

**Analisis Wacana Rencana Pengembangan Animasi Indonesia 2015-2019
Terhadap Penayangan Animasi Lokal di Media Televisi
(Discourse Analysis of the 2015-2019 Indonesian Animation Development
Plan for the Screening of Local Animation on Television)**

Gede Pasek Putra Adnyana Yasa

**Program Studi Desain Komunikasi Visual, Sekolah Tinggi Desain Bali, Jl. Tukad Batanghari No.29
Panjer, Denpasar 80225, Indonesia**

E-mail: pasekputra@std-bali.ac.id

Abstrak

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Nasional 2005-2025 yang dicanangkan pemerintah, didalamnya ada rencana pengembangan animasi Indonesia. Rencana pengembangan ini merupakan pengembangan pembangunan nasional tahap ketiga. Dimana iklim usaha yang paling utama yang dingin diraih terkait dengan penayangan film animasi, serta dikembangkan model distribusi dan presentasi materi yang berpihak terhadap film animasi lokal dengan tujuan dapat memberikan insentif bagi produsen atau studio animasi lokal untuk berkarya menghasilkan film animasi. Meskipun demikian kenyataannya sampai saat ini (penghujung tahun 2019) penayangan-penayangan animasi di pertelevisian Indonesia masih didominasi oleh animasi luar negeri. Demikian juga dengan porsi tayang animasi luar negeri yang jauh lebih banyak dibandingkan dengan porsi tayang animasi dalam negeri. Rencana pengembangan animasi Indonesia yang dikaitkan dengan target pasar berupa penayangan animasi lokal di media televisi menjadi hanya sebatas wacana. Wacana ini menarik untuk dianalisis untuk memahami antara rencana/agenda dengan implementasinya dilapangan. Studi ini menggunakan teori analisis wacana yang dikemukakan oleh Foucault. Hasil studi menunjukkan bahwa rencana pengembangan animasi Indonesia dengan berbagai program yang telah ditempuh pemerintah dalam membangun tumbuhnya industri animasi menunjukkan hasil positif. Meskipun demikian, dalam hal pendistribusian animasi lokal khususnya sesuai target pasar yang disasar yaitu penayangan animasi lokal di media televisi masih belum menunjukkan hasil maksimal. Penayangan animasi di pertelevisian Indonesia masih didominasi oleh porsi tayangan animasi luar negeri.

Kata kunci: wacana, animasi, lokal, media televisi

Abstract

In the 2005-2025 National Long Term Development Plan (RPJP) which was proclaimed by the government, there is an Indonesian animation development plan. This development plan is the third stage of national development development. Where the most important business climate that is cold is related to the screening of animated films, as well as the distribution and presentation models of material that favor local animation films with the aim of providing incentives for local animation producers or studios to produce animated films. Even so, in fact, until now (the end of 2019) the screenings of animation on Indonesian television are still dominated by foreign animation. Likewise, the portion of foreign animation shows is far more than the portion of domestic animated shows. The Indonesian animation development plan that is associated with the target market in the form of broadcasting local animation on television media is only limited to discourse. This discourse is interesting to analyze to understand the plan / agenda with its implementation in the field. This study uses the theory of discourse analysis proposed by Foucault. The results of the study show that the Indonesian animation development plan with various programs that have been taken by the government in building the growth of the animation industry shows positive results. Nonetheless, in terms of the distribution of local animation, especially according to the targeted market, the display of local animation on television media still has not shown maximum results. Animation shows on Indonesian television are still dominated by portions of foreign animation shows.

Keywords: discourse, animation, local, television

PENDAHULUAN

Wacana rencana pengembangan animasi Indonesia merupakan salah satu agenda dari program pembangunan ekonomi kreatif oleh pemerintah. Pembangunan ekonomi kreatif merupakan program pembangunan nasional yang tertuang dalam RPJPN 2005-2025. Pembangunan ekonomi kreatif adalah pembangunan nasional tahap ketiga yaitu pada tahun 2015-2019. Dalam rancangan RPJMN 2015-2019, pemerintah menetapkan enam agenda pembangunan, yaitu: (1) Pembangunan Ekonomi; (2) Pembangunan Pelestarian Sumber Daya Alam, Lingkungan Hidup dan Pengelolaan Bencana (3) Pembangunan Politik, Hukum, Pertahanan, dan Keamanan; (4) Pembangunan Kesejahteraan Rakyat; (5) Pembangunan Wilayah; dan (6) Pembangunan Kelautan (Rochman, 2015:82). Pembangunan ekonomi kreatif tertuang dalam agenda pembangunan yang pertama yaitu pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi kreatif dalam lima tahun tersebut ditujukan untuk memantapkan pengembangan ekonomi yang kreatif yang lebih ditekankan pada pencapaian daya saing secara kompetitif. Persaingan yang kompetitif ini berlandaskan keunggulan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang berkualitas serta memiliki kemampuan ilmu dan teknologi yang terus meningkat. Oleh karenanya dilakukan pemantapan pembangunan ekonomi kreatif secara menyeluruh di berbagai bidang, yang salah satunya adalah bidang animasi. Memantapkan pengembangan ekonomi kreatif adalah memperkuat landasan kelembagaan untuk mewujudkan lingkungan yang kondusif dan mengharuskan serta mengutamakan kreativitas dalam pembangunan. Disamping itu juga melibatkan seluruh pemangku kebijakan.

