:

- Rating yang cenderung naik dari waktu ke waktu dan stabil pada kisaran rating 8.
- Dalam masa produksi selama 3,5 tahun (2002-2005) jumlah episodenya mencapai 416 episode.

- Selama masa tayang di TransTV pernah mengalami rerun sebanyak 7 kali, rerun 1 kali di SCTV dan 2 kali di ANTV.
- *Bajaj Bajuri* displit menjadi *Salon Oneng*, *Bajaj Baru Bajuri*, dan *Bajaj Narik Lagi*. (Narasumber: Raymond Lee, salah satu penggagas dan penulis skenario sitcom *Bajaj Bajuri*)

### Kesimpulan

Tidak ada istilah dalam pembuatan program televisi mengikuti kemauan penonton. Yang seharusnya dilakukan adalah membuat apa yang dibutuhkan penonton sehingga kita tidak akan mengikuti pasar tapi justru kita membuat pasar, karena pada dasarnya penonton kita bisa diarahkan keinginan dan seleranya. Membuat program televisi tidak hanya bisa diminati tapi sekaligus juga harus dibutuhkan oleh penonton. Utamakanlah logika, setelah itu estetika mengikutinya.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anwari, *Indonesia Tertawa, Srimulat sebagai sebuah subkultur*, Jakarta : LP3ES, 1999.
- Fulton, Helen dan Rosemary Huisman, *Julian Murphet, Anne Dunn, Narrative And Media*, New York: Cambridge University Press, 2005, hal.154 dalam Christanta Adhityaksa, Pengantar Karya S2 IKJ, Peran Drama Komedi Seri Televisi Dengan Konten Kelokalan Untuk Memperkaya Program TVRI Jogja, Jakarta: Pascasarjana IKJ, 2011
- [www.KamusBahasaIndonesia.org](http://www.KamusBahasaIndonesia.org)

\*Penulis adalah sutradara ke-2 sitcom *Bajaj Bajuri*, menyutradrai dan menulis skenario sitcom-sitcom lainnya. Pengajar Penyutradaraan di FFTV IKJ.

<sup>4</sup> Anwari, *Indonesia Tertawa, Srimulat sebagai Sebuah Subkultur*, Jakarta : LP3ES, 1999