

# IMPERIALISME BUDAYA DI TELEVISI (ANALISIS WACANA KRITIS PADA TAYANGAN MAHABHARATA DI ANTV)

Oleh: Razif Akbar Fitrie – 071115074

Email: [akbarrazif@gmail.com](mailto:akbarrazif@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada diskursus imperialisme budaya India yang hadir melalui drama serial *Mahabharata* yang tayang di ANTV. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana diskursus imperialisme budaya India hadir melalui teks serta konteks yang melingkupi drama serial *Mahabharata*. Untuk membongkar gejala-gejala imperialisme budaya India yang hadir melalui *Mahabharata*, peneliti menggunakan analisis wacana kritis Norman Fairclough yang memiliki 3 dimensi analisis, yaitu analisis teks, analisis praktik wacana, serta analisis sosio-kultural.

Melalui penelitian ini ditemukan bahwa gejala-gejala imperialisme budaya India hadir melalui praktik sulih suara. Selain itu, gejala lain yang muncul ialah reproduksi narasi *Mahabharata* yang hadir ditayangkan lainnya. Melalui penelusuran dokumen ditemukan pola-pola imperialisme budaya India yang pernah dan sedang terjadi kini. Terdapat 3 siklus imperialisme budaya India. Pertama diawal tahun 1990-an, yang kedua diakhir tahun 1990-an hingga 2005, dan siklus yang ketiga terjadi ditahun 2013 yang ditandai dengan kemunculan drama serial *Mahabharata* di ANTV. Perihal *Rating* dalam industri pertelevisian (TVR) juga mempunyai andil melanggengkan praktik imperialisme budaya India di Indonesia.

**Kata Kunci** : Imperialisme budaya, *Mahabharata*, Dominasi, India.

## PENDAHULUAN

Penelitian ini hendak membahas wacana mengenai imperialisme budaya India melalui tayangan drama serial India di televisi. Intensitas penayangan drama serial India di beberapa stasiun televisi swasta nasional belakangan ini yang cukup tinggi, misalnya *Mahabharata*, membuat penulis tertarik untuk lebih jauh melihat imperialisme budaya India di Indonesia melalui drama serial.

Seperti yang dikatakan oleh Morley (2005) imperialisme budaya dalam konteks media lahir dari teori jarum hipodermik, bahwa media memiliki efek terhadap audiens-nya. Imperialisme budaya pada mulanya mengacu pada dominasi antara Negara dunia pertama terhadap Negara dunia ketiga. Bagi Schiller (dalam Rauschenberger, 2003) imperialisme budaya didefinisikan sebagai fenomena dimana perusahaan multinasional besar, termasuk media di Negara-negara dunia pertama mendominasi media di Negara-negara dunia ketiga.

Hal tersebut juga diungkapkan oleh Hamelink (dalam Barker, 2000) bahwa perusahaan transnasional merupakan agen utama dalam sinkronisasi kultural.

Namun di sisi lain, Chaubet (2013) memberikan kritik tajam terhadap imperialisme budaya seperti apa yang dikatakan oleh Schiller, bahwa telah munculnya perimbangan “kekuatan baru” dari industry media di Negara dunia ketiga. Beberapa Negara dunia ketiga telah menjadi pelaku utama dalam hal industry budaya seperti Tiongkok dan juga India, Brazil, Meksiko, Korea Selatan, dan Qatar. Selain itu, konseptualisasi tentang polarisasi dunia kedalam tiga kategori *first world*, *second world*, dan *third world* sudah tidak relevan lagi pada era sekarang. Ini pula salah satu keganjilan dalam argumen imperialisme budaya yang disebutkan Barker (2000), *arus global diskursus kultural tidak bisa lagi, walaupun dulu pernah bisa dijelaskan sebagai lalu lintas satu arah*. Thussu (2007) mengatakan *U.S is not the only dominant player in term of media production* (dalam Malik, 2014). Jika mengikuti apa kata Thussu, Amerika Serikat sebagai Negara yang kita tahu digolongkan menjadi negara dunia pertama, bukanlah satu-satunya negara dominan bila berbicara di konteks produksi media. Thussu menunjukkan adanya gejala industri baru di sebelah selatan yang mulai melakukan *counter-culture* terhadap produksi *Hollywood*. Tumbuhnya industri perfilman *Bollywood*, Cina, telenovela dari Amerika Latin, Korea, dan sejumlah negara timur tengah seperti Mesir, Iran, dan Turki yang selalu mendapatkan perhatian di berbagai festival perfilman dunia.

Penelitian ini akan berfokus pada drama serial India di Antv yang berjudul *Mahabarata* sebagai objek penelitian. Cerita pada drama serial *Mahabarata* mengadaptasi legenda masyarakat India yang berjudul sama. Perlu untuk diketahui bahwa drama serial *mahabarata* ini bukanlah yang pertama kali tayang di stasiun televisi di Indonesia. Jika kembali melihat sejarah tayangan asing di negeri ini, sebenarnya produk program acara drama serial India bukanlah yang pertama memasuki Indonesia, bahkan Antv pun juga bukanlah *pioneer* dalam penayangan drama serial India. Melihat *timeline*-nya, Amerika, Jepang, Taiwan, dan juga Korea Selatan sudah lebih dulu merambah porsi tayangan di televisi nasional maupun swasta nasional di Indonesia sebelum India. Ada beberapa contohnya yang sempat mengisi jadwal penayangan seperti film-film *Hollywood*, kartun jepang, serial drama Korea dan Taiwan, serta India. Pada periode 1990-an, tayangan drama serial asal Jepang, *Oshin*, merebut perhatian pemirsa televisi di Indonesia yang dimungkinkan dapat terjadi karena siaran televisi hanya dimonopoli oleh stasiun televisi nasional, TVRI (Cahyanti, 2011). Apalagi jika melihat lebih jauh lagi, pada era awal pembentukan TVRI

tahun 1962, stasiun televisi nasional ini menayangkan hingga 73 persen program acara dari luar negeri. Contoh-contohnya adalah *Daktari*, *The Saint*, *Jungle Jim*, *Gentle Ben*, *Bonanza*, dan *Hawaii Five O*. Sejak saat itulah, stasiun televisi menjadi medium global baru bagi masyarakat Indonesia (Nugroho dan Herlina, 2015).