Secara strategis, pengembangan ekonomi kreatif yang diwacanakan pemerintah bertujuan untuk menciptakan ekonomi kreatif yang mampu bersaing secara global. Iklim usaha yang paling utama ingin diraih yaitu terkait dengan penayangan film animasi. Selain itu, juga mengembangkan model distribusi dan presentasi materi yang berpihak pada film animasi lokal. Harapannya dapat memberikan insentif yang lebih baik bagi produsen atau studio animasi lokal. Dengan demikian akan lebih termotivasi dan bersemangat untuk berkarya atau menghasilkan film animasi. Meskipun agenda ini telah diwacanakan sejak tahun 2015 dan saat ini (tahun 2019) telah menginjak tahun kelima, namun terkait penayangan animasi lokal tampak belum berjalan secara maksimal. Penayangan animasi hasil produksi anak bangsa masih perlu ditingkatkan karena masih tetap didominasi oleh animasi luar negeri. Hal ini memerlukan perhatian khusus dari pemerintah agar karya animasi dalam negeri menjadi tuan rumah di negeri sendiri. Bertolak dari pasar yang menjanjikan ini, maka minat anak bangsa untuk menekuni bidang animasi dan semangat untuk menciptakan karya animasi akan meningkat. Tujuan dari studi ini adalah untuk menganalisis wacana adanya rencana pengembangan animasi Indonesia pada tahun 2015-2019 serta bagaimana korelasinya terhadap penayangan animasi lokal di media televisi. Studi ini penting dilakukan untuk memahami wacana pemerintah terhadap pembangunan ekonomi kreatif, bagaimana implementasinya dimasyarakat serta perubahan yang telah terjadi dibidang industri animasi Indonesia. Animasi lokal yang berwujud film dan dijadikan sampel analisis sebanyak lima buah dalam kurun waktu tahun 2015 hingga 2019. Film animasi tersebut antara lain: Adit & Sopo Jarwo, Battle of Surabaya, Knight Kris, Si Juki the Movie: Panitia Hari Akhir, dan Nussa & Rara.

KAJIAN TEORI

Penelitian ini menggunakan teori wacana yang dikemukakan oleh Foucault. Teori wacana adalah suatu upaya untuk mengungkapkan maksud tersembunyi dari sang subjek yang mengemukakan suatu pernyataan untuk membongkar maksud dan makna tertentu (Foucault, 2002:228). Bagi Foucault wacana adalah cara satu-satunya untuk memahami realitas (dunia). Karena wacana merupakan jalan untuk mengetahui dan menjelaskan realitas. Oleh karenanya wacana merupakan satu faktor penting yang membentuk kuasa wacana. Wacana juga merupakan cara berpikir, cara mengetahui, dan menyatakan sesuatu (Lubis, 2014: 83-84). Foucault menyebutkan bahwa jalinan hubungan antara bahasa, pikiran, pengetahuan dan tindakan disebut sebagai "praktik diskursif". Praktik diskursif ini merupakan akar dalam kehidupan sosial. Teori wacana digunakan untuk membongkar maksud dari rencana pengembangan animasi Indonesia dengan menganalisis isi wacana dalam bentuk teks verbal, dan selanjutnya memahami realitas yang terjadi terhadap penayangan animasi lokal di media televisi.