Ditambah lagi, setelah rezim Orde Baru meluncurkan satelit Palapa sebagai bagian dari *Open Sky Policy*, industri pertelevisian di Indonesia semakin pesat berkembang. Disamping TVRI, muncul beberapa stasiun televisi swasta nasional lainnya. Dari stasiun televisi swasta nasional tersebut mulai muncul lah drama serial asing lain yang mengikuti seperti *the Return of the Condor Heroes*, *Meteor Garden*, dan lain sebagainya.

Sementara itu, drama serial India masuk kali pertama melalui drama serial berjudul *Mahabarata* dan *Ramayana* (versi 80-an) yang ditayangkan di TPI (sekarang menjadi MNCTV). Sejak itulah mulai bermunculan drama serial India yang ditayangkan tidak hanya di TPI saja, beberapa stasiun televisi swasta nasional pun ikut, seperti SCTV yang membuat slot khusus yang diberi judul *Gala Bollywood* dan RCTI dengan *Layar Emas Bollywood* (<http://www.tabloidbintang.com/articles/extra/lensa/16295-mengapa-hanya-antv-yang-sukses-menayangkan-serial-india>).

Eksistensi *Mahabarata* versi India dan Jawa menjadi bukti adanya Globalisasi. Bukti ini pun didukung dengan akulturasi yang terjadi saat *Mahabarata* versi India digunakan sebagai instrument dakwah agama Islam dengan memasukkan unsur nilai-nilai islam yang lalu masyarakat kenal dengan *Mahabarata* versi Jawa (Fattah, 1984). Ada dua faktor yang dapat memungkinkan terjadinya munculnya budaya baru, akulturasi, maupun asimilasi menurut LeGrain (2003), yang pertama adalah migrasi dan yang kedua adalah perkembangan teknologi.

Tomlinson (1999) mendefinisikan globalisasi sebagai:

*“complex connectivity referring to the rapidly develeoping and even more complex networks of interconnections and interdependencies that characterize modern social life.”*  
(Tomlinson, 1999)

Interkoneksi dan interdependensi yang demikian cepat dalam globalisasi terjadi akibat perkembangan teknologi informasi yang semakin konvergen. Hal ini senada dengan apa yang dikatakan oleh Rantanen (2005) bahwa secara praktis tidak mungkin terjadi globalisasi tanpa adanya media dan komunikasi. Bisa dilihat bahwa media serta teknologi komunikasi memiliki peranan sentral serta strategis dalam globalisasi.

Globalisasi dengan menggunakan teknologi media, menyebabkan adanya perdagangan serta distribusi dari produk-produk budaya. Manifestasi pertama dalam industrialisasi budaya dilakukan dalam bentuk media cetak, yang kemudian pada era 1920-an ketika produksi dan distribusi industry perfilman menunjukkan potensi besar sebagai industry budaya, yang kemudian mengarah kepada usaha untuk meraih jumlah penonton yang lebih banyak dengan melewati batas nasional (Footer dan Graber, 2000).

Dalam konteks penelitian ini, dapat ditarik simpulan bahwa imperialism budaya memiliki kaitan erat dengan globalisasi. Disatu sisi, globalisasi membutuhkan factor berupa migrasi dan media. Di sisi lain, imperialism budaya *menunggangi* media dalam upayanya. Oleh sebab itu, adapun ahli-ahli lain yang menggunakan istilah imperialism media sebagai *term*-nya dalam menjelaskan fenomena serupa. Media menempati posisi sentral dalam konteks produksi budaya. White (2000) berkata hal tersebut lah yang sering membuat kedua istilah yang secara substantif sama itu, saling bertukar.

Pada penelitian ini, pemilihan drama serial *Mahabarata* di ANTV yang menjadi objek penelitian bukan semata-mata karena memiliki *share* dan *rating* yang tinggi selama beberapa minggu belakangan ini, lebih dari itu, penulis melihat *Mahabarata* sebagai awal dari kemunculan banyaknya drama serial India lainnya baik di ANTV sendiri maupun di stasiun televisi swasta nasional lainnya. Sejak *Mahabarata* sukses, judul-judul seperti *Jodha Akbar*, *Mahadewa*, dan lain sebagainya bermunculan. Bahkan drama serial produksi Indonesia pun, *Cinta di Langit Taj Mahal*, ikut mengambil lokasi di India. Selain itu drama serial tersebut juga memakai aktor *Shaheer Sheikh* (pemeran *Arjuna* di *Mahabarata*) sebagai salah satu *talent* utamanya.

## **PEMBAHASAN**

Peneliti akan membahas bagaimana wacana Imperialisme budaya India dapat hadir di Indonesia. Serial yang dipilih adalah *Mahabarata*. Dengan menjelaskan makna dan wacana yang terkandung dalam beberapa episode *Mahabarata* tersebut penulis akan menganalisisnya menggunakan metode CDA (*Critical Discourse Analysis*) supaya dapat membaca teks tersebut secara mendalam dan kritis bagaimana *Mahabarata* yang tayang di Antv turut serta dalam praktik imperialism budaya India di Indonesia. Terdapat 3 tesis utama yang ditawarkan oleh peneliti, yaitu: (1) *Mahabharata* ANTV dan gejala imperialism budaya yang didalamnya terdapat praktik sulih suara dan rekonstruksi adegan *Mahabharata* ANTV, (2) Dominasi diskursus India di Indonesia yang akan dijelaskan dengan modus

kesejarahan yang datanya didapat melalui penelusuran dokumen, dan yang terakhir, (3) Rezim rating dalam pertelevisian Indonesia. Kesemua tesis tersebut tidak akan terbagi dalam bagian secara jelas, namun peneliti akan membahasnya secara berurutan.

Imperialisme budaya sebagai wacana terkonstruksi oleh ketimpangan arus informasi dan kolonialisme elektronik, maka pada bab ini pembuktian yang peneliti lakukan coba untuk mendekati kedua konsep pembentuk wacana tersebut. Malik (2014) menjelaskan ketimpangan arus informasi (*imbalance flow of information*) dengan memberikan contoh kasus porsi tayangan yang terjadi pada saat awal-awal wacana imperialisme budaya menyeruak, yaitu pada saat era perang dingin hingga perang dingin berakhir. Pada saat itu, porsi tayangan di Negara pinggiran (*Periphery*) yang dicontohkan dengan Negara-negara yang berada di Amerika Latin, dikuasai oleh Negara pusat (*Core*) yaitu Amerika Serikat dengan perbandingan sebanyak 80-20 dalam prosentase.

Sementara yang dimaksud dengan kolonialisme elektronik ialah sebuah relasi yang dibentuk oleh importasi *hardware* dan *software* beserta unsur pendukungnya yang dapat mengubah pola yang terjadi di masyarakat. Dalam kasus penelitian ini, unsur ini nantinya coba dibuktikan dengan pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan televisi ANTV melalui iklannya.

Konsep kolonialisme elektronik, kata McPhail (2010) menekankan pada

*“Posits that foreign produced, created, or manufactured cultural products have the ability to influence, or possible displace, indigenous cultural productions, artifacts, and media to the detriment of receiving nations”* (McPhail, 2010)

McPhail menjelaskan ini menyebabkan penolakan, perubahan, pengasingan terhadap kebiasaan otentik setempat, pesan-pesan domestik dan sejarah kulturalnya. Sementara kultur konsumerisme akan merajalela mendominasi realitas media karena makin berkuasanya perusahaan-perusahaan multinasional yang datang ke negara-negara berkembang.

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa bentuk imperialisme budaya bisa bermacam-macam. Oleh karena itu, maka, bahasa dalam *Mahabarata* juga bisa turut berperan dalam praktiknya. Perlu untuk diketahui sebelumnya bahwa seluruh episode *Mahabarata* telah mengalami proses sulih suara dalam penayangannya di ANTV. Habermas menyatakan bahwa *language is also medium of domination of power* (dalam Latief & Ibrahim, 1995). Misalnya saja, seperti dalam temuan Wijana (2012) penggunaan bahasa *gaul* remaja di Indonesia, yang mana jumlah kata asing, khususnya bahasa Inggris, lebih banyak

daripada bahasa daerah sendiri. Sebaliknya, jika ditelusur lebih jauh lagi, berapa jumlah kosa kata istilah slang dari bahasa Indonesia atau bahasa daerah yang masuk dalam penggunaan bahasa *gaul* iremaja Inggris, mungkin tidak ada, atau kalau pun ada jumlahnya sangat sedikit. Temuan tersebut didukung oleh data yang menyatakan besaran persebaran penutur asli bahasa Inggris serta dominasi budaya, ekonomi, dan ideology.

Sejatinya, memang pemerintah telah memberikan perlindungan bagi penggunaan bahasa tersebut yang tercermin lewat Undang-Undang nomor 24 tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan. Pada pasal 37, 38, dan 39 telah mengisyaratkan secara jelas bahwa kedudukan bahasa asing serta bahasa daerah berada di bawah bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Ini berarti, jika dilihat sekilas, ANTV selaku penayang *Mahabarata* memposisikan bahasa Indonesia berkedudukan lebih tinggi daripada bahasa asli *Mahabarata*, yaitu India. Namun, jika dilihat lebih jauh lagi, ada persoalan politik-ideologis perihal sulih suara ini.

Selain undang-undang nomor 24 tahun 2009 tersebut, terdapat regulasi yang lebih dulu diterbitkan oleh pemerintah melalui SK menteri penerangan pada tahun 1990. SK dengan nomor 111/Kep/Menpen/1990 pasal 17 bab IV tentang pelaksanaan penyiaran tersebut mengatur tentang bahasa siaran, khususnya pada program asing. Pasal tersebut mengatur bahwa program impor berbahasa asing selain bahasa Inggris, diwajibkan melakukan sulih suara dalam bahasa Inggris dan melengkapinya dengan *subtitle* bahasa Indonesia (Wardhana, 1997).