Berbicara animasi selalu dikaitkan dengan suatu benda mati yang digerakkan atau dihidupkan. Satu kata "animasi" artinya menciptakan sesuatu yang bisa bergerak atau berkesan hidup (Prakosa, 2010: 39). Berdasarkan pengertian tersebut, animasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menghidupkan, menggerakkan benda mati. Bisa juga diartikan suatu benda mati yang diberikan kekuatan, semangat dan emosi untuk menjadi bergerak hidup atau hanya berkesan hidup (Djalle. dkk, 2007: 5). Berkaitan dengan penelitian ini, yang dijadikan objek kasus adalah animasi lokal. Animasi lokal yang dimaksudkan yaitu karya-karya animasi yang diproduksi di dalam negeri. Animasi produksi dalam negeri yang kurang dan bahkan tidak mendapatkan jam tayang di media televisi. Secara harfiah televisi diartikan 'melihat jauh', karena dikaitkan dengan pemirsa yang berada jauh dari studio televisi. Dalam hal ini pemirsa dapat menikmati kombinasi antara gambar hidup (bergerak) dan suara seperti berhadapan langsung dengan objek yang ditayangkan (Zoebazary, 2010: 255).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dirancang dengan metode dekonstruksi. Dalam penelitian ini, dekonstruksi digunakan sebagai metode dan bukan teori. Metode dekonstruksi merupakan sebuah strategi yang digunakan untuk mengguncang kategori-kategori dan asumsi-asumsi dasar yang telah menegakkan pemikiran, serta sebuah upaya untuk mengkritisi dan membongkar berbagai asumsi-asumsi dasar yang menopang pemikiran atau sebuah keyakinan (Lubis, 2014: 35). Metode dekonstruksi ditujukan untuk memahami wacana pengembangan animasi Indonesia yang telah diterima apa adanya dan memikirkan kembali terhadap implementasinya sehingga dapat digunakan untuk membela keadilan. Keadilan porsi penayangan animasi lokal pada media televisi. Tahapan dekonstruksi dimulai dari pembacaan secara kritis dengan pencarian paradoks dan kontradiksi dalam teks, selanjutnya mencoba mencari makna yang lebih dalam pada keseluruhan teks, dan terakhir mencari momen-momen ketika kelayakan teks dipertanyakan.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

1. Wacana pengembangan animasi Indonesia

Agenda pembangunan ekonomi kreatif yang dicanangkan pemerintah memiliki visi yang dapat menopang peningkatan kesejahteraan bangsa. Visi yang diusung yaitu terciptanya landasan yang kuat untuk mengembangkan industri animasi yang kreatif, yang dinamis, berbudaya, serta berdaya saing global dan lokal untuk meningkatkan kualitas hidup bangsa (Rochman, 2015:84). Maksud dari visi tersebut adalah bagaimana membentuk dan mengembangkan industri animasi agar lebih mampu bersaing di tingkat global. Melalui dikembangkannya sektor industri animasi ini dampaknya akan membawa animasi Indonesia dapat membantu menopang perekonomian nasional. Untuk itu industri animasi Indonesia idealnya mampu menciptakan nilai kebaruan. Selain kebaruan, para pelaku animasi diharapkan mampu menciptakan karya-karya animasi yang menunjukkan keaslian karya anak bangsa Indonesia.

Keaslian karya anak bangsa akan dapat terwujud apabila mampu terciptanya animasi dari pengembangan kekayaan budaya bangsa. Kekayaan budaya bangsa diangkat menjadi sebuah karya animasi yang mampu diterima oleh khalayak baik di negara sendiri maupun secara global. Animasi yang bertemakan budaya bangsa dapat dijadikan bentuk pembelajaran bagi seluruh masyarakat khususnya Indonesia. Pembelajaran melalui media animasi ini akan dapat melibatkan emosi dari setiap orang (penonton) anak bangsa. Menurut Julianto (2019: 27), faktor emosi beserta kemampuan afektif seseorang berpengaruh pada setiap aspek interaksi di dalam proses berkehidupannya. Karena emosi dianggap memiliki peran penting dalam mengambil keputusan yang dilakukan oleh audiens terhadap suatu pesan visual yang dikomunikasikan di dalam sebuah media. Pengenalan budaya-budaya bangsa melalui media animasi dapat memberikan dampak secara tidak langsung terhadap seluruh komponen masyarakat. Dampaknya akan lebih mencintai budayanya serta kekayaan yang ada di Indonesia. Animasi merupakan salah satu media yang tepat untuk menjadi media pembelajaran budaya. Mengapa menjadi media yang tepat, karena menurut Abrori (2009: 1) animasi merupakan salah satu cara yang hebat untuk menyampaikan pesan. Didorongnya perkembangan industri animasi Indonesia, selain bertujuan untuk mengangkat budaya bangsa juga diharapkan dapat menyerap tenaga kerja profesional yang banyak dan berkelanjutan, sehingga pada akhirnya dapat memberdayakan rakyat Indonesia sendiri.