Ariel Heryanto (*Asal-Usul*, Kompas, 1996) pernah berkomentar terkait persoalan sulih suara ini. Baginya, sulih suara atau *dubbing* adalah sebuah ekspresi dan konsekuensi logis dari maraknya hukum pasar yang begitu polos. Singkatnya, laba besar di penghujung bisnis hiburan televisi-lah yang menjadi pertimbangan pokok. Jadi, bukan tidak mungkin bahwa alasan keuntungan lah yang dicari semata bukan karena rasa nasionalisme.

Menjadi dilematis akhirnya, ketika bahasa Indonesia hasil dari sulih suara bahasa India, yang dimaksudkan untuk melindungi penggunaan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional sesuai yang diamanatkan pada undang-undang no 24 tahun 2009 tentang bendera, bahasa, dan lambing Negara, serta lagu kebangsaan, di tayangan tersebut justru menjadi pintu masuk bagi kapitalisasi tayangan televisi, yang bertujuan untuk memudahkan praktik imperialism budaya India di Indonesia.

Selanjutnya yaitu rekonstruksi adegan *Mahabharata* ANTV. Setelah pada bagian sebelumnya telah dijelaskan bahwa imperialisme budaya terbentuk oleh dua konsep, yaitu, ketimpangan arus informasi dan kolonialisme elektronik. Maka peneliti merasa bahwa pengulangan narasi melalui rekonstruksi adegan yang terus-menerus tersebut menjadi satu gejala yang perlu untuk dibahas.

Pengulangan adegan *Mahabharata* ANTV yang dimaksudkan oleh peneliti bukanlah pengulangan yang terkait oleh *slot* tayang maupun pemberitaan yang sifatnya kontekstual, melainkan pengulangan adegan-adegan di drama serial tersebut yang dibawa ke arena lain. Seperti telah peneliti sebutkan pada awal subbab ini, meskipun sekilas teks *Mahabharata* ANTV terlihat “netral”, namun perlu untuk dikaji kembali untuk menentukan “kenetralan” tayangan tersebut.

Peneliti menemukan setidaknya pengulangan adegan yang ada di *Mahabharata* ANTV terjadi di 2 (dua) arena yang keduanya merupakan program local produksi ANTV dan ditayangkan oleh ANTV sendiri di *slot* tayang yang berbeda dari *slot* tayang asli *Mahabharata*. Program local tersebut berjudul *Mahabharata Show* dan *Mahacinta*.

Sesuai dengan namanya, *Mahabharata Show* merupakan jenis program hiburan pertunjukan yang mengambil *set* di atas panggung. Secara umum, konten yang disajikan dalam *Mahabharata Show* merupakan beberapa unsur yang dapat ditemui penonton dalam serial *Mahabharata*, seperti aksi panggung para tokoh-tokoh dalam serial *Mahabharata*, senjata dan pakaian perang tokoh, potongan cerita berupa adegan peperangan para tokoh yang diisi dengan sulih suara dari penyulih yang juga mengisi serial tersebut.



**Gambar 1: Ayu Ting-Ting Diperkenalkan Pada Awal Acara**  
Sumber: ANTV Official (Youtube)

Selain menampilkan tokoh-tokoh yang ada pada drama serial tersebut, pada acara *Mahabharata Show* tersebut juga dihadirkan artis-artis Indonesia guna turut meramaikan

acara. Dapat dilihat pada **Gambar 1** Ayu Ting-Ting yang juga diperkenalkan saat awal acara. Menarik untuk diperhatikan pada tangkapan gambar tersebut, terlihat Ayu Ting-Ting diperkenalkan dengan menggunakan pakaian khas perempuan India, yakni Saree. Tidak hanya Ayu Ting-Ting saja yang diperkenalkan menggunakan pakaian khas India, melainkan seluruh artis Indonesia yang ikut memeriahkan acara tersebut. Artis-artis lain yang turut memeriahkan acara tersebut antara lain Julia Perez, Kartika Putri, Zaskia Gothik, Indra Beki, dan Jessica Iskandar. Bahkan, Host acara tersebut, Indra Beki, menggunakan pakaian khas yang mencirikan Gatotkaca, anak Bima. Peneliti melihat ini sebagai upaya untuk mendekatkan audiens dengan konten utama ANTV, *Mahabharata*, sekaligus sebagai salah satu gejala praktik imperialism budaya.

*Show* tersebut menampilkan beberapa tokoh utama dalam serial *Mahabharata* ANTV, yakni Arjuna (diperankan oleh Shaheer Sheikh), Yudhistira (diperankan oleh Rohit Bhardwaj), Bima (diperankan oleh Saurav Gurjar), Nakula (diperankan oleh Vin Rana), Sadewa (diperankan oleh Lavanya Bhardwaj), Duryodana (diperankan oleh Arpit Ranka) dan Karna (diperankan oleh Aham Sharma). Tujuh aktor tersebut pun dipanggil dan diperlakukan sesuai dengan nama tokoh yang diperankannya dalam serial tersebut, dan bukan sebagai artis yang memerankan tokoh-tokoh dalam serial. Mereka tampil dalam balutan kostum, tata rambut, tata rias, aksesoris seperti senjata, dan peran yang mirip seperti dalam serial aslinya.

Program *Mahabharata show* yang menampilkan potongan adegan *Mahabharata* tersebut tidak langsung diselesaikan sekali sesi, melainkan dipotong-potong menjadi beberapa sesi. Selama antara sesi tersebut, diisi oleh para artis yang turut ambil bagian memeriahkan acara itu, seperti Zaskia Gothik dan Ayu Ting-Ting yang menyanyikan lagu India berjudul *Dhoom Machane*. Oleh karenanya, program tersebut memberikan kesan untuk mendekatkan serial *Mahabharata* dengan para penontonnya melalui unsur-unsur tersebut.