Untuk dapat mewujudkan cita-cita tersebut, pemerintah mendorong tersedianya sumber daya lokal yang kreatif dan berdaya saing global. Oleh karena itu, para pemangku kepentingan ikut dilibatkan. Pemerintah mencoba mengembangkan serta mesinergikan antara pelaku industri animasi, industri distribusi dan juga lembaga pendidikan. Sinergi ini dapat dilihat dari telah berkembangnya lembaga diklat animasi, berkembangnya studio-studio animasi, dan pengembangan animasi melalui dunia pendidikan. Pada lembaga pendidikan tingkat SMK maupun perguruan tinggi, pembelajaran animasi telah diintegrasikan ke dalam kurikulum. Tujuan yang ingin dicapai tiada lain adalah untuk menyediakan sumber daya manusia yang dapat menunjang industri animasi. Selain itu, juga untuk melindungi, mengembangkan, dan memanfaatkan sumber daya alam maupun budaya Indonesia bagi industri animasi secara berkelanjutan.

Pertumbuhan industri animasi saat ini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan, beragam dan memiliki mutu yang semakin baik karena makin meluasnya pasar animasi baik di dalam negeri maupun luar negeri. Dalam agenda pembangunan ekonomi kreatif ini, pemerintah dituntut mampu mengembangkan pasar animasi yang luas baik di dalam dan luar negeri yang berkualitas serta berkelanjutan. Pasar animasi yang disasar pun cukup beragam, mulai dari serial TV, iklan, visual effect, maupun permainan interaktif. Pengembangan animasi Indonesia diwacanakan karena disadari bahwa saat ini animasi-animasi yang tayang di dalam negeri masih didominasi oleh karya animasi dari luar negeri. Salah satu penyebabnya adalah studio-studio animasi berskala kecil masih kesulitan untuk ikut berpartisipasi dalam mengambil pasar, sedangkan permintaan pasar sangat tinggi. Oleh karena itu, dominasi animasi luar negeri tidak dapat terelakkan lagi.

Pencapaian pengembangan animasi yang dicanangkan pemerintah dapat dilihat dari mulai meningkatnya kuantitas dan kualitas pendidikan yang mendukung penciptaan maupun mengapresiasi bidang animasi. Hal ini terindikasi dari meningkatnya pendidikan di bidang animasi melalui lembaga pelatihan formal maupun informal. Lembaga pelatihan formal maupun informal berkembang ditingkat daerah yang memiliki potensi sumber daya manusia kreatif bidang animasi, baik di Jawa maupun di luar Jawa. Lembaga pelatihan yang berkembang di luar Jawa, salah satunya adalah Bali. Telah berdiri lembaga balai diklat industri di Bali yang di dalamnya menyelenggarakan diklat-diklat di bidang animasi. Berdirinya balai diklat industri di Bali dapat mendorong tumbuhnya studio-studio animasi. Terbukti telah berkembang beberapa studio animasi diantaranya, ada Base studio, Studio 70, Inidia studio, Timeline studio, Solid animation, dan yang lainnya. Melalui perkembangan studio-studio ini, akan terjalin sebuah mekanisme kemitraan dan perpaduan antara pemerintah, lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan untuk mengembangkan pendidikan di bidang animasi.



Gambar 1. Gedung Balai Diklat Industri Denpasar dan suasana diklat animasi (sumber: www.google.com dan dokumentasi pribadi)

Perkembangan lembaga pelatihan di bidang animasi, perlahan diikuti juga dengan dikembangkannya pendidikan formal tingkat SMK dan perguruan tinggi spesialisasi animasi. Selain berkembang dan dibukanya pendidikan formal animasi ditingkat SMK atau SMK khusus animasi, juga diintegrasikannya kurikulum animasi pada SMK-SMK yang jurusannya serumpun seperti Jurusan Teknologi Informasi, Multimedia, Desain Komunikasi Visual, dan lain sebagainya. Begitu juga ditingkat perguruan tinggi, selain dibukanya jurusan khusus animasi, kurikulum animasi juga diintegrasikan pada jurusan-jurusan yang memiliki keilmuan serumpun. Tujuannya untuk menjawab atau menyediakan kebutuhan industri animasi akan tenaga kerja kreatif yang spesifik dan terukur.

Karena yang diinginkan oleh pihak industri adalah tenaga kerja yang siap pakai tanpa harus menyelenggarakan pelatihan secara khusus kembali bagi tenaga kerja baru.