Sementara itu, *Mahacinta* pun menampilkan pertunjukan yang serupa dengan *Mahabharata Show*. *Mahacinta* juga menampilkan adegan yang berbetuk drama namun pemilihan adegan yang berbeda dari *Mahabharata Show*. Adegan yang dibawakan di *Mahacinta* yaitu adegan kekalahan pandawa dalam permainan dadu dengan Sengkuni, paman para Kurawa. Kekalahan tersebut menyebabkan Drupadi, istri para pandawa dipermalukan di hadapan semua orang Hastinapura karena Duryodana bermaksud untuk mengambil kebebasan Drupadi. Dengan perlindungan Krishna, kain yang melilit pada tubuh Drupadi ternyata tidak pernah habis saat ditarik oleh Duryodana. Kunti datang dan menghentikan

kekejaman Duryodana tersebut. Kemarahan Drupadi yang mengutuk semua orang akan dihukum atas kebungkaman mereka yang menyaksikan kejadian tersebut menjadi penutup potongan adegan tersebut.

Hal Ini menunjukkan bahwa sebenarnya tidak ada perbedaan yang signifikan antara *Mahabharata Show* dan *Mahacinta*, bahkan dengan drama serial-nya, *Mahabharata*. Pengulangan teks *Mahabharata* yang terjadi ini merupakan salah satu gejala dari praktik imperialisme budaya.

Guna membongkar diskursus imperialisme budaya India yang hadir di kancah pertelevisian Indonesia melalui *Mahabharata*, tidaklah cukup hanya dengan membedah teks *Mahabharata* saja. Penulis akan menghadirkan konteks-konteks yang melingkupi teks drama serial tersebut. Data tersebut berupa hasil temuan penelitian melalui penelusuran dokumen-dokumen yang berkaitan dengan diskursus imperialisme budaya media India serta penelitian-penelitian sebelumnya.

Indonesia sebagai Negara yang mengonsumsi produk tayangan hiburan dari India tidak dapat dilepaskan dari kondisi sosial dan budaya yang telah melekat sejak dulu. Kondisi-kondisi tersebut sejak masa prakolonial hingga kini telah terakulturasi. Misalnya saja agama Hindu dan Buddha, musik, makanan, dan lain sebagainya. Hal tersebut setidaknya menunjukkan adanya kedekatan kultural antara India dengan Indonesia yang telah terbangun sejak lama. Ini pula yang peneliti jadikan asumsi dasar alasan importir tayangan-tayangan baik film maupun program televisi menghidrarkannya di industri hiburan dalam negeri. Ketika tayangan India masuk dalam kerangka industri media di Indonesia, tayangan-tayangan tersebut bertransformasi menjadi komoditas yang diperdagangkan oleh para kapitalis. Kaitannya terhadap penelitian ini, yaitu tayangan drama serial *Mahabharata* yang bergenre drama kolosal tersebut menjadi umpan dalam pusaran kapitalisme industri konten televisi India yang terjadi di industri penyiaran Indonesia belakangan ini.

“Indianisasi” adalah istilah yang diperkenalkan oleh Coedes (1968) secara sederhana Indianisasi adalah manifestasi dari adanya hubungan intensif antara manusia di Nusantara dengan manusia dan budaya di India. Dalam konteks penelitian ini, Indianisasi adalah proses tumbuh dan berkembangnya film dan drama serial India di Indonesia.

Sebelum mengulas *Mahabharata*, peneliti coba mengurai bentuk-bentuk indianisasi yang lebih dahulu terjadi di Indonesia guna menjembatani pemahaman yang lebih konkret terkait imperialisme budaya India, seperti yang sebelumnya telah dijelaskan, imperialisme

budaya India melalui *Mahabharata* ini bukanlah yang pertama terjadi, melainkan sebuah pola berulang dan telah lama berlangsung melanda di Indonesia.

Istilah yang bisa dikatakan paling kentara dalam industry hiburan di India adalah *Bollywood*. *Bollywood* merupakan istilah yang digunakan banyak kalangan untuk merujuk atau menandai pusat industry perfilman India yang telah berumur seratus tahun lebih. Seringkali, *Bollywood* diasosiasikan dengan industry film India yang menggunakan bahasa Hindi yang notabene merupakan bahasa nasional India. Sebetulnya selain *Bollywood* terdapat pusat-pusat industry film India yang lainnya seperti *Kollywood*, yakni industry film yang menggunakan bahasa Tamil, lalu *Tollygunge*, pusat industry film di Kolkata yang menggunakan bahasa Bengal, kemudian terdapat *Sandalwood*, pusat industry film Kannada di Negara bagian Karnakata, dan pusat industry film Malayalam di Negara bagian Kerala (Suhanda, 2007).

*Bollywood* yang merupakan penanda budaya India di mata Negara lain, juga merupakan produk dari proyek nasionalisme bangsa India yang ingin berdikari. Itu merupakan ekses dari prinsip *Swadeshi* yang dipelopori oleh Surendranath Baneerji pada tahun 1905 di Negara bagian Bengaal, yang kemudian diterapkan pemerintah India pada tahun 1965 pada bidang industry hiburan demi identitas bangsa dan Negara India. *Swadeshi* merupakan gerakan anti-imperialisme disegala bidang yang salah satunya adalah di industry hiburan. Proteksi di bidang industry hiburan—pada mulanya hanya diterapkan di industry film—dilakukan dengan 3 cara, yaitu:

1. Membatasi dengan ketat impor film yang melalui seleksi dari Dewan Nasional Film India (NFDC).
2. Menekan harga tiket bioskop.
3. Program pendanaan sineas-sineas muda India demi pengembangan film nasional. Program poin ketiga ini mulai dicanangkan oleh pemerintah India pada tahun 1980.