Optimisme pengembangan animasi juga didukung dengan peningkatan kualitas pengajar, pembaharuan kurikulum secara berkala, serta pengembangan metode pengajaran pada semua lembaga pendidikan yang mempunyai jurusan animasi agar kualitas dan kuantitas sumber daya manusia pendukung pada bidang animasi dapat tercapai. Peningkatan kualitas pengajar salah satunya dapat dilihat pada lembaga-lembaga pelatihan. Disediakannya praktisi atau wirausahawan yang telah mapan dan berpengalaman untuk mentransfer ilmunya kepada peserta-peserta pelatihan. Hal ini mendorong meningkatnya wirausaha kreatif pada industri animasi. Melalui pelatihan serta workshop pengembangan industri animasi dapat menumbuhkan wirausaha kreatif meliputi seluruh wilayah Indonesia yang mempunyai potensi pengembangan industri animasi. Demi tercapainya pengelolaan industri animasi yang semakin baik perlu dijalin kerjasama yang saling menguntungkan antara pemerintah dengan industri animasi atau komunitas-komunitas dibidang animasi baik di dalam maupun di luar negeri. Melalui kerjasama yang difasilitasi oleh pemerintah, maka akan ada kolaborasi dan kemitraan yang baik antar jejaring wirausaha ditingkat lokal, nasional, dan global. Peran serta pemerintah dibutuhkan untuk memfasilitasi serta mengembangkan beberapa studio yang semestinya dapat dijadikan proyek percontohan, sehingga akan tercipta dan berkembangnya inkubator animasi yang dapat dikelola secara profesional. Melalui pengelolaan secara professional diharapkan kualitas usaha kreatif industri animasi menjadi ikut meningkat dan dapat mendorong terciptanya jumlah komunitas animasi di daerah-daerah. Terciptanya komunitas animasi di tingkat daerah, dapat membuka peluang kerjasama antar usaha kreatif animasi. Akan ada karya animasi yang merupakan hasil kerjasama antar beberapa studio. Selain kerjasama dalam penciptaan karya animasi, kerjasama di bidang distribusi juga perlu dilakukan. Untuk distribusi hasil karya animasi, dapat dilakukan melalui kerjasama khusus antara beberapa chanel tv dengan studio-studio animasi.

Untuk mendorong terciptanya karya-karya animasi yang semakin berkualitas melalui para pelaku industri animasi, pemerintah mewacanakan akan memberikan insentif kepada para pelaku industri animasi yang karya animasinya mampu menembus pasar nasional maupun internasional. Hal ini mengindikasikan telah meningkatnya penghargaan terhadap orang-orang kreatif yang telah berjasa banyak dalam mengembangkan dan mendukung majunya animasi Indonesia. Dukungan itu diimplementasikan melalui *event-event* pameran serta ajang lainnya yang berkaitan khusus di bidang animasi. Tidak hanya dari pelaku industri animasi saja yang gencar melakukan *event*, pemerintah juga semakin banyak meagendakan sejumlah kompetisi baik dalam bentuk festival maupun pameran bidang animasi yang bertemakan budaya bangsa. Pemerintah juga menciptakan dan memfasilitasi karya-karya animasi terbaik anak bangsa untuk ikut berkompetisi dan pameran animasi di ajang internasional. Salah satu caranya dengan mengirimkan pelaku-pelaku industri animasi serta karya terbaiknya untuk ikut pameran sekaligus kompetisi di luar negeri.

Perkembangan apresiasi terhadap industri animasi dapat dikatakan telah mengalami peningkatan. Peningkatannya dapat dibuktikan dengan diciptakannya kurikulum animasi yang terintegrasi dengan kebutuhan dunia industri. Disamping itu, juga telah diciptakannya portal-portal database tentang sejarah animasi Indonesia. Karya-karya animasi, studio animasi, serta pelaku animasi juga dapat diakses secara mudah dan murah oleh siapapun. Pemerintah juga telah memediasi antara distributor animasi luar negeri dengan animator dalam negeri agar karya anak bangsa dapat didistribusikan secara global. Pemerintah juga telah ikut memberikan jaminan kepada studio-studio lokal bahwa dapat menerima pekerjaan *outsourc*e dari studio animasi yang ada di luar negeri. Selain itu, juga meningkatkan informasi terkait regulasi distribusi animasi yang ada di dalam negeri maupun ke luar negeri. Bentuk dukungan ini ditunjukkan dengan adanya sistem informasi baik secara *online* maupun *offline*. Sistem ini dapat dengan mudah diakses bagi para pelaku industri animasi untuk mempermudah pendistribusian karya-karya animasinya.