Perlu untuk diketahui, Pada tahun tersebut, produksi film India mampu mencapai 800-an judul tiap tahunnya, sementara pemerintah India membatasi jumlah impor film sebanyak tidak lebih dari 100 judul tiap tahun (Sumarno dalam Dessler et. al, 1991).

Film India pertama yang berhasil masuk ke bioskop Indonesia berjudul *Chandraleka* pada tahun 1948. Respon positif yang didapat film tersebut membuat para importir film meningkatkan jumlah impor film India pada tahun berikutnya menjadi 34 judul. Selain itu, peran pemerintah demokrasi terpimpin ditahun 1954 dengan mengeluarkan kebijakan impor film, turut membantu menguatkan keberadaan *Bollywood* di Indonesia. Kebijakan impor film itu berupa rasio 3 banding 1 yang maksudnya mengatur bahwa setiap 3 judul film dalam negeri yang di ekspor ke Malaya—sekarang Malaysia, importir film Indonesia hanya bisa mengimpor 1 judul film Malaya. Keterbatasan film Malaya yang beredar di Indonesia waktu itu dimanfaatkan oleh film-film India untuk bergerilya masuk ke Indonesia. Dari 22 judul film India sebanyak 150 copy di tahun itu, meningkat menjadi 311 copy di tahun 1955 (Hanggoro dalam Melissa, 2015).

Modus kesejarahan seperti yang telah dijelaskan di alinea-alinea sebelumnya itu kemudian yang menjadi jalur awal Indianisasi hadir di Indonesia. Mulai dari proteksi yang dilakukan oleh pemerintah India dibidang film dalam negeri mereka, kemudian masuknya film India di bioskop-bioskop Indonesia, serta peran pemerintah Indonesia dalam membuat kebijakan soal impor film yang dimaksudkan untuk menjegal dominasi Malaya, namun di lain pihak justru menguatkan posisi India di industry film yang kemudian disusul oleh industry pertelevisian kedepannya.

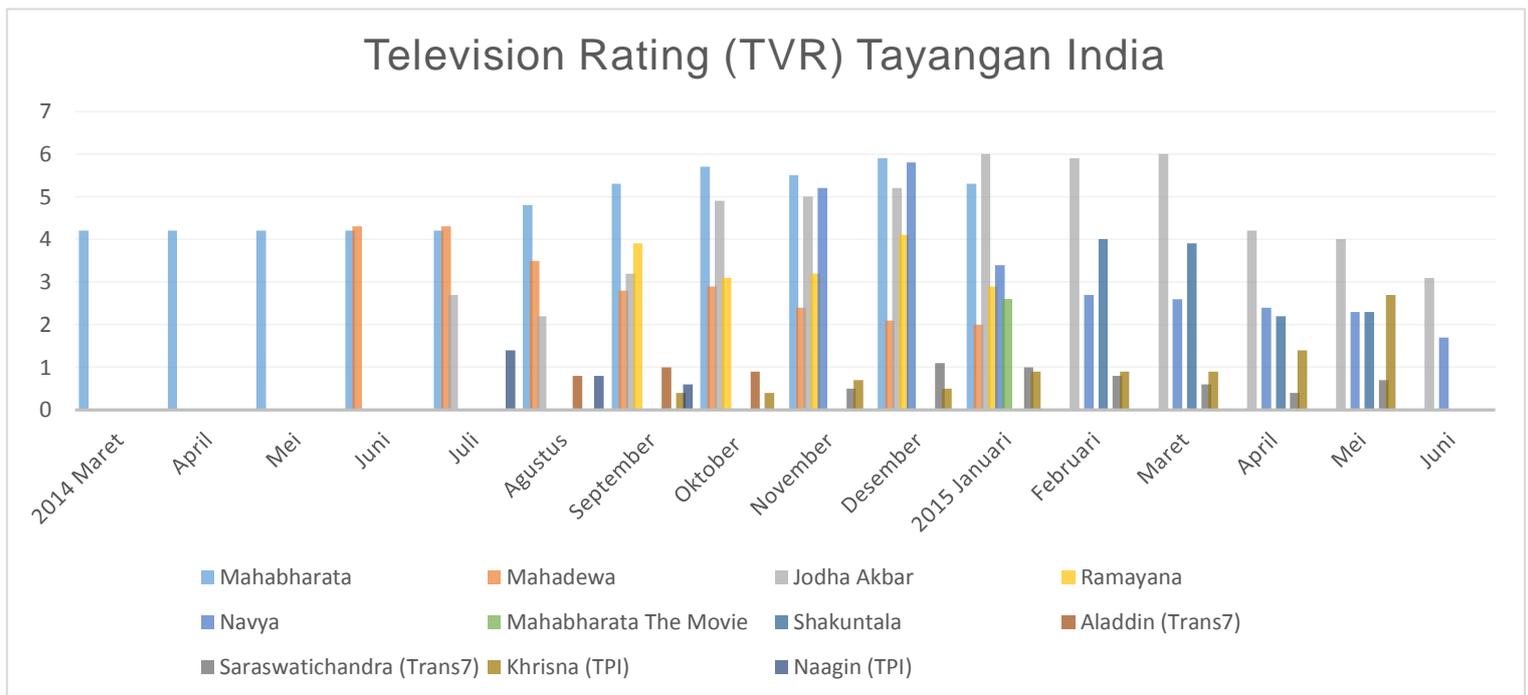
Televisi Indonesia lahir di era Demokrasi Terpimpin ketika Presiden Soekarno sedang menjalankan Politik Mercusuar yang memandang bahwa Indonesia mampu memainkan peran sebagai penerang bagi negara-negara NEFO (New Emerging Forces) yang anti imperialisme dan kolonialisme. Pemerintah sedang giat melakukan pembangunan, terutama untuk menyambut GANEFO atau yang lebih dikenal sebagai Asian Games. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 20/SK.M/61, terbentuklah Panitia Persiapan Televisi. Setahun berikutnya, berdirilah TVRI yang menjadi babak awal media penyiaran Indonesia dan mengudara pertama kali pada 24 Agustus 1962 (Wardhana dalam Melissa, 2015).