2. Tayangan animasi lokal di media televisi

Bertolak dari berbagai upaya yang diformulasikan untuk tercapainya agenda pengembangan animasi, namun penayangan animasi lokal karya anak bangsa tampaknya masih belum maksimal sesuai harapan. Belum dapat terealisasinya agenda ini secara maksimal dapat dibuktikan dari porsi penayangan animasi-animasi lokal di media televisi. Sampai saat ini porsi penayangan animasi di media televisi Indonesia masih didominasi animasi luar negeri. Animasi-animasi luar yang cukup mendominasi tayang di televisi Indonesia dan populer diantaranya, ada Upin Ipin, Shaun the Sheep, Tayo, dan yang lainnya. Porsi tayang dari masing-masing animasi tersebut lebih dari sekali dalam sehari. Animasi Upin Ipin misalnya, penayangannya seperti bersaing dengan jadwal minum obat yaitu pagi, siang, dan malam. Bahkan sampai empat hingga lima kali tayang dalam sehari ketika bulan Ramadhan. Begitu juga animasi Shaun the Sheep serta yang lainnya.

Jadwal MNCTV 1 Juni 2019

Jam Tayang	Program Acara	Durasi
00:30	Lintas iNews Malam	01:00
01:30	Midnite Great Sale	00:30
02:00	Ayu Anak Depok City, Ep 5	01:00
03:00	Mahar 30 Juz, Ep 5	01:15
04:15	Sebening Mata Air	00:15
04:30	Lintas iNews Pagi	00:30
05:00	The One Entrepreneur	00:30
05:30	Siraman Qolbu, Ust. Dhanu Spc.	01:30
07:00	Upin & Ipin	01:00
08:00	Rasa Sayange	00:30
08:30	Let's Play	01:00

10:00	MNC Shop	00:10
10:10	Riska Dan Si Gembul	00:44
10:54	Upin & Ipin	01:36
12:30	Shaun The Sheep	01:00
13:30	Si Kabayan	01:15
14:45	Pangeran Bertempel & 3 Helai...	01:15
16:00	Adit Sopo Jarwo	00:30
16:30	Upin & Ipin	01:00
17:30	Rangkaian Berbuka	00:15
17:45	D.O.A	00:15
18:00	Upin & Ipin	01:30
19:30	Kun Anta 53, Ep 27	01:15
20:45	Fatih Di Kampung Jawara, Ep 231	01:30
22:15	Mahar 30 Juz, Ep 18	01:15
23:30	Cahaya Hikmah	01:30

Gambar 3. Jadwal tayangan animasi Upin Ipin, Shaun the Sheep, & Adit Sopo Jarwo (sumber: bangkit.co.id/jadwal-mnctv-hari-ini)

Jadwal di atas menunjukkan perbedaan cukup signifikan terhadap karya animasi lokal yang berhasil diciptakan oleh tangan dingin para animator dalam negeri. Porsi tayang animasi yang masuk kategori serial televisi hanya sekali dalam sehari. Misalnya animasi dengan judul Adit & Sopo Jarwo yang tayang di MNCTV. Porsi tayang Adit & Sopo Jarwo jauh berbeda dengan animasi Upin Ipin serta Shaun the Sheep yang sama-sama tayang di MNCTV. Animasi Adit & Sopo Jarwo hanya ditayangkan sekali dalam sehari, sedangkan animasi Upin Ipin ditayangkan tiga kali dalam sehari. Begitu juga animasi dengan judul Nussa dan Rara yang tayang di Net Tv pada awal bulan Ramadhan 2019 ini diberikan porsi hanya sekali dalam sehari. Sayangnya animasi ini hanya tayang satu bulan selama bulan Ramadhan saja, selanjutnya tidak ditayangkan kembali. Dominasi tayangan seperti ini akan membentuk pengetahuan baru pada individu-individu penonton secara alamiah. Foucault (dalam Takwin, 2009:111) berpendapat bahwa terbentuknya suatu pengetahuan merupakan hasil dominasi dari satu pihak terhadap pihak lainnya. Dalam kasus ini, dominasi penayangan animasi Upin Ipin terhadap animasi lainnya tidak terlepas dari suatu upaya pembentukan pengetahuan (budaya Malaysia) pada individu penonton. Upaya yang dikemas melalui media animasi ini dapat dikatakan berhasil karena telah mampu mempengaruhi audiens khususnya anak-anak. Anak-anak telah mampu terdisiplinkan tubuhnya untuk mengikuti dialek, bahasa, maupun tingkah laku layaknya Upin Ipin.

Selain animasi yang telah disebutkan di atas, tiga animasi lokal lainnya yang diproduksi dalam kurun waktu tahun 2015 sampai 2019 seperti Knight Kris, Battle of Surabaya, dan Si Juki the Movie juga mengalami hal yang sama. Animasi Knight Kris pernah ditayangkan di televisi TRANS7 pada tahun 2018. Setelahnya tidak ada kontinuitas tayangan apalagi berupa serial televisi. Animasi Knight Kris lebih banyak ditayangkan di bioskop daripada media televisi. Kasus yang sama dialami oleh animasi Si Juki the Movie, dimana hanya diputar sekali saja pada televisi Indonesia yaitu SCTV ketika lebaran tahun 2018. Selebihnya animasi ini lebih banyak diputar di bioskop.

Sementara animasi yang berjudul *Battle of Surabaya*, meskipun mampu meraih penghargaan di kancah internasional namun film animasi ini tidak diputar sebagai serial televisi di televisi Indonesia. Padahal pada awalnya ide dibuatnya animasi ini untuk ditayangkan di layar kaca televisi nasional namun mendapatkan penolakan dari semua stasiun televisi. Kemudian pada akhirnya dilirik oleh Walt Disney Pictures wilayah Asia Pasifik (Wansyah, 2015).

Meskipun penayangan terhadap animasi lokal telah menunjukkan adanya perubahan dan peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya, akan tetapi masih perlu adanya koreksi serta regulasi dari pemerintah untuk dapat memberikan keberpihakan terhadap karya-karya animasi anak bangsa. Tidak bermaksud untuk anti terhadap karya-karya animasi luar negeri, akan tetapi lebih baik jika tayangan di televisi Indonesia lebih banyak menampilkan budaya-budaya Indonesia. Namun sayangnya *counter opinion* atas masuknya animasi-animasi luar negeri dan menguasai pasar Indonesia ini belum terlihat. Bisa jadi tayangan entertainment dalam negeri telah mengalami kekalahan telak, atau sedang membuat formulasi agar animasi-animasi luar negeri tidak terus menerus merasuki jiwa anak-anak. Terlalu berlebihan memang jika mempersoalkan hal ini, akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa budaya luar telah menghegemoni masyarakat dalam negeri khususnya pada anak-anak melalui tayangan animasi yang salah satunya adalah animasi *Upin Ipin*. Secara psikologis telah membentuk pikiran bawah sadar dari para penontonnya.

Running tubuh yang tanpa disadari berlangsung secara terus menerus menjadikan terbentuknya sebuah habitus dalam diri. Menurut Bourdieu, habitus merupakan struktur kognitif yang memperantarai individu dalam berurusan dengan realitas sosial. Habitus memungkinkan manusia (dalam hal ini penonton animasi) hidup dalam keseharian mereka secara spontan dan melakukan hubungan dengan pihak-pihak di luar dirinya (Takwin, 2009:114). Apa yang dilihat dan didengar dalam kurun waktu yang cukup lama dan terus menerus akan menjadi terbatinkan. Pengetahuan yang terbentuk dan terbatinkan pada individu, diantaranya ditentukan oleh kekuasaan. Kekuasaan yang dimaksudkan dalam hal ini bukan kekuasaan dari penguasa, namun kekuasaan melalui media. Menurut Lubis, (2014:165) kekuasaan itu bukan milik penguasa, akan tetapi kuasa itu menyebar seperti LSM, media (tv dan internet), ilmuan masyarakat sipil dan lain- lain. Kekuasaan juga tidak memusatkan perhatian pada tingkat tujuan sadar, tetapi pada poin penerapan kekuasaan (Foucault dalam Sarup, 2017:123). Jika berbicara kekuasaan yang dimiliki media televisi, maka hasilnya adalah memiliki kekuasaan yang begitu besar karena mereka memiliki modal. Modal dimanfaatkan untuk melakukan berbagai upaya yang ujung-ujungnya dapat memberikan keuntungan finansial untuk memperkaya pemilik modal itu sendiri.

Penayangan animasi produksi lokal karya anak bangsa sangat penting untuk menumbuhkan rasa percaya diri dan bangga terhadap karya kreativitas anak-anak lokal. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai api semangat dan motivasi untuk menciptakan karya-karya yang lebih hebat selanjutnya. Penayangan animasi lokal juga bisa menjadi pemancing persaingan positif dalam penciptaan animasi yang lebih banyak. Kenyataan selama ini karya-karya animasi lokal hasil tangan dingin anak bangsa masih menjadi anak tiri di negeri sendiri dan terus bertahan hingga tahun-tahun berikutnya. Oleh karenanya, bukan tidak mungkin jika semangat para animator-animator lokal akan merasa jenuh dan tidak memiliki semangat melanjutkan berkiprah dan mengembangkan bisnis di bidang industri animasi. Apalagi jika diperparah dengan kurang tersedianya distribusi-distribusi yang lainnya, maka pada akhirnya pembangunan ekonomi kreatif melalui pengembangan animasi Indonesia ini hanya akan menjadi sebatas wacana.