Terdapat 3 gelombang indianisasi melalui televise yang pernah terjadi di Indonesia. Yang pertama ditandai dengan kehadiran *Mahabharata* versi 1988 yang ditayangkan oleh TPI pada tahun 1990. Yang kedua ditandai dengan *Kuch-Kuch Hota Hai* pada tahun 1997-an. Dan yang terakhir ditandai dengan *Mahabharata* versi 2013 yang ditayangkan ANTV.

Bagian terakhir yaitu rezim *rating* dalam pertelevisian Indonesia. Sebagai sebuah industri dan lembaga ekonomi, televisi selalu berorientasi pada optimasi sebuah program, yakni timbal balik seperti apa yang mampu dihasilkan oleh sebuah program dan bagaimana biaya produksi sebuah program dapat menuai keuntungan. *Mahabharata* dan tayangan India lainnya juga diposisikan sebagai produk yang digunakan untuk pencapaian laba perusahaan televisi.

Penggunaan data TVR dan TVS tersebut berguna untuk menjelaskan kronologi dan dinamikanya sehingga dapat diperoleh penggunaan komoditas yang dilakukan kapitalis media dalam mendapatkan keuntungan finansial. Akhirnya, subbab ini diharapkan mampu menjelaskan konteks ekonomi yang melekat pada drama serial *Mahabharata*.

Hal ini dilakukan untuk menjelaskan bagaimana komposisi suatu program India dapat menghasilkan TVR yang tinggi. Kemudian, hal itu juga digunakan peneliti untuk menjelaskan bagaimana TVR drama serial *Mahabharata* tersebut dapat menjadi *lokomotif* yang menggiring terkoneksiya *gerbong-gerbong* program acara India lainnya sehingga menjadi rantai mata acara yang menuai pundi-pundi rupiah bagi stasiun yang



**Gambar 2: Grafik TVR Drama Serial India Periode Maret 2014 - Juni 2015**  
 Sumber: Melisa (2015)

menayangkannya.

**Gambar 2** dapat menjelaskan bahwa ANTV adalah stasiun televisi yang memelopori hadirnya kembali serial India pada awal tahun 2014 melalui serial *Mahabharata* versi 2013.

Selama penayangan *Mahabharata* hingga Mei 2014, ANTV terus merangkak ke peringkat atas televisi komersial hingga peringkat 1. Tiga bulan setelah ditayangkannya *Mahabharata*, serial *Mahadewa* muncul di ANTV pada bulan Juni 2014. Kedua serial tersebut ber-genre drama kolosal dan memiliki beberapa tokoh yang sama, seperti adanya banyak tokoh dewa-dewa, seperti dewa Wisnu, Dewa Shiwa, dan Dewa Indra. Bahkan, pemeran Shiwa dalam *Mahadewa* juga menjadi pemeran Shiwa dalam *Mahabharata*.

Peningkatan jumlah judul serial India pun semakin meningkat karena serial-serial India mengalami peningkatan rating. Serial India di ANTV mengalami peningkatan TVR hingga 4,8 untuk judul *Mahabharata* di bulan Agustus. Perolehan TVR *Mahabharata* dan *Mahadewa* di ANTV yang selalu di peringkat pertama atau ke-dua, serta TVR *The Adventures of Hatim*, dan *Jodha Akbar* yang selalu berkisar di angka 2 hingga 4, turut menggiring hadirnya serial *Ramayana* pada September 2014. TVR sebuah program dianggap aman jika mencapai angka 2 sehingga ketika TVR *Ramayana* hampir mencapai angka 4, *Ramayana* juga menjadi *gerbong* baru yang ditarik oleh *Mahabharata* sebagai *lokomotif* program pada kurun waktu beberapa bulan tersebut. yang berarti memuaskan.

*Ramayana* masih memiliki genre yang sama dengan 4 serial sebelumnya dan memiliki kaitan antar tokoh dengan *Mahabharata*. Dewa Shiwa dan Wisnu yang juga menjadi tokoh cerita dalam *Mahabharata* juga sering hadir dalam *Ramayana*. Tokoh utama dalam *Ramayana* ialah Rama, sementara tokoh Khrisna dalam *Mahabharata* dalam kisahnya merupakan titisan Dewa Wisnu dan Rama. Oleh karenanya, kedua serial tersebut memiliki kaitan antar tokoh dan cerita yang kuat. Hal tersebut menjadi alasan mengapa *Ramayana* juga memiliki TVR yang berkejaran dengan serial India lainnya.