SIMPULAN

Dicetuskannya rencana pengembangan animasi Indonesia oleh pemerintah, merupakan program positif yang dapat diterima dengan baik di masyarakat Indonesia. Agenda dengan segala upayanya telah berhasil menelurkan pelaku industri animasi, komunitas-komunitas animasi, dan terciptanya karya-karya animasi dalam negeri yang semakin berkualitas dan mampu bersaing tingkat nasional maupun global. Ini menjadi peluang industri pilihan baru bagi orang-orang kreatif, sehingga tingkat pengangguran dapat dikurangi karena akan semakin banyaknya peluang kerja tercipta.

Meskipun telah banyak terciptanya animasi-animasi produksi anak bangsa yang memiliki kualitas, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pendistribusian karya animasi secara nyata masih mengalami kendala. Terutama pendistribusian animasi lokal yang harusnya dapat mengisi program-program acara televisi nasional sehingga tidak didominasi oleh karya-karya animasi luar negeri. Dari segi kualitas, animasi-animasi lokal seperti Adit & Sopo Jarwo, Knight Kris, Nusa & Rara, Battle of Surabaya, Si Juki the Movie, dan yang lainnya tidak kalah dengan animasi luar negeri. Bermodal kualitas yang sebanding, idealnya animasi-animasi lokal tersebut dapat ditayangkan di pertelevisian Indonesia. Namun kenyataannya belum sesuai target market yang di agendakan pemerintah. Dalam hal ini pemerintah hendaknya mampu menjembatani antara media televisi dan produser animasi agar animasi-animasi lokal ditayangkan di televisi nasional. Begitu juga dengan porsi tayangnya, idealnya tidak jauh berbeda dengan animasi luar negeri. Animasi dalam negeri harusnya menjadi tuan rumah di negeri sendiri, sehingga peluang pada sub sektor industri animasi ini dapat dijadikan sebagai strategi pengembangan industri kreatif di bidang desain dan animasi.

DAFTAR RUJUKAN

- Abrori, Muchammad. (2009), *Solusi Instan Animasi Karakter dengan Adobe Flash*, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Djalle, Zaharudin G., Edi Purwantoro, dan Demi Dasmana. 2007. *The Making Of 3D Animation Movie*. Bandung: Informatika.
- Foucault, Michel. (2002), *Power/Knowledge: Wacana Kuasa/Pengetahuan*, Benteng Budaya, Yogyakarta.
- Julianto, I Nyoman Larry. (21 Februari 2019), “Nilai Interaksi Visual dalam Perkembangan Medium Komunikasi pada Era Revolusi Industri 4.0”, dalam *Seminar Nasional Desain dan Arsitektur Sekolah Tinggi Desain Bali*, di New Media College.
- Lubis, Akhyar Yusuf. (2014), *Postmodernisme: Teori dan Metode*, Rajawali Pers, Jakarta.
- _____. (2014a), *Teori dan Metodologi Ilmu Pengetahuan Sosial Budaya Kontemporer*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Prakosa, Gotot. 2010. *Animasi: Pengetahuan Dasar Film Animasi Indonesia*. Kerjasama Fakultas Film dan Televisi-Institut Kesenian Jakarta dengan Yayasan Seni Visual Indonesia.
- Rochman, Faizal, dkk. (2015), *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Animasi Nasional 2015-2019*, PT. Republik Solusi, Jakarta.
- Sarup, Madan. (2007), *Postrukturalisme dan Postmodernisme Sebuah Pengantar Kritis*, Jendela, Yogyakarta.
- Takwin, Bagus. (2009), *Akar-Akar Ideologi: Pengantar Kajian Konsep Ideologi dari Plato Hingga Bourdieu*, Jalasutra, Yogyakarta.
- Wansyah, Fredy. (2015), *Film Animasi Battle of Surabaya Ditolak Semua Stasiun Televisi*, <https://merahputih.com/post/read/film-animasi-battle-of-surabaya-ditolak-semua-stasiun-televisi>. Diakses 13 Agustus 2019.
- Zoebazary, Ilham. (2010), *Kamus Istilah Televisi & Film*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jadwal MNCTV 1 Juni 2019*, bangkit.co.id/jadwal-mnctv-hari-ini. Diakses 1 Juni 2019.