Upaya ANTV dalam menayangkan serial-serial India yang dianggap sebagai tontonan ringan dilihat oleh peneliti sebagai hasil dari reposisi yang dilakukan oleh ANTV pada akhir tahun 2013. Sebelumnya, ANTV menasbihkan diri sebagai televisi remaja dan olah raga. Sebelum reposisi, ANTV juga merupakan *follower* program televisi lainnya melalui program *Campur-Campur* ataupun *Tawasutra* yang terlebih dahulu diperkenalkan oleh Trans Media. ANTV berubah menjadi televisi keluarga yang banyak menyasar anak-anak dan perempuan dewasa setelah melakukan reposisi tersebut. Reposisi tersebut mampu didukung secara kuat oleh tayangan-tayangan India yang dihidirkannya karena serial-serial tersebut mencakup penonton anak-anak hingga penonton dewasa.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini membahas wacana mengenai imperialisme budaya India melalui tayangan drama serial *Mahabharata* ANTV. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bentuk-bentuk serta gejala imperialism budaya India hadir di industry pertelevisian Indonesia melalui drama serial bergenre kolosal tersebut. Pertama adalah gejala yang hadir melalui teks *Mahabharata* itu sendiri berupa sulih suara dan pengulangan teks tersebut di arena lain. Yang kedua, berdasarkan penelusuran dokumen, imperialism budaya India sebelumnya sudah pernah terjadi di Indonesia sejak lama, peneliti menemui pola pengulangan pola dominasi suatu produk hiburan India di industry media. Dany yang ketiga adalah *rating* (TVR) suatu tayangan turut berperan dalam melanggengkan praktik imperialism budaya. Melalui analisis seperti yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Sulih suara drama serial *Mahabharata* ANTV merupakan salah satu bentuk dari imperialism budaya. Sulih suara yang dilakukan muatan politik-ideologis dalam drama serial ini. Animo penonton yang tinggi adalah salah satu yang dikejar dari praktik sulih suara.
2. Meskipun *Mahabharata* ANTV terlihat sebagai teks yang netral dari penuturannya, namun begitu narasi *Mahabharata* terus-menerus direproduksi di *slot* tayang yang lain oleh ANTV. Reproduksi narasi drama serial tersebut yang terjadi di 2 program local produksi ANTV, yaitu *Mahabharata Show* dan *Mahacinta* mengindikasikan adanya praktik imperialism budaya India di televise.
3. Film India yang hadir di bioskop-bioskop Indonesia merupakan jalur awal imperialism budaya India hadir di Indonesia. Jalur kedua ialah berkat kelahiran televise di Indonesia.
4. *Mahabharata* ANTV yang menjadi jalan masuk imperialism budaya India merupakan siklus ketiga dari dominasi tayangan India yang hegemonic. Siklus pertama dimulai pada tahun paruh pertama 1990-an yang dimulai lewat drama serial dengan judul yang sama namun ditayangkan di TPI sedangkan siklus kedua dimulai pada tahun akhir tahun 1990-an dan ditandai dengan kehadiran film India berjudul *Kuch-Kuch Hota Hai*.
5. Tingginya *Rating* (TVR) *Mahabharata* ANTV mempengaruhi *trend* konten televise. Hal itu mengakibatkan drama serial lainnya mengikuti masuk ke industry pertelevisian Indonesia untuk meraih kesuksesan yang sama. Selain itu, ANTV

dan beberapa stasiun televisi lain memproduksi program berbentuk pertunjukan, *variety show*, dan sinetron yang bercorak India.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barker, Chris. 2015. *Cultural Studies: Teori & Praktik* terj. Nurhadi. Bantul: Kreasi Wacana
- Chaubet, Francois. 2015. *Globalisasi Budaya* terj. Feyre Mokoginta. Yogyakarta: Jalasutra
- Coedes, George. 1968. *The Indianized States of Soth-East Asia*. Hawaii: University of Hawaii Press
- Footer, E dan Graber, C.B. 2000. Trade Liberalization and Cultural Policy dalam *Journal of International Economic Law*. Oxford: Oxford University Press
- Labib, M. 2002. *Potret Sinetron Indonesia: Antara Realitas Virtual dan Realitas Sosial*. Jakarta: MU3
- LeGrain, Philippe, 2003. *Culture Clash: Individual Freedom, Not Coke, rules OK* dalam *Open World: The Truth about Globalization*. London: Abacus Book
- Malik, Dedy. Oktober. 2014. *Globalisasi dan Imperialisme Budaya di Indonesia* dalam *Journal Communication* vol. 5 no. 2. Jakarta. Hlm: 1-16
- McPhail, Thomas. 2010. *Global Communication*. London: Blackwell Publishing
- Schiller, Herbert. 1976. *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press
- Tomlinson, John. 2001. *Cultural Imperialism: a Critical Introduction*. London: Continuum International
- Melisa, Indriana. *Tayangan India Dalam Industri Televisi Indonesia*. Tesis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, Semarang. 2015
- Rauschenberger, Emilee. 2003. *Deconstructing Cultural Imperialism: Examining the Mechanisms Behind U.S. Domination of the Global Cultural Trade*. [http://politics.as.nyu.edu/docs/IO/4600/rauschenberger\\_thesis.pdf](http://politics.as.nyu.edu/docs/IO/4600/rauschenberger_thesis.pdf). Di akses pada 27 Mei 2015
- White, Livingstone A. 2000. *Reconsidering Cultural Imperialism Theory. Paper Competition Winner: Global Fusion 2000*. <http://www.tbsjournal.com/Archives/Spring01/white.html>. Di akses 27 Mei 2